

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



**TESIS**

*Tratamiento Periodístico Político De La Segunda Vuelta En El  
Proceso Electoral Presidencial, Diarios El Comercio Y La República,  
Abril – Mayo, Lima 2021*

(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)

**PRESENTADO POR:**  
Arturo Félix Chang Pocco

**ASESOR:**  
Mario Rubén Gonzales Ríos

LIMA – PERÚ

2024

**INFORME DE SIMILITUD DE LA  
TESIS DE ARTURO FELIX CHANG POCCO**

<b>INFORME</b>	
Título del Trabajo de Investigación (Tesis)	<i>Tratamiento Periodístico Político De La Segunda Vuelta En El Proceso Electoral Presidencial, Diarios El Comercio Y La República, Abril – Mayo, Lima 2021</i>
Autor/a del Trabajo de Investigación (Tesis)	Arturo Felix Chang Pocco DNI: 70819831
Asesor/a	Nombres y Apellidos: Mario Rubén Gonzales Ríos ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-4810-889X">https://orcid.org/0000-0003-4810-889X</a> DNI: 10492053
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciado en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Turnitin	13 de febrero de 2024
Índice de similitud	18 %
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la aplicación del Turnitin	Mg. Prisea G. Vilchez Samanez



Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 16 de febrero del 2024

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

## **DEDICATORIA**

*A mi familia,*

*mis amigos,*

*mis maestros.*

## **AGRADECIMIENTOS**

A Mario Gonzales Ríos, mi asesor.

Al periodista Mario Fernández Guevara,

Al profesor Edwin Alarcón La Torre,

Cada uno de los cuales me brindó

su ayuda, sabiduría y apoyo.

## ÍNDICE

CARATULA .....	i
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
ÍNDICE .....	v
Resumen.....	viii
Abstract .....	ix
Introducción .....	x
CAPÍTULO I.....	11
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	11
<b>1.1. Descripción del problema</b> .....	11
<b>1.2. Formulación del problema</b> .....	15
<i>1.2.1. Problema general</i> .....	15
<i>1.2.2. Problemas específicos</i> .....	15
<b>1.3. Objetivos de la investigación</b> .....	16
<i>1.3.1. Objetivo general</i> .....	16
<i>1.3.2. Objetivos específicos</i> .....	16
<b>1.4. Justificación de la investigación</b> .....	17
<i>1.4.1. Teórica</i> .....	17
<i>1.4.2. Metodológica</i> .....	17
<i>1.4.3. Práctica</i> .....	18
<b>1.5. Delimitación de la investigación</b> .....	18
<i>1.5.1. Temporal</i> .....	18
<i>1.5.2. Espacial</i> .....	19
<i>1.5.3. Social</i> .....	19
CAPÍTULO II.....	20
MARCO TEÓRICO .....	20
<b>2.1. Marco histórico</b> .....	20
<b>2.2. Antecedentes teóricos</b> .....	23
<b>2.3. Bases teóricas</b> .....	31
<b>2.4. Definición de términos básicos</b> .....	53
CAPÍTULO III.....	55
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	55

3.1. Las categorías .....	55
3.1.1. <i>Identificación de las categorías y su definición</i> .....	55
3.1.2. <i>Operacionalización de las categorías</i> .....	57
3.2. Tipo, nivel y diseño de investigación .....	59
3.2.1. <i>Tipo de investigación</i> .....	59
3.2.2. <i>Nivel de investigación</i> .....	59
3.2.3. <i>Diseño de investigación</i> .....	59
3.3. Población y Muestra .....	60
3.3.1. <i>Población</i> .....	60
3.3.2. <i>Muestra</i> .....	60
3.3.3. <i>Muestreo</i> .....	62
3.4. Métodos de investigación.....	62
3.5. Técnicas e instrumentos cualitativos de recolección de datos.....	62
3.5.1. <i>Técnicas</i> .....	62
3.5.2. <i>Instrumentos (Validez cualitativa o rigor científico)</i> .....	63
3.6. Técnicas de procesamientos de datos .....	63
CAPÍTULO IV .....	64
DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS .....	64
4.1. Diario El Comercio .....	64
4.2. Diario La República.....	66
CAPÍTULO V .....	68
DISCUSIÓN.....	68
5.1. Interpretación de resultados.....	68
5.1.1. <i>El Comercio</i> .....	68
5.1.2. <i>La República</i> .....	70
5.2. <b>Discusión:</b> .....	72
CAPÍTULO VI .....	78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
6.1. Conclusiones .....	78
6.2. Recomendaciones.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXO 01: .....	89
MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	89
ANEXO N° 02.....	91
INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS .....	91

---

FICHA DE OBSERVACION .....	91
CUESTIONARIO .....	92
ANEXO N° 03.....	94
FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO/JUICIO DE EXPERTOS.....	94
ANEXO N° 04.....	97
DESARROLLO DE CUESTIONARIO POR PERIODISTAS .....	97
MARIO CORTIJO ESCUDERO .....	97
MARIO L. FERNANDEZ GUEVARA.....	99
CARLOS CONTRERAS CHIPANA .....	101
DIEGO QUISPE SÁNCHEZ .....	103
ANEXO N° 05.....	106
EVIDENCIA FOTOGRÁFICA .....	106

## Resumen

Al realizar esta investigación se analizó de manera comparativa el tratamiento periodístico político, realizado por dos de los mayores diarios de circulación nacional, El Comercio y La República, sobre un acontecimiento que, aunque periódico, genera siempre un estado de alteración y desestabilización social. El periodo de análisis comprende desde el 12 de abril hasta el 31 de mayo del 2021, tiempo que abarca la segunda vuelta electoral presidencial 2021, mediante el uso de fichas de observación aplicados a las ediciones impresas de ambos diarios y de cuestionarios resueltos por periodistas activos o que laboraron en dichos medios.

La muestra de análisis comprende un total de 50 ediciones, distribuidas en 25 ediciones por cada diario. La investigación es de nivel descriptivo, y el diseño de investigación corresponde al enfoque cualitativo, de carácter no experimental, la recolección de datos se realizó con el uso de una ficha de observación, complementada por una entrevista semiestructurada en profundidad de carácter interpretativo sobre la subjetividad que expresarán los sujetos de estudio.

Elementos como los temas de los discursos políticos, los géneros periodísticos empleados, el uso de fuentes noticiosas y los recursos gráficos utilizados, fueron los puntos bajo los cuales se realizó el análisis del tratamiento periodístico político; bajo las cuales se encontró que, al margen de sus líneas ideológicas, ambos medios comparten similitudes generales en el tratamiento noticioso.

Palabras claves: Periodismo Político, El Comercio, La República. Noticias

## Abstract

In carrying out this investigation, the political journalistic treatment was analyzed in a comparative way, carried out by two of the largest newspapers of national circulation El Comercio and La República on an event that, although periodic, it always generates a state of alteration and social destabilization. The period of analysis includes from April 12 to May 31, 2021, which covers the second round of presidential elections 2021, through the use of observation sheets applied to the printed editions of both newspapers and questionnaires solved by active journalists or who worked in these media.

The analysis sample comprises a total of 50 editions, distributed in 25 editions per newspaper. The research is of descriptive level, and the research design corresponds to the qualitative approach, of an experimental nature, the data collection was made with the use of an observation sheet, complemented by an in-depth semi-structured interview of an interpretive nature on the subjectivity that the study subjects will express.

Elements such as the themes of political discourses, the journalistic genres used, the use of news sources and the graphic resources used, were the points under which the analysis of political journalistic treatment was carried out; under which it was found that, regardless of their ideological lines, both media share general similarities in news coverage.

**Keywords:** Political Journalism, El Comercio, La República

## Introducción

Pensar en periodismo es pensar en información y control, pues los medios de comunicación han sido siempre un medio informativo del cual las masas han podido obtener información, ya sea para simple entretenimiento o como fuente de información para tomar decisiones importantes. Aplicar esta perspectiva a la política, cobra mayor importancia en el sistema democrático actual, porque si bien las personas entienden de forma básica su papel en la gestión pública del país, son realmente pocos los que deciden tomar un papel activo, mientras que el grueso de la población limita su participación a los periodos electorales, lo que se refleja en el índice de participación electoral que realiza la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

El Capítulo I abarca el problema de investigación, y determina los objetivos generales y específico de la tesis, buscando responder a la pregunta ¿Cómo fue el tratamiento periodístico político de la segunda vuelta en el proceso electoral para la presidencia, en el caso de los periódicos El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?

El Capítulo II, que desarrolla el Marco Teórico, mantiene una estructura de investigación, que mencionan y citan trabajos de investigación previos tanto nacionales como extranjeros, que guardan correlación con la temática de la investigación y se sostiene como un apoyo teórico. En el Capítulo II se determinan las bases teóricas de sobre las cuales se enfoca la investigación.

El Capítulo III, sirve para determinar la metodología, tipo, nivel y el diseño de la investigación; además de la determinación de las técnicas de recolección de datos.

El Capítulo IV, el Capítulo V y el Capítulo VI, abarcan desde la exposición de los resultados de la recolección de datos, su interpretación hasta las conclusiones, a partir de las cuales la investigación finaliza proponiendo las recomendaciones.

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Descripción del problema

La política y el periodismo son dos elementos que cumplen un rol fundamental en el proceso de desarrollo de una nación; de este modo a la actividad periodística en general se le suele denominar como una columna de la democracia de un país. En tal sentido, este vínculo comprende un conjunto de problemáticas, en particular, los que tienen que ver con el comportamiento periodístico de los medios en tiempos de elecciones. El periodismo, a través de la investigación rigurosa y eficiente (por parte de los periodistas) provee de información al ciudadano, permitiendo que individualmente puedan participar activamente tanto social como políticamente; mientras, la política (a través de las autoridades electas) determina el camino administrativo de la nación y sus relaciones respecto a las demás naciones. Aunque, la teoría de ambos campos indica que son independientes y no se guían por intereses particulares, ni se inclinan a uno u otro lado, lo cierto es que la colaboración entre periodistas y políticos es una realidad innegable para quien consume un mínimo de información a través de alguna plataforma informativa, como pueden ser los periódicos, la radio u otro medio que puedan tener al alcance.

María del Pilar Tello Leyva, ex presidente del Directorio de IRTP (Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú), escribió en el prólogo del libro *Medios de comunicación y política en el siglo XXI* del autor Renato Bautista, la frase ‘no hay política sin comunicación y no hay medios sin aspiraciones al poder’ (p. 11); haciendo evidente una verdad, que la mayor parte de la población desconocen sobre el periodismo y la política, que es, como hacen uso uno del otro y en algunos casos se unen, aún en contra de sus propios principios.

Jorge Linheira cita en su libro *La cultura como reserva india: Treinta y seis años de políticas culturales en Galicia* unas palabras que el artista Jim Morrison pronunciara en 1964 “quien controla los medios de comunicación, controla las mentes”, se dice esto, porque los medios de comunicación han sido siempre una herramienta poderosa de control y

direccionamiento de la opinión pública, por lo cual en los periodos electorales lograr tenerlos como aliados es uno de los principales objetivos de todos los contendientes, tanto para lograr publicitarse como la mejor opción entre los electores (además de convencer a los indecisos) como para “desprestigiar” a sus contrincantes y “robarles” la mayor cantidad posible de votantes. El periodismo cobra así mayor importancia, cuanto mayor sea el deseo de participar de los aspirantes a la vida política de su nación, tal como lo expresó Kofi Annan (1938), quien ocupó el cargo de secretario general de las Naciones Unidas y ganador del Premio Nobel de la Paz de 2001, en ningún caso, la sociedad democrática existe sin la prensa libre, independiente y plural.

El periodo electoral, es uno de los mayores acontecimientos en la vida política y administrativa de una nación, porque por medio de este ejercicio democrático, la ciudadanía tiene la capacidad de votar por sus líderes y representantes. Del mismo modo, esta elección es determinante para el destino de una nación, pues estos nuevos líderes pueden continuar con las acciones y políticas del gobierno saliente u optar por otras nuevas y hasta contrarias a las seguidas hasta entonces.

El Perú posee un sistema de elección presidencial que se desarrolla bajo un sistema de mayoría absoluta, que implica no contabilizar con los votos nulos o en blanco, de tal forma que el ganador se decide por la obtención de más del 50% de los votos válidos, y sólo si ningún candidato obtiene mayoría en la primera vuelta, los dos candidatos con la mayor cantidad de los votos válidos van a una segunda votación, donde quien obtenga la mayoría de votos es elegido como ganador.

Es en el periodo previo a la realización de las elecciones, en el llamado tiempo para la campaña presidencial, que los políticos hacen uso de cualquier medio para publicitarse, buscando captar la mayor cantidad de simpatizantes, expuesto a esta avalancha de información política, el votante, observa cómo los medios periodísticos, en mayor o menor medida, pueden adoptar una postura favorable o desfavorable respecto a un candidato. Sin embargo, es necesario aclarar que la postura tomada en este periodo por los medios no es de ninguna forma una declaratoria definitiva de alianza, sino que es más bien parte de la estrategia del medio para

mantener sus propios intereses, así que con cada periodo electoral la postura de los medios puede variar y hasta llegar a contradecirse.

Así, Renato Bautista, hace un acertado señalamiento cuando escribe que, aunque el poder político y el poder mediático (conformado por los medios) tienen un carácter que es público, y que tendría que estar fundamentado en la ética, esto no ocurre debido a que la globalización, determina que el medio de comunicación responda al interés empresarial (es decir que al ser un negocio busca ganancias) en lugar de cumplir con su deber social de informar con calidad y responsabilidad.

Un ejemplo de ello, es la segunda vuelta electoral del país en el año 2016, entre los candidatos Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori. En ese entonces, muchos de los medios periodísticos fueron abiertamente contrarios a la candidata Fujimori, recordando el pasado político de su padre y remarcando las investigaciones en su contra. De tal modo, que contrasta fuertemente con lo visto en la segunda vuelta electoral del año 2021, durante la cual, en apariencia, muchos medios periodísticos de diversos ámbitos se mostraron muy a favor del fujimorismo, presentando a la candidata Fujimori como la única que podía frenar el avance del comunismo, el cual fue personificado en la imagen del candidato Pedro Castillo.

Un paralelismo, que casualmente también involucra a un Fujimori, puede encontrarse en el periodo electoral del año 1990, cuando el reconocido escritor Mario Vargas Llosa se presentó como candidato presidencial contra el entonces, totalmente desconocido profesor universitario Alberto Fujimori Fujimori; no pasa por alto la gran similitud entre ambos procesos electorales, pues ambos se resolvieron en una segunda vuelta, se dieron entre un personaje conocido contra uno prácticamente anónimo y en ambos casos la sociedad se polarizó entre grupos de política de derecha (Vargas Llosa/Keiko Fujimori) e izquierda (Alberto Fujimori/Pedro Castillo).

Pero esta actitud no es exclusiva de la prensa peruana, y como evidencia de ello, el periodista español Daniel Iriarte, en su columna de opinión dentro del El Confidencial, donde

---

realiza un breve análisis de la contienda electoral estadounidense del 2016, en la que contendieron el elegido candidato del Partido Republicano Donald Trump y la candidata electa del Partido Demócrata Hillary Clinton. Expone que, durante ese periodo electoral, aunque los principales medios informativos no tomaron partido abiertamente, si demostraron una preferencia por la candidata Clinton y una postura anti-trump. Así, a la popularidad de Donald Trump entre la población estadounidense, el apoyo de los medios periodísticos en su mayoría fue para la candidatura de Hillary Clinton.

Es necesario realizar una precisión de las diferencias entre los procesos electorales de EE.UU. y el Perú siendo que este último presenta una gran cantidad de pensamientos políticos, lo cual se refleja en la enorme cantidad de diferentes partidos políticos que existen, sólo en la pasada elección presidencial del 2021 se presentaron 23 candidatos, aunque finalmente fueron reducidos a 18, en cambio los electores americanos sólo deben elegir tradicionalmente entre tres candidatos, uno del Partido Republicano, uno del Partido Demócrata y un independiente. Además, que en el sistema electoral de EE. UU el presidente no se decide por sufragio universal, sino por medio de un Colegio Electoral. Por lo tanto, los representantes de cada Estado que conforman dicha nación deben votar y así elegir al nuevo presidente.

Como se ha expuesto el periodismo y la política suelen relacionarse en la defensa de sus propios intereses, siendo precisamente esta relación el objetivo de análisis en la presente investigación, pues la teoría y ética periodística prohíben que la prensa se convierta en un sirviente de los poderes políticos.

En palabras de Joseph Pulitzer, magnate de los medios, una prensa cínica, mercenaria y demagógica producirá un pueblo cínico, mercenario y demagógico; para que un pueblo pueda tomar la mejor de las decisiones los medios de información no pueden ser partidistas ni convertirse en servidores del poder, tal como lo expresó Ochs, quien fuera director del diario New York Times, el periodismo es una profesión no influenciada por amistades y que no siente temor a enemigo alguno que no acepta favores ni acepta justificaciones.

## **1.2. Formulación del problema**

### ***1.2.1. Problema general***

Se ha planteado realizar una investigación en base al siguiente problema general:

¿Cómo fue el tratamiento periodístico político de la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?

### ***1.2.2. Problemas específicos***

Desprendido del problema general de investigación, se han identificado los siguientes problemas específicos:

¿De qué manera puede explicarse el tratamiento periodístico político, según el discurso político, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?

¿De qué manera puede explicarse el tratamiento periodístico político, según los géneros periodísticos, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?

¿De qué manera puede explicarse el tratamiento periodístico político, según las fuentes, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?

¿De qué manera puede explicarse el tratamiento periodístico político, según los recursos de imagen, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### ***1.3.1. Objetivo general***

Analizar cómo fue el tratamiento periodístico político durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, de abril – mayo, 2021.

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

Describir el discurso político dentro del tratamiento periodístico político durante la segunda vuelta del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, 2021.

Analizar los géneros periodísticos utilizados en el tratamiento periodístico político durante la segunda vuelta del proceso electoral presidencial, de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, 2021.

Analizar las fuentes periodísticas utilizadas, dentro del tratamiento periodístico político durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, 2021.

---

Describir el uso de los recursos de imagen utilizados dentro del tratamiento periodístico político durante la segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, 2021.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

##### **1.4.1. Teórica**

La investigación actual, tiene como propósito ejecutar un análisis acerca del tratamiento informativo político que los medios, El Comercio y La República, desarrollaron durante el periodo de la segunda vuelta electoral en el año 2021, en la que contendieron los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori.

Por lo tanto, al contrastar dichas teorías, tales como la Teoría del Framing y la Agenda Setting, y los resultados obtenidos a través de las investigaciones relacionadas, de forma que se pueda elaborar métodos que permitan a los ciudadanos elegir bien una fuente de información que no altere su forma de pensar y de comportarse como individuos. Así, como lograr que los medios de información tengan más enfoque en su redacción para que sean más éticos la redacción de sus notas, sin buscar direccionar la opinión de las personas a una ideología específica.

##### **1.4.2. Metodológica**

Esta investigación desde un enfoque cualitativo, propone un diseño metodológico adecuado para el análisis de los contenidos periodísticos, con las técnicas de análisis documental y análisis de contenido, para la recopilación de la información, se elaboró dos instrumentos: una ficha de observación y una entrevista estructurada, instrumentos que fueron validados por juicio de expertos, los mismos que en su desarrollo se ajustan a las categorías y subcategorías de las variables de estudio. De otro lado, la muestra elegida por conveniencia, responde a que los diarios de El Comercio y La Republica tienen diferencias en cuanto al

tratamiento de la noticia y el acontecer político, lo cual favorece los objetivos de la investigación.

### ***1.4.3. Práctica***

En su condición práctica, la investigación sirve para que estudiantes y profesionales de la especialidad del periodismo, conozcan mediante un caso de observación concreta, el comportamiento del discurso, los géneros periodísticos, las fuentes y los recursos más utilizados en el tratamiento periodístico político, pudiéndose establecer además un importante análisis comparativo para establecer semejanzas, diferencias y relaciones en el tratamiento sobre los hechos periodísticos en el contexto de la segunda vuelta electoral, por parte de estos dos medios escritos de alcance nacional.

De otro lado, este estudio sirve como fuente orientadora o de referencia para otros estudios similares o estudios que requieran ampliar los conocimientos sobre las variables propuestas en la investigación.

## **1.5. Delimitación de la investigación**

### ***1.5.1. Temporal***

El periodo electoral del 2021, se realizó en medio de un clima de profunda inestabilidad social y política, presente desde finales de 2016, sumado a la crisis económica y sanitaria resultante del Covid-19, el cual causó una pandemia a nivel mundial.

La presente investigación comprenderá el análisis de las ediciones publicadas en los diarios “El Comercio” y “La República” entre los meses de abril y mayo de 2021, lo que comprende el periodo previo a la segunda vuelta electoral presidencial.

### ***1.5.2. Espacial***

La delimitación espacial de la investigación comprende a los dos diarios analizados durante la evolución y desarrollo de la investigación actual, siendo estos los ejemplares emitidos entre los meses abril - mayo del 2021 periodo previo a la segunda vuelta electoral presidencial.

### ***1.5.3. Social***

El grupo social objeto de estudio son los periódicos El Comercio y La República, quienes son los medios responsables por la publicación de las notas informativas entre los meses abril - mayo del 2021 periodo previo a la segunda vuelta electoral presidencial.

Ambos diarios han sido elegidos debido tanto por su antigüedad como a su reconocido nivel de investigación, el cual han sabido mantener a lo largo del tiempo.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Marco histórico

Bautista (2015) explicó que el poder político significa capacidad de gobernar mientras que poder mediático (es decir medios de comunicación), se refiere a la capacidad de manejar la información. Señala, también, que la base del poder político es validada, en las democracias, por medio de las urnas mediante elecciones libres, mientras que el poder mediático no tiene mayor legitimidad que el capital invertido por los dueños de los medios de comunicación, claro que el señalar como origen del poder mediático al capital privado, no es un intento de emitir un juicio negativo o prejuicioso, sino, simplemente mencionar cuál es su origen real.

Política y periodismo son dos de los elementos, entre muchos otros, que permiten el funcionamiento de la sociedad, siendo que el primero dicta la dirección y desarrollo en la cual ésta se mueve y la segunda ofrece al público (que así lo desee) la información necesaria para que participen en ese desarrollo; pero cuando la prensa y la política se unen en la defensa de sus propios intereses, uniendo sus agendas políticas, sociales o económicas, se ve reflejada en la actuación de los medios informativos, ya sea como agentes distractores de la atención del público o difusores de información que direcciona el pensamiento y el actuar de la población.

Todo país que funcione bajo el sistema democrático, realiza elecciones populares cada cierto tiempo para ocupar los diversos cargos de autoridad bajo los cuales funciona su sistema de gobierno, siendo la elección presidencial (realizada en los países donde este cargo existe) la más importante. En el caso de Perú, las elecciones presidenciales se llevan a cabo cada 4 años.

Torres (2020) realizó un análisis de las elecciones y el papel de la prensa en el proceso, señalando como las campañas electorales han evolucionado en paralelo a la evolución de los medios de comunicación, explica cómo en un inicio sólo una minoría (alfabetizada) tenía acceso

a diarios (los cuales estaban limitados a las ciudades en las que se imprimían) luego, con el llegar del radio y la televisión, los ciudadanos tuvieron la posibilidad de escuchar y luego ver a sus líderes (p. 151).

Un punto importante que Torres considera al analizar la evolución de la relación política-prensa, es el nivel educativo de la población, en una era anterior a los medios masivos de comunicación (radio, televisión e internet) solo las personas alfabetizadas podrían tener acceso a los diarios, por lo cual las campañas electorales debían realizarse principalmente por medio de mítines y marchas, así, la opinión pública se formaba en las plazas y los mercados, haciendo evidente como en esta etapa que la prensa no tenía mayor importancia para el poder político.

El valor de la prensa como aliado aumentó a medida que se masificaba la transmisión de información, en el caso peruano en 1925 aparece la radio OAX, predecesora de Radio Nacional, y aunque solo una minoría tenía acceso a una radio en el hogar, fue el primer medio que permitió la transmisión, en simultáneo, de información a un nivel nacional; la distancia ya no era un obstáculo al momento de transmitir un mensaje, pues desde ese momento tanto políticos como candidatos a algún cargo de elección popular podían llevar su voz a todos los rincones del país, sin la necesidad de estar presentes físicamente en una ciudad o pueblo, pero solamente tener una voz no era suficiente para despertar la simpatía de la gente, es aquí, que la televisión cumplió un papel fundamental permitiendo la asociación de voz radial a imágenes.

Es interesante estudiar el comportamiento periodístico político generado alrededor de la elección presidencial de Perú en 2021, específicamente durante la segunda vuelta electoral, proceso marcado por una profunda crisis política, porque cuanto mayor sea una crisis, más influenciable es una persona (y por extensión la sociedad) pues la desesperada búsqueda de información hace que se relajen las sospechas habituales y las interrogantes, tales como ¿Cuál es la fuente de la información? ¿Puedo verificar si esta es verdadera? ¿Es de confianza el medio o la personas que lo dice? etc.; esto sin mencionar que las personas son más propensas a creer en la información que está más en línea con sus propios ideales, principios y líneas de pensamiento.

La creencia del periodismo como El Cuarto Poder (Burke, 1787), se da como reconocimiento a su capacidad de influir en la manera de pensar, y, por tanto, la forma de comportarse de las personas; y es precisamente por esta capacidad, que los poderes políticos y económicos buscan tener a los medios de información como aliados cuanto mayor sea la crisis a la cual es enfrenten o crean enfrentar.

La Dra. Elsa Lever, doctora en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Comunicación, hace una interesante reflexión en torno a la supuesta libertad que tiene la gente, textualmente “si bien es cierto que la prensa no puede decir a la gente lo que debe pensar, si es capaz de decirle que temas pensar” (2015, p. 24); señala, acertadamente, cómo a pesar de que las personas buscan informarse de un tema, sólo pueden hacerlo en base a la información que los medios quieren proporcionarles.

Se puede afirmar que la capacidad de influenciar de los medios es concluyente, porque expone información decidida por los dueños de los medios, limitando así, el material disponible para que las personas piensen y discutan, logrando de manera efectiva imponer una ideología.

María del Pilar Tello, quien ocupó el cargo de presidenta del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú en 2006, señala como la relación entre los medios y el poder político no es estático y se mantiene en constante cambio, citándole:

“...a veces el poder mediático se ve avasallado por el poder político, pero también puede suceder la situación inversa. Los políticos saben que los medios de comunicación privados tienen una gran influencia en la sociedad; por lo cual, los prefieren como sus aliados para mantener su legitimidad y su poder político en el pasar del tiempo. Los políticos no dudan en otorgar concesiones a los dueños de los medios de comunicación para que estos no los ataquen y destruyan su imagen pública” (UNFV. Lima, 2012).

En Perú, se considera que las elecciones presidenciales son un periodo de crisis, porque los candidatos polarizan enormemente a la opinión pública, algo que concuerda con la investigación *The Discounted Voter: Polarization at the Congressional District Level*, de los americanos Hetherington, Marc J y Bruce I. Oppenheimer, quienes definen a la opinión pública como una medida del apoyo del electorado a cierta figura política o posición, lo que puede observarse más claramente en los candidatos que logran llegar a la segunda vuelta electoral, siendo el caso de los entonces candidatos Keiko Fujimori y Pedro Castillo en 2021, el más reciente y el foco de esta investigación.

Y aunque la teoría periodística, dicta que la prensa es independiente de cualquier tipo de poder, lo cierto es que no puede sustraerse de su influencia, por cuanto quienes lo ejercen son humanos, con sus propias ideas, pensamientos, valores y defectos; por tanto, aunque se busca una aplicación ética perfecta, el factor humano impide que este se realice.

## **2.2. Antecedentes teóricos**

### **2.2.1. Antecedentes nacionales**

En las investigaciones nacionales se pudieron ver los siguientes estudios:

Muñoz (2021) en su investigación tuvo como objetivo: Analizar el tratamiento de información de la Elección Municipal de Lima en el año 2018 dentro de las notas de los periódicos *El Comercio* y *La República*. Teniendo en cuenta las bases teóricas de la *Agenda Setting* y el enfoque básico de la *Teoría del Framing*; La metodología utilizada es descriptiva, enfoque cuantitativo y diseño observacional, se emplea técnicas que incluyen hacer un análisis de contenido, observación y una revisión documental. La muestra, usada en la investigación comprende las notas que refieren la campaña municipal (lo que incluye a las estrategias, los candidatos, los debates, las propuestas, etc.) entre las fechas del 23 de septiembre (primer debate) y 7 de octubre de 2018 (elección municipal). Puede resumirse, los resultados más sobresalientes: Ambos medios dieron mayor cobertura a los candidatos que según encuestas

estaban mejor posicionados. El candidato Pablo Silva, quien representa movimientos teocráticos como el FREPAP (Frente Popular Agrícola del Perú), fue el menos cubierto por ambos periódicos. En lugar de discutir los temas de interés para los electores, los periódicos El Comercio y La Republica concentraron su información en la rivalidad entre los candidatos. En líneas generales, los periódicos El Comercio y La República, persiguen una perspectiva diferente, sin embargo, presagiaban a Jorge Muñoz como ganador de la elección. El tratamiento informativo de ambos medios sobre este proceso electoral fue muy similar.

De otro lado Chavarry (2020) señaló como objetivo: Determinar procedimiento de trato de información periodística de las políticas, en el noticiero del Diario Perú21 durante el proceso de las elecciones presidenciales 2016. Caso Keiko Fujimori; La investigación ofrece un enfoque cualitativo y método hermenéutico, basada en el análisis de los datos e información y sus fuentes noticiosas. La muestra utilizada es las notas de las noticias del Diario Perú21. Para la recolección de datos se utilizó un análisis documental y una tabla analítica utilizada en el Diario del Perú21 considerando las fechas de abril a junio de 2016. La herramienta de investigación fue aprobada por los periodistas Ángel Vallejos Pasco y Oscar Guillermo Capuñay Terán. Durante la investigación, teniendo en cuenta los objetivos específicos, se desarrolló una tabla de investigación, la cual observo: mensaje político (modelos, características y elementos), fuentes (actores y personajes) y recursos gráficos (información, signos y comparaciones gráficas). Las conclusiones de Chavarry demostraron: Perú 21 se mostró imparcial hacia Fujimori y su partido, al tiempo que tomó en serio las críticas a sus contrincantes e incluso intentó ocultar algunas citas de información que pudieran perjudicar a la lideresa de Fuerza Popular, demostrando que el periódico prefirió dar mayor cobertura a las diferencias de los políticos antes que la candidatura a la presidencia de Fujimori. Al analizar las fuentes informativas revisadas por Perú21, el resultado muestra imparcialidad debido a que el periódico destacó declaraciones de fuentes cerca a la candidatura. Se revela falta de relación entre declaraciones informativas y fuentes que no se expresan o se desvían del tema, además de observar fuentes que efectúan funciones similares para esclarecer temas. En cuanto a los recursos gráficos, se puede concluir que el diario Perú21 luce objetivo y de fotografiar a Keiko Fujimori, pero esto no es más importante del contenido informativo. El estudio encontró que no se utilizaron infografías para explicar las estadísticas que mostraban que había interés en

ocultar las preferencias de los principales candidatos en las encuestas de intención de voto durante la segunda vuelta de las elecciones de 2016.

Del mismo modo Guillén (2020) en su estudio tuvo como objetivo: Comparar la forma del tratamiento en el periodismo relacionado directamente a la muerte del expresidente Alan García Pérez realizado en los diferentes modelos digitales de los diarios La República y El Comercio, Lima 2019. La investigación fue realizada bajo el enfoque cualitativo, de tipo aplicada, bajo un diseño orientado al estudio de caso en un nivel hermenéutico, el instrumento utilizado fue una ficha para la observación y posterior análisis de un total de 5 notas web, donde se ha comentado que dicho instrumento fue utilizado de dar la correcta interpretación, posterior a su derivación de mapas conceptuales los cuales han sido colocados en todas las dimensiones, conjunto a sus indicadores respectivos. El objeto de estudio de la investigación fueron las versiones en línea de los periódicos El Comercio y La República. En conclusión, el resultado de esta investigación se puede resumir. Se ha encontrado que el tratamiento de periodismo en El Comercio y La República, fue presentada en forma objetiva. Las estructuras de las noticias resumían las informaciones en palabras mínimas. En lo referente al lenguaje periodístico los medios usaron distintos recursos para desarrollar sus contenidos, en ambos diarios el estilo periodístico fue hasta cierto punto similar, pues ambos diarios recurrieron a fuentes primarias, como declaraciones, hechos acontecidos, contratiempos sucedidos, entre otros.

De igual manera Portocarrero (2020) en su estudio consideró como objetivo: comparar el discurso periodístico relacionado con la campaña para alcanzar la alcaldía de Lima 2018 en los periódicos La República y El Comercio e identificar la utilización la posverdad en noticias digitales en el último mes de campaña. La investigación se desarrolla bajo un modelo descriptivo-comparativo con un modelo no experimental; el universo de análisis son las noticias de los periódicos “La República” y “El Comercio” de los candidatos Daniel Urresti y Ricardo Belmont de la época, De la revisión de las notas divulgadas (62 relacionadas a Urresti en “El Comercio” y 46 acerca de Belmont en “La República”) fueron consideradas como muestra de análisis, apenas 5 notas “informativas” por cada caso, dado que las que se encuentran al final expresan el desacuerdo del diario con el candidato en cuestión. Las principales conclusiones de la investigación son: Tanto “La República” y “El Comercio”

exhibieron la información de Ricardo Belmont (46) y Daniel Urresti (62) como información en notas, siendo que en 5 de ellas se desfavorecía a los candidatos mencionados con una mala crítica no evidente, aprovechando los mecanismos de la posverdad para ocultar u ofuscar información, lo que puede confundir a la opinión pública y el posicionamiento de los candidatos. La forma de redacción de las notas acerca de Ricardo Belmonte en La Republica muestra una crítica constante al candidato. Informaron sobre los aspectos negativos de su candidatura, como su retórica anti venezolana. De otra forma, la manera de redacción de las notas de "El Comercio" acerca de Daniel Uresti, aunque cuidadosa, dando apariencia de equilibrio informativo, en un análisis de palabras clave muestra que el medio en realidad fue crítico. La Republica utilizó contra el candidato Ricardo Belmont dos mecanismos de posverdad, a saber, de la poca información y las explicaciones variables, como errores de importancia, sub generalización, suposiciones y tergiversación, de manera que pudiera expresar sus críticas al candidato. Por otra parte, la plataforma digital "El Comercio", menciona en referencia en al candidato Daniel Urresti, utilizó los siguientes mecanismos de posverdad: desinformación, hechos alternativos, explicaciones alternativas y errores de correlación, falta de generalizaciones y suposiciones, para proyectar duda sobre el candidato creando malos conceptos de los candidatos.

Así también Rochabrun (2018) en su investigación señaló como propósito: Estudiar el tratamiento del periodismo en las diferentes publicaciones de información referente a la crisis de la política durante la presidencia de Pedro Pablo Kuczynski por parte del periódico Perú21 en marzo del 2018. Se trabajó con un enfoque cualitativo aplicado a nivel hermenéutico y el diseño del estudio de caso; siendo este el diario Perú21, . Se utilizó la analogía de observación, y como un instrumento de datos, se utilizó la ficha de observación, recibiendo una validación en un 91%. La investigación concluyó que el diario trataba ampliamente el tema porque formaba parte del panorama político del país. Así se puede comprobar a través de las 63 notas que, publicadas en marzo, cuando el expresidente decidió dimitir ante las continuas presiones de la oposición y la apertura de procedimientos de investigación, según las cuales supuestamente favoreció a la constructora brasileña Odebrecht, sus empresas Westfield Capital y a Westfield Financial Advisors. Cabe señalar que las diversas noticias publicadas en el medio antes mencionado se informaron objetivamente a través de elementos como titulares, contenidos y fotografías. Finalmente, destaca la importancia del apoyo visual en las notas de

información, puesto que atraen la atención del lector, es recomendable utilizar fotografías o imágenes de buena resolución y acordes con el mensaje, ya que las expresiones de personas concretas pueden acentuar el contexto del mensaje que se presenta.

### **2.2.2. Antecedentes internacionales**

En lo que se refiere a antecedentes internacionales resaltaron los siguientes autores:

Corvera (2018) propuso como objetivo de la investigación que: Basándose en la Teoría del Establecimiento de Agenda (SETTING), se analizan las representaciones mediáticas de los candidatos presidenciales durante la campaña electoral presidencial previa a las elecciones de noviembre de 2017 en el país de Chile. La investigación posee un enfoque cualitativo de tipo aplicada; el universo de estudio son los diarios “El Mercurio” y “La Tercera”, realizando el análisis sobre una muestra de notas informativas con referencias a los candidatos presidenciales durante los meses que pasaron antes de las elecciones. Se analiza la Teoría de Agenda Setting propuesta por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1968. En términos generales, la teoría se basa en dos supuestos: primero, agenda los medios y transmite a la audiencia la importancia referente de los temas públicos, es decir lo que debe recapacitar y lo que se debe discutir. En otro nivel, sostiene que los medios también cambian nuestra percepción de estos protagonistas en los asuntos públicos. Las conclusiones obtenidas de este estudio demostraron que el candidato Sebastián Piñera obtuvo un porcentaje del 40% de menciones en la prensa por lo que está por encima de los demás candidatos; le sigue el candidato Alejandro Guillier con el 38% en general de todas menciones, por otro lado, Beatriz Sánchez quedó en tercer lugar con el 20% total de las menciones. Otro hecho destacable es la correspondencia de los dos diarios, es decir, la importancia de cada artículo en la configuración de la imagen del candidato. Otro hallazgo destacable es que ambos diarios se centraron en un tono emocional neutro o “descriptivo” en su cobertura en que “negativo” y “positivo”, tratarían de mantenerse leales a su enfoque periodístico “objetivo”. Los dos medios se centraron más en la forma positiva del candidato Piñera mientras que en los aspectos negativos, los candidatos Alejandro Guillermo y Beatriz Sánchez tuvieron más aspectos negativos que positivos. En este aspecto, la mayor parte de los medios mencionan al postulante Sebastián Piñera. La interrogante se enfoca en el tono el cual enfatizarán los diarios. Las respuestas muestran que el tono

expresivo ocupó el primer lugar en 77 medios, los cuales se sometieron al análisis. Por último, es posible argumentar sobre las exigencias habituales de los objetivos de los medios, las calificaciones de los candidatos aparecen principalmente en la sección Editorial y Columnas de opinión.

Por su parte Mamani (2017) en su investigación, buscó: Identificar la imagen pública creada a través de un tratamiento foto-periodístico por parte de los diarios ‘La Razón’ y ‘Cambio’ del presidente Evo Morales en el período previo a las elecciones de 2009. El trabajo es correspondiente al estudio descriptivo–explicativo, por tanto, la investigación procede con el diseño no experimental. De los cuales, los siguientes métodos son los utilizados: el método analítico y el método deductivo. La investigación trabajó en los periódicos “Cambio” y “La Razón” su edición completa (lo que incluye los suplementos, sus ediciones especiales y otros complementos que pudieran producir) de las ediciones dominicales solamente. Se ha abarcado el tiempo comprendido entre el 8 de septiembre hasta el 6 de diciembre de 2009, lo que es la etapa previa a las elecciones presidenciales. La investigación realizada llegó a la conclusión con las siguientes observaciones: Los diarios objeto de estudio enfatizan la publicación de fotografías de Morales en situaciones políticas. La indagación documental que se encontró en el diario La Razón fue una representación algo desfavorecedora del presidente del país, Evo Morales Aymas, ya que su tratamiento del fotoperiodismo antes de las elecciones de 2009 demostró que no lo destacaba particularmente. Por otro lado, se prefiere señalarle como un elemento más dentro de la fotografía. estudio centrado para el periódico Cambio creó una imagen pública favorecedora al presidente Evo Morales Ayma, como lo demuestra durante el trabajo de fotoperiodismo del diario antes de las elecciones de 2009, a pesar de que las imágenes no estaban ubicadas estratégicamente en sus páginas. El personaje de Morales ocupa una posición dominante. Además, este personaje se presenta en diversas escenas y es muy reconocible, popular, alegre y cercano a la gente.

Por otro lado, Almeida (2017) en su investigación: La “Objetividad Periodística En Tiempo De Elecciones Estadounidenses: Un Análisis De La Cobertura De Www.Nytimes.Com”; mediante este trabajo, Almeida brinda un análisis detallado del alcance de la señal que The New York Times hizo del candidato republicano Donald Trump en sus ediciones digitales.

Esto llega en un momento en el que el magnate critica duramente la imparcialidad de los medios. La metodología que corresponde a esta investigación es descriptiva, utilizando como estrategias metodológicas el monitoreo de medios y el análisis de contenido, enfocándose en la cobertura del New York Times sobre Donald Trump, elementos de los discursos políticos del empresario, la percepción mediática sobre Trump y las acciones del NYT relacionado a Trump y sus acciones frente a ser investigado. Es importante enfatizar que Almeida, no está tratando de clasificar a los políticos como buenos o malos, ni examinar la aspiración a la presidencia de Hillary Clinton, solo utilizar el punto de vista del NYT sobre los candidatos, Almeida no intenta privilegiar un candidato, ni defender a los medios o a los candidatos. Es decir, este trabajo se limita a examinar el contenido publicado por la unidad política de su portal online del New York Times desde el momento en que Trump y Clinton fueron seleccionados para candidatos presidenciales hasta las elecciones presidenciales. Los resultados más relevantes discutidos en el artículo muestran que los medios en realidad cubrieron a Trump más que a Clinton, y que la intensidad de señal de captación fue mayoritariamente neutra. Sin embargo, pudo detectarse en el caso de Trump fue más negativo. Además, se concluyó que la objetividad no debe ser un criterio para la medición de la calidad del periodismo o de los periodistas.

Así mismo, Regalado (2015) en su proyecto de investigación su objetivo fue: Analizar el proceso de la información a través de los medios ecuatorianos durante las elecciones: el caso del periódico "La Hora" y el periódico "El Telégrafo" y su prosélito respecto a los candidatos a la alcaldía de Quito, Augusto Varela (Alianza País) y Mauricio Rodas (Suma) desde enero 7 hasta febrero 20, 2014. La investigación es de tipo cualitativo-analítica y utiliza métodos de análisis de contenido; el alcance del análisis incluye a 495 unidades en total, lo cual incluye noticias, las editoriales, las columnas de opinión, las entrevistas y los reportajes (se debe aclarar que una unidad de análisis es considera como un segmento destacado mediante elementos gráficos, títulos o información relacionada con el tema) que estén relacionado con los ejes principales aspirantes a la alcaldía de Quito, y fueron publicados en los dos periódicos durante la campaña. Con base en esta investigación se concluyó que los periódicos "La Hora" y "El Telégrafo" fueron los principales participantes políticos durante el proceso de campaña para el puesto de alcaldía de Quito; porque cada periódico fue encardado de promover a los dos candidatos con mayor número de votos, Augusto Barrera (Alianza País) apoyado por "El Telégrafo", mientras que "La Hora" apoyo a Mauricio Rodas (SUMA), comprometiendo con

ello la diversidad de opiniones y criterios; teniendo relación directa en los encuadres asumidos por cada medio en concordancia a sus políticas editoriales.

A la vez, Cutimbo (2013) en su estudio: “Tratamiento Periodístico De Las Elecciones Presidenciales 2011 En Perú - Segunda Vuelta”, Cutimbo basó su trabajo en el análisis cuantitativo y cualitativo, dando como respuesta el enfoque mixto de la metodología, en los medios escritos “El Comercio” y “La República”, se ha considerado como las unidades de estudio las noticias, entrevistas y titulares, así como las cartas de lectores, columnas de opinión, caricaturas y más aspectos relevantes que se acercan al proceso electoral. s. En este aspecto se obtuvo estos resultados: La forma de presentación por parte de los participantes (tematización y encuadre) en el proceso electoral revela la posición política durante la elección. De manera similar, la información política se produce fuera de las estructuras que los periódicos establecen para distinguir la información de la opinión. En resumen, desde el momento en que los reporteros de los medios tematizan, priorizan, seleccionan, excluyen y enmarcan palabras o titulares electorales, se convierten en participantes activos del proceso y, por lo tanto, participan en acciones políticas teniendo la esperanza de ser influyentes en el resultado final de las elecciones. Si bien los medios de comunicación no son decisivos, sí influyen a favor o en contra del proceso electoral.

De igual modo para Avalos, Quintanilla y Solórzano (2005), la meta principal de la investigación fue: Conocer de qué manera se desarrolló el procedimiento informativo de los textos periodísticos, considerando la intención y la connotación de ideología contenida en las noticias político – electorales publicadas por la prensa gráfica, dentro del tiempo que abarca el marzo 14 a marzo 20 del 2004, haciendo uso de la técnica de análisis de contenido. El estudio se basa en el método cualitativo, desarrollándose a partir de datos cuantitativos y de la connotación ideología de las noticias políticas de conversión publicadas por el diario La Prensa Gráfica.... Las conclusiones de la investigación de Avalos, Quintanilla y Solórzano se pueden resumir en: La Prensa Gráfica utilizó la investigación política electoral como herramienta de influencia ideológica como parte de su editorial y así apoyó a grupos hegemónicos de la derecha de El Salvador. El problema más conflictivo detectado fue la ocultación de fichas de información que parece ecuánime y que se vio reflejada en las decisiones de los votantes. La

investigación encontró que se utilizaron materiales de propaganda negra en la mayor parte de los textos de información dentro del carácter político. Los mecanismos de desinformación utilizados (analogías, ocultación de información, términos despectivos y mentiras) fueron diseñados para dar a conocer una versión de una sola línea de la noticia. La información publicada por La prensa gráfica pretendía generar, con propaganda negra, una imagen negativa del FMLN y hacer creer a los grandes grupos de personas que de manera lenta estaba ganando el candidato del Partido ARENA, Antonio Saca, y que este contaba con el apoyo del pueblo del Salvador. La prensa gráfica distorsionó a priori su función social porque ofreció una versión unilateral del Partido ARENA.

## **2.3. Bases teóricas**

### **2.3.1. Bases teóricas de las categorías.**

#### **2.3.1.1. El periodismo.** En cuanto al periodismo, Morín manifiesta:

La recolección de información, su difusión y el procesamiento de los acontecimientos, además estimarlos, hacen surgir un periodismo que puede considerarse una disciplina esencialmente intelectual, porque promueve y traslada al discernimiento y conocimiento los hechos sociales, ayudado en ello por textos e imágenes. (Morín, 1974, p. 25)

- **Características del periodismo**

El periodismo es una profesión que en el desarrollo de todas sus actividades debe poseer las siguientes características:

- *Verdad*

El escritor y periodista Niceto Blázquez Fernández, hace la siguiente reflexión sobre la verdad periodística:

Para cualquier periodista la verdad significa ser fiel a los hechos que se informan. [...]El periodista trabaja con las verdades humildes de los hechos cotidianos. Esto hace que sus verdades sean provisionales [...] El periodista, por su profesión, siempre está en disposición de hacer correcciones, de agregar o de aclarar su información sobre los acontecimientos. [...] es necesario que el periodista tenga la suficiente versatilidad como para reconocer esa calidad variable y de permanente renovación de los hechos, los cuales informa. Además, estas verdades deben de ser útiles para la sociedad; es necesario que respondan a sus intereses y no meramente a su curiosidad. [...] para el periodista la verdad debe ser completa. No solamente responder a lo acontecido, sino, explorar la causa, el para qué, el lugar, el quién, el cómo. [...] El periodista está obligado a hacer cuanto esté en su poder para lograr obtener una visión exacta de los acontecimientos. Es un compromiso con la verdad. Documentación. El Código Internacional de Ética Periodística (UNESCO) es tajante: se debe informar con la mayor objetividad posible. Para ello, es necesario que el periodista se adhiera formalmente a la realidad objetiva. [...] El código de UNESCO es un recordatorio y una confirmación de aquello que constituye el valor ético que permite dar sentido a la profesión informativa: darle, tanto como sea posible, a las personas, la verdad objetiva a la que tienen derecho y para el cual el informador sirve como un honroso e inexcusable deber. (Madrid. 1994, p. 200)

- ***Independencia y objetividad***

En el periodismo un contenido verdadero se manifiesta sólo si cumple con dos condiciones:

a) la independencia, a través de la cual se nota la libertad de prensa, significa ser independientes no solo del control del Estado, sino también de otras organizaciones, sean políticas, empresariales y los gremios representativos de los trabajadores. Por lo que, al referirse a la independencia, esta se presenta en sociedades democrática, en ese sentido la autonomía de expresarse se convirtió en evicción de la libertad pública, durante la primera mitad del siglo XX, siendo un derecho irrefutable en los países occidentales (Codina, 2014).

Sin embargo, la situación donde ningún poder del Estado u organización puedan limitar la tarea del periodista, no es significado que en dicho nombre se de libertad de prensa, estos medios poseen vía libre de actuar como quieran, en este sentido las leyes dejan margen para la práctica de ética personal y empresarial de dicha libertad (Codina, 2001, p. 96), por lo que quien ejerce el periodismo les debe lealtad a los ciudadanos (Kovach y Rosenstiel, 2012, p. 73)

b) La objetividad es definida como una sinergia personal, impidiendo la influencia de servir para que el público conozca la realidad (Sinova, 2012, p. 69) lo cual exige del periodista transparencia, en todo el aspecto de elaboración de la noticia, y poner en conocimiento del público los hechos tal cual son.

Pese a ello se presentan un conjunto de circunstancias que condicionan la forma que el periodismo genera y procesa información, así Meditsch (2005) señaló:

Hay una percepción singular desde la cual los periodistas observan el mundo, considerando los objetivos, su estructura y la rutina organizacional en donde laboran los periodistas; así como el ambiente técnico y económico que podría condicionar sus tareas; hasta, finalmente, las luchas de poder junto al conflicto de intereses que de forma inevitablemente son una presencia en la propagación de la información periodística.

Entre estos factores de trascendencia están los principios editoriales que, en relación con la objetividad, no está tanto en el enfoque diferente que haya entre los periodistas de un medio periodístico, sino que, haciendo uso de esos, se oculte alguna información, modificando, suprimiendo o alterando aspectos de la realidad, procurando generar una favorable opinión para las posturas del medio (Codina, 2014).

- *Actualidad e inmediatez*

Sobre esta característica hay dos puntos de vista: la planteada por Algarra, Torregrosa y Serrano, para quienes actualidad significa referirse al tiempo en dos diferentes aspectos: a) de forma cronológica el tiempo presente y b) la habilidad con la cual los medios de comunicación logran minimizar el tiempo transcurrido desde el acontecimiento de un hecho y la propagación para el conocimiento público. En tanto para Carrera, Limón, Herrero y Sainz (2013) la vigencia de una temática se determina no únicamente en el presente, además del significado, para las efemérides presentes, esto es una ocurrencia general, por el interés que algún grupo pudiera tener en que cierto tema se torne interesante.

Concretando las dos miradas, se puede afirmar que información actual en periodismo, es aquella que su cronología está actualizada en el ámbito público. De la misma forma, es moderna aquella información ocurrida en el pasado, es relevante para los hechos presentes.

Al referir a la inmediatez dentro del campo periodístico, se hace énfasis al contenido informativo, debe ser actual, y ser transmitidos en el tiempo y el momento correcto, es decir apenas acontece, este proceso tecnológico ha desarrollado nuevas formas de comunicación inmediata, en especial la digital, es de gran utilidad, pues ha logrado una mayor inmediatez a los medios tradicionales (Ruitiña, 2013).

- *Proximidad*

Sobre este concepto hay distintas definiciones, para tener una visión amplia, puede ser considerada en su dimensión local, es decir, que se trata de informar lo que aconteció en el entorno más cercano (Mederos, 2013). En tanto, otros autores la conciben como información local, referido al principio del tratamiento de los hechos que, producidos geográficamente cerca, u ocurridos en otros perímetros que pudieran afectar a la ciudadanía en diferentes localidades (López y Maciá, 2007).

Se debería considerar que, en una sociedad con acceso a internet, esta se torna paradigmática en la comunicación a nivel del mundo y en esta resurge el interés por lo venidero, la investigación local se sitúa en un escenario amplio y que depende de menor territorio (Mederos, 2013, p. 3-4).

Por otro lado, no hay duda en que el actual escenario mediático está formado a la vez por un escenario global y otro local, siendo esto llamado según varios autores con el término “glocal” (unión de global y local). Que estos dos aspectos coexistan, puede en un principio parecer contradictoria Mederos, (2013). Pero actualmente se forma un nuevo concepto de lo contiguo, que ya no solo considera el espacio geográfico, además de incluir diferentes perspectivas como la afectiva y la espacial, la última se refiere a la indagación que tenga un tema de atracción de interés general Llobet, (2002). En términos simples, se indica que las diversas informaciones que puedan surgir en cualquier lugar del mundo, periodísticamente se harán mucho más cercanas, más próximas, porque cualquier persona que lo desee podrá tener acceso a ellas sin problema, Caminos, et al, (2007, p. 323). En este sentido lo próximo se puede definir como información que logra hacer un enlace con las personas por cogniciones que superan el espacio geográfico abarcando extensiones de terreno más amplias y que resultan más cercanas debido a la evolución de mejores redes de comunicación y al interés que algunas temáticas pudieran tener para el público.

- ***Relevancia e interés***

Cada una de las características del periodismo, son una manera en la cual se hace posible ofrecer información de calidad, pero no solo en forma, sino también de fondo, lo cual es muy importante por su gran impacto para la sociedad. Así, el periodismo perspicaz es aquel que es capaz de proveer al usuario, información real, clara, rigurosa y valiosa sobre diversos temas del contorno público, relevantes e interesantes para el ciudadano (Gronemeyer, 2002).

Así la preeminencia como una de característica del periodismo, se refiere a la publicación de temas que tienen que ver con el adecuado desarrollo de la vida comunitaria y la

fiscalización de la ejecución del dominio público en todos sus diferentes niveles (Atarama, 2012).

En cambio, el interés, trata del contenido relacionado a la vida, que sea hábil, y que por ende tenga un fin, es de interés para una persona cuando la atención de un servicio por parte del poder público como la seguridad en el medio donde habita (Muñoz y Torres, 2002).

En suma, en las actuales circunstancias para la relevancia existe la necesidad de un ejercicio periodístico el cual facilite información, comprensión de su entorno para ayudarlo a desenvolverse adecuadamente; y desde la mirada del interés, busca contenidos que sean de utilidad que se desarrolle una persona dentro de la actual sociedad, algo vital para el público y que por lo tanto no puede ser omitido.

#### - *Foro público*

La comunicación tiene vigencia por la presencia de un lector, oyente o televidente ávido de informarse, por ello se puede afirmar que es la información lo que permite al individuo ejercer como ciudadano, pues el conocimiento que obtiene le permite participar del sistema en el que se halla (García, et al, 2011).

Otros autores señalan que la tarea del periodismo es facilitar un foro de carácter público que sirva para los comentarios y críticas, de manera especial cuando se trata de temas relacionados con la administración de los diferentes recursos provenientes del Estado en sus distintas etapas, el periodismo promueve que la sociedad se exprese con voz propia, es entonces cuando los poderes se esfuerzan en comprender la naturaleza de la opinión pública que comienza a tomar forma (Kovach y Rosenstiel, 2012).

En este nivel reflexivo, no solo participan expertos del periodismo y ciudadanos, también lo hacen políticos o quienes tienen puesto en el alto mando dentro de la sociedad. Al respecto Price (1994) hace una división de dos grupos: en el primero están los actores políticos y en el segundo los espectadores. Los primeros, se conforman de los influyentes de la élite en la conducta de la sociedad, generando temas de interés público y discutiendo entre sí mismos; mientras que el segundo lugar incluye al público y la prensa, quienes han sido testigos del debate y a partir de ahí reflexionan y comunican sus opiniones respecto al tema en cuestión.

- **La importancia de un público**

La ciudadanía es un punto que merece una especial atención, se puede referir a ella también como público o audiencia. Citando a Fernández, ser ciudadano implica tener el poder de desplegar, con la debida precaución legal y política, los derechos humanos primordiales y fundamentales, a su vez que tener que cumplir con algunos deberes políticos y legales Fernández, (2015, p.18). Pero para solicitar dichos derechos y poder dar cumplimiento con las correspondientes responsabilidades es de suma importancia manipular correctamente la información de los acontecimientos políticos de la sociedad en cual el ciudadano vive, haciendo una importante aclaración en este aspecto es importante que el ciudadano se sienta atraído por estos temas.

La ciudadanía es un tema que muchos desconocen o no le prestan atención, pero que surge cuando estallan conflictos sociales, se puede recordar el caso conocido como El Baguazo, conflicto ocurrido en el 2009 bajo el segundo gobierno de Alan García que tiene sus raíces en el Decreto de la Ley de la Selva en el Perú del Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos, el cual daba prioridad y favorecía las empresas transnacionales, las grandes y mineras en el uso del territorio selvático en la explotación de amplios depósitos de petróleo, gas y demás minerales, en agravio de los habitantes de esos sectores.

Durante unas declaraciones a la prensa, el entonces presidente García, se refirió al conflicto expresando “ya está bueno, estas personas no son ciudadanos de primera clase y

siendo 400.000, no le pueden decir a 28 millones de peruanos que no tienen derecho de ir por sus tierras”; aunque en entrevistas posteriores intento negar sus declaraciones alegando haber sido malinterpretado, quedo en evidencia como se mantiene una segmentación social, en la cual se puede sacrificar los derechos de comunidades o pueblos en favor de quienes que son considerados «ciudadanos de primera clase».

Enguix, (2015) señaló que el periodismo político, en su tarea de difundir mensajes a una sociedad libre, transformando a los habitantes en actores políticos, facilitando su interpretación como votantes, a la vez de darles un instrumento fundamental para el ejercicio de la crítica al poder (pp. 63). Aquí se encuentra la falta de la existencia de los expertos de la información, quienes comprometidos a su labor de ofrecer al público un contenido que sea fiel a la realidad, aunque expresada de manera interesante, a la par de la existencia de un público que sea comprometido al periodismo político.

De acuerdo a este aspecto, Jenkins (2008) esclareció que el reto no se encuentra en el aforo de lectura y escritura, sino, en la posibilidad de poder integrarse en los debates sobre temáticas y conocimientos que son notables, así como sobre las diferentes maneras de saber que requieren tanto mandato como respeto. La idea de ciudadanía observante, es dependiente de la evolución de nuevas actividades cooperativas y de la ética de compartimiento de conocimiento compartido, que permita unirnos y ser libres (p. 256).

De acuerdo a Price (1994) indica que en un público atento puede ocuparse tanto en un asunto, que termina pensando sobre él, buscar descubrir el pensamiento de los otros y su manera de aportar ideologías diferentes a lo que debiese hacerse. Solo así el público que comparta estas peculiaridades es capaz de manejar su poder político, de forma clara y concisa y en el tiempo determinado (por ejemplo, las elecciones), o de manera indirecta o continua, a través de las percepciones formadas respecto a los actores políticos que centran condiciones en la respuesta a ellos (p. 106).

Referirse al importe que tiene el nivel de responsabilidad y el participar de las personas dentro del periodismo político, es un tema amplio que es difícil integrarle en unas líneas reducidas. Por el contrario, es un tema que requiere su propio campo de investigación. Llegados a este punto se puede extraer tres ideas fundamentales: primero que el periodismo es una profesión de corte tradicional, segundo, su esencia es política y tercero es que se está al servicio del individuo.

- **Periodismo político**

Es necesario referirse al periodismo político como una especialidad dentro del periodismo, porque la variedad, diversidad y complejidad de la información que se recibe diariamente necesita de una sistematización. Esteve (1999) indica que la especialización periodística permite establecer un posible orden entre los distintos contenidos informados, proporcionando un resumen globalizador (p.6), esto permite que dependiendo del tipo de información que el periodista intente dar a conocer, pueda hacer uso del género periodístico más adecuado para ello.

A continuación, se presentan distintas definiciones para tener un criterio amplio y diversificado sobre esta variable de estudio. Así, Casero y Ripollés (2012), definió al periodismo político como:

La práctica de información, encargada de las acciones realizadas por parte de gobiernos, partidos u organizaciones políticas, operaciones proselitistas, periodos de elecciones y todos los acontecimientos relacionados con la vida cívica y pública. Por lo cual, muestra interés a nivel de la política de institución como la representativa, además pueden ser manifestada a través de manifestaciones sociales o de la sociedad civil en el ambiente político. (p. 19)

En tanto, Giró (2010) define al periodismo político de manera en que las apariciones públicas, campañas, periodos electorales, debates -lo que incluye a lo parlamentario-, tareas realizadas por los gobiernos, así como diatribas y diferentes acciones de los grupos de oposición (p. 81). Pese a esto, Enguix, (2015) da un esclarecimiento concreto, concibiendo al periodismo político como un derivado del periodismo que se encargó de mantener todos los acontecimientos y sucesos políticos fuera de las instituciones políticas, y con acontecimientos directos en el debate político. (p. 31)

- ***El periodismo político especializado***

Quesada (2012) hace una definición que nos indica como el periodismo político, como especialización, es el resultado de una minuciosa aplicación de la metodología de investigación periodística entre los diversos ámbitos de temáticas que dan forma a la realidad en la sociedad, aunque le plantea condiciones por el medio de comunicación utilizado como un canal, con el fin de brindar soluciones y respuestas a los intereses de las audiencias nuevas sectoriales (p. 24).

Diversos autores como Elías, (1999), Mercado (2010), Casero y Ripollés (2012), Dader (2012), Doménech, (2012) y Enguix, (2015) hacen una definición del periodismo político como una especialización del periodismo destacándolo entre las demás especializaciones. Un comentario de Doménech (2012) indica que el periodismo político es una tarea que, tradicionalmente, ha rellenado un espacio y ha pasado con prestigios mayores dentro de los medios de comunicación, siendo una sección resaltante en los diarios, convirtiendo al periodismo político en un área muy deseada en la práctica profesional.

Al desarrollar el periodismo político como una especialización, es necesario indicar los temas que desarrolla. El periodismo político abarca temas variados, poseyendo un amplio campo de acción, así que, para simplificarlo, se debe detallar estas áreas, en función de las descripciones de las fuentes de información recurrentes de un periodista político.

En tal sentido, un componente básico del discurso mediático es la fuente de la información, para el periodismo que se especializa en temas políticos, se diferencian 3 tipos de fuentes: institucionales, partidos políticos e instituciones no políticas:

**Fuentes institucionales:** Enguix (2013) señala que el primer campo de acción de un periodista político es la cobertura a nivel institucional, implicando todas sus actividades en las instituciones políticas. Lo que representa del periodista es que se dedicará en estar pendiente de la planificación y programación de los diferentes actos y decisiones por parte de las instituciones políticas. Se trata, por ende, de las fuentes que se manejan al interior de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial (pag. 26).

El periodista debe estar atento en todo momento, así, en el caso peruano, de los integrantes del Poder Ejecutivo (a saber, del presidente de la República, los ministros de Estado y los organismos públicos); del Poder Legislativo (integrado por los miembros del Congreso) y por quienes conforman el Poder Judicial (Tribunal Constitucional, el Ministerio Público, la Junta Nacional de Justicia, entre otros). Pérez (2008) argumenta que la manera de tratar y sobrellevar la información y el comportamiento frente a las fuentes informativas, son aptitudes que debe poseer el periodista especializado. Para el periodista político, es fundamental tener conocimiento, como mínimo, básico de la forma de funcionamiento de las diferentes Instituciones. Reforzando esta idea, Enguix (2013) apunta que el periodista político necesita el conocimiento de la cinemática detrás de la toma de decisiones institucionales y las consecuencias de la misma, lo que se une a poseer nociones fundamentales del Derecho Constitucional.

**Partidos políticos:** El periodista especializado en política toma como fuente a los directivos y militantes de los partidos políticos. De esa manera, el autor López y Berini (2012), conceptualiza que los medios de comunicación diseñan apartados concretos dentro de los servicios de información para el tratamiento específico de las noticias de campaña. Estas áreas son claramente identificables, puesto que están constantemente monitoreadas por los partidos políticos y son vigiladas tanto por los editores como por los redactores (p. 152). Dentro de la cobertura que se hace a un partido político, refuerza Enguix (2013) la mayor parte del esfuerzo

que realiza el periodista político se dirige a conocer todas las decisiones, debates o intenciones adoptada por la ejecutiva del partido y, especialmente, de su secretario general o presidente (p. 110).

**Instituciones no políticas:** A lo desarrollado por los partidos políticos y de las instituciones políticas, se agrega mayor espacio de cobertura a las actividades que realizan las distintas instituciones que no fueron formadas por la voluntad del pueblo, sino mediante un proceso electoral, marcan un importante papel en momentos específicos dentro del ámbito político, Enguix (2013). Dentro de las instituciones de esta categoría, cabe mencionarse a las congregaciones religiosas (la Iglesia Católica, por ejemplo), organizacionales empresariales, de igual manera los sindicatos y diferentes colectivos sociales e instituciones privadas que en determinados momentos pueden tomar el papel de actores políticos coyunturales que intervengan en el debate político (Enguix, 2015).

- *Periodismo político y democracia*

Luego de haber definido los conceptos de periodismo y periodismo político, es necesario presentar lo concerniente a la democracia y cuan conveniente es el uso para la salud del otro.

Para Fernández (2015), la democracia se convierte en el único sistema político en la cual la ciudadanía tiene un rol importante en la creación de sus instituciones y la autonomía de su forma de gobierno (pp. 17). Para ello, es fundamental el participar de los ciudadanos dentro organizaciones políticas teniendo un papel crítico sobre el desenvolvimiento de los candidatos participantes de la segunda vuelta que defienden posiciones ideológicas de izquierda como de derecha, que para la ciudadanía es un reto decidir por alguno de ellos.

Con una insuficiente participación ciudadana, no es posible platicar sobre la democracia. Kovach y Rosenstiel (2012) argumentan que las concepciones de periodismo y

“democracia” no son fáciles de alejarlas. Así mismo, Casero-Ripollés (2012b) señala que periodismo y política comparten un vínculo muy íntimo que da forma a una relación que es inseparable a la naturaleza de la democracia (pp. 20). En suma, la política es un espacio centrado para el periodismo, ambas tienen una acción dinámica en el desarrollo del país, por estar íntima y complementariamente encaminadas.

Explicando este vínculo, que resurgente entre periodismo político y democracia, se facilita al tomar como antecedente a la Europa de la Ilustración. Como, Enguix (2015) explica, se puede considerar que en esta época es cuando surgen las bases del periodismo político, paralelamente, la aparición del veredicto público, dos aspectos que dieron origen, desde entonces, a que los medios pudieran ejercer cierto grado de influencia sobre las masas. Así, para el siglo XIX, los periódicos fortalecieron su papel pedagógico y adoctrinador, el cual en el futuro se transformaría en la función política.

En la época actual, defiende, Enguix (2015), el periodismo político se transforma en un pilar fundamental para la democracia y la opinión pública, manteniendo los 3 conceptos dentro de la relación interdependiente: el periodismo político, es diferenciado de otras especialidades porque asume el trabajo de entregar a la opinión pública información que le permita reflexionar sobre la actividad política de sus autoridades y el control de estos, y por ende afectando el sistema de la democracia. (p. 62).

Es importante conocer el argumento que Miranda (2007) indica sobre el rol doble que cumplen actualmente los medios de comunicación, por un lado, reclaman ser la defensa de los intereses sociales de cara al poder, especialmente político. Mientras que, otros sostienen, irónicamente, una relación de mutuo beneficio con ese poder (p. 462). Como consecuencia se da origen a dos ideas, la primera considera que, al clamar el periodismo ser defensor de los intereses sociales. Entonces, se sujetará al principio de prolijidad y control de acuerdo a Kovach y Rosenstiel (2012) no está limitado al gobierno, extendiéndose a las instituciones que mantienen poder en la sociedad.

La segunda opción de la relación decanta una surgente relación entre profesionales de la información y quienes ostentan poder, de manera que, como señala Codina (2014) debe mantenerse independiente, señalando la necesidad que la sociedad tiene de contar con instituciones que sean independientes y así puedan ejercer de manera profesional sus competencias (pp. 99). Al respecto, Kovach y Rosenstiel (2012) añaden que es la independencia del espíritu y del pensamiento, la simple neutralidad, que un periodista debería mantener siempre presente (p. 134).

En este punto, se concluye aclarando que el periodismo tiene la tarea de aportar a la democracia y la evolución de quienes viven bajo este sistema. Waisbord (2012) indicó que el periodismo debe ser menos cínico en su tarea de cubrir la política, proporcionando la información necesaria para los ciudadanos, promoviendo la participación, adoptando un pensamiento crítico frente a los poderes políticos y económicos, generar empatía en el público al exponer problemas, y presentar diversas perspectivas y temas.

**2.3.1.2. Teorías.** Las teorías bajo las cuales se desarrolla la investigación son:

- **La Agenda Setting**

Con la Teoría de la Agenda - Setting se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias la lista jerarquizada de los “temas “o “problemas” más importante para la sociedad. El análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los temas que interesan a sus audiencias. (Llamas, 1996, p.1), lo cual es posible de verificar al observar cómo los temas considerados mediáticos o polémicos reciben una gran cobertura por parte de los medios, algo que se aprecia más fácilmente en las noticias de farándula o espectáculos.

Según, Marambio, (2005) refirió que la primera premisa de la agenda, concerniente a los temas, se relaciona con la calidad de concretización de la realidad de los medios, y la segunda premisa, permite alinear la jerarquización de atributos de cada tema, con la lógica de separar lo informativo de lo que no lo es, como herramienta fundamental de la concepción de realidad o más bien, imágenes de realidad.

De esta manera, los diarios postean de forma clara las notas periodísticas de acuerdo a la importancia de sus titulares, amplitud y colocación de estas. Por lo que, los medios de comunicación para realizar imágenes propias de todo el planeta, solamente no solo nos otorgan elementos imprescindibles, sino que de igual modo influyen sobre la preponderancia de los componentes de aquella imagen.

Por lo tanto, los medios son igualmente productores de sucesos de segunda mano, como dijo, Lippmann. Este pseudo entorno significa que los medios de comunicación elaboran imágenes del mundo en los espectadores y los guían, incluso si los indicadores reales apuntasen otra cosa.

Es así, que el presunto de la Teoría de la Agenda-Setting con respecto al público dará importancia a un asunto en relación de la audiencia que haya habido en los medios. Siempre, para abordar la Agenda - Setting se hace a una parte de la ciudadanía una encuesta y de estas se toma una muestra a una cantidad mínima de personas a las que se les pregunta: ¿cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente el país?, fórmula introducida por George Gallup en los años 30. De acuerdo a los resultados que arroje se busca ver la posición relativa que tiene un asunto o más en la agenda del público lector, televidente u oyente. (p. 25)

En el contexto de esta investigación se enmarca dentro de los conceptos de la Agenda Setting, porque la preparación de noticias requiere que los periodistas preparen con antelación una serie de eventos que orienten su trabajo diario. El objetivo es comprender y analizar las preguntas: ¿cuáles temas fueron propuestos por los medios durante el período electoral, que les permitió competir con otros medios para lograr influir en el voto de la ciudadanía?, ¿Cuáles

temas fueron excluidos del panorama político?, y ¿Quiénes son responsables de proponer la agenda?

La Agenda Setting, como teoría, fundamenta que el contenido propagado por los medios de comunicación de grandes flujos de personas genera un gran control sobre el consumidor, esto derivado de la capacidad que poseen la radio, televisión y los medios escritos para recalcar la calidad de la información. En pocas palabras es hacer una selección, mediante la cual se logre difundir información. y cuales se deben sacar por completo el jerarquizado y valorar la calidad de los temas. Al respecto, McCombs (2006) dice que la agenda establecida por los medios de información es convertida en gran medida en la agenda pública, estableciendo relevancia de temas del público, logrando situar un tema específico en su repertorio de manera tal que este se vuelve el foco de su curiosidad y ocupa su pensamiento (p. 25).

Resumiendo, la Agenda Setting establece la teoría que son los medios de comunicación quienes indican a sus audiencias (lectores, televidentes, oyentes) cuáles son los temas sobre los que deben pensar.

- **Teoría del Framing**

La Teoría del Framing, cuya traducción del inglés es “encuadre o enfoque”, establece una base teórica adecuada para el análisis del tratamiento informativo, por parte de los medios, de un proceso electoral. Esta teoría se conecta con la Agenda Setting, pudiendo considerarse como el siguiente paso a su aplicación, aclarando que luego de suministrado los temas, los periodistas construyen los mensajes haciendo énfasis en las dimensiones, características, atributos de la cobertura política, siendo estos mensajes los “frames”.

Los frames muestran presencia en todo el proceso comunicativo (el emisor, el mensaje, el contexto y el receptor). Para el caso del estudio presente, el foco de análisis es los frames alrededor del emisor, usando esta teoría para examinar el enfoque y marco interpretativo que

aplicaron los medios escritos en la cobertura de la segunda vuelta del proceso electoral presidencial del 2021.

Para comprender esta teoría es necesario conocer cómo diferentes autores definen este concepto. Así, Tuchman, (1978) lo menciona haciendo una metáfora, en la que compara la noticia como una ventana por donde observamos la realidad, textualmente: “Pero la vista desde una ventana varía en función de si es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio. La escena también depende de dónde se ubica uno, lejos o cerca, forzando el cuello o mirando sin esfuerzo hacia adelante” (p.1).

Gitlin, (1980) ofrece su definición de los frames, por lo general regulan y organizan su discurso o visión según patrones regulares de información, interpretación, presentación, selección, importancia y exclusión del proceso semiótico (p. 7). Giménez (2006) añadió como complemento que los frames permiten a los periodistas resolver grandes cantidades de información con rapidez y de forma matutina (p. 58).

Hacket (1995) ofrece otra perspectiva al indicar que es la ideología del comunicador la fuente del encuadre, pero solo en términos de influencia mediática sobre el público, aunque Hacket no se refiere a un enfoque intencionado o político, sino más bien de una proyección inconsciente de la manera en que el propio comunicador observa el mundo, es decir su enfoque es ideológico (p. 251-274).

En tanto, para Entman, el frame periodístico se liga a las noticias como una práctica de selección de la realidad. Explica que esto es un proceso de seleccionar aspectos de la realidad percibida y entonces convertirlos en algo más resaltantes en un texto comunicativo (aunque esto dependería del medio comunicativo) de forma tal que promueva una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o la recomendación de un tratamiento para el asunto descrito (Entman en Dettleff y Olivera, 2001, p.102).

Tankard hace una propuesta más metodológica en la que concibe que hacer un encuadre de una información noticiosa implica: a) hacer un enfoque sobre el tema de cierta manera y perspectiva; b) fijar una agenda de atributos; c) hacer una selección de ciertas palabras claves que sirvan para formar un discurso; d) la manipulación de la salida de ciertos aspectos (haciendo énfasis en alguno de ellos); e) tener una idea que sirva de centro y permita organizar la construcción de la historia informativa. (Igartua, et al, 2004, p.3)

Estas definiciones proporcionadas por diversos autores permiten entender que, son los profesionales de la información quienes selectivamente organizan y delimitan la realidad para la construcción de noticias. Dentro del estudio, la selección de la realidad, cobra importancia porque permite determinar lo que se elige y a qué se le da mayor valor en la efervescencia de un proceso electoral, ¿enfocarse en los Programas de gobierno? ¿Cuáles son las cualidades de los candidatos? ¿La trayectoria política de los candidatos? ¿Existencia de problemas judiciales o antecedentes de corrupción? Es labor del periodista determinar qué aspectos de la realidad se excluyen. Como dice Sádaba (2004), los encuadres son aproximaciones interpretativas de la realidad, son el producto del trabajo de los periodistas, inmersos en unas circunstancias profesionales concretas y en un proceso de comunicación no siempre interpersonal (p.5).

El proceso político en el contexto de las elecciones suele ocurrir porque las noticias giran en torno a los candidatos y no a los políticos, lo que implica una imagen negativa, positiva o negativa de los candidatos tal como se ve en los medios.

### **2.3.2. Bases teóricas de las subcategorías**

**2.3.2.1. Discurso Político.** Existen términos que son confundidos con el discurso: debate, negociación, exposición, argumentación, retórica, diálogo, monólogo, entre otros; pero lo que se entiende como discurso tiene un origen lingüístico, aunque es más que solo eso, teniendo un significado muy amplio y, a la vez, operativo y poderoso, tanto para entender lo que ocurre como para intervenir en ello. Se debe considerar dos aspectos, entrelazados a la naturaleza humana, que permiten entender qué cosa es el discurso: las personas somos seres sociales y lingüísticos.

Es necesario entender que nacemos y desarrollamos en una sociedad, a partir de la cual formamos nuestros conocimientos, moral, pensamientos, principios, hábitos y lenguaje. Éste no es un compartimiento estático, sino, que está unido a todo lo demás. El lenguaje (que incluye a las palabras, gestos, uso de símbolos diversos) da forma al pensamiento, permitiendo la comunicación, dándole significado a la realidad y también nutriéndose de cuanto va cambiando y evolucionando; los seres humanos hemos nacido y nos comportamos en este entorno complejo y simbólico.

En términos generales, qué es el discurso, es posible profundizar en una variante por dar una clasificación, que es el discurso político. Noureddine Achiri, en un artículo dentro de la revista *Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad*, lo define como al conjunto de estrategias que un orador, utiliza cuando se dirige a un auditorio a fin de modificar el juicio, de ese mismo auditorio sobre una situación.

Pero ¿qué significado se le puede dar a estas palabras dentro del contexto de nuestra realidad? E común de las personas, asocia el discurso político con los periodos electorales, especialmente con los mítines de campaña, en el cual el candidato expone sus planes de gobierno con el fin de atraer a la mayor cantidad de votantes.

Dentro del contexto de la presente investigación se ha considerado como los temas más comunes de los discursos políticos los siguientes temas:

- **Política Económica:** La definición se puede encontrar en el sitio web del Ministerio de Economía y Finanzas, donde se define como las directrices e instrucciones del gobierno y la dirección de la economía nacional, describe el sistema general que promueve la higiene, de acuerdo con el desarrollo general, aspectos y herramientas importantes relacionados con el sistema financiero nacional, el gasto público, los negocios gubernamentales, los negocios internacionales, la educación y la producción. Todo ello tiene como objetivo crear una regulación razonable y universal que permita el desarrollo de políticas

sociales, económicas y territoriales.

- **Gobernabilidad:** Significa, en un sentido general, generar las condiciones adecuadas para que el Estado, la sociedad civil y las empresas puedan movilizar con eficiencia sus recursos hacia el cumplimiento de ciertas metas definidas como desarrollo; y distribuir equitativamente los resultados de la actividad económica.
- **Política Pública:** Son acciones de gobierno, que tienen el propósito de dar respuestas a las diversas demandas de la sociedad, pudiendo ser entendidas como el uso estratégico de los recursos del estado para aliviar los problemas nacionales.
- **Opinión:** En forma literal, opinión es el dictamen o juicio particular que se tiene sobre algo, alguien o sobre alguna cuestión. En otras palabras, es la forma de juzgar sobre un asunto en específico. Otras definiciones lo establecen como el pensamiento de un individuo expuesto sobre algún tema. Puede entenderse también como la forma para describir el concepto o fama en que se tiene a una entidad o cosa. Es interesante observar cómo el término abarca distintos significados, aunque todos relacionados entre sí, ya que siempre refieren a un punto de vista personal.

**2.3.2.2. Géneros periodísticos.** En términos sencillos, los géneros periodísticos son una clasificación de las distintas formas de presentar una noticia al público de la manera más adecuada y objetiva posible, además que poseer como características:

- Trata temas de actualidad.
- Informa de manera objetiva usando datos cualitativos.
- Transmite la opinión fundamentada de un periodista o especialista sobre un tema.
- Refleja la ideología del medio.
- Tiene la capacidad de actuar como reflejo o de influir en la opinión de las

masas.

En la realización de esta investigación se ha considerado los siguientes géneros:

- **Entrevista:** Este género es un intercambio de ideas u opiniones que se da, generalmente, mediante una conversación entre dos o más personas, centrada en una cuestión determinada. Dentro de una entrevista se pueden diferenciar dos roles:
  - El entrevistador, tiene la función de conducir la entrevista y plantea el tema a tratar haciendo preguntas. A su vez, es responsable de dar inicio y cierre a la entrevista.
  - Entrevistado, es aquel que acepta, de manera voluntaria, someterse al interrogatorio del entrevistador.

En el medio periodístico son una herramienta y medio testimonial que permite dar credibilidad a un cierto reportaje o análisis. Es habitual que se empleen como introducción a un tema o como material para una investigación o un análisis determinado.

- **Reportaje:** El reportaje es un género periodístico que recompone sucesos de carácter noticioso y los divulga con fines informativos. Se espera, que un reportaje muestre un buen nivel de análisis y una comprensión profunda del tema en cuestión, confiriendo cierto nivel de protagonismo al autor.

Los reportajes generalmente son acompañados de entrevistas u otro tipo pistas informativas. Es considerado un ejemplo del periodismo de investigación.

Todo reportaje debe poseer dos grandes virtudes, en principio:

- Exhaustividad, es necesario que un reportaje agote todas las fuentes disponibles sobre un tema o bien delimite el marco informativo del cual obtiene información.
- Objetividad, aunque éste es un punto cardinal en el periodismo, un reportaje debe mostrar una cierta sinceridad con respecto a sus fuentes, la propia investigación y su desarrollo del tema. Eso no es contradictorio a la toma de una postura o la elaboración de una reflexión, pero si requiere un abordaje ético e informado sobre el tema.
- **Noticia:** La noticia, como género periodístico, se define como un texto breve informado sobre un hecho reciente. En ella no se exponen opiniones personales del autor y conforma la mayor parte de los escritos que encontramos en la prensa escrita, respondiendo a las seis preguntas básicas: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? y ¿por qué?
- **Columna de opinión:** es un género de prensa escrito, publicado de forma periódica en un diario o revista, en la que se ofrece una opinión o punto de vista sobre un tema de actualidad por parte del mismo autor. Puede publicarse de forma diaria, semanal, quincenal o mensual.

Si esta no se repite, recibe el nombre de comentario y si expone la posición oficial del medio de comunicación y no lleva una firma se le llama editorial.

**2.3.2.3. Fuentes.** La fuente no es sólo el origen de la información y el aval de su fiabilidad, sino que se convierte en el eje del relato periodístico. Para el desarrollo de esta investigación se ha considerado los siguientes tipos de fuentes:

- **Oficiales:** Es aquella que depende de una administración pública directamente

y que, en cada caso, está directamente relacionada con la cuestión de la que se quiere informar. Como por ejemplo información proporcionada por agencias policiales, gubernamentales o judiciales.

- **Propias:** Las fuentes propias son aquellas a las que recurre el propio medio para obtener información, son consideradas como de mayor importancia por los periodistas pues permite obtener información más provechosa y de mayor importancia.

**2.3.2.4. Recursos de Imagen.** Un punto importante en el ejercicio del periodismo es el uso de los recursos de imagen, como complemento de la noticia presentada, considerándose para el desarrollo de esta investigación las siguientes:

- **Fotografía:** En el medio periodístico es el elemento más utilizado para dar un refuerzo a las noticias, tal es su importancia que posee su propia rama de especialización dentro del periodismo, llamado “fotoperiodismo”.
- **Infografía:** Es un elemento periodístico utilizado para resumir y presentar información, su intención es didáctica siendo un medio de transmitir información gráficamente de una forma más dinámica, viva e imaginativa que la meramente tipográfica, pues facilita la memorización rápida del tema en cuestión.
- **Portada:** De forma estructural es la parte frontal de los diarios, la portada de un diario es fundamental para sintetizar el contenido y el orden de la información publicada, lo cual es determinante para despertar el interés y atraer la atención de lectores.

## 2.4. Definición de términos básicos

**Agenda:** Hace referencia a una lista de asuntos o temas. Estos temas se construyen con base en eventos, por ejemplo, la educación como tema, se construye a partir de múltiples

eventos tales como discursos públicos, manifiestos políticos, dichos de autoridades en la materia, manifestaciones, etc. Ahora bien, en la Teoría de la Agenda - Setting, el desarrollo conceptual y metodológico se generó con el estudio de la agenda de los distintos actores sociales. Entre las agendas estudiadas en las investigaciones sobre Agenda Setting es posible mencionar tres principales: la agenda mediática, la agenda pública y agenda política.

**Agenda Pública:** Lista de temas que el público considera importante. La manera convencional de medir la agenda pública es mediante encuestas en las cuales las personas responden la siguiente pregunta abierta: “¿cuál es el problema más importante del nuestro país actualmente?” (Zhu y Blood, 2002).

**Agenda de los Medios:** Lista de temas con cobertura mediática. En los estudios de Agenda Setting se suelen seleccionar los medios que los 31 autores consideran más importantes.

La agenda de los medios es medida tomando en cuenta la frecuencia y prominencia en la cobertura mediática de un tema, considerando factores como el espacio utilizado en las notas periodísticas, el tiempo al aire en televisión o por el lugar que ocupa el tema en un diario o programa (Zhu y Bloos, 2002).

**Periodismo político:** Práctica informativa que se ocupa de la actividad de los gobiernos, los partidos y las organizaciones políticas, las campañas políticas, las elecciones y todos aquellos acontecimientos que estén relacionados con la responsabilidad pública. Por lo tanto, presta atención tanto a la política institucional como la extra representativa, como las protestas, las manifestaciones, las acciones de los movimientos sociales o de la sociedad civil en el plano político. (Casero y Ripollés, 2012, p. 19)

---

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Las categorías

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

La presente tesis de investigación pertenece al tipo cualitativo, por lo cual se identifica como única variable de investigación el “Tratamiento Periodístico Político”. Realizar la definición de esta variable, facilitando su comprensión, separando la variable en dos elementos:

- **Tratamiento periodístico**

Es un análisis de cómo está estructurada una noticia hacia sus espectadores, lectores u oyentes. Desde la elección del tema, la entrevista a las fuentes, cómo se presenta el inicio, el desarrollo de la noticia y la parte final. Para Morin, (2009), “es el modo en que los medios eligen la información; la transforman en imágenes y en textos, la ubican en las páginas y la ponen en circulación. Es un sistema diseñado para analizar diferentes tipos de información” (p.3.)

Así mismo, para los periodistas el tratamiento informativo debe incluir el amplio conocimiento de los acontecimientos, diversas fuentes, ofrecer datos e información comprensible para las audiencias, etc. Alcoceba (2004). Desde otro punto de vista, es importante aclarar que durante el tratamiento es fácil caer en el sensacionalismo si el desarrollo de la información se centra más en las personas que en los hechos informativos en sí, por eso es importante establecer qué aspectos y cómo se van a desarrollar (Martínez, 2011).

- **Periodismo político:**

Salvador (2013) subraya que el periodismo político, en particular, constituía el núcleo de la profesión. Con respecto a esto, Zygmunt Bauman denomina la modernidad sólida y líquida, la cual, si es llevada al ámbito de la información política, nos estamos refiriendo a una sociedad centrada en el Estado, pero en una sociedad moderna esto no puede permanecer importante por mucho tiempo.

Tomemos como ejemplo la Segunda Guerra Mundial, donde la política cumplía una función central de la sociedad. El periodista especializado en la política, en aquel entonces respetado ámbito profesional, porque se le consideraba como un medio representativo de los asuntos públicos más importantes. Según Enguix (2013), el periodismo político exige del informador un nivel de especialización diferente del resto de áreas temáticas del periodismo: economía, cultura, deporte, internacional o incluso social. Y consideramos que la especialización del periodismo político exige que el periodista tenga un nivel de conocimiento de la realidad, que requiere también datos específicos de esta área, lo cual se relaciona directamente con los criterios que también se deben manejar al momento de redactar una noticia.

Entendiendo estos dos conceptos, entendemos que el tratamiento periodístico político, es una estructuración de una noticia de contenido político, de forma tal que sea entendida por los consumidores del medio de información (radioyentes, espectadores o lectores).

### 3.1.2. Operacionalización de las categorías

<b>CATEGORÍA 1: TRATAMIENTO PERIODÍSTICO POLÍTICO</b>				
<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>ITEMS</b>	<b>TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>
Tratamiento Periodístico Político	Discurso	Política Económica	¿Presenta de forma clara las propuestas económicas de los candidatos?	Observación y Análisis documental  Ficha de observación
		Gobernabilidad	¿La política de gobierno de los candidatos son presentadas de forma clara?	
		Política publica	¿Las propuestas de políticas públicas de los candidatos son presentadas de forma clara?	
		Opinión	¿Los candidatos pueden expresar sus opiniones personales	
	Géneros periodísticos	Entrevista	¿Es usada la entrevista para mejorar o dañar la imagen de alguno de los candidatos?	
		Reportaje	¿El reportaje es usado para mejorar o dañar la imagen de alguno de los candidatos?	

		Noticia	¿Las noticias proporcionadas por los medios mejoran o dañan la imagen de alguno de los candidatos?
		Columna de opinión	¿Las opiniones expresadas en los medios mejoran o dañan la imagen de alguno de los candidatos?
	Fuentes periodísticas	Oficiales	¿Puede identificarse el uso, por el medio, de fuentes oficiales para obtener información?
		Propias	¿Puede identificarse el uso, por el medio, de fuentes propias para obtener información?
	Recursos de imagen	Fotografía	¿La fotografía presenta una perspectiva favorable o desfavorable sobre algún candidato?
		Infografía	¿El contenido de las infografías presenta una perspectiva favorable o desfavorable sobre algún candidato?
		Portada	¿Las portadas tratan de forma favorable o desfavorable a algún candidato?

## **3.2. Tipo, nivel y diseño de investigación**

### **3.2.1. Tipo de investigación**

Corresponde a una investigación básica, pues su objetivo es incrementar nuevos conocimientos a partir de la información que se obtiene de la realidad. Al respecto Baena (2014) señala que es el estudio de un problema, destinado exclusivamente a la búsqueda de conocimiento (p. 11).

En lo corresponde al enfoque de investigación, el presente estudio tiene carácter cualitativo, debido a que su procedimiento, no incluye índices estadísticos.

### **3.2.2. Nivel de investigación**

El nivel de la investigación es descriptivo, al respecto Hernández et al. (2014) indica que los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos. Es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

La presente investigación responde a dicha interpretación, pues analiza la manera cómo se desarrolló el tratamiento periodístico durante el periodo de la segunda vuelta electoral presidencia entre los candidatos Keiko Fujimori (Fuerza Popular) y Pedro Castillo (Perú Libre).

### **3.2.3. Diseño de investigación**

El diseño de la investigación corresponde a un estudio de carácter no experimental, debido a que no hay posibilidades del manejo de variables, sino más bien se limitara al

análisis y descripción de hechos ya consumados, como es el tratamiento periodístico político, para lo cual se utilizaron dos técnicas, como es el análisis de contenidos y la observación.

### 3.3. Población y Muestra

#### 3.3.1. Población

La población del estudio está conformada por los diarios limeños de edición impresa y que tienen alcance nacional.

#### 3.3.2. Muestra

La muestra corresponde a un total de 50 ediciones de los diarios, las cuales han sido seleccionadas de manera interdiaria, distribuidas en 25 ediciones del El Comercio y 25 ediciones de La República, comprendidos en el periodo de los meses de mayo y junio de 2021, de la segunda vuelta electoral presidencial.

- Caracterización de los diarios El Comercio y La República

	El Comercio	La República
Historia	Fundado por Manuel Amunátegui y Alejandro Villota el año 1839, por ello es tanto el más antiguo del país como el que más tiempo en vigencia y circulación mantiene. Considerado como uno de los	Fundado en 1981, por su primer director Gustavo Mohme, quien inicialmente tuvo la intención de publicar una revista de corte progresista con tendencias de izquierda, pero por persuasión de

	diarios en lengua española más antiguos y uno de los periódicos de referencia en la política peruana. Realiza una tirada promedio de cien mil ejemplares diarios.	sus amistades modifico su idea inicial.
Primera Impresión	La primera impresión del diario tiene fecha del 4 de mayo de 1839.	La primera edición del diario está fechada el 16 de noviembre de 1981.
Formato	Berlines, Este formato de periódicos posee páginas que miden aproximadamente 315 × 470 mm. El formato berlinés es ligeramente más alto y marginalmente más ancho comparado a los formatos compacto y tabloide; siendo más angosto y corto que el formato Broadsheet.	Berlines, Este formato de periódicos posee páginas que miden aproximadamente 315 × 470 mm. El formato berlinés es ligeramente más alto y marginalmente más ancho comparado a los formatos Compacto y Tabloide; siendo más angosto y corto que el formato Broadsheet.
Precio	S/3 (lunes a viernes) S/4 (sábados y domingos)	S/1,50 (lunes a sábado) S/2,50 (domingos)
Propietario	Familia Miro Quesada Grupo El Comercio	Grupo La Republica Publicaciones S.A.
Postura Política	Centro derecha a Derecha	Centro izquierda a Centro derecha
Ideología Política	Conservadurismo liberal Liberalismo económico Liberalismo conservador Anticomunismo Nacionalismo	Progresismo Antifujimorismo Republicanismo Socioliberalismo Socialdemocracia Liberalismo cultural

### **3.3.3. Muestreo**

El muestreo obedece a la técnica del muestreo no probabilístico, es decir el número de la muestra fue determinada por el autor de la investigación, en razón de las características y por la conveniencia del estudio.

## **3.4. Métodos de investigación**

Entre los métodos que se consideran para desarrollar esta investigación figuran: El método inductivo, analítico y comparativo.

A partir del método inductivo se observará la presentación de la noticia mediante cada uno de los géneros periodísticos en los diarios El Comercio y La República para señalar el criterio uniforme que permite efectuar la interpretación.

El método analítico permitirá discriminar la presentación de las notas informativas formulando las interrogantes ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Cuánto?, ¿Dónde?

El método comparativo facilitará en identificar las características o tratamiento periodístico semejantes o diferentes que se dan entre los diarios cuyos géneros periodísticos serán analizados.

## **3.5. Técnicas e instrumentos cualitativos de recolección de datos**

### **3.5.1. Técnicas**

Las técnicas por utilizar son: el análisis de contenido, una herramienta de gran utilidad basada en el análisis e interpretación de fuentes documentales y en identificar

códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido manifiesto, el contexto en el que surge y desarrolla el mensaje, para descubrir y evidenciar sus contenidos latentes. El objetivo es conocer no sólo lo que se transmite literalmente, sino todo aquello que pueda influir o condicionar el mensaje implícitamente.

### **3.5.2. Instrumentos (Validez cualitativa o rigor científico)**

La recolección de datos se realizó con una ficha de observación y una entrevista semi estructurada como elementos que permiten analizar de forma más profunda el contenido de las noticias.

La valides cualitativa de los instrumentos se realizaron a través de una ficha de juicio de expertos cuyo resultado arrojó un índice de 41, equivalente a valido – aplicar, (ver anexo) la misma que se realizó con la participación de tres especialistas:

- Mg. Edwin Alarcón La Torre
- Mg. Edgar Dávila Chota
- Mg. Lourdes Rivera Calero

### **3.6. Técnicas de procesamientos de datos**

Para el procesamiento de la información recabada, se recurrió a la técnica de la matriz de datos, que permitió el análisis e interpretación de los resultados de las fichas de observación, y para las entrevistas se utilizó también una matriz de respuestas, a fin de realizar el análisis e interpretación correspondiente.

## CAPÍTULO IV

### DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

Considerando los objetivos trazados en el desarrollo de la investigación, se expone en las siguientes tablas los resultados del análisis de las fichas de observación aplicadas a la muestra de estudio, comprendidas entre los días 12 de abril al 31 de marzo del 2021.

#### 4.1. Diario El Comercio

Se expone en las siguientes tablas los resultados generales de las fichas de observación aplicadas al diario El Comercio, en las ediciones comprendidas entre los días 12 de abril al 31 de marzo del 2021.

VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB-DIMENSIÓN	MENCIONES	DESCRIPCIÓN
Tratamiento Periodístico Político	Discurso	Política Económica	11	En lo analizado de los meses de abril y mayo, se pudo observar que los candidatos presidenciales Keiko Fujimori y Pedro Castillo tuvieron amplia cobertura por parte del diario El Comercio, donde pudieron exponer ampliamente sus propuestas políticas públicas y económicas. En cuanto al tema de gobernabilidad ambos candidatos se refirieron
		Gobernabilidad	5	
		Política Publica	8	
		Opinión	25	

				en pocas ocasiones al respecto de ese tema, mientras que en lo referente a su discurso de opinión tuvieron libertad de expresión por parte del medio.
Géneros Periodísticos	Entrevista	6	Los géneros periodísticos utilizados, por el medio demuestran que los candidatos pudieron exponer su campaña a través de entrevista, reportaje y en notas informativas. Resalta que la columna de opinión en cada edición fue realizada por expertos en el tema, los cuales mostraron imparcialidad respecto a cada candidato.	
	Reportaje	5		
	Noticia	25		
	Columna de opinión	25		
Fuentes	Oficiales	24	Respecto al uso de las fuentes, se recurrieron tanto a las Oficiales como a las Propias, demostrando el deseo de obtener información más completa y veraz.	
	Propias	25		
Recursos de Imagen	Fotografía	25	Por último, a lo que se refiere a recursos de imágenes, resalta el uso	

		Infografía	15	de fotografías alusivas a cada nota referente a la campaña y respetando la libre expresión de expertos y candidatos.
		Portada	15	

#### 4.2. Diario La República.

Se expone en las siguientes tablas los resultados generales de las fichas de observación aplicadas al diario La República, cuyas ediciones están comprendidas entre los días 12 de abril al 31 de marzo del 2021.

VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB-DIMENSIÓN	MENCIONES	DESCRIPCIÓN
Tratamiento Periodístico Político	Discurso	Política Económica	6	El análisis de las fichas de observación demuestra que el discurso de opinión fue el de mayor peso en el tratamiento periodístico, muy por delante de temas como la Política Económica, Política Pública y Gobernabilidad, los cuales apenas desarrollan ambos candidatos.
		Gobernabilidad	3	
		Política Pública	6	
		Opinión	25	
	Géneros Periodísticos	Entrevista	14	Con respecto a los géneros periodísticos usados por el diario se

		Reportaje	5	observó el uso extensivo de notas informativas y columnas de opinión, en las cuales expertos expresaban preocupación por las fallas de cada candidato y opiniones sobre sus planes de gobierno.
		Noticia	25	
		Columna de opinión	25	
	Fuentes	Oficiales	5	Se demostró que el medio prefirió recurrir a uso de las fuentes propias, por sobre las fuentes oficiales, para el desarrollo de la noticia.
		Propias	25	
	Recursos de Imagen	Fotografía	25	La fotografía, fue el recurso de imagen más utilizado, siendo aplicado de forma clara y ecuánime, mientras que fueron pocas las portadas que resaltaban la Segunda vuelta electoral presidencial 2021, las infografías se apreciaban en forma intercalada.
		Infografía	12	
		Portada	14	

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1. Interpretación de resultados

##### 5.1.1. *El Comercio*

- **Dimensión Discurso:**

De la observación realizada al diario El Comercio, en el periodo de tiempo que abarca desde el 12 de abril hasta el 31 de mayo, se detalla que el indicador más resaltante es la temática discursiva de Opinión (25), siendo que los demás indicadores tienen menor referencias: Política Económica (12), Política Pública (9), Gobernabilidad (6). De lo cual se desprende que el diario El Comercio en el caso de la Segunda vuelta de la elección presidencial 2021, en el tratamiento periodístico político su temática principal estuvo orientada sobre la opinión de los candidatos. Se puede interpretar que darle mayor importancia a la opinión se debe a que los electores, al momento de formar sus propias opiniones y decidir a quién apoyar, dan mayor importancia a las declaraciones y expresiones de los candidatos, de tal manera que pueden determinar si se identifican con él o ella. Al dar prioridad al sentimiento de identificación, se relegan aspectos que en realidad son cruciales para la vida democrática como la gobernabilidad, el cual obtuvo pocas menciones, basta observar las más recientes presidencias, para notar como los presidentes recientes, han sufrido de crisis de Gobernabilidad debido a su incapacidad de dar solución a las demandas sociales, lo cual causa la pérdida de la lealtad de las masas y apoyo a las autoridades.

- **Dimensión Géneros Periodísticos**

Del análisis de las fichas de observación, se evidencia que los géneros periodísticos más utilizados en el tratamiento periodístico fueron los de Noticia (25) y Columna de Opinión, (25) cada uno, en cuanto a los demás géneros fueron: Entrevista (7) y Reportaje

(6). Lo que indicaría que este diario en la segunda vuelta electoral presidencial 2021, en el tratamiento periodístico político en cuanto a géneros periodísticos utilizó principalmente la Noticia y las Columnas de Opinión. Los resultados de la observación de las ediciones de El Comercio, arrojan que los géneros de Noticia y Opinión, fueron igualmente importantes en el tratamiento periodístico, puede interpretarse que la Noticia, permitió que los electores se mantuvieran informados de los acontecimientos que rodeaban a los candidatos, mientras que las Columnas de Opinión permitieron que líderes de opinión y profesionales expresaran sus puntos de vista al respecto de algún tema importante. No debe interpretarse que la Entrevista y el Reportaje, al ser menos utilizados son menos importantes, sino, que se aplicaron en dar un mejor desarrollo a temas de mayor profundidad y complejidad.

- **Dimensión Fuentes**

Por otro lado, lo que se refiere a fuentes periodísticas utilizadas se observó que el uso de Fuentes Propias alcanzó (25) mientras que el uso de las Fuentes Oficiales arrojó (24). Lo que indica que el diario El Comercio en la Segunda vuelta electoral presidencial 2021, en el tratamiento periodístico político mantuvo un uso equitativo de las Fuentes Periodísticas. El uso de las Fuentes Periodísticas, es fundamental para el ejercicio periodístico, pues permite obtener información más veraz y certera, lo que se traduce en ofrecer información menos tendenciosa o propensa a errores de juicio; así, al recurrir tanto a las fuentes oficiales como las Fuentes Propias, el medio demuestra una clara intención de ofrecer la mejor información con la menor cantidad de errores.

- **Dimensión Recursos Gráficos**

Referente a recursos de imagen, el indicador utilizado con mayor frecuencia que se pudo observar fue el de Fotografía (25), seguido de Infografía (15) y Portada (15). Estos resultados indican que El Comercio en la Segunda vuelta electoral presidencial 2021 en el tratamiento periodístico político dio preferencia a la Fotografía como recurso de imagen. La importancia de la Fotografía, como medio de contextualizar la información que se ofrece a

los lectores, justifica que sea el Recurso de Imagen más utilizado en el tratamiento periodístico de la Segunda vuelta electoral presidencial 2021; mientras que la importancia de la Infografía radica principalmente en su carácter didáctico para explicar datos y gráficas, y la portada tiene como objetivo atraer lectores al representar un resumen del contenido más importante del diario.

### **5.1.2. *La República***

- **Dimensión Discurso:**

De la observación realizada al diario La República en las ediciones del 12 de abril hasta el 31 de mayo del 2021, el indicador resaltante es la temática discursiva de Opinión (25), siendo que los demás indicadores poseen una menor referencia: Política Económica (6), Política Pública (6), Gobernabilidad (3). Estos resultados indican que el diario La República en su tratamiento periodístico político en el caso de la Segunda vuelta electoral presidencial 2021, da mayor importancia a la Opinión, lo cual se debe a que los electores, al momento de formar sus propias opiniones y decidir a quién apoyar, dan mayor importancia a las declaraciones y expresiones de los candidatos, de tal manera que pueden darse cuenta si se identifican con él o ella. Al dar prioridad al sentimiento de identificación, se relegan aspectos que en realidad son cruciales para la vida democrática como la Gobernabilidad, basta observar las más recientes presidencias, para notar cómo los presidentes recientes, han sufrido de crisis de Gobernabilidad debido a su incapacidad de dar solución a las demandas sociales, lo cual causa la pérdida de la lealtad de las masas y apoyo a las autoridades.

- **Dimensión Géneros Periodísticos:**

Respecto a los géneros periodísticos los indicadores resaltantes fueron los de Noticia (25) y Columnas de Opinión, (25) en igual medida cada uno, en cuanto a los demás indicadores: Entrevista (14) y Reportaje (5). Lo que indicaría que este diario en su tratamiento periodístico político de la Segunda vuelta electoral presidencial 2021, consideró

que los géneros de noticia y opinión, fueron igualmente importantes, esta importancia se deriva que la noticia, permitió que los electores se mantuvieran informados de los acontecimientos que rodeaban a los candidatos, mientras que las Columnas de Opinión permitieron que líderes de opinión y profesionales expresaran sus puntos de vista al respecto de algún tema importante. No debe interpretarse que la Entrevista y el Reportaje, al ser menos utilizados son menos importantes, sino, que se aplicaron en temas de mayor profundidad y complejidad.

- **Dimensión Fuentes:**

En lo referente a las fuentes periodísticas el mayor indicador que se pudo observar fue la utilización de Fuentes Propias, que alcanzó (25) y con respecto al uso de Fuentes Oficiales este arrojó cinco. Con lo cual se puede observar que el diario La República en la Segunda vuelta electoral presidencial 2021, en el tratamiento periodístico político, recurrió principalmente al uso de fuentes periodísticas propias. Esta preferencia por las Fuentes Propias, por sobre las Fuentes Oficiales, puede interpretarse como una desconfianza a la información que los canales oficiales ofrecen, tales como no considerarlos exactos, ser parciales, ser incompletos o directamente falsos, motivo por el cual, el medio recurrió a buscar la información por sus propios medios.

- **Dimensión Recursos De Imagen:**

En cuanto a los recursos de imagen, el indicador de mayor frecuencia observable fue Fotografía (25), seguido de Infografía (12) y Portada (12). Esto indica que La República en cuanto al tratamiento periodístico político en la Segunda vuelta electoral presidencial 2021, dio mayor uso a la Fotografía, como principal recurso de imagen. La importancia de la Fotografía, como medio de contextualizar la información que se ofrece a los lectores, justifica que sea el Recurso de Imagen más utilizado en el tratamiento periodístico de la Segunda vuelta electoral presidencial 2021. Por otro lado, la importancia de la Infografía radica principalmente en su carácter didáctico para explicar datos y gráficas, y la portada

tiene como objetivo atraer lectores al representar un resumen del contenido más importante del diario.

## **5.2. Discusión:**

En lo que respecta al objetivo general de la investigación, se ha podido establecer que los diarios La República y El Comercio, en su tratamiento periodístico político se han enfocado en presentar de manera objetiva priorizando sus opiniones, acotados por la presentación de noticias de los acontecimientos alrededor de los candidatos, contextualizados además por recursos fotográficos. Estos resultados se corroboran por lo encontrado por Guillen (2020), quien, en su estudio comparativo de ambos diarios, expresa que: para desarrollar sus contenidos, en ambos diarios el estilo periodístico fue hasta cierto punto similar, pues ambos diarios privilegian las noticias, recurrieron a fuentes primarias, como declaraciones, hechos acontecidos, contratiempos sucedidos, entre otros. Además del uso de recursos fotográficos.

Sobre el objetivo específico referente al discurso político, se establece que ambos diarios expresan una temática discursiva de opinión, mostrando imparcialidad, sustentada en ofrecer amplia cobertura de los acontecimientos, en busca de orientar la opinión pública, respecto de los candidatos. Estos datos se contradicen con lo obtenido por Portocarrero (2020), en su investigación de comparar el discurso periodístico relacionado con la campaña para la alcaldía de Lima 2018 en los periódicos La República y El Comercio e identificar la utilización la posverdad en las noticias, mencionando como conclusión que en la “información en notas periodísticas , se desfavorecía a los candidatos Belmont y Urresti con una mala crítica no evidente, aprovechando los mecanismos de la posverdad para ocultar u ofuscar información, lo que puede confundir a la opinión pública y el posicionamiento de los candidatos, mostrando una crítica constante al candidato, así como informaron sobre los aspectos negativos de sus candidaturas”. Lo cual indica la necesidad de ampliar este tipo de estudios, en tiempo de elecciones, con el fin de preservar la objetividad y la imparcialidad de los medios de información.

De la categoría géneros periodísticos, como objetivo específico se estableció que las noticias periodísticas, fueron las más recurrentes, junto a las columnas de opinión, buscando mantener informado al público de los acontecimientos que rodean a los candidatos, y de otro lado permiten que los líderes de opinión expresen sus puntos de vista sobre temas importantes de las elecciones. Estos datos encuentran sostenimiento en lo encontrado por Muñoz, (2021), cuyo objetivo fue Analizar el tratamiento de información de la Elección Municipal de Lima, 2018, de las notas de los periódicos El Comercio y La República. Indicando como resultados más sobresalientes que el tratamiento informativo de ambos medios sobre este proceso electoral fue muy similar, Ambos dieron mayor cobertura noticiosa a los candidatos que según encuestas estaban mejor posicionados. En lugar de discutir los temas de interés para los electores, concentraron su información en la rivalidad entre los candidatos.

Respecto del objetivo específico sobre el uso de fuentes periodísticas se encontró que se privilegia la recurrencia a fuente propias, es decir buscan la información directa, para mantener la certeza y veracidad de los acontecimientos, evitando de ese modo, errores de juicio o especulación. Guillén, (2020), como objetivo: comparar la forma del tratamiento en el periodismo relacionado directamente a la muerte del expresidente Alan García Pérez realizado en los diferentes modelos digitales de los diarios La República y El Comercio, señalando entre sus conclusiones que “En lo referente al lenguaje periodístico los medios usaron distintos recursos para desarrollar sus contenidos, en ambos diarios el estilo periodístico fue hasta cierto punto similar, pues ambos diarios recurrieron a fuentes primarias, como declaraciones, hechos acontecidos, contratiempos sucedidos, entre otros”

En cuanto al objetivo específico de la categoría recursos gráficos se encontró que ambos diarios privilegian el uso de los recursos fotográficos, buscando contextualizar adecuadamente la información brindada, así como el uso de infografías en menor medida. Estos datos son corroborados por Chavarry (2020), quien señaló como objetivo: Determinar el trato de información periodística políticas, en el Diario Perú21 durante el proceso de las elecciones presidenciales 2016, En cuanto a los recursos gráficos, se puede concluir que el diario Perú21 abundo en fotografiar a la candidata Keiko Fujimori, pero esto no es más importante del contenido informativo. El estudio encontró que no se utilizaron infografías

para explicar las estadísticas que mostraban que había interés en ocultar las preferencias de los principales candidatos en las encuestas de intención de voto durante la segunda vuelta de las elecciones de 2016.

Respecto de las entrevistas realizadas, en relación a la discusión se puede señalar lo siguiente:

Mario Cortijo Escudero, periodista del diario El Comercio, consultado al respecto de esta investigación, opinó sobre la tarea de su medio durante la Segunda vuelta electoral presidencial 2021 fue correcta porque cubrió los hechos que iban aconteciendo y con especial énfasis en verificar una gran cantidad de información pues esa coyuntura se caracterizó por la excesiva difusión de información falsa, *“...se inventaron muchas cosas y el gran reto estaba en verificar aquello que publicaba. No fue una cobertura sencilla ante la polarización del electorado dada las candidaturas que llegaron a la segunda vuelta”*.

En cuanto a La República, el periodista Carlos Contreras Chipana, indica que su medio siempre presentó información verídica ceñidas a investigaciones profundas a ambos postulantes. Reiterando, siempre como característica de primer nivel la amplitud, lo objetivo e imparcial de lo que tenía que publicarse.

Los resultados de las fichas de observación mostraron que El Comercio dio prioridad a la opinión de los candidatos, al respecto el periodista Mario Fernández opina que esta prioridad se dio debido al clima social, el cual se mostró propenso a la opinión y al deseo de los propios electores de conocer el pensamiento de los candidatos, en sus palabras *“...sus opiniones sobraron. “El Comercio” vale recalcarlo le dio gran importancia porque sus ejecutivos de Redacción y la línea misma del diario así lo exigía. Y, es más: entendieron que un ciudadano o ciudadana bien informado puede decidir mejor a la hora de votar”*.

Un resultado similar se vio reflejado en La República, donde también se dio mayor importancia a la opinión, el periodista Diego Quispe Sánchez, perteneciente al medio indica

que ello se dio porque en la opinión se refleja la postura del candidato, sin embargo, el propósito de La República, en sus palabras “...*buscó enfocarse no tanto en lo declarativo sino en las promesas y su viabilidad de manera concreta*”; colocando como ejemplo un informe publicado luego de un debate en el cual Keiko Fujimori ofreció bonos, el diario desarrollo la noticia de cuánto costaría al Estado ese ofrecimiento. Es decir, que el propósito del medio era que los lectores no solo se quedaran con las palabras de los candidatos, sino que entendieran realmente lo que estas significaban a futuro.

En cuanto al uso de los géneros periodísticos El Comercio, utilizó tanto la Noticia como la Columna de Opinión, Mario Cortijo al respecto tiene una opinión contraria, señalando que uno de los puntos principales de El Comercio, es la variedad de géneros periodísticos “... *habría que señalar que hubo variedad. Muchas notas, muchas entrevistas especialmente de actores políticos importantes. También hubo crónicas descriptivas a cargo de Fernando Vivas que fue un expositor. Y, no faltaron los reportajes particularmente de su Unidad de Investigación destapando aquellas cosas que era menester destapar*”. Destacando que no buscaron privilegiar un género sobre otro, sino que estos se emplearon de acuerdo a las necesidades del medio para ofrecer de mejor manera la información.

La República, según los resultados de las fichas de observación, también coincidió en el uso extensivo de la Noticia y la Columna de Opinión, sin embargo, el periodista Carlos Contreras, discrepa en este punto “*Fueron primero las notas informativas, luego los reportajes de amplio respiro y lo otro las crónicas que servían para dar a conocer cuál era el acercamiento entre estos dos candidatos con sus correligionarios en Lima y regiones del país. Sin olvidarnos de la entrevista que fue un género que se explotó muchísimo frente a una lectoría nuestra muy amplia y del ciudadano de a pie que quería saber más y más del candidato por quién decidir su voto*”. Contreras destacó el uso de los géneros periodísticos por parte del diario, como una forma de ofrecer información de una manera fácil y práctica, a los lectores, especialmente en ese periodo de incertidumbre.

El uso de las Fuentes Periodísticas, en El Comercio, según los resultados de la observación fue parejo en el uso de las Fuentes Oficiales y las Fuentes Propias del diario,

algo que refleja el deseo de recoger de forma amplia información y contrastarla para evitar errores; el periodista Mario Fernández, sobre el uso de las fuentes por parte de su diario expresa “...*Es difícil y arduo llegar al centro de la información real que interesa y se busca publicar. Muchas veces se acertó por las propias fuentes donde no faltan amigos de toda la vida allegados al partido que iba a la segunda vuelta y que no dudaron en dar los datos precisos de la propia fuente, pero acompañados de la frasecita «si te vi no te conozco»*”. Un punto importante que Fernández resalta es la importancia de contrastar la información “...*Hay otros, sin embargo, que te dicen medias verdades o distorsionadas qué, si el periodista no cruza información con los datos recibidos, puede patinar como se dice cuando se publican una información equivocada o interesada.*”

Un resultado diferente se obtuvo en la observación de La República, donde, casi no se hizo uso de las Fuentes Oficiales, prefiriendo utilizar Fuentes Propias; un resultado que podría concordar con la experiencia del periodista Diego Quispe “*Sí, en mi caso porque conozco a personas que militan en la izquierda y participaron de las reuniones y la campaña de Pedro Castillo. Además, porque seguí a Castillo en segunda vuelta y pude conocer a personas que lo conocieron en Tacabamba*”. Se hace presente cómo, aunque las Fuentes Oficiales, ofrecen información, el periodista no puede solo quedarse con eso, necesita ampliar y buscar por fuera, alguna información que pudiera haber sido omitida, o que den contexto y relevancia a la información que ya se tiene.

Todo desarrollo de noticias por parte de El Comercio, se vio acompañado de Recursos Gráficos, principalmente del uso de Fotografías, las cuales sirvieron como forma de dar contexto a la noticia, al respecto el periodista Mario Cortijo indica “*Como recurso gráfico es evidente que se asignaron reporteros gráficos a los candidatos a quienes seguían en los momentos estelares durante la campaña*”. Sin embargo, recalca que no solo fue la fotografía uno de los elementos que El Comercio utilizó “*Pero, además, de la fotografía - que tuvo un rol destacado- también se utilizó como recurso gráfico la infografía donde “El Comercio” ofreció detalles diversos en tono explicativo de propuestas y hechos vinculados a la campaña*”. Se resalta que, aunque la fotografía es un elemento básico e importante para dar contexto a la noticia, no es el único que puede cumplir esa labor, la infografía, por ejemplo, permite una explicación didáctica de datos y estadísticas.

La República, fue similar en el uso de sus Recursos Gráficos, utilizando la fotografía como principal forma de contextualizar la información, el periodista Carlos Contreras, destaca la labor que cumplieron sus compañeros reporteros gráficos durante la campaña *“Fue y será importante y valioso tener siempre a la mano el trabajo de nuestros reporteros gráficos que son unos jóvenes que, en verdad, tienen un ojo muy importante para las fotos”*. Continúa explicando que no se trataba de solo capturar una foto y ya, sino, que se utilizó como una forma más de brindar información *“El recurso de la imagen para «La República», en este caso, fue basarnos en los gestos de los candidatos, en su postura corporal que demostrara incomodidad, fastidio, etc... La imagen que utilizamos fue esa: gestos que nos sirvieron para decir qué nos querían decir con sus movimientos corporales. Nunca más que nunca una buena foto valió más que mil palabras”*. Hace una reflexión de la importancia de la fotografía, no solo como una forma de capturar un momento y dar contexto a la información, sino, como una fuente de información por sí misma, a la cual se debe prestar atención.

---

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

El objetivo principal de la investigación fue determinar el tratamiento periodístico de la segunda vuelta electoral presidencial 2021, en los medios El Comercio y La República. Luego del análisis de las ediciones correspondientes, se determina que, el tratamiento periodístico se presentó de manera objetiva en ambos diarios, el contenido de la información presentada a sus lectores fue de carácter imparcial.

Ambos diarios desarrollaron mayor cobertura a la opinión periodística, dentro del discurso político, esto debido a que el electorado, se mostró más interesado en las opiniones de los candidatos, que de sus propuestas y planes de trabajo.

Otra coincidencia dentro del tratamiento periodístico, es el uso de los géneros periodísticos. Ambos diarios dieron prioridad al uso de la Noticia y de la Columna de Opinión, tanto para mantener a los lectores informados de las actividades de los candidatos, como para ofrecer la opinión de expertos en temas específicos de la campaña (propuestas, coyuntura, etc.)

Un punto divergente en el tratamiento periodístico entre ambos diarios fue hallado en el uso de las Fuentes de información. Mientras que El Comercio mostró un uso equilibrado de las fuentes oficiales y propias, el diario La República prefirió el uso de la Fuentes Propias para el desarrollo de la noticia.

Otro punto coincidente entre ambos diarios es el uso de los Recursos Gráficos, siendo que la Fotografía, fue el principal recurso para dar contexto y complementar la información presente en las noticias.

Aunque se busca que el tratamiento periodístico sea imparcial, es un objetivo que no puede cumplirse en un 100%, debido a que quienes ejercen el periodismo son seres humanos, con sus propias ideas, valores y principios, por lo cual en una mayor o menor medida cierto grado de subjetividad se aplica; en este sentido y derivado del análisis de las fichas de observación se pudo detectar que aunque el tratamiento periodístico en ambos diarios, fue imparcial, se detectó una tendencia que resaltaba los aspectos negativos de un candidato en particular, en el caso de El Comercio, el candidato más “atacado” fue Pedro Castillo, mientras que para La República, fue Keiko Fujimori.

En síntesis, considerando los puntos analizados, se concluye que el tratamiento periodístico político de la segunda vuelta electoral presidencial 2021 de ambos diarios fue similar.

## **6.2. Recomendaciones**

- Es recomendable que los diarios en el tratamiento de la información política, en los procesos electorales, no solo cubran ampliamente las actividades de los candidatos, sino que también insistan en difundir sus propuestas y planes, tratando de cumplir con su labor orientadora, para una buena decisión ciudadana.
- Se debe considerar que los diarios, en su tratamiento periodístico político electoral, utilicen todos los recursos como imágenes, infografías y manejo de portadas, a fin de brindar una información más completa tanto del proceso electoral, como de los argumentos políticos de cada candidato o agrupación política.

- Se debe considerar que en tratamiento periodístico político la priorización de la noticia y de las columnas de opinión, tienen que estar sustentadas con el principio de la imparcialidad o la información equitativa de los diversos agentes políticos a fin de brindar información periodística objetiva a los electores.
- Es recomendable la realización de otros estudios similares, a fin de consolidar la información obtenida, con investigaciones con periodos de tiempo más amplios o que cubran la totalidad del proceso electoral, así como comprendiendo en el estudio más medios periodísticos, a fin de que se pueda realizar un análisis más completo y en detalle del comportamiento de los medios, en estos procesos eleccionarios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almeida, (2018). *Objetividad periodística en tiempo de elecciones estadounidenses: Un análisis de la cobertura de [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) 2017*. [Tesis de pregrado]. Universidad San Francisco de Quito USFQ. Quito-Ecuador

Avalos, M. J., Quintanilla, S. E. y Solórzano, C. G. (2005). *El tratamiento informativo de la prensa gráfica sobre las elecciones presidenciales 2004*. [Tesis de pregrado] Universidad de El Salvador. San Salvador-El Salvador.

Bautista, R. (2015), *Medios de comunicación y política en el siglo XXI*, Perú, Editorial APOGEO.

Blázquez, N. (1994) *Ética y medios de comunicación*. Biblioteca de autores cristianos, Madrid. (Pág. 200)

Casero-Ripollés, A. (2012b). *El periodismo político en España: algunas características definitorias*. En A. Casero-Ripollés (Ed.). *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones* (pp. 19-46). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Castillo E. *A propósito del Día Mundial de la Libertad de Prensa* - elucabista.com. elucabista.com. Published 3 de mayo de 2017.  
<https://elucabista.com/2017/05/03/dia-mundial-de-la-libertad-de-prensa/>

Codina, M. (2014) *¿Quién controla al controlador? entender la comunicación en la nueva aldea global*. Pamplona: EUNSA

---

Corvera, T. (2018). *La imagen de los candidatos presidenciales en los medios*. [Tesis pregrado] Universidad de Chile. Santiago de Chile.

Chavarry, F. E. (2020) “Análisis del tratamiento periodístico de la información política de las noticias del Diario Perú21 durante las elecciones presidenciales 2016”. *Caso Keiko Fujimori 2* [Tesis de pregrado] Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo-Perú.

Chiu, a. (2010). *El framing del spot político*. México. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, Miguel Angel Purrúa.

Cutimbo, M. T. (2013) *Tratamiento periodístico de las elecciones presidenciales 2011 en Perú-Segunda Vuelta*. [Tesis de posgrado] Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Sede Ecuador.

*Del Gran Hermano A La Pangea Ideológica. Sala De Prensa 107*. Setiembre 2008 Año X, Volumen 4.

Del Pup, F. (n.d.). *Pensamientos literarios*.

<http://www.pensamientosliterarios.com/2015/10/joseph-pulitzer-frases-prensa.html>

Desantes, J. (1976). *La verdad en la información*. Valladolid: Diputación Provincial de Valladolid.

Enguix, S. (2013). *Periodismo político en España: de la academia a las portadas de la prensa*. Disertación doctoral de Comunicación no publicada. Universidad de

---

Valencia. Valencia, España. Recuperado el 5 de diciembre de 2015, de <http://goo.gle/tWrW8U>

Enguix, S. (2015). *Periodismo político. Fundamentos, prácticas y perspectivas*. Barcelona/Valencia: Aldea Global 31.

Entman, R. M. (1993) Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*.

Equipo editorial, Etecé. (2023, January 24). Géneros Periodísticos: tipos, ejemplos y características. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/generos-periodisticos/#ixzz7xrM8pkYT>

Equipo editorial, Etecé. (2020, September 25). *Entrevista - Concepto, tipos, características y ejemplos*. Concepto. <https://concepto.de/entrevista/#ixzz7xrO65215>

Equipo editorial, Etecé. (2023, August 13). *Reportaje: qué es, tipos, características y evolución*. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/reportaje/#ixzz7xrQLB3dq>

Esteve, F. (1999). *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua.

(2012) *Guía práctica del curso Medios de Comunicación y Política*. Escuela de Ciencia Política de la UNFV. Lima.

Giménez, P. (2006). *Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del enfoque (framing)*.

- 
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. University of California Press
- Guillén, E. A. (2020). *Análisis comparativo del tratamiento periodístico con relación a la muestra del expresidente Alan García Pérez en las versiones online de los diarios El Comercio y La República, Lima, 2019*. [Tesis de pregrado] Universidad César Vallejo, Lima-Perú
- Gronemeyer, M. (2002). Periodistas chilenos: *El reto de formar profesionales autónomos e independientes*. *Cuadernos de Información*, (15), 53-70. Recuperado el 5 de enero de 2016, de <https://goo.gl/yXZ8hm>
- Hannah, A. (1997). *¿Qué es política?* Barcelona: Ediciones Paidós.
- Igartúa, J. J., Muñiz, C. y Otero, J. A. (2004). *El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española*. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing. *Global Media Journal. Edición Iberoamericana, Volumen 3*, Número 5, pp. 1-15
- Jenkins, H. (2009b). *Fans, bloqueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. (P. Hermida L., Trad). Barcelona: Paidós.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. (A. Diéguez R., Trad.). Madrid: Aguilar.
- Lever, E. (Setiembre 2008) *Del Gran Hermano A La Pangea Ideológica*. (Volumen 4.) Sala De Prensa 107

---

Luque, S. A. (2021). *Tratamiento periodístico en los diarios “Correo” y “Sin Fronteras” frente a la Covid-19, período 2020*. [Tesis de pregrado] Universidad Nacional del Altiplano. Puno-Perú

Llamas , J.( 1996).*Agenda- Setting: investigaciones sobre el primero y el segundo*.Universidad de Navarra-España. Volumen IX. Número 1. URL.

<https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/download/35632/31190>

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la Opinión Pública*. Barcelona. España: Paidós Comunicación

Manzano, V. (2005) *Introducción al análisis del discurso*. Sevilla.

Mamani, (2017). *Tratamiento de la fotografía periodística en la construcción de la imagen pública de Evo Morales Ayma. En los periódicos La Razón y Cambio durante el período preelectoral, 2009*. [Tesis de pregrado]. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz-Bolivia.

Mata, M.C. y Scarafia, S. (1993). *Lo que dicen las radios*. ALER-Quito

Mayoral, J. (2004). *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. México D.F.: Síntesis

Meditsch, E. (2005). Journalism as a form of knowledge: a qualitative approach. *Brazilian Journalism Research*, 1 (2), 121-136. Recuperado el 23 de diciembre de 2015, de <http://goo.gl/x5333jl>.

Morin, V. (1974). *El tratamiento periodístico de la información*. España.

Muñoz, I. *Gobernabilidad, formación y gestión pública: el caso del Perú y la contribución del programa de gobernabilidad, gerencia política y gestión pública*.

Muñoz, R. E. (2021). *Tratamiento informativo de las Elecciones Municipales de Lima del 2018 en las notas de los diarios El Comercio y La República 2021*. [Tesis de pregrado] Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú

*Política Económica y Social*. (n.d).  
[https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=es-ES&Itemid=100694&lang=es-ES&view=category&id=651](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100694&lang=es-ES&view=category&id=651)

Portocarrero, C. A. (2020). *Discurso periodístico y posverdad en los diarios “La República” y “El Comercio”, durante las elecciones municipales de Lima Metropolitana 2018*. Casos: Ricardo Belmont y Daniel Urresti.

Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós.

Regalado, A. M. (2014). *El tratamiento informativo de la prensa ecuatoriana en elecciones. Los caos de Diario “La Hora” y diario “El telégrafo” y su cobertura de las actividades proselitistas de los candidatos a la alcaldía de Quito Augusto Barrera (Alianza País) y Mauricio Rodas (Suma) durante la campaña electoral*. [Tesis de Licenciatura] Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito-Ecuador.

- 
- Robledo-Dioses, K., (2017). Periodismo Político: *Una aproximación al rol social de la profesión y su relación con la democracia*. Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación, 8(2), 22-32
- Rochabrun, A P. (2020). *Análisis del tratamiento periodístico en las notas informativas sobre la crisis política del gobierno de Pedro Pablo Kuczynski en el diario Perú 21 durante el mes de marzo 2018*. [Tesis de pregrado] Universidad César Vallejo, Lima-Perú.
- Ruitiña, C. (2013). . En F. Segado B. (Dir. Cong.). & B. Llovs S. (Coord.), I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital: Actas, (p. 34). Logroño, España: UNIR Editorial. Recuperado el 6 de enero, de <https://.goo.gl/oJPyyJ>.
- Ruiz, D., Cardenas, C. ¿Qué Es Una Política Pública? Ius Revista Juridica (P.2) Universidad Latina De América.
- Sádaba. T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Argentina: Ediciones La Crujía.
- Sádaba. T. (2004). *Enfoques periodísticos y marcos de participación política. Una aproximación conjunta a la teoría del encuadre. Política y sociedad. Vol. 41. Núm 1: 65-76*.
- Sinova, J. (2012). Periodismo y militancia. En S. Berrocal Gonzalo & E. Campos Domínguez (Coords.). *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación* (pp. 59-72). Madrid: Sociedad Española Periodística.

Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. Framing public life. *Perspectives on media and our understanding of the social world*, pp. 95-106

Torres,A (2020). Elecciones y decepciones, Perú, Editorial Planeta.

Waisbord, S. (2012). Repensar la agenda de investigación sobre periodismo y política en la academia globalizada. En S. Berrocal Gonzalo & E. Campos Domínguez (Coords.). *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación* (pp. 13-33). Madrid: Sociedad Española Periodística.

Zhu, J. (1992). Issue competition and attention distraction: A zero-sum theory of agenda setting. *Journalism Quarterly*, 69 (4), pp. 825-836

**ANEXOS**  
**ANEXO 01:**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: TRATAMIENTO PERIODÍSTICO POLÍTICO DE LA SEGUNDA VUELTA EN EL PROCESO ELECTORAL PRESIDENCIAL, DIARIOS EL COMERCIO Y LA REPÚBLICA, ABRIL – MAYO, LIMA 2021</b>					
<b>Problemas u objeto de estudio</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Categorías o variables</b>	<b>Subcategorías o dimensiones</b>	<b>Fundamentos científicos</b>	<b>Metodología de investigación</b>
<p><b>GENERAL</b></p> <p>¿Cómo fue el tratamiento periodístico político de la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?</p>	<p><b>GENERAL</b></p> <p>Analizar cómo fue el tratamiento periodístico político durante segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021.</p>	<p><b>VAR. X</b></p> <p>TRATAMIENTO PERIODISTICO POLITICO</p>	<p><b>VAR. X.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Discurso</li> <li>- Género Periodístico</li> <li>- Fuentes Periodísticas</li> <li>- Recursos de Imagen</li> </ul>	<p><b>Marco Teórico:</b></p> <p>1 Framing: esta teoría se define como el proceso por el cual algunos aspectos de la realidad son seleccionados, para darles una mayor importancia, así se define el problema, sus causas, se realiza un juicio y proponen alguna solución o conductas apropiadas a seguir (Entman, 1993)</p> <p>Agenda Setting: Teoría que postula que los medios de comunicación orientados a las masas, ejercen su influencia sobre el público mediante la determinación de qué asuntos tienen interés informativo a la vez que determinan cuánto espacio e importancia se les debe dar.</p>	<p><b>A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b></p> <p><b>ENFOQUE CUALITATIVO</b> <b>Tipo: analítico, descriptivo, interpretativo</b></p> <p><b>Nivel: Descriptivo</b></p> <p><b>Diseño:</b> No Experimental, no se manipulan las variables- Hermenéutico</p> <p><b>B.- Universo y muestra:</b></p> <p>Universo o Población: Publicaciones periodísticas de los diarios 44 ediciones de cada periódico</p> <p><b>Muestra:</b> 50% = 25 periódico EL COMERCIO 25 periódico LA REPUBLICA</p>
<p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿De qué manera puede explicarse el tratamiento periodístico político, según el discurso, durante la segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?</p> <p>¿De qué manera puede explicarse el tratamiento periodístico político, según los géneros periodísticos, durante la segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?</p>	<p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>Describir la temática discursiva del tratamiento periodístico político durante segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021.</p> <p>Analizar cuales fueron géneros periodísticos más utilizados en el tratamiento periodístico político durante segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021.</p>		<p>Elaboración basada en las investigaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis del tratamiento periodístico de la información política en las noticias de el diario Perú.<sup>21</sup> durante las elecciones presidenciales 2016. Caso Keiko Fujimori.</li> <li>- Tratamiento</li> </ul>	<p>Marco Conceptual</p>	

<p>¿De qué manera puede explicarse el tratamiento periodístico político, según las fuentes, durante la segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?</p> <p>¿De qué manera puede explicarse el tratamiento periodístico político, según los recursos de imagen utilizados, durante la segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021?</p>	<p>Analizar las fuentes periodísticas utilizadas dentro del tratamiento periodístico político durante segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, de los diarios El Comercio y La República, durante la segunda vuelta electoral 2021</p> <p>Describir el uso de los recursos de imagen utilizados dentro del tratamiento periodístico político durante segunda vuelta en del proceso electoral presidencial, en el caso de los diarios El Comercio y La República, abril – mayo, Lima 2021.</p>		<p>periodístico en los diarios “CORREO” y “SIN FRONTERAS” frente a la COVID-19, periodo 2020.</p> <p>- Análisis comparativo del tratamiento periodístico de las notas informativas sobre el caso Eyvi Ágreda en los diarios La República y Trome, abril-mayo 2018</p>	<p>Cobertura periodística, análisis periodístico, periodismo político, elecciones, noticias, candidatos, electores</p>	<p><b>C.- Unidad de análisis:</b></p> <p>Diarios El Comercio y La República</p> <p><b>D.- Técnica e instrumento de recolección de datos:</b></p> <p><b>Técnica:</b> Observación y análisis documental</p> <p><b>Instrumento:</b> Ficha de análisis. Entrevista estructurada a periodistas de los diarios.</p> <p><b>E.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS:</b></p> <p>-Análisis de datos -Triangulación de datos</p>
---	--	--	---	--	---

## ANEXO N° 02

## INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

## FICHA DE OBSERVACION

FICHA DE OBSERVACION N°	DIARIO			TITULAR
	FECHA			
VARIABLE	DIMENSION	SUB-DIMENSION	INDICAR A CUÁL PERTENECE	DESCRIPCION
TRATAMIENTO PERIODISTICO POLITICO	DISCURSO	Política Económica		
		Gobernabilidad		
		Política Publica		
		Opinión		
	GÉNEROS PERIODÍSTICOS	Entrevista		
		Reportaje		
		Noticia		
		Columna de opinión		
	FUENTES	Oficiales		
		Propias		
	RECURSOS DE IMAGEN	Fotografía		
		Infografía		
		Portada		

## CUESTIONARIO

### TRATAMIENTO PERIODÍSTICO POLÍTICO DE LA SEGUNDA VUELTA EN EL PROCESO ELECTORAL PRESIDENCIAL, DIARIOS EL COMERCIO Y LA REPÚBLICA, ABRIL – MAYO, LIMA 2021

- En su opinión como periodista profesional, ¿cuál ha sido la característica principal del comportamiento periodístico político del diario El Comercio y La República, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?
- ¿A qué cree usted que se debió que el diario El Comercio y La República dio mayor importancia, en la temática discursiva, a la opinión de los candidatos durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?
- A su entender ¿Cuáles fueron los géneros periodísticos que El Comercio y La República, privilegió durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021
- ¿El uso de las fuentes de la noticia por parte del diario El Comercio/La República, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial del 2021, fueron efectivos para obtener información?

- ¿Cuál fue el recurso de imagen más importante utilizado por el diario El Comercio y La República para complementar la información durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?







## ANEXO N° 04

## DESARROLLO DE CUESTIONARIO POR PERIODISTAS

## MARIO CORTIJO ESCUDERO



Periodista con más de 30 años de experiencia en El Comercio, el diario más importante del Perú, con experiencia en dirección de grupos humanos (250 personas) y administración de medios. Liderazgo en coberturas especiales como la liberación de los rehenes de la Embajada del Japón en Lima (1996-1997), el terremoto de Pisco (2007) y diversas campañas electorales. Impulsor de los cambios tecnológicos en la redacción, desde la llegada de las primeras computadoras para periodistas hasta la integración de las plataformas impresa y digital. Experiencia como profesor universitario de cursos de periodismo en la Universidad de Lima y la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

- **En su opinión como periodista profesional, ¿cuál ha sido la característica principal del comportamiento periodístico político del diario “EL COMERCIO” durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

La cobertura política de “El Comercio” frente a esta pregunta yendo, primero, a la primera vuelta presidencial, valga la redundancia, me parece fue correcta porque cubrió los hechos que iban aconteciendo y con especial énfasis en verificar mucha información pues esa coyuntura se caracterizó por la excesiva difusión de información falsa. Se inventaron muchas cosas y el gran reto estaba en verificar aquello que publicaba. No fue una cobertura sencilla ante la polarización del electorado dada las candidaturas que llegaron a la segunda vuelta.

- **¿A qué cree usted que se debió que el diario “El Comercio” dio mayor importancia, en la temática discursiva, a la opinión de los candidatos durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Porque era importante que las voces de los dos candidatos a través de “El Comercio” llegaran no sólo a sus lectores sino a la ciudadanía en sí. Eran solamente dos los candidatos y la única opción estaba en camino. De una u otra forma ellos (los votantes) sacarían sus propias conclusiones positivas o negativas para el momento de acercarse a las urnas a depositar su voto.

- **A su entender ¿Cuáles fueron los géneros periodísticos que El Comercio, privilegió durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Respecto a esta pregunta habría que señalar que hubo variedad. Muchas notas, muchas entrevistas especialmente de actores políticos importantes. También hubo crónicas descriptivas a cargo de Fernando Vivas que fue un expositor. Y, no faltaron los reportajes particularmente de su Unidad de Investigación destapando aquellas cosas que era menester destapar.

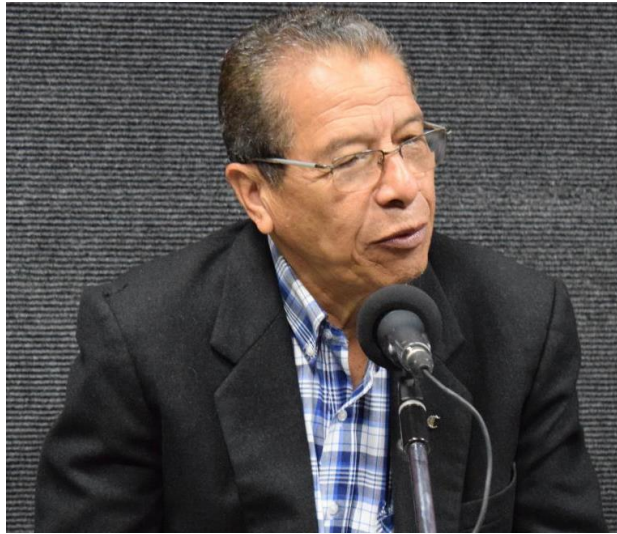
- **¿El uso de las fuentes de la noticia por parte del diario El Comercio, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial del 2021, fueron efectivos para obtener información?**

En procesos electorales, siempre y toda la vida, habrá dificultades o complicaciones en obtener fuentes no solamente por la accesibilidad sino por la calidad de información que recibe el periodista qué, siempre será información de parte. En “El Comercio” se buscó de hallar información neutral o ajena a las dos banderas que se presentaban sobre todo cuando había que desentrañar un tema de parte de los partidos. Aquí la gran lucha que tuvo “El Comercio” fue no caer nunca en los tratar en las famosas ‘fake news’ o noticias falsas y sí de verificar lo que se daban.

- **¿Cuál fue el recurso de imagen más importante utilizado por el diario El Comercio para complementar la información durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Como recurso gráfico es evidente que se asignaron reporteros gráficos a los candidatos a quienes seguían en los momentos estelares durante la campaña. Pero, además, de la fotografía -que tuvo un rol destacado- también se utilizó como recurso gráfico la infografía donde “El Comercio” ofreció detalles diversos en tono explicativo de propuestas y hechos vinculados a la campaña.

## MARIO L. FERNANDEZ GUEVARA



Periodista jubilado de “El Comercio”

- **En su opinión como periodista profesional, ¿cuál ha sido la característica principal del comportamiento periodístico político del diario “El Comercio” durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Los grandes periódicos del mundo -porque también los hay aquellos llamados chicos- es indudable que tienen un rol principalísimo cuando hay un proceso electoral presidencial en el país donde se imprime y se vende. Sin ellos los candidatos no tienen dónde ofrecer sus planes de gobierno en papel porque en el mundo internauta todo se sabe primero, todo se ve, todo se adelanta. “El Comercio” limeño -para separarlo del New York Time de los EEUU, Le Figaro de Francia, El País de España, Clarín de Argentina y El Mercurio de Chile nombrando a sólo cinco de ellos- jugó junto a “La República” sin nombrar a otros por tema de lectoría- un papel importante en esta segunda vuelta que dejó como presidente a Pedro Castillo. Ambos, pienso, se cuidaron de no caer en las noticias falsas o los ‘fake news’. En ese proceso de control noticioso entre uno y otro resultó evidente que el decano de la familia Miró Quesada optó no con cierto disimulo cierta preferencia por la candidata del partido de Keiko Fujimori, vale decir Fuerza Popular. El otro de la familia Mohme Llona tuvo inclinación por Castillo. Digno de destacar es que ambos publicitaron lo mejor posible sus informaciones.

- **¿A qué cree usted que se debió que el diario “El Comercio” dio mayor importancia, en la temática discursiva, a la opinión de los candidatos durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Pienso que un periódico de tantos años de existencia (nada menos que 184 años) donde nuestros abuelos y bisabuelos llegaron a decir “si lo publica “El Comercio” es cierto” hoy sólo le queda

decir “tras 184 años hacer periodismo cambió, pero los principios se mantienen”. Y el tema discursivo de la pregunta siempre lo manejó con cierto criterio aunque hoy más que ayer por los cambios increíbles que se han dado y que continuarán en los medios de comunicación ante cada aparición cibernética ya no se sabe adónde irá a terminar la prensa de papel, sobre todo. Y el hoy más que ayer es debido a la facilidad e inmediatez con que se puede ubicar a un personaje a entrevistar y sacarle una declaración o una opinión que se requiere de urgencia. Al minuto. La segunda vuelta lo ameritaba y Castillo y Keiko declararon siempre. Sus opiniones sobraron. “El Comercio” vale recalcarlo le dio gran importancia porque sus ejecutivos de Redacción y la línea misma del diario así lo exigía. Y es más: entendieron que un ciudadano o ciudadana bien informado puede decidir mejor a la hora de votar.

- **A su entender ¿Cuáles fueron los géneros periodísticos que El Comercio, privilegió durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Fue cuestión de ver y leer las páginas de “El Comercio” en todo el proceso de la segunda vuelta para saber que hubo información para todos los gustos. Si los partidarios de Keiko buscaban enterarse cuál era la posición de su jefa sobre determinado tema, pues “El Comercio” se la ofrecía. Lo mismo pasaba con los partidarios de Castillo. Y se enriqueció este tema con opiniones valederas de personajes tanto políticos como sociales, de economía, de salud, de cultura, de deportes. Fue para escoger Si a ellos sumamos crónicas bien redactadas y más de un destape como suele llamarse a investigaciones que encontraron a más de un candidato con delitos o en falta, entonces cabría decirse que los géneros que cubrió el decano de la prensa nacional fueron desde entrevistas pasando por crónicas, informes, columnas de opinión, análisis, etc...

- **¿El uso de las fuentes de la noticia por parte del diario El Comercio, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial del 2021, fueron efectivos para obtener información?**

No hay procesos electorales presidenciables donde los periodistas de “El Comercio” no dejaron de tener problemas al momento de acercarse a un candidato, a sus propios partidarios de lista o al mismo vocero del mismo. Es difícil y arduo llegar al centro de la información real que interesa y se busca publicar. Muchas veces se acertó por las propias fuentes donde no faltan amigos de toda la vida allegados al partido que iba a la segunda vuelta y que no dudaron en dar los datos precisos de la propia fuente, pero acompañados de la frasecita “si te vi no te conozco”. Hay otros, sin embargo, que te dicen medias verdades o distorsionadas qué, si el periodista no cruza información con los datos recibidos, puede patinar como se dice cuando se publican una información equivocada o interesada. Pienso que “El Comercio” por haber trabajado 41 años en su Redacción se cuidó mucho de no dar informaciones falsas.

- **¿Cuál fue el recurso de imagen más importante utilizado por el diario EL COMERCIO para complementar la información durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Contando “El Comercio” con un excelente equipo de fotografía con reporteros curtidos, infografistas, dibujantes y caricaturistas de gran recorrido al final fue muy evidente que sus páginas salieran muy bien documentadas gráficamente. Si una buena foto vale muchas veces

más que mil palabras -como siempre se dijo- esta vez con sus recursos de imágenes dignas de destacar se apreciaron a través de ellas números, estadísticas a colores, cuadros con flechas que prácticamente facilitaron cualquier conocimiento al elector. Recalco que a los periodistas de “El Comercio” nada les cayó del cielo. Hubo un intenso trabajo que fue reconocido por propios y extraños.

**CARLOS CONTRERAS CHIPANA**



Estudió Periodismo en la Universidad Jaime Bausate y Meza. En sus más de 10 años como reportero ha trabajado en radio, TV y prensa. Actualmente, escribe crónicas y reportajes en el diario La República. También ha sido becario de la Red de Periodistas Latinoamericanos Cosecha Roja y es colaborador de la revista Anfibia. Ocupó el primer lugar en el Primer Concurso Nacional de Periodismo sobre Políticas Sociales (CIES-2015). Sus cuentos han sido publicados en antologías literarias. Es coautor de La banda sonora de tu vida (Autómata, 2019), de Generación B, jóvenes del Bicentenario (Artífice, 2021) y de Una carta sin Paul McCartney y otros relatos (Caja Negra, 2022).

- **En su opinión como periodista profesional, ¿cuál ha sido la característica principal del comportamiento periodístico político del diario “La República” durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Su característica principal fue la correcta porque en medio de una coyuntura a todas luces polarizada y en medio de tantas noticias falsas que provenían de uno y otro sector, “La República siempre presentó siempre información verídica ceñidas a investigaciones profundas a ambos postulantes y eso quedó demostrado no solamente en las portadas que tuvimos. Reitero, siempre como característica de primer nivel estuvo la amplitud, lo objetivo e imparcial que tenía que publicarse. Fue allí que sentimos lo que nuestro lector y electores querían recibir y, entonces, fue la correcta.

- **¿A qué cree usted que se debió que el diario “La República” dio mayor importancia, en la temática discursiva, a la opinión de los candidatos durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

La importancia en la temática discursiva en la opinión de los candidatos Castillo y Fujimori se dio fundamentalmente a través de los mensajes que daban tanto en Lima como en el interior donde ofreciendo promesas trataban de captar votos especialmente del sector indeciso de la población. Era importante saber que ofrecían, la forma en lo que expresaba. Por ejemplo la candidata Keiko tenía un discurso de más confrontación en el que trataba de vincular a Castillo con el terrorismo y éste de vincularla con la dictadura de su padre Alberto Fujimori. Era importante y lo fue siempre para “La República” formar claros paralelos dando a conocer y

entender esta temática discursiva entre uno y otro y que sus lectores sacaran sus propias conclusiones.

- **A su entender ¿Cuáles fueron los géneros periodísticos que “La República” privilegió durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Fueron primero las notas informativas, luego los reportajes de amplio respiro y lo otro las crónicas que servían para dar a conocer cuál era el acercamiento entre estos dos candidatos con sus correligionarios en Lima y regiones del país. Sin olvidarnos de la entrevista que fue un género que se explotó muchísimo frente a una lectoría nuestra muy amplia y del ciudadano de a pie que quería saber más y más del candidato por quién decidir su voto.

- **¿El uso de las fuentes de la noticia por parte del diario El Comercio, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial del 2021, fueron efectivos para obtener información?**

Es evidente que para “La República” y toda la prensa en general el uso de las fuentes fueron efectivas y hasta vitales diría yo no sólo para la primera vuelta con un elevado número de candidatos sino la segunda, aunque con dos ya el frente. Sirvieron para dar a conocer más a fondo sus antecedentes; si tenían denuncias penales resueltas o no. Todo ello chequeando las mismas (fuentes) si lo que decían o declaraban eran verdades reales o a medias. Está demostrado que las fuentes periodísticas resultarán de vital importancia toda la vida aún con el uso diario del internet.

- **¿Cuál fue el recurso de imagen más importante utilizado por el diario “La República” para complementar la información durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Fue y será importante y valioso tener siempre a la mano el trabajo de nuestros reporteros gráficos que son unos jóvenes que, en verdad, tienen un ojo muy importante para las fotos. El recurso de la imagen para “La República”, en este caso, fue basarnos en los gestos de los candidatos, en su postura corporal que demostrara incomodidad, fastidio, etc... La imagen que utilizamos fue esa: gestos que nos sirvieron para decir qué nos querían decir con sus movimientos corporales. Nunca más que nunca una buena foto valió más que mil palabras.



Bachiller en Ciencias de la Comunicación y con maestría en curso de Periodismo y Comunicación Multimedia. Escribo para la Sección Política de La República. Anteriormente reportero de la revista Caretas.

- **En su opinión como periodista profesional, ¿cuál ha sido la característica principal del comportamiento periodístico político del diario “La República” durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

A pesar de la línea editorial – oposición al fujimorismo – se intentó dar una cobertura objetiva de la segunda vuelta. Muestra de ello es que en sus portadas se presentaron las propuestas de ambos contendores – Pedro Castillo y Keiko Fujimori -. Sin embargo, eso no significó que en nuestra cobertura omitamos el riesgo que implicaría el retorno del fujimorismo al poder. Asimismo, no nos sumamos a la campaña mediática que aseguraban que, con Castillo de presidente, el Perú sería Cuba o Venezuela. De hecho, además, luego de la presentación de los equipos técnicos se destacó esta alianza de Castillo con otros sectores de izquierda más moderados, lo cual evidenció que no comulgaba con el ideario de Vladimir Cerrón. No obstante, un punto importante en la cobertura fue luego de la victoria de Castillo y la denuncia de fraude electoral de Fujimori.” La República” fue uno de los pocos medios que se opuso a esa conspiración y presentó informes que desmentían la acusación de Fujimori y que sostenían que ese tipo de imputaciones eran dañinas para la democracia.

- **¿A qué cree usted que se debió que el diario “La República” dio mayor importancia, en la temática discursiva, a la opinión de los candidatos durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Porque dentro de ellos se refleja la postura del candidato. Sin embargo, la cobertura de “La República” buscó enfocarse no tanto en lo declarativo sino en las promesas y su viabilidad de manera concreta. Un claro ejemplo es que luego del debate entre Castillo y Keiko quien ofreció una serie de bonos, el diario publicó un informe que da cuenta cuánto costará al Estado sus ofrecimientos.

- **A su entender ¿cuáles fueron los géneros periodísticos que “La República” privilegió durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021**

Las publicaciones fueron informativas cuando se trató de los debates y propuestas. Luego hubo reportajes – interpretativos. en algunos casos – sobre los recorridos de los postulantes en regiones. También crónicas como la del día de la segunda vuelta, en Tacabamba qué, debido a que quien escribe se encontraba en el lugar, ameritaba una publicación entre lo informativo e interpretativo. Después de la segunda vuelta y con la denuncia de fraude electoral, lo informativo, lo interpretativo y la opinión se enfocaron en desmentir esa teoría.

- **¿El uso de las fuentes de la noticia por parte del diario “La República”, durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial del 2021, fueron efectivos para obtener información?**

Sí, en mi caso porque conozco a personas que militan en la izquierda y participaron de las reuniones y la campaña de Pedro Castillo. Además, porque seguí a Castillo en segunda vuelta y pude conocer a personas que lo conocieron en Tacabamba.

- **¿Cuál fue el recurso de imagen más importante utilizado por el diario La República para complementar la información durante la segunda vuelta en el proceso electoral presidencial, en Lima, del 2021?**

Sin duda los vídeos en vivo y los despachos de vídeo reportero y las fotografías. En caso del seguimiento a la campaña de Castillo esto alimentó bastante a la Redacción pues era información propia.

ANEXO N° 05

EVIDENCIA FOTOGRÁFICA

SEGUN EL DR. PABLO TRUJAYAMA, LA HALLARON EN 40% DE LAS MUESTRAS ANALIZADAS POR SU EQUIPO

# Covid-19: nueva variante peruana

El doctor Pablo Trujayama, jefe del equipo peruano que descubrió la variante peruana de COVID-19, muestra una muestra de la variante peruana de COVID-19.

**La República** Martes 27.4.2021 \$1.50

MAYORÍA DE LOS CANDIDATOS DE LA PRIMERA VUELTA AÚN NO DECIDEN A QUIÉN APOYARÁN

## Partidos políticos piden a Castillo y Fujimori diálogo y compromisos

En esa posición están Acuña (APP), Frente Amplio Bengolea (FP), De Soto (Avanza País) y Guzmán (Partido Morado). En tanto, Uresti exige a Keiko que deje de llamar errores a los opositores y a Castillo que aclare sus planes de gobierno.

Uresti votará vicado, y ahí definirá su posición en las elecciones. Verónica, Nuevo Perú, Justo por el Perú, Tierra y Libertad y Democracia Directa apoyarán a Castillo, mientras que López Alajaja y Fuerzas y Humana aún no se pronuncian.

**Economía** → 22 El dólar sube a S/ 3.84 y la BVL cierra en azul

**Entrevista** → 5 Hugo Otero: Nunca he visto una campaña tan agresiva como la de hoy

**Economía** → 18 Ejecutivo propone retro de AFP solo para los que no aportaron durante 3 meses

**Política** → 8 Consejo de la Prensa expulsa en la SIP las agresiones contra la prensa

**Deportes** → 27 Champions: Real Madrid y Chelsea chocan por pase a final (2:00 p.m.)

EDITORIAL

# Golpe avisado

El golpe a la democracia peruana se está preparando. Los partidos políticos que se presentaron en la primera vuelta electoral ya están buscando aliados para la segunda vuelta. Esto es un signo claro de que se está preparando un golpe a la democracia peruana.

**Deuda Perú libre se descubre planes de negociación para violar el Estado de derecho y cambiar la Constitución.**

El gobierno peruano está negociando con los acreedores de la deuda pública para obtener un alivio de la deuda. Sin embargo, se ha descubierto que el gobierno planea violar el Estado de derecho y cambiar la Constitución para lograrlo.

**Tránsito en el Centro de Emergencia**

Accidentes de tránsito mortíferos

Accidente	Muertos	Heridos
20 de agosto de 2020	1	1
21 de agosto de 2020	1	1
22 de agosto de 2020	1	1
23 de agosto de 2020	1	1
24 de agosto de 2020	1	1
25 de agosto de 2020	1	1
26 de agosto de 2020	1	1
27 de agosto de 2020	1	1
28 de agosto de 2020	1	1
29 de agosto de 2020	1	1
30 de agosto de 2020	1	1
31 de agosto de 2020	1	1
1 de septiembre de 2020	1	1
2 de septiembre de 2020	1	1
3 de septiembre de 2020	1	1
4 de septiembre de 2020	1	1
5 de septiembre de 2020	1	1
6 de septiembre de 2020	1	1
7 de septiembre de 2020	1	1
8 de septiembre de 2020	1	1
9 de septiembre de 2020	1	1
10 de septiembre de 2020	1	1
11 de septiembre de 2020	1	1
12 de septiembre de 2020	1	1
13 de septiembre de 2020	1	1
14 de septiembre de 2020	1	1
15 de septiembre de 2020	1	1
16 de septiembre de 2020	1	1
17 de septiembre de 2020	1	1
18 de septiembre de 2020	1	1
19 de septiembre de 2020	1	1
20 de septiembre de 2020	1	1
21 de septiembre de 2020	1	1
22 de septiembre de 2020	1	1
23 de septiembre de 2020	1	1
24 de septiembre de 2020	1	1
25 de septiembre de 2020	1	1
26 de septiembre de 2020	1	1
27 de septiembre de 2020	1	1
28 de septiembre de 2020	1	1
29 de septiembre de 2020	1	1
30 de septiembre de 2020	1	1
1 de octubre de 2020	1	1
2 de octubre de 2020	1	1
3 de octubre de 2020	1	1
4 de octubre de 2020	1	1
5 de octubre de 2020	1	1
6 de octubre de 2020	1	1
7 de octubre de 2020	1	1
8 de octubre de 2020	1	1
9 de octubre de 2020	1	1
10 de octubre de 2020	1	1
11 de octubre de 2020	1	1
12 de octubre de 2020	1	1
13 de octubre de 2020	1	1
14 de octubre de 2020	1	1
15 de octubre de 2020	1	1
16 de octubre de 2020	1	1
17 de octubre de 2020	1	1
18 de octubre de 2020	1	1
19 de octubre de 2020	1	1
20 de octubre de 2020	1	1
21 de octubre de 2020	1	1
22 de octubre de 2020	1	1
23 de octubre de 2020	1	1
24 de octubre de 2020	1	1
25 de octubre de 2020	1	1
26 de octubre de 2020	1	1
27 de octubre de 2020	1	1
28 de octubre de 2020	1	1
29 de octubre de 2020	1	1
30 de octubre de 2020	1	1
31 de octubre de 2020	1	1

**El Comercio**

El Comercio es un periódico peruano que publica noticias y análisis de actualidad.

6 País Política

# Partidos exigen a candidatos diálogo y compromisos

EN SEGUNDA VUELTA. Muchos exasperantes a la presidencia y agrupaciones políticas aún no han decidido si apoyarán a Pedro Castillo o a Keiko Fujimori. De Soto de Avanza País, César Acuña, de APP, Bengolea del PPC, Julio Guzmán, del Partido Morado entre otros, piden un pacto de gobernabilidad.

Elige Bien PERÚ

A quién apoyan los partidos y candidatos en la segunda vuelta

Apoyo a Keiko: Keiko Fujimori, César Acuña, Frente Amplio, Avanza País, Partido Morado, Fuerzas y Humana, Justo por el Perú, Tierra y Libertad, Democracia Directa, Nuevo Perú, Verónica, Uresti.

Apoyo a Castillo: Pedro Castillo, Daniel Urzúa, Hernando de Soto, Yanyú Luciani, Acción Popular, Victoria Nacional, Somos Perú, Ollanta Humala, José Vega Antonio.

Escucharán sus propuestas: César Acuña, Hernando de Soto, Daniel Urzúa, Yanyú Luciani, Acción Popular, Victoria Nacional, Somos Perú, Ollanta Humala, José Vega Antonio.

Decidirán en el partido: Acción Popular, Victoria Nacional.

No se pronuncian aún: Yanyú Luciani, José Vega Antonio.

**INFORME**

Maria Elena Castillo

La mayoría de los partidos y agrupaciones políticas aún no han decidido si apoyarán a Pedro Castillo o a Keiko Fujimori. De Soto de Avanza País, César Acuña, de APP, Bengolea del PPC, Julio Guzmán, del Partido Morado entre otros, piden un pacto de gobernabilidad.

Los partidos políticos que se presentaron en la primera vuelta electoral ya están buscando aliados para la segunda vuelta. Esto es un signo claro de que se está preparando un golpe a la democracia peruana.



