



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SECCIÓN DE POSGRADO

ANÁLISIS DE LA AGENDA INFORMATIVA DE LOS PROGRAMAS  
DOMINICALES PANORAMA Y CUARTO PODER SOBRE LA  
CANDIDATURA DE KEIKO FUJIMORI, ANTES Y DESPUÉS DE LAS  
ELECCIONES GENERALES EN PRIMERA VUELTA. MARZO-ABRIL

2016

PRESENTADA POR  
JAVIER AVILA GUTIÉRREZ

ASESOR  
CÉSAR SMITH CORRALES

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

LIMA – PERÚ

2018



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada**  
**CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y  
PSICOLOGIA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

SECCIÓN DE POSGRADO

**ANÁLISIS DE LA AGENDA INFORMATIVA DE LOS PROGRAMAS  
DOMINICALES PANORAMA Y CUARTO PODER SOBRE LA  
CANDIDATURA DE KEIKO FUJIMORI, ANTES Y DESPUÉS DE LAS  
ELECCIONES GENERALES EN PRIMERA VUELTA. MARZO-ABRIL 2016**

**PARA OPTAR**

EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

**PRESENTADO POR:**

JAVIER AVILA GUTIÉRREZ

**ASESOR:**

Mg. CÉSAR SMITH CORRALES

**LIMA, PERÚ**

2018

Dedicado a mi querida esposa Miluska y a mis hijos Alondra y Adriano, por ser pilares fundamentales de mi vida, y por la paciencia en el desarrollo del presente trabajo que concluyo con satisfacción, logrando así uno de mis objetivos académicos y profesionales.

A Dios, por siempre cuidar de mí y ser fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A la Universidad de San Martín de Porres, por brindarme sólidos conocimientos en el campo del periodismo y valores humanos.

A mis familiares y amigos en general, por el impulso constante a culminar el presente trabajo y ser guías permanentes en esta investigación

## INDICE

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I.    Introducción	8
II.   Material y Métodos	29
III.  Resultados	33
IV.  Discusión	58
V.   Conclusiones	60
VI.  Recomendaciones	63
FUENTES DE INFORMACIÓN	64

## ÍNDICE DE TABLAS

01. ficha de observación (panorama) 001 – 2018	34
02. ficha de observación (panorama) 002 – 2018	37
03. ficha de observación (panorama) 003 – 2018	40
04. ficha de observación (c. poder ) 004 – 2018	43
05. ficha de observación (c. poder ) 005 – 2018	47
06. ficha de observación (c. poder ) 006 – 2018	50

## RESUMEN

La presente investigación presenta como título análisis de la agenda informativa de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder, antes y después de las elecciones EN primera vuelta sobre la candidatura de Keiko Fujimori. Marzo-abril 2016, se utilizó la metodología de enfoque cualitativo, nivel hermenéutico, la técnica de la observación y como instrumento la ficha de registro que cuenta con un validez de 100% de V de Aiken; llegando al resultado que la agenda informativa de los programas dominicales, respecto al contenido es el manejo de diferentes temáticas, lo que indica que establecen su propia agenda informativa, esto debido a la competitividad que tienen y juicios periodísticos diferentes para seleccionar la información. Los tiempos dedicados a cada nota informativa ha sido variables y de acuerdo al grado de noticiabilidad de cada reportaje o entrevista, aunque si se establece una sumatoria de minutos el programa Panorama ha otorgado un 25% más de minutos en la totalidad de la muestra registrada. Los criterios en ambos programas dominicales son casi los mismos, esto debido a que cada información difundida cumple con el interés, actualidad y relevancia, siendo los géneros más utilizados el reportaje y las entrevistas en ambos casos.

Palabras claves: medios de comunicación, encuadre de la noticia, periodismo.



## ABSTRACT

The present investigation presents as a title analysis of the informative agenda of the Panorama and Cuarto Poder Sunday programs, before and after the elections in the first round on the candidacy of Keiko Fujimori. March-April 2016, we used the methodology of qualitative approach, hermeneutical level, the technique of observation and as an instrument the registration card that has a validity of 100% of V of Aiken; arriving at the result that the informative agenda of the Sunday programs, regarding the content is the handling of different topics, which indicates that they establish their own informative agenda, this due to the competitiveness they have and different journalistic judgments to select the information. The times dedicated to each informative note have been variable and according to the degree of newsworthiness of each report or interview, although if a sum of minutes is established, the Panorama program has granted 25% more minutes in the totality of the registered sample. The criteria in both Sunday programs are almost the same, this is because each information disseminated complies with the interest, relevance and relevance, with the genres being most used in the reporting and interviews in both cases.

Keywords: media, framing of the news, journalism.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

En el libro *El periodismo en la televisión*, sus autores dicen que “la composición no consiste tan sólo en construir la imagen de tal forma que resulte armoniosa y atractiva. (...) Mediante la composición se pueden transmitir estados de ánimo (...) y enriquecer así el sentido estético y narrativo de la información”. Bandrés, E; García J y Pérez, J (2000:189). Por eso resulta tan importante el uso de la televisión en las elecciones.

La coyuntura electoral siempre es un punto sensible en la vida de cualquier comunidad por la polarización que siempre se da en estos periodos tan cortos, al ser tan limitado el tiempo este se convierte en un factor donde se debe poner de relieve las estrategias.

Desde la llamada re-reelección fujimorista en el año 1990, generalmente se presentó una característica peculiar ¿y cuál era?, que el candidato ocupante del segundo lugar ganaba la siguiente elección presidencial.

En el año 2000 (más allá de los manejos del montesinismo), gana en primera vuelta Alberto Fujimori secundado por Alejandro Toledo. En la siguiente lid electoral del 2001 queda precisamente este actor político conjuntamente con el candidato Alan García, ganando el llamado líder de la chakana. Cinco años después el candidato García aprista se enfrenta a Ollanta Humala, a quien lo vence. En el 2011 este último postula y decide su triunfo en segunda vuelta con la hija de Alberto Fujimori, quien se enfrenta a Pedro Pablo Kuczynski, a quien no puede vencer.

El rompimiento de esta regla (generalmente el segundo triunfaba en el siguiente proceso) es por algunos aspectos que igualmente son necesarios dilucidar para aportar mayores luces a esta investigación. Lilian Kanashiro se pregunta cuándo se inicia el proceso electoral peruano. Para ella es oficialmente con la convocatoria a elecciones por parte del presidente de la República con una anticipación de 120 a 150 días (Ley Orgánica de Elecciones, 1997). No obstante, las

campañas electorales impulsadas por los partidos políticos en competencia inician con mayor antelación que el proceso electoral convocada por los entes reguladores. Otros podrían postular que las campañas tienen como punto de partida la publicación de los primeros sondeos con casi un año de anticipación (Kanashiro, L (2016:22). Aunque es cierto la exposición pública audiovisual se realiza en las últimas semanas, quizá un estimado son las dos últimas y el detalle de los mismos (gestos, actitudes, etc). Asimismo, agrega con mucha razón que el componente audiovisual propio de la televisación puede desvirtuar el concepto de debate definido anteriormente. Por eso, el análisis y la reflexión sobre el dispositivo enunciador televisivo y los alcances de su optimización como práctica discursiva ocupan un rol importante en el orden de un régimen de visibilidad que ilumina ciertos aspectos y oscurece otros (Kanashiro p.25).

Los analistas jóvenes podrían destacar el uso de las redes sociales como el canal más efectivo por su carácter de inmediatez y de carácter más personal, sin embargo el uso no es tan efectivo, tal como lo indica Eliseo Veron, citado por Kanashiro (2016:36) al destacar la valoración del medio televisivo, sosteniendo que es el espacio donde se escenifican dinámicas deliberativas (debates, entrevistas, tertulias), juegan un rol fundamental en la sociedad en la construcción social de la imagen pública de la política.

Citando a Plasser, se puede percibir el desarrollo de un proceso creciente de profesionalización e internacionalización de las campañas en democracias con un avanzado e indiscutible grado de centralidad de los medios de comunicación (Crespo 2011; p. 21). Por un lado, por la creciente pérdida de importancia y legitimidad de los partidos políticos como estructuras democráticas, el voto va desprendiéndose cada vez más de las lealtades partidarias e incluso en muchos países el rompimiento del sistema de partidos origina lealtades centradas en personalidades antes que en partidos (Crespo 2011, p.21). Y se podría decir incluso, estas lealtades, sobre la propuesta de gobierno, es así de una u otra manera la aparición del marketing político articulando las acciones de los candidatos como

productos y buscando la permanencia en los medios de comunicación (televisión sobre todo), de su cliente.

Dentro de los procesos electorales un pasaje muy recordado en la imagen televisiva se presentó en el debate Vargas Llosa-Fujimori, donde este último mostró la portada del diario Ojo del día siguiente que daba ganador al escritor. Eso generó en la población indecisa catalogar al FREDEMO como una maquinaria de poder y partido de los ricos que lo único que les importaba era ganar por encima de los principios éticos. Eliseo Verón, por ello precisaba que la televisión es el medio por excelencia del contacto, en donde la imagen funciona como índice a través de la metonimia y la contigüidad. (Kanashiro 2016; p. 36) Pedro Peña, en esa misma línea manifiesta que lo más que posee la imagen desde el punto de vista significativo es su calidad de impacto emocional. Las imágenes nos atraen, convencen y sobre todo, nos emocionan. Cuando decodificamos una imagen, no solo realizamos su lectura literal. La imagen actúa sobre nuestro universo mental en el que conservamos una serie de relaciones emocionales entre escenas y sentimientos, entre emociones e imágenes. Así es, como estas se cargan de connotaciones que niegan del mundo interior de cada persona, (Peña 2006; p.27). Uno de los factores que inciden en ese poder de la imagen es su diferencia en el nivel de abstracción. En el lenguaje verbal el receptor necesita decodificar por medio del conocimiento del significado de los términos, que en algunos casos puede desconocer o no entender. En la imagen el contexto se reduce y la gente está muy observadora de que si el personaje tartamudea, se sonroja u otro comportamiento gestual.

Así, a su juicio, en el campo textual, cuando se organizan los datos en orden de mayor a menor interés o importancia, se presume socialmente de que el criterio aplicado deriva de su profesionalidad o intencionalidad profesional, de la denominada objetividad informativa, y no de otra especie de intencionalidad como pudiera ser la ideológica

o la motivada por un interés extraprofesional, particular o económico (Peña 2006, p. 21).

La televisión –dice- presenta las informaciones cargadas de juicio de valor no solo a través del lenguaje articulado fundamentalmente por el uso constante de adjetivos, sino también a través de la selección de imágenes cargadas de ponderaciones, juicios valoraciones. Citando a Mariano dice que no se separa claramente lo que es noticia pura de lo que es opinión personal o de grupo (Abril 2001, p.21).

Pero hay otro aspecto necesario de analizar y que de una u otra manera está expresada en líneas atrás. La política, presente desde la formación de las primeras ciudades o civilizaciones, el arte de gobernar siempre ha estado presente y siempre ha sido materia de controversia.

## 1.2 Formulación del problema

En base a la realidad problemática expuesta se ha formulado las siguiente problemática:

### 1.2.1 Problema General

¿Cómo se presenta la agenda informativa de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori sobre las elecciones generales en primera vuelta, marzo - abril 2016?

### 1.2.2 Problemas Específicos

¿Cómo se presenta el contenido periodístico (temática y enfoque) de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori sobre las elecciones generales en primera vuelta, marzo - abril 2016?

¿Cómo se presenta el tiempo(duración y bloque) de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori sobre las elecciones generales en primera vuelta, marzo - abril 2016?

¿Cómo se presenta los criterios periodísticos (novedad, interés) de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori sobre las elecciones generales en primera vuelta, marzo - abril 2016?

### 1.3 Objetivos de la investigación

En base los problemas planteados se han considerado formular los siguientes objetivos:

#### 1.3.1 Objetivo General

Analizar la agenda informativa de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori sobre las elecciones generales en primera vuelta, marzo - abril 2016

#### 1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar el contenido periodístico (temática y enfoque) de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori sobre las elecciones generales en primera vuelta, marzo - abril 2016
- Analizar el tiempo (duración y bloque) de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder, antes y después de las elecciones en primera vuelta sobre la candidatura de Keiko Fujimori, Marzo – Abril, 2016

- Analizar los criterios periodísticos (novedad, interés) de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori sobre las elecciones generales en primera vuelta, marzo - abril 2016

#### 1.4. Justificación de la investigación

La presente investigación es importante toda vez que busca indagar como la agenda informativa es manejada por los programas periodísticos más emblemáticos de la televisión peruana y lo que se pretende es poder identificar como informaron sobre la candidatura de Keiko, antes y después de las elecciones de la primera vuelta. Según la Rosa (2013), la realidad comprende un universo infinito de informaciones que, para ser presentada a través de los medios, debe ser reconstruida. (p.18). Esta reconstrucción de la realidad depende de los medios periodísticos y, específicamente de los programas periodísticos Para Mc Comb y Sahw, comprobaron que los medios no nos dicen como pensar, pero sí en qué debemos pensar. La comparación en la cobertura permitirá comparar el tiempo, cobertura, género periodístico, enfoque utilizados.

##### 1.4.1 Importancia de la investigación

Desde el punto de vista social el periodismo tiene como misión generar conciencia social, en ese sentido la presente investigación comparativa permite develar como la agenda informativa y como la realidad es presentada por ambos medios, toda vez que es complicado conocer y entender la intencional de dichos programas periodísticos en cuanto al tratamiento informativo.

Se conoce que la manifestación periodística, en los diversos medios de comunicación, indica que tiene como principal valor la objetividad; pero esta no puede ser medida por su

características netamente abstractas, pero si pueden ser interpretadas bajo la forma de una comparación de ciertos indicadores generados en la presente investigación.

#### 1.4.2 Viabilidad de la investigación

La presente investigación es viable, ya que se cuenta con acceso a la unidad de análisis. Asimismo con acceso a la información bibliográfica y los programas grabados durante el periodo de tiempo que se establece en la investigación (marzo y abril)

#### 1.5. Limitaciones del estudio

La presente investigación no presenta limitaciones que impidan el desarrollo de la misma.

#### 1.6. Marco teórico

##### 1.6.1. Antecedentes

Para la presente investigación se han considerado los siguientes antecedentes:

Según Bevilacqua M. (2013), La tesis titulada la imagen de los candidatos presidenciales en los medios gráficos argentinos durante las campañas electorales de 2007 y 2011( 2013), presentada en la Universidad San Andrés de Argentina, destaca la importancia que tienen los medios de comunicación en los procesos electorales vinculando a los candidatos con la colectividad con un elemento adicional, la selección y jerarquización de la información, sin embargo según el mismo autor el objetivo general de su trabajo es describir la imagen que los diarios Clarín, La Nación y Página 12 presentaron de los candidatos presidenciales durante el período de campaña electoral de 2007 y 2011. Este propósito genera que se oriente el trabajo hacia la línea editorial, el tratamiento periodístico y el rigor periodístico, desvirtuándola un tanto del manejo propiamente de la agenda. La metodología es de carácter cualitativo, aunque



utiliza el registro cuantitativo para explicar. Pese a la presentación de resultados la investigación adolece de instrumento.

Asimismo Marambio A. (2014) en su tesis denominada La agenda- Setting: el papel de las agencias comunicacionales en la construcción de la agenda de los medios, realiza un estudio generado a partir de una institución del sector salud para optar al grado de magíster en comunicación social por la Universidad de Chile. La investigación de Marambio tiene características de fenomenológico (aunque no lo indica) porque busca indagar sobre el proceso de la influencia de las fuentes institucionales del sector salud inciden en la construcción de la agenda de los medios de comunicación. Utiliza un enfoque mixto, con datos cuantitativos y cualitativos con la técnica de entrevistas de profundidad (pero no señala el uso de la ficha de observación, pese a que el mayor sustento está en ella) en denominados informantes claves, por un lado periodistas que trabajan en las organizaciones de salud y del otro, profesionales de comunicación que están en los medios. Plantea reflexiones finales, a modo de conclusiones, siendo la más destacada: Una estrategia comunicacional basada en aspectos técnico-ciudadanos y desplegada en formatos mediáticamente eficientes es la mejor herramienta para llamar la atención de las pautas de los medios masivos. A diferencia de esta investigación, el proyecto del suscrito está orientado a la jerarquización que establece el medio (especialmente por intereses políticos) y no la agenda pública.

Según, Pinedo N. (2017), en su tesis, La influencia del programa radial de la maestría en gerencia social “espacio de gestión” en la agenda pública a través de la concertación, debate y generación de propuestas en temas de gerencia social durante los años 2014-2015. Es una investigación sobre la importancia de establecer un vínculo entre la

Universidad y nuestro país a través de la influencia de un medio de comunicación en la agenda pública. Para ello, toma el caso de la experiencia del programa radial de la Maestría en Gerencia Social “Espacio de Gestión” (antes “Espacio Potencial”) de la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo general de la investigación era conocer la influencia del programa radial de la Maestría en Gerencia Social en la agenda pública, durante los años 2014-2015, analizando la percepción y el aporte a través de la concertación, debate y generación de propuestas sobre temas de gerencia social, para fortalecer el desarrollo del programa. Asimismo, determinar en qué medida el programa radial de la Maestría en Gerencia Social está cubriendo las expectativas de los oyentes y cumpliendo con los objetivos institucionales de la Maestría. Se tomó como unidad de análisis a los alumnos, egresados y docentes, el área de producción y la coordinación de la Maestría en Gerencia Social, así como el programa radial. El desarrollo de la investigación consistió en recurrir a técnicas cualitativas. Se aplicaron en total 30 entrevistas en profundidad. La investigación permitió conocer y analizar la importancia de un medio de comunicación en el desarrollo, generando el debate sobre la agenda pública desde el enfoque de la Gerencia social y la política social, así como visibilizando la postura de la Maestría en temas de actualidad o coyuntura social. A partir del estudio se han precisado propuestas para la mejora de sus contenidos en la producción, concertación y posicionamiento del programa y de esta forma se siga potenciando su diseño, ejecución al aire y la sostenibilidad como un programa inédito y pionero de aporte al desarrollo al país. Por eso presentaba la propuesta de fortalecimiento comunicacional para el programa radial “Espacio de Gestión”, cuyas acciones servirían como herramientas para fortalecer el impacto del programa y el alcance de mejores resultados para su

público oyente. Además, la investigación plantea un aporte al estudio de la gerencia social a través del uso de la radio como espacio mediático donde se debaten y analizan la política y los programas sociales desde la experiencia académica y profesional y cómo ésta puede contribuir a la mejora de la toma de decisiones para construir un mejor país.

#### 1.6.2. Bases teóricas

Una diversidad de teorías busca explicar el fenómeno de la selección informativa por parte de los medios. La propuesta teórica de mayor difusión y que lideró la comprensión de la puesta informativa en el ejercicio periodístico es la denominada agenda setting. Esta señala que los medios influyen decisivamente en la sociedad, no solo por las opiniones que manifiestan sino también por los temas que plantean para la decisión ciudadana (Fernández 2008:29). Según el análisis de los informativos españoles, la información política ocupó el tercer lugar de importancia por encima de deportes y desastres y hechos violentos (Fernández 2008, p.29).

El estudio que se inicia con Lazarsfeld en 1962, establecía que la gente se deja influenciar por los vecinos que previamente habían tenido contacto con los medios. Mc Comb y Sahw decidieron orientarse a este estudio y comprobaron que los medios no nos dicen como pensar, pero sí en qué debemos pensar, (...) los medios de comunicación definen qué es noticia y lo que es relevante para comunidad (Fernández y Galguera 2009; p.104)

La agenda setting busca responder a quién establece las informaciones que circulan en la esfera pública, los medios, las organizaciones o la ciudadanía. En el caso de los primeros se asume ellos son los que jerarquizan la información en base a criterios estrictamente periodísticos. Hace algunos días el señor Federico Salazar manifestó que los medios de comunicación no pueden embrutecer a la gente, aunque el interés de esta investigación no se orienta hacia el tema, si se puede manifestar que la gente se orienta y piensa en la manera en que los medios enfocan o difunden y jerarquizan las informaciones. “Para construir el discurso y sus relatos, los medios de comunicación realizan una aproximación a la realidad, incluyendo en esta tanto a los fenómenos naturales como a los derivados de la acción del hombre; los cuales constituyen la base para la producción del medio. A decir de Feng (2010), ello supone necesariamente la construcción de una pseudo realidad” (La Rosa 2013; p.16).

En el caso de la agenda pública, están orientados a la determinación de la ciudadanía. Es ella la que establece qué informaciones deberían difundirse y con cuales contenidos. Otra teoría es la planteada por Chong y Druckman en el 2007 y la denominan como la teoría del encuadre o Framing Chong y Druckman (2007) “tiene como punto de partida la convicción de que es posible visualizar un asunto cualquiera desde diversas perspectivas, pues evidentemente a pesar de que la realidad es una, son múltiples las maneras como puede observársele e interpretársele, interviniendo para ello una serie de factores de diversa índole. El encuadre es un factor que influye en la configuración de la agenda de los medios e involucra la selección, énfasis, exclusión y presentación usada rutinariamente en el discurso periodístico” (La Rosa 2013:40)

Los autores agregan que este encuadre o presentación de la realidad está determinado por la percepción o comprensión e interpretación que asume el emisor.

Chong y Druckman indican que “supone igualmente el uso de criterios que se toman en cuenta para la exclusión de materiales, la selección de otros y su presentación. Igualmente implicará el énfasis a determinadas partes del discurso. Coincidiendo con esta perspectiva, el encuadre sería en palabras de Watson (2007) la representación de la realidad por parte del periodista” (La Rosa 2013, P. 41).

Esto significa que los responsables de los programas periodísticos, el director o directora y la empresa periodística establecen no solo la línea sino el enfoque que asumirá el reportaje o informe a emitir. Si un personaje político aparece en una foto junto a una persona implicada en narcotráfico, el medio de comunicación según la interacción o ideología buscará deslizar su vinculación o lo desligaría de toda implicancia.

Asimismo, con respecto al tratamiento informativo este se sustenta en la teoría de encuadre o también denominada teoría Framing en uno de sus primeros niveles

Según Sádaba. T (2004):

El frame es el encuadre que los comunicadores adoptan al crear las noticias. La teoría el framing, tal como se ha denominado en el ámbito académico de la comunicación, anula el paradigma objetivista de la profesión, ya que afirma que, lejos de contar las cosas tal como son, el periodista cuenta los acontecimientos con un enfoque particular (p. 5)

Agrega que:

El framing queda huérfano si no se incorpora la dimensión social en la que incide la transacción, puesto que no se acierta es explicar algunas diferencias de enfoques o encuadres en los medios si no es por los contextos culturales donde se insertan (p. 149)

Por lo que no se puede separar, en líneas generales, el encuadre de las noticias con los aspectos sociales del contexto.

El periodismo televisivo

Un aspecto adicional en los procesos electorales es que el periodismo multiplica la efectividad de las estrategias electorales, así como puede elevar a un candidato, lo puede hundir. Una cuestión reciente se ha dado con el denominado “Chicharrón de Barrenechea”. El hecho de no aceptar la invitación de una comerciante de comida ambulante generó que la población lo catalogara como discriminador y el periodismo indagara en posturas anteriores hasta recordar el calificativo de “príncipe”. Sin embargo pese a que muchos entienden en la práctica el ejercicio del periodismo, les resulta complicado establecer que es, tal como sucede con Suarez en Discurso Periodístico, que lo define como la práctica social que utiliza como elementos básicos el lenguaje literario y las estructuras técnicas noticiosas para proporcionar información a uno o varios públicos a través de un medio y cuyo objetivo central es entablar una comunicación efectiva (Suarez.2006, p.15).

Miro Quesada lo detalla con mayor propiedad al manifestar como la profesión de información y comentar periódicamente a través de un medio de comunicación los sucesos y

problemas que interesan a una sociedad. Es decir de informaciones o comentarios que tengan periodicidad, que se refieran a problemas no personales sino de interés general, y que sean difundidos públicamente (Podestá 2013, p. 41).

Ahora bien, los medios no siempre asumen la tarea de difundir la información siguiendo estrictamente los criterios periodísticos sino que le dan una visión propia en el manejo de la información. El periodismo nos señala que en el manejo de la agenda informativa deben darse en razón de los criterios de novedad, trascendencia, actualidad e interés y es válido la discrepancia que puedan tener los medios en jerarquizar las noticias que llegan a sus redacciones. Por eso el periodismo como proceso comunicativo es una interpretación de la realidad, que se construye de diversos modos y se transmite a los receptores a través de los medios de comunicación (Sánchez 2011, p.133). El problema radica cuando se orienta a intereses de grupo sean políticos o económicos, igualmente el convertir la información en una mercancía.

Max Weber señaló que los periódicos de una u otra manera imponen la voluntad porque tienen poder, incluso contra las resistencias. Algunos han denominado a sus estudios la sociología del periodismo (Figuroa 2013, p 103)

Igual ya en 1916 el economista Karl Bucher, fundador del Instituto de Periodismo de Leipzig, señalaba que el objetivo de los diarios no es de satisfacción de la información pública, sino de un propósito económico (Figuroa 2013, p.104)

Además hay otro ingrediente, que aprovecha el uso de otros recursos de los espectáculos televisivos. (...) esto consiste en aprovechar al máximo los elementos de su lenguaje periodístico: la imagen (planos impactantes, tomas dinámicas y muy expresivas), el sonido (pleno sonido natural para que se escuchen, por ejemplo, explosiones, arengas,

risas, llantos) y el movimiento (acudir a los recursos del movimiento lento o congelados para observar mejor los detalles de una acción). A los que se agregan los más variados y vistosos recursos de producción (créditos, efectos de composición de la pantalla, infogramas, animaciones, música impactante, entre otros) (Estremadoyro 2004, p.141).

### Los Géneros Informativos en Televisión

El periodismo tiene varias expresiones, las cuales pueden agruparse en tres: informativo, interpretativo y de opinión (aunque algunos hablan incluso de humor). Los géneros se manifiestan en las diversas plataformas o medios, es decir en medios escritos, audiovisuales o virtuales.

Como ya se ha señalado anteriormente, la televisión tiene el ingrediente adicional de su lenguaje. Mario Gutiérrez dice “El poder que emana de la información televisiva puede expresarse de muchas maneras pero no puede esconderse. Se disfraza de noticia, cultura, espectáculo o entretenimiento, aparentando brindar una visión real del mundo, desde su mirada interesada y condicionada, siendo a través de esta vigilancia que aprendemos y comprendemos la realidad” (Gutiérrez 1993:43).

En lo que respecta a sus géneros Urrutia (2018) no dice:

Los géneros informativos pueden distinguirse fácilmente de los de opinión por su estilo. En los primeros, el estilo lingüístico se rige por tres características: claro, concreto y conciso. Por otro lado, en los géneros de opinión puede encontrarse mayor variedad de estilos.

Si bien se sugiere una subjetividad, en el editorial no se utiliza la primera persona del singular, y el estilo es grave, acorde con el tema tratado y suele coincidir con la claridad y concisión de los géneros informativos. Por otro lado, en otros géneros de opinión como la



columna, se espera que el estilo particular del autor esté presente en el texto.

Otra diferencia en el periodismo televisivo es que hay una mistura o fusión de géneros. El mismo Gutiérrez expresa que como dijimos anteriormente, los géneros se presentan de forma híbrida, simultánea y mezclada, no solo en la programación televisiva, sino también de cada programa, así como en la percepción del público (p.43).

Los programas periodísticos dominicales entrelazan el informativo (porque dan a conocer hechos novedosos y de interés, el interpretativo (porque llegan a deducir vínculos, situaciones o propósitos de los actores) y de opinión (juzgan, califican o descalifican la conducta o comportamiento de los personajes, especialmente políticos).

### El Formato Magazine

Gutiérrez (1993) manifiesta que:

“lo importante en la estructura del magazine es la fluidez y versatilidad, organización y habilidad para reenganchar al público antes y después de cada reporte o entrevista. Estos recursos se realizan generalmente a través de los comentarios del conductor al presentar un reportaje, al sintetizarlo o al completar una sección. Su tarea es siempre volver a crear expectativa antes del corte comercial. La reflexión y apelación al televidente son los instrumentos claves para construir estos ganchos, aparentando con ellos una comunicación directa que da la impresión de una complicidad con el telespectador, con el que habla como si fuese un amigo o un pariente. Esta relación es imprescindible para que el público tenga la sensación, al final del programa, de haberse informado no sólo integral sino amistosamente”(p.72).

El magazine ha evolucionado a través de los años. Antes este formato era orientado a programas que presentaban

una variedad de recursos televisivos donde la narración juega un rol importante y por ello hibridiza los géneros. Suele usar crónicas porque presenta una cronología de hechos, también las entrevistas porque confrontan con personajes, testigos, expertos o interlocutores participes como fuentes o expresión de las controversias.

#### El Género Reportaje

La expresión periodística de mayor uso en el magazine es el reportaje. Se puede decir que en cierta forma es la vedette de la información periodística porque se utiliza para difundir lo principal de la agenda del medio o pública.

Mario Gutiérrez (1993) dice que

“El reportaje por su versatilidad, pluralidad y capacidad para desarrollar diversas temáticas asumiendo formas diversas, se convierte en un formato excepcionalmente rico en expresividad., que se acomoda a muchos tipos de programas...y a diversas variantes condicionadas por los criterios de duración, densidad y estilo, flexibilidad propia del reportaje que, como formato, se confunde muchas veces con otros más puntuales como la nota, la entrevista en profundidad, el informe o el documental” ( p.91)

Un magazine propiamente de enfoque político puede presentar no solo un reportaje, sino algunos más. Sin embargo, el más importante es el especial. Mario Gutiérrez expresa que este maneja la misma estructura que el reportaje de análisis, pero se diferencia de este por su carácter de periodismo de investigación. Tiene mucho de estudio, de tesis y tesis y de ensayo periodístico, por lo cual cuenta con plazos y presupuestos más extensos que lo normal, tanto para su producción como para su posproducción. Su duración se extiende a veces más allá de un bloque, llegando a tener entre 10 y 20 minutos de duración se extiende a veces más allá de un bloque,

llegando a tener entre 10 y 20 minutos de duración, emitiéndose por eso entre dos o tres parte. Se diferencia del documental, básicamente, por su tratamiento periodístico y por la presencia protagónica de uno o más reporteros en on y en off “. (Gutierrez 1993; p.102).

Dentro de los reportajes especiales existen de investigación, informe, denuncia y de interés humano. El denominado magazine político utiliza el primero. Mario Gutiérrez indica que este usa técnicas detectivescas como la cámara oculta, la grabación, el cambio de identidad. “El destape y la exclusiva son sinónimos de este formato, que requiere de reporteros audaces y con postura política”. (Gutiérrez 1993; 102) En general el reportaje se define por la profundidad con que trata los temas y por la originalidad con que los presenta (...) permite una mayor capacidad expresiva individual y la experimentación de formas nuevas (Gutiérrez, 1993; p.108)

Finalmente Gabriel Pérez dice “a fin de cuentas, como género informativo, el reportaje se presenta como la actualización de una noticia que se amplía con una serie de elementos añadidos que no encajan exactamente dentro de la estructura típica de la información convencional, noticia (Pérez 2003;p.124)

La Agenda Informativa

El Contenido

Para Hernan, el contenido noticioso viene determinado por ciertas propiedades estructurales de los medios de comunicación y, en particular, por su relación con los negocios y con el gobierno (1985; p.48).

- Temática.- Hace referencia a los tipos de hechos, los

cuales pueden ser político, económico, social, cultural.

- Enfoque.- Las notas aunque pueden corresponder como a la sección de un diario, sin embargo la forma como la focalizan o interpretan aparece como una interpretación policial, siendo un tema político. Según Javier Fernández del Moral, en el Análisis de la información televisiva, es la orientación de la noticia. Puede ser de enfrentamiento (carácter conflictivo, conjetural (de especulación), histórico (evolución), perspectiva (repercusión del hecho en el futuro), consensual (destaca los puntos de acuerdo), entre otros (competitivo, denunciador, documental, reactivo, interés humano) (Pérez 2003, p. 19)
- Fuentes.- De donde se extrae la información. En el caso de la investigación podemos tomar en cuenta la experta, equilibrada (si aparecen los informantes desde diferentes ángulos o posición de la información), implícita y explícita (Pérez 2003, p. 19)

#### El Tiempo

- Duración.- Es el espacio o permanencia dedicada a la información.
- Bloque.- Si la información aparece en la primera, segunda u otra parte del programa; es decir, al momento de aparición.
- Presentación.- Se refiere a la relación de titulares de las principales informaciones del programa

#### Los Criterios Periodísticos

A estos también de alguna manera Montse Quesada le denomina factores de noticiabilidad (2007, p.23)

- Novedad.- Ha de haber ocurrido algo que no ocurría (Quesada 2007, p.23)
- Interés.- basado en Prominencia, Importancia,

Proximidad, Magnitud, Circunstancia, Interés humano, Singularidad o rareza (Estremadoyo 2004:p.40-41)

- Generecidad.- El suceso debe tener interés general para una amplia mayoría del público”. (Quesada 2007:p.23)
- Actualidad.- algo que acaba de ocurrir (Estremadoyo 2004, (p.39).
- Relevancia.- “es el grado de importancia por medio del cual un tema de la agenda es percibido como relativamente importante ”Dearing y Rogers, 1996; p.8; cit por Ramon (p.31)

Los géneros periodísticos

Siguiendo la idea de Urrutia (2018) que nos dice:

Los géneros informativos, se caracterizan principalmente por su objetividad, entre ellos destacan:

Noticia. Es la base del periodismo. Dado que informa de los hechos ocurridos, suele ser el punto de partida para textos de otros géneros, tanto informativos como de opinión.

Reportaje. Profundiza en la información destacada por las noticias. Además de informar, describe y documenta, y suele tener un interés formal para el lector. En este género pueden incluirse párrafos más informativos, opiniones, entrevistas y crónicas. Por eso se dice que es el género periodístico más completo.

Entrevista. Si bien tradicionalmente se enmarca en los géneros informativos, hoy esta clasificación resulta problemática por las múltiples opiniones que pueden verse en una entrevista y por los dos (o más) sujetos que intervienen en ella. Su estructura es el diálogo y puede ser de información (busca obtener datos específicos sobre una noticia), de opinión (permite conocer opiniones y juicios de

personas involucradas con un tema determinado) o de semblanza (busca retratar el personaje entrevistado)

## II. MATERIALES Y METODOS

### 2.1. Diseño metodológico

La investigación se sustenta en paradigma naturalista porque busca interpretar el fenómeno, en el ámbito de un enfoque cualitativo, según Martínez [...] trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. (Martínez, 2006, p. 128).

De aquí se desprende que el nivel de investigación es hermenéutica es decir (...) un posicionamiento distinto con respecto a la realidad: aquel de las significaciones latentes. Se trata de adoptar una actitud distinta, de empatía profunda con el texto, con lo que allí se ha expresado a través del lenguaje. No se trata de suprimir o de intentar inhibir su propia subjetividad (con sus implícitos prejuicios), sino de asumirla. (Cárcamo, 2005, p. 1). Se utilizó la observación indirecta toda vez que no estamos ante la presencia de hechos observados directamente, sino ante hechos que han sido registrados en las grabaciones de los programas mencionados. Como menciona Verd Joan & Lozares Carlos, (2016) "(...) la etnografía virtual podría considerarse un tipo de observación en entornos naturales (en los escenarios virtuales donde la interacción se desarrolla habitualmente) en que la persona observadora obtiene de información visual y textual", (p. 255)

La presente investigación utilizará un diseño denominado estudio de caso, puesto que solo busca interpretar la variable desde un punto subjetivo; siendo transaccional al utilizar el instrumento se aplica en un periodo de tiempo muy específico.

La trayectoria metodológica comprende los siguientes pasos:

- a) Primero se ha definido dos programas que han sido analizados en las siguientes fechas:
  - i. 27 de marzo de 2016
  - ii. 03 de abril de 2016
  - iii. 24 de abril de 2016
- b) Segundo, se aplicará el instrumento (ficha de observación) a cada programa constituyendo en total 6 fichas de observación, establecidas en 02 fichas por cada programa, en cada uno de las fechas establecidas.
- c) La ficha nos permitió registrar los contenidos, el tiempo dedicado, los géneros utilizados y los criterios periodísticos.
- d) El registro inicial permitió describir la realidad e interpretar los resultados que nos llevó a las conclusiones.

## 2.2. Diseño Muestral

### 2.2.1. Población

Considerando el enfoque de investigación propuesto, la población de la presente investigación no son personas, en este caso son seis programas televisivos que ha sido registrado en la plataforma YouTube.

### 2.2.2. Muestra

Para determinar la muestra se utilizó el criterio de la semana compuesta, donde precisa que la “La parte es igual al todo”, es decir que nos es necesario realizar un análisis de todos los programas sino de un modelo. En este sentido los seis programas televisivos que ha sido elegidos bajo este criterio, dos antes de las elecciones y uno están registrados en la plataforma YouTube.

## 2.3. Técnica e instrumentos

La técnica a utilizar es la observación estructurada e indirecta y el instrumento es la ficha de observación, que según Verd & Lozares (2016) menciona:



Es usada frecuentemente en algunas ciencias sociales como la psicología social y la economía (...) se trata de aquellas formas de observación en las cuales el registro no tiene carácter numérico, lo cual va más allá de la observación estrictamente etnográfica, (p. 241)

### 2.3.1. Validación de Instrumento de medición

Para determinar la validez del instrumento se utilizó la prueba de juicio de expertos, para obtener el Coeficiente de validez Aiken.

El procedimiento a utilizar implica las siguientes etapas:

1. Se elige un conjunto de tres jueces por tener conocimientos sobre el tema a ser evaluado en la prueba, estos deben ser comunicadores sociales.
2. Se elabora una carta en la cual se le invita al juez a participar en el estudio, adjuntando un ejemplar de la prueba y las definiciones de los aspectos que van a ser medidos, indicándose además qué debe evaluar.
3. Se le entrega el material a cada juez y después de una semana se recogen las evaluaciones respectivas.
4. Con los datos se elabora un cuadro, asignando el valor de 1 si el juez está de acuerdo y 0 si no lo está.
5. Se aceptan los indicadores que alcanzan valores superiores a 0.75.

Se consideraron los siguientes expertos que establecieron la validación de los instrumentos:

Expertos	Responsabilidades
Mg. César Augusto Smith Corrales	Docente Universidad Privada del Norte
Mg. Mario Castillo Hilario	Docente de la Universidad Nacional Agraria La Molina
Mg. Javier Argote Moreau	Docente de la Universidad César Vallejo

Tabla de respuestas de los expertos:

ITEM	J1	J2	J3	ACUERDO	DESACUERDO	DECISIÓN
1	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
2	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
3	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
4	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
5	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
6	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
7	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
8	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
9	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
10	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
11	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
12	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
13	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato
14	SÍ	SÍ	SÍ	3	-	Acettato

2.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información Por el enfoque de la investigación elegido no se requiere hacer trabajo estadístico a través de pruebas paramétricas o no paramétricas, toda vez que se va interpretar los resultados, por lo que no se requerido de ninguna prueba estadística.

### III. RESULTADOS

Para poder obtener los resultados de la presente investigación se aplicaron las fichas de observación en los días determinados y luego estos resultados se interpretaron con la finalidad de llegar a las conclusiones.

#### **Programa Panorama N° 01**

Emisión: 27/03/17

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7R-FXn8Ao6o>



#### Características de la emisión del día 27/03/17

El programa de esa fecha, se estructuró en los diferentes segmentos, se abordaron diversos temas sobre narcotráfico, policiales y los planes de gobierno de los candidatos que se encuentran en los 5 primeros lugares de intención de voto. La intervención de la candidata Keiko Fujimori estuvo en el tercer segmento con un reportaje que incluía fragmentos de una entrevista grabada.

## FICHA DE OBSERVACIÓN (PANORAMA) 001 – 2018

Programa: Panorama					
Emisión: 27.03.16					
Tiempo de duración el programa: 120 minutos					
Url: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=7R-FXn8Ao6o">https://www.youtube.com/watch?v=7R-FXn8Ao6o</a>					
Aplicador del instrumento: Javier Ávila					
Fecha de aplicación: 15/06/18					
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	DESCRIPCIÓN
agenda informativa	Contenido	Temática	x		Presenta las propuesta electorales, destaca que se construirán 20 centros penitenciarios, asimismo enfocarlo en devolver la tranquilidad a los electores.
		Enfoque	x		
		Fuentes	x		Fuente primaria
	tiempo	Duración	x		Aproximadamente 12 minutos de entrevista y 6 minutos de Reportaje
		Bloque		x	
		Presentación	x		Se realizó una presentación de la noticia en dos momentos en la entrada del presentador y en la salida a los spot comerciales en el primer y segundo segmento
	criterios periodísticos	Novedad		x	
		Interés	x		El tema es de interés para la población electoral toda vez que informa sobre las propuestas de la candidata.
		Actualidad	x		EL tema fue tocado por que era de actualidad, y encabezaba las encuestas de preferencia electoral
		Relevancia	x		El reportaje era relevante por el contexto en el cual se desarrollaba
	géneros periodísticos	Reportaje	x		Es el género utilizado en la nota que se difundió en el programa tuvo una duración de 6'34"
		entrevista	x		Dentro del reportaje se incluyó una entrevista grabada, como parte del reportaje de 2'34"
		Crónica		x	
		Noticia		x	

### MATRIZ DE ANÁLISIS DE (PANORAMA) 001 - 2018

El tratamiento informativo que presenta esta nota periodística es de carácter netamente informativa, es neutral donde se da opción de diversos temas y contenidos diferentes, utilizando fuentes primarias, la duración de la nota es aproximadamente 12 minutos de entrevista y 6 minutos de reportaje, pero si consideramos el tiempo dedicado a la candidata Fujimori es mayor que el utilizado por los demás candidatos.

La presentación se realizó en dos momentos en la entrada del presentador y en el pase a comerciales como una cuña promocional, esta es neutral carece de toda intencionalidad de dirigir a una interpretación inequívoca por parte de los televidentes.

El tema es de interés para la población electoral toda vez que informa sobre las propuestas de la candidata, al abordar más tiempo en el reportaje hubo más contenido y espacio dedicado a sus propuestas.

El reportaje se incluyó una entrevista grabada, que los otros candidatos no tuvieron, esto como refiere Chong y Druckman en un reportaje la exclusión de materiales, la selección de otros y su presentación inciden en la orientación de la nota. Igualmente implicará el énfasis a determinadas partes del discurso, considerando la noticiabilidad. Según la evidencias se puede deducir que se ha dado mayor cobertura y espacio en el reportaje difundido, pero la nota no tuvo un intencionalidad a favor o en contra de la candidata.

## Programa Panorama N° 02

Emisión: 03/04/17

Título: Días de furia

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=piwRHHNNhGg>



### Características de la emisión del día 03/04/17

En el programa de esa fecha, se estructuró en los diferentes segmentos, se abordaron temas del narcotraficante Caracol y su traslado al Perú, ocupando este caso policial las primeras planas y compartió el orden de importancia noticias referidas a las elecciones generales

La intervención de la candidata Keiko Fujimori estuvo en el tercer segmento con un reportaje donde se hizo mayor énfasis a los ataques contra la candidata Keiko Fujimori, y mencionando que junto con el partido aprista como los afectados en esta campaña. La presentadora del programa hizo énfasis en que la campaña se enfoca más en la violencia que en la presentación de propuestas de los candidatos.

## FICHA DE OBSERVACIÓN (PANORAMA) 002 – 2018

Programa: Panorama Emisión: 03 .04.16 Título del reportaje: Días de furia Tiempo de duración el programa: 120 minutos Url: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=piwRHHNNhGg">https://www.youtube.com/watch?v=piwRHHNNhGg</a>					
Aplicador del instrumento: Javier Ávila Fecha de aplicación: 15/06/18					
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	DESCRIPCIÓN
agenda informativa	Contenido	Temática	x		Se concentró en la violencia que los simpatizantes de los diversos partidos políticos.
		Enfoque	x		Se le da una connotación más a favor del partido de Fuerza Popular toda vez que se enfoca en los ataques que sufrió la candidata Keiko Fujimori, por parte de contra simpatizantes a su candidatura.
		Fuentes	x		Fuentes son primarias y secundarias
	Tiempo	Duración	x		Aproximadamente 11 minutos de reportaje.
		Bloque		x	
		Presentación	x		Se hizo un presentación por parte de la conductora Rossanna Cueva, haciendo hincapié en el desarrollo del reportaje, e incidiendo en que la falta de propuesta de los candidatos
	criterios periodísticos	Novedad	x		El tema se presenta como novedoso en la política nacional, toda vez que las muestras de violencia nunca han sido tan evidente en alguna otra elección en el país
		Interés	x		El tema abordado en el reportaje es de interés para el público.
		Actualidad	x		El tema era actual para ese momento de tiempo.
		Relevancia	x		El tema del reportaje es relevante por le hechos que muestran



	géneros periodísticos	Reportaje	x		Es el género utilizado en la nota que se difundió en el programa tuvo una duración de 12'34"
--	-----------------------	-----------	---	--	--

**MATRIZ DE ANÁLISIS (PANORAMA) 002 - 2018**

El tratamiento informativo que presenta esta nota periodística es de carácter netamente de opinión e informativa, y se concentró en la temática de la violencia entre los simpatizantes de los diversos partidos políticos; la nota se basa en el criterio que coincide con la teoría del periodismo que determina difundir la información siguiendo estrictamente los criterios periodísticos, y su noticibialidad.

La presentación del reportaje incluye la presentación por parte de la conductora donde expresa su opinión respecto a cómo lo simpatizantes de las diferentes agrupaciones se atacan, dejando de lado opiniones y debates. Se presenta una connotación a favor del partido de Fuerza Popular toda vez que el reportaje se enfoca en los ataques que sufrió la candidata Keiko Fujimori en un 45% en relación al resto de los otros candidatos por parte de simpatizantes en contra de su candidatura. Asimismo, se presenta en medio del reportaje a un periodista del programa mostrando un video donde se aprecia ataques verbales contra la candidata. Si se compara la exposición entre los candidatos, se da una cobertura mayor a los hechos reportados sobre la candidata Keiko Fujimori.

El tema se presenta como novedoso en la política nacional, toda vez que las muestras de violencia nunca han sido tan evidente en alguna otra elección en el país, por lo menos no televisadas.

El tema abordado en el reportaje es de interés para el público, ya que se realiza a tres semanas de las elecciones generales.

El tema era actual toda vez que en esta campaña se ha caracterizado por los insultos y no tanto por las propuestas, cosa que se refirió por parte de los periodistas en el reportaje. El tema del reportaje es relevante por le hechos que muestran es el género utilizado en la nota que se difundió en el programa tuvo una duración de 12'34".

## Programa Panorama N° 03

Emisión: 29/04/17

Título: Yo siempre he sido democrática

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eV8f2tHTwI8>



### Características de la emisión del día 24/04/17

En el programa de esa fecha, se estructuró en base a una entrevista, dividida en 3 segmentos, donde la candidata Keiko Fujimori reafirma su propuesta y estrategia para la segunda vuelta. La presentadora del programa hizo énfasis en los cambios en la campaña de fuerza popular y el giro de 360 grados que tendrá que cambiar con respecto al discurso para obtener el voto que se resiste a propuesta de su partido político. Asimismo, en la entrevista la candidata Keiko Fujimori, cambia el discurso confrontacional de la primera vuelta, por un discurso más conciliador y asertivo.

## FICHA DE OBSERVACIÓN (PANORAMA) 003 – 2018

Programa: Panorama					
Emisión: 29/04/17					
Tiempo de duración el programa: 120 minutos					
Url: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=eV8f2tHTwI8">https://www.youtube.com/watch?v=eV8f2tHTwI8</a>					
Aplicador del instrumento: Javier Ávila					
Fecha de aplicación: 15/06/18					
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	DESCRIPCIÓN
agenda informativa	Contenido	Temática	x		Está enfocada en una entrevista que busca indagar la estrategia que la candidata Keiko Fujimori tendrá que optar para poder convencer al voto a sus detractores
		Enfoque	x		Es neutral, la intencionalidad de la entrevista busca conocer la estrategia de la candidata Fujimori para esta segunda vuelta electoral
		Fuentes	x		Fuente primaria
	tiempo	Duración	x		Aproximadamente 30 minutos de entrevista y 6 minutos de una nota informativa
		Bloque	x		Ocupo varios bloques del programa
		Presentación	x		Se realizó una presentación de la noticia en dos momentos en la entrada del presentador y en la salida de cada bloque
	criterios periodísticos	Novedad		x	
		Interés	x		El tema es de interés para la población electoral toda vez que informa sobre las propuestas de la candidata.
		Actualidad	x		EL tema fue tocado por que era de actualidad, y encabezaba las encuestas de preferencia electoral, siendo la ganadora de la primera vuelta.
		Relevancia	x		El reportaje era relevante por el contexto en el cual se desarrollaba la segunda vuelta electoral
	géneros periodísticos	Reportaje	x		Es el género utilizado en la nota que se difundió en el programa tuvo una duración de 6'34"
		entrevista	x		Duro tres bloques informativos donde se resaltó el cambio de actitud de la candidata.
		Crónica		x	
		Noticia		x	

## MATRIZ DE ANÁLISIS (PANORAMA) 003 - 2018

La edición el programa panorama concentra la participación de la candidata en una entrevista que busca indagar la estrategia que la candidata Keiko Fujimori tendrá que optar para poder convencer al voto a sus detractores. El tiempo Aunque tres bloques del programa se justifican por haber ganado primera vuelta, el contenido de las preguntas quizá no profundiza en los cuestionamientos del pasado y la carga que tiene la agrupación que representa. Como menciona Sabada (2004), quien menciona a Glitin, la participación política ha necesitado de los medios a modo de escaparate donde colocar sus aspiraciones de manera pública, pero también los medios tienen sus propios marcos de definición de la realidad en sus correspondientes enfoques de la noticia, (p. 66). En ese sentido se puede considerar que el programa periodístico Panorama maneja su encuadre de la información, por lo menos en este programa analizado, en línea con el contexto de la realidad

Es neutral en la información, sin embargo el tiempo dedicado a la candidata es alto, relativamente 30 minutos de entrevista y 6 minutos de reportaje en tres bloques consecutivos. Una cobertura tan extensa no fue brindada a otro candidato.

Los criterios de actualidad, interés y relevancia están justificados porque fue la candidata que ganó la primera vuelta electoral y lideraba las encuestas

Se puede afirmar que la forma como se presentó la información es la correcta, la teoría del periodismo nos dice que se debe buscar la verdad en base a las fuentes primarias y una entrevista es el mejor medio para poder realizarla.

## Programa Cuarto Poder N° 01

Emisión: 27/03/16

Título: Dinero entregado por Joaquín Ramírez

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LYmYDPTRjfg>



### Características de la emisión del día 27/03/16

Mediante un enlace telefónico la candidata a la presidencia Keiko Fujimori expresa su malestar a un informe donde difunden los supuestos nexos entre Joaquín Ramírez su ex secretario del partido Fuerza Popular y la candidata sobre las fuentes de financiamiento y el dinero de dudosa procedencia para la campaña. Esto en el contexto de un debate entre las principales fuerzas, representando ambas fuerzas Carlos Bruce y Luz Salgado; antes del debate, se emitió el reportaje donde se refieren a los aportes de la candidata Keiko Fujimori, quien de inmediato mediante una comunicación vía telefónica se comunicó con los dos presentadores y acusó de desinformar con argumentos que no han sido corroborados, generándose un incidente entre los presentadores y la candidata quien colgó la llamada.

## FICHA DE OBSERVACIÓN (CUARTO PODER) 004– 2018

Programa: Cuarto Poder						
Emisión: 27/03/16						
Tiempo de duración el programa:						
Url: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LYmYDPTRjfg">https://www.youtube.com/watch?v=LYmYDPTRjfg</a>						
Aplicador del instrumento: Javier Ávila						
Fecha de aplicación: 15/06/18						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	DESCRIPCIÓN	
agenda informativa	Contenido	Temática	x		La temática se desarrolla en base a un debate, donde las posiciones encontradas son los 15 millones de aportes de que supuestamente un testigo de la DEA, ha mencionado que ha recibido Fuerza Popular	
		Enfoque	x		El encuadre de la información es incisivo, buscagenerar una polémica entre los invitados y el tema.	
		Fuentes	x		Fuente es primaria	
	tiempo	Duración	x		Duración del reportaje son de 11 minutos aproximadamente y del debate 4 min. 39 s.	
		Bloque		x		
		Presentación	x		La presentación se realizó en el segundo bloque	
	criterios periodísticos	Novedad			x	
		Interés	x			De sumo interés toda vez que se cuestiona los aportes a los partidos políticos
		Actualidad	x			Es una noticia ya tratada por otros medios extranjeros, toda vez que se generó en base a un investigación que la DEA está realizando a Joaquín Ramírez en base a un colaborador eficaz
		Relevancia	x			El tema es relevante toda vez que la población debe de estar enterada
	géneros periodísticos	Reportaje	x			El enfoque incisivo del reportaje genero una respuesta inmediata de la candidata de FP, keiko Fujimori, quien acuso al programa de ser tendencioso.

				Esta situación genera más carga emocional
		entrevista	x	La entrevista con un posterior debate que genere confrontación, porque el tema tiene una implicancia en diferentes aspectos sobre el futuro político de ambas agrupaciones.
		Crónica		x
		Noticia		x

## MATRIZ DE ANÁLISIS (CUARTO PODER) 004- 2018

En este caso la temática se desarrolla en base a un debate entre dos representantes de los dos partidos políticos Luz Salgado y Carlos Bruce, donde las posiciones encontradas son supuestos aportes irregulares a Fuerza Popular.

El encuadre de la información es directo e incisivo, busca generar una polémica entre los invitados y el tema, es un asunto público y cosas pendientes de resolver. Según lo que nos dice la Rosa (2013) (...) cada medio de comunicación tiene sus propios criterios, los cuales son puestos en práctica cotidianamente e involucran optar entre posibles alternativas bipolares. (p. 61), en este caso la intención del programa en el segmento está orientando a una crítica muy directa a la candidatura de Keiko Fujimori.

Fuente es primaria, porque los participantes a la entrevista eran voceros de las dos las políticas que se ubicaron primero segundo lugar en las elecciones. La llamada de la candidata Keiko Fujimori replicando y denunciado, y cuestionando la veracidad de la información. No formaba parte del guion, se apertura un canal de comunicación, para escuchar la réplica y esta termino abruptamente. La intencionalidad en ese momento era generar más polémica.

De sumo interés, toda vez que se cuestiona los aportes a los partidos políticos El tema es actual, toda vez que se generó en base a una investigación que la DEA está realizando a Joaquín Ramírez en base a un colaborador eficaz

El tema es relevante, toda vez que la población debe de estar enterada

El enfoque incisivo del reportaje generó una respuesta inmediata de la candidata de FP, Keiko Fujimori, quien acuso al programa de ser tendencioso. Esta situación genera más carga emocional muy alta y el punto más alto de atención por parte de los espectadores al ver reaccionar a una persona que durante años se mostró con un temple muy fuerte.



## Programa Cuarto Poder N° 02

Emisión: 03/04/16

Título: Entrevista a Keiko Fujimori

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Pii8Zi1pEWU>



### Características de la emisión del día 27/03/16

La cobertura de la nota informativa que involucra a la candidata Keiko Fujimori, en el programa del 03.04.16, se da en el marco del término del debate presidencial, donde la candidata refiere a un compromiso de honor que firma a modo personal y que busca la reconciliación pensando en el futuro del país. Dentro de estos compromisos que son principios que guiaran su camino están entre los más importante respeto irrestricto al orden constitucional, independencia de poderes, lucha contra la corrupción, indemnizar a las víctimas de la violencia, etc. Buscando el fortalecimiento institucional, trabajar mirando hacia delante buscando una verdad reconciliación nacional. Es preciso mencionar que se ejecutó la misma entrevista a casi todos los candidatos participantes en el debate.

## FICHA DE OBSERVACIÓN (CUARTO PODER) 005– 2018

Programa: Cuarto Poder					
Emisión: 03/04/16					
Tiempo de duración el programa:					
Url: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Pii8Zi1pEWU">https://www.youtube.com/watch?v=Pii8Zi1pEWU</a>					
Aplicador del instrumento: Javier Ávila					
Fecha de aplicación: 15/06/18					
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	DESCRIPCIÓN
agenda informativa	Contenido	Temática	x		Centrada en la firma de compromiso de honor basado en 8 medidas que la candidata se compromete a cumplir una vez que sea presidente de la república.
		Enfoque	x		El encuadre de la entrevista es parcial e incisivo. El reportero busca relacionar las propuestas con la política de gobierno de su padre.
		Fuentes	x		Fuente directa
	tiempo	Duración	x		La duración de la entrevista es de 14 min 14 segundos, tiempo promedio que se dio a cada candidato
		Bloque	x		Segundo bloque del programa
		Presentación	x		No se realizo un presentación de la nota informativa
	criterios periodísticos	Novedad	x		El tema es novedoso como importante toda vez que se puede visualizar un cambio de estrategia para captar a los votantes que se resisten a su candidatura.
		Interés	x		Es de interés nacional porque involucra
		Actualidad	x		El tema es actual toda vez que se realiza a una semana de las elecciones generales
		Relevancia	x		Es importante porque a pocos días de las elecciones es importante conocer las propuestas.
	géneros periodísticos	Reportaje		x	
		entrevista	x		La presentación de la candidata es dentro del marco de una entrevista luego de terminado el debate presidencial.
		Crónica		x	
		Noticia		x	

**MATRIZ DE ANÁLISIS (CUARTO PODER) 005- 2018**

La participación de la candidata de Keiko Fujimori se ha centrado en un entrevista donde ha cambiado su tono confrontacional y en su discurso ha flexibilizado su posición, hace una separación de la políticas que su padre, y ha centrado su posición en la firma de compromiso de honor basado en 8 medidas que la candidata se compromete a cumplir una vez que sea presidente de la república. Esto se entiende para poder convencer al grupo de electores que son contrarios a su propuesta y se han convertido en una posición muy radical.

El encuadre de la entrevista es parcial e incisivo. El reportero busca relacionar las propuestas con la política de gobierno de su padre. Esta relación de hechos puede afectar claramente la posición de la candidata.

De esta forma en línea con los objetivos del medio, busca generar una polémica entre la propuesta de la candidata y las propuestas que realizo en el debate presidencial. Según lo que nos dice la Rosa (2013) (...) cada medio de comunicación tiene sus propios criterios, los cuales son puestos en práctica cotidianamente e involucran optar entre posibles alternativas bipolares. (p. 61).

Programa Cuarto Poder N° 03

Emisión: 29/04/16

Título: Keiko, se dirige a sus simpatizantes

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PqnQk78cgqc>



#### Características de la emisión del día 24/04/16

En este programa la presencia de la candidata ocupó dos bloques, esto se entiende porque ha sido la ganadora en la primera vuelta electoral luego de haber obtenido el 39,9 % convirtiéndola a la agrupación política en mayoría en el próximo congreso. El reportaje donde expresa su gratitud a sus seguidores y a la prensa en general, y que según sus palabras convierten a fuerza popular en la primera fuerza democrática del país, asimismo agradece a sus congresistas que lo acompañan desde el 2011, del mismo modo agradece a los candidatos que participaron con diversas propuestas que serán tomadas en cuenta, finalizando con una frase “el país quiere paz y tranquilidad”.

## FICHA DE OBSERVACIÓN (CUARTO PODER) 006– 2018

Programa: Cuarto Poder						
Emisión: 29/04/16						
Tiempo de duración el programa:						
Url: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=PqnQk78cgqc">https://www.youtube.com/watch?v=PqnQk78cgqc</a>						
Aplicador del instrumento: Javier Ávila						
Fecha de aplicación: 15/06/18						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	DESCRIPCIÓN	
agenda informativa	Contenido	Temática	x		La participación de la candidata estuvo compartida dentro del programa con un reportaje que lo compartió con los otros candidatos, haciendo énfasis en las palabras y comentarios de los candidatos.	
		Enfoque	x		El enfoque es imparcial toda vez que se le ha dedicado a mostrar durante la duración del reportaje a todos los involucrados en la noticia	
		Fuentes	x		Fuentes primarias	
	tiempo	Duración	x		Aproximadamente 12 min, se incluye	
		Bloque	x		2 a 3 bloques	
		Presentación	x		Hubo una presentación previa del reportaje al inicio del segmento.	
	criterios periodísticos	Novedad			X	
		Interés	x			Es de interés nacional toda vez que se va definiendo el futuro congreso y la gobernabilidad del país.
		Actualidad	x			El reportaje es muy actual toda vez que se tratan temas de la coyuntura donde lo mas importantes radica en la opiniones de los candidatos a los resultados de la primera vuelta
		Relevancia	x			
	géneros periodísticos	Reportaje			x	El reportaje incluye no solo a la candidata sino a los otros candidatos, ofreciendo el mismo espacio de tiempo
		entrevista	x			Se realizó una mesa debate con analistas políticos que sirvió para ver los comentarios vertidos por los dos candidatos que ocuparon los primeros lugares y que pasan a una segunda vuelta.

**MATRIZ DE ANÁLISIS (CUARTO PODER) 006- 2018**

En toda información televisiva, y sobre todo en un programa como Cuarto Poder, hay un juicio de valor en ese sentido la participación de la candidata estuvo compartida dentro del programa con un reportaje que lo compartió con los otros candidatos, haciendo énfasis en las palabras y comentarios de los candidatos. Por lo que se puede interpretar que hubo un tono imparcial toda vez que hubo la misma oportunidad a todos los candidatos y asimismo el mismo tiempo de opinión para los analistas políticos en favor y contra invitados.

El enfoque es imparcial toda vez que se le ha dedicado a mostrar durante la duración del reportaje a todos los involucrados en la noticia, esto se aprecia en los tiempos dados a cada intervención o aparición.

El tema es de interés, relevancia y actualidad, toda vez que se alinea a la coyuntura político del país, asimismo otros medios cubren las mismas incidencias. Se ha dado un grado de importancia por lo relevante para el país que es conocer la postura de los candidatos.

MATRIZ DE ANALISIS COMPARATIVO 001- 27/03/16

Fecha de Emisión de ambos programas: 27/03/16		
PANORAMA	CUARTO PODER	INTERPRETACIÓN
<p>El tratamiento informativo que presenta esta nota periodística es de carácter netamente informativa, <b>es neutral</b> donde se da opción de diversas temas y contenidos diferentes, utilizando fuentes primarias, la duración de la nota es aproximadamente 12 minutos de entrevista y 6 minutos de reportaje, pero si consideramos el tiempo dedicado a la candidata Fujimori es mayor que el utilizado por los demás candidatos.</p> <p>La presentación se realizó en dos momentos en la entrada del presentador y en el pase a comerciales como una cuña promocional, esta es neutral carece de toda intencionalidad de dirigir a una interpretación inequívoca por parte de los televidentes.</p> <p>El tema es de interés para la población electoral toda vez que informa sobre las propuestas de la candidata, al abordar más tiempo en el reportaje hubo más contenido y espacio dedicado a sus propuestas.</p>	<p>En este caso el temática se desarrolla en base a un debate entre dos representantes de los dos partidos políticos Luz Salgado y Carlos Bruce, <b>donde las posiciones encontradas son</b> los 15 millones de aportes de que supuestamente un testigo de la DEA, ha mencionado que ha recibido Fuerza Popular.</p> <p>El encuadre de la información es directo e incisivo, busca generar una polémica entre los invitados y el tema, es un asunto público y cosas pendientes de resolver.</p> <p>Según lo que nos dice la Rosa (2013) (...) cada medio de comunicación tiene sus propios criterios, los cuales son puestos en práctica cotidianamente e involucran optar entre posibles alternativas bipolares. (p. 61), en este caso la intención del programa en el segmento está orientando a una crítica muy directa a la candidatura de Keiko Fujimori.</p> <p>Fuente es primaria, porque los participantes a la entrevista eran voceros de las dos fuerzas políticas que se ubicaron</p>	<p>Los programas de esta fecha abordaron dos temáticas distintas, panorama se concentró en el desarrollo de las campañas de los candidatos y el Cuarto Poder en los aportes de la campaña de Fuerza Popular. El encuadre de la nota informativa en el caso de Panorama es neutral, mientras Cuarto poder busca generar polémica y lo logro ya que en medio del debate de posiciones, llamo la atención incluso la participación de la candidata quien vía comunicación telefónica enfatizó una actitud tendenciosa del programa al querer vincularla.</p> <p>Se puede afirmar en la comparación de ambas notas que el programa Panorama ha brindado un espacio mayor a la candidata Keiko Fujimori, y el tono la información ha sido parcializado a favor de su partido político.</p> <p>En ese sentido, Cuarto Poder ha sido confrontacional y la nota por su fondo y forma muy crítico en su postura contra el partido de Fuerza Popular.</p>

<p>El reportaje se incluyó una entrevista grabada, que los otros candidatos no tuvieron, esto como refiere Chong y Druckman en un reportaje la exclusión de materiales, la selección de otros y su presentación inciden en la orientación de la nota. Igualmente implicará el énfasis a determinadas partes del discurso, considerando la noticiabilidad. Según la evidencias se puede deducir que se ha dado mayor cobertura y espacio en el reportaje difundido, pero la nota no tuvo un intencionalidad a favor o en contra de la candidata.</p>	<p>primero y en segundo lugar en las elecciones. La llamada de la candidata Keiko Fujimori replicando y denunciado, y cuestionando la veracidad de la información. No formaba parte del guion, se apertura un canal de comunicación, para escuchar la réplica y esta termino abruptamente. La intencionalidad en ese momento era generar más polémica.</p> <p>De sumo interés toda vez que se cuestiona los aportes a los partidos políticos</p> <p>El tema es actual, toda vez que se generó en base a una investigación que la DEA está realizando a Joaquín Ramírez en base a un colaborador eficaz</p> <p>El tema es relevante toda vez que la población debe de estar enterada</p> <p>El enfoque incisivo del reportaje genero una respuesta inmediata de la candidata de FP, keiko Fujimori, quien acuso al programa de ser tendencioso. Esta situación genera más carga emocional muy alta y el punto más alto de atención por parte de los espectadores al ver reaccionar a una persona que durante años se mostró con un temple muy fuerte.</p>	
---	--	--



MATRIZ DE ANALISIS COMPARATIVO 002-03/04/16

Fecha de Emisión de ambos programas: 03/04/16		
PANORAMA	CUARTO PODER	INTERPRETACIÓN
<p>El tratamiento informativo que presenta esta nota periodística es de carácter netamente de opinión e informativa, y se concentró en la temática de la violencia entre los simpatizantes de los diversos partidos políticos; la nota se basa en el criterio que coincide con la teoría del periodismo que determina difundir la información siguiendo estrictamente los criterios periodísticos, y su noticibialidad. La presentación del reportaje incluye la presentación por parte de la conductora donde expresa su opinión respecto a cómo lo simpatizantes de las diferentes agrupaciones se atacan, dejando de lado opiniones y debates. Se presenta una connotación a favor del partido de Fuerza Popular toda vez que el reportaje se enfoca en los ataques que sufrió la candidata Keiko Fujimori en un 45% en relación al resto de los otros candidatos por parte de simpatizantes en contra de su candidatura. Asimismo, se</p>	<p>La participación de la candidata de Keiko Fujimori se ha centrado en un entrevista donde ha cambiado su tono confrontacional y en su discurso ha flexibilizado su posición, hace una separación de la políticas que su padre, y ha centrado su posición en la firma de compromiso de honor basado en 8 medidas que la candidata se compromete a cumplir una vez que sea presidente de la República. Esto se entiende para poder convencer al grupo de electores que son contrarios a su propuesta y se han convertido en una posición muy radical.</p> <p>El encuadre de la entrevista es parcial e incisivo. El reportero busca relacionar las propuestas con la política de gobierno de su padre. Esta relación de hechos puede afectar claramente la posición de la candidata. De esta forma en línea con los objetivos del medio, busca generar una polémica entre la propuesta de la candidata y las propuestas que realizo en el debate presidencial. Según lo</p>	<p>Los programas de esta fecha abordaron dos temáticas distintas, en el programa panorama se concentra en una característica de la campaña la violencia entre los simpatizantes de todas las agrupaciones y Cuarto Poder se centra en tratar en indagar los cambios de posturas que es diametralmente opuesta, con respecto a la políticas que su padre en su gobierno ejecuto, y que durante toda la campaña siempre defendió.</p> <p>Este cambio de debe a que ha encontrado una radical oposición a su candidatura que no se ve reflejada en las encuestas.</p> <p>Con respecto al tiempo dedicado quizá el programa Panorama ha otorgado más minutos en esta semana que el programa cuarto poder.</p> <p>Los criterios de interés, actualidad y relevancia están presentes en ambos programas por lo que la valoración en la elección de cada nota que formaba parte de los intereses y</p>

<p>presenta en medio del reportaje a un periodista del programa mostrando un video donde se aprecia ataques verbales contra la candidata. Si se compara la exposición entre los candidatos, se da una cobertura mayor a los hechos reportados sobre la candidata Keiko Fujimori.</p> <p>El tema se presenta como novedoso en la política nacional, toda vez que las muestras de violencia nunca han sido tan evidente en alguna otra elección en el país, por lo menos no televisadas.</p> <p>El tema abordado en el reportaje es de interés para el público, ya que se realiza a tres semanas de las elecciones generales.</p> <p>El tema era actual toda vez que en esta campaña se ha caracterizado por los insultos y no tanto por las propuestas, cosa que se refirió por parte de los periodistas en el reportaje. El tema del reportaje es relevante por los hechos que muestran es el género utilizado en la nota que se difundió en el programa tuvo una duración de 12'34".</p>	<p>que nos dice la Rosa (2013) (...) cada medio de comunicación tiene sus propios criterios, los cuales son puestos en práctica cotidianamente e involucran optar entre posibles alternativas bipolares. (p. 61).</p>	<p>a la agenda informativa de cada medio de comunicación.</p> <p>Los géneros más utilizados en ambos programas son el reportaje y las entrevistas estos son elegidos en base a los criterios de noticiabilidad.</p>
---	---	---

MATRIZ DE ANALISIS COMPARATIVO 003- 24/04/17

Fecha de Emisión de ambos programas: 29/04/17		
PANORAMA	CUARTO PODER	INTERPRETACIÓN
<p>La edición el programa panorama concentra la participación de la candidata en una entrevista que busca indagar la estrategia que la candidata Keiko Fujimori tendrá que optar para poder convencer al voto a sus detractores. El tiempo Aunque tres bloques del programa se justifican por la haber quedado primera en la segunda vuelta, el contenido de las preguntas quizá no profundiza en los cuestionamientos del pasado y la carga que tiene la agrupación que representa. Como menciona Sabada (2004), quien menciona a Glitin, la participación política ha necesitado de los medios a modo de escaparate donde colocar sus aspiraciones de manera pública, pero también los medios tienen sus propios marcos de definición de la realidad en sus correspondientes enfoques de la noticia, (p. 66). En ese sentido se puede considerar que el programa periodístico</p>	<p>Entoda información televisiva, y sobre todo en un programa como Cuarto Poder, hay un juicio de valor en ese sentido la participación de la candidata estuvo compartida dentro del programa con un reportaje que lo compartió con los otros candidatos, haciendo énfasis en las palabras y comentarios de los candidatos. Por lo que se puede interpretar que hubo un tono imparcial toda vez que hubo la misma oportunidad a todos los candidatos y asimismo el mismo tiempo de opinión para los analistas políticos en favor y contra invitados.</p> <p>El enfoque es imparcial toda vez que se le ha dedicado a mostrar durante la duración del reportaje a todos los involucrados en la noticia, esto se aprecia en los tiempos dados a cada intervención o aparición. El tema es de interés, relevancia y actualidad, toda vez que se alinea a la coyuntura político del país, asimismo otros medios cubren las mismas incidencias. Se ha dado un grado de</p>	<p>Los programas de esta fecha abordaron dos temáticas distintos mientras Panorama realizo una entrevista muy extensa, Cuarto Poder incluyo un reportaje sobre los comentarios de fuerza popular y de los candidatos en su primer contacto con los medios de comunicación y con sus electores.</p> <p>Panorama en esta oportunidad realizo una entrevista donde se trataron diversos temas de índole general, y sobre todo como afrontaría la segunda vuelta porque existe una resistencia a su persona. Esto se interpreta por el cambio de discurso que esta adoptado desde hace dos semanas y que busca revertir esta realidad.</p> <p>En el caso de Cuarto Poder muestra en el reportaje la conferencia de presan que Keiko Fujimori hiciera donde agradeció y declamo a fuerza popular como la primer fuerza democrática del Perú. Esto se muestra a una candidata ganadora, empoderando a su</p>

<p>Panorama maneja su encuadre de la información, por lo menos en este programa analizado, en línea con el contexto de la realidad. Es neutral en la información, sin embargo el tiempo dedicado a la candidata es alto, relativamente 30 minutos de entrevista y 6 minutos de reportaje en tres bloques consecutivos. Una cobertura tan extensa no fue brindada a otro candidato.</p> <p>Los criterios de actualidad, interés y relevancia están justificados por que fue el candidato que ganó la primera vuelta electoral y ocupaba el primer lugar de las encuestas.</p> <p>Se puede afirmar que la forma como se presentó la información es la correcta, la teoría del periodismo nos dice que se debe buscar la verdad en base a las fuentes primarias y una entrevista es el mejor medio para poder realizarla.</p>	<p>importancia por lo relevante para el país que es conocer la postura de los candidatos.</p>	<p>partido quien recibió el respaldo del electorado.</p> <p>Con respecto al tiempo panorama en su emisión de esta fecha otorgó cerca de dos bloques a la entrevista a la candidata, siendo un tiempo bastante amplio en comparación al reportaje de Cuarto Poder que tuvo una duración del reportaje de 8 minutos seguidos de un panel de comentaristas.</p> <p>Los criterios de interés, actualidad y relevancia están presentes en ambos programas por lo que la valoración en la elección de cada nota que formaba parte de los intereses y a la agenda informativa de cada medio de comunicación.</p>
--	---	---

#### IV. DISCUSIÓN

Considerando la teoría del periodismo como la Agenda Setting que define la idea que los consumidores tienden a considerar importante solo los asuntos que la prensa informa, es decir que son los medios reconstruyen la realidad, y deciden de que informarnos; hasta la teoría del Framing o encuadre que explica como los medios de comunicación ajustan las noticias a intereses y finalmente la teoría del Gatekeeper donde los consumidores deciden que tienen el poder de aceptar o no la información que los medios ofrecen. Es en este contexto teórico donde los medios de comunicación impresa, radial y televisiva funcionan, lo que muchas veces genera una hiper competitividad por alcanzar la verdad, lo que hace necesario preguntarnos ¿cómo nos estarán informando los medios? y ¿Cuáles son los intereses en la información que nos hacen llegar?, en ese ámbito al presente investigación AGENDA INFORMATIVA DE LOS PROGRAMAS DOMINICALES PANORAMA Y CUARTO PODER. ANTES Y DESPUES DE LAS ELECCIONES PRIMERA VUELTA SOBRE LA CANDIDATURA DE KEIKO FUJIMORI. MARZO-ABRIL 2016, revierte interés toda vez que es necesario comparar entre los programas periodísticos más visto de la televisión peruana, donde radican las diferencias y similitudes en el enfoque, el tiempo y los géneros utilizados. Y de esta forma desde un punto de vista subjetivo y en base a la teoría tratar de responder las preguntas planteadas. Resalto en la emisión del día 27/03/16 se describe que el encuadre de la nota informativa en el caso de Panorama es neutral, mientras que el programa Cuarto poder genera polémica y lo logro ya que en medio del debate de posiciones, llamo la atención incluso la participación de la candidata quien vía comunicación telefónica enfatizó una actitud tendenciosa del programa al querer vincularla, este hecho es reiterativo, aunque no se puede afirmar que un medio favorece o no a la candidata, los elementos que son analizados (contenido, tiempo de exposición y criterios periodísticos) muestran una tendencia en contra.

La debilidad de la presente investigación está en la dificultad de contar con el material grabado que permita identificar los elementos a

investigar, sin embargo el método del análisis de discurso denominado semana compuesta ayudo para elegir de manera aleatoria las semanas a evaluar.

Es preciso considerar la temática de la presente investigación en relación a un candidato a la presidencia siempre va ser un tema relevante toda vez los medios de comunicación mucha veces se alinean entre uno y otro candidato. Y el investigar a la prensa desde el punto de vista objetivo resulta complicado y los resultados no reflejaran la verdadera realidad.

## V. CONCLUSIONES

Se concluye que la agenda informativa de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder, antes y después de las elecciones primera vuelta sobre la candidatura de Keiko Fujimori, Marzo – Abril, 2016, en lo que respecta al contenido ambos programas han manejado diferentes temáticas, lo que indica que establecen su propia agenda informativa, esto debido a la competitividad que tienen y establecen criterios diferentes para escoger como van enmarcar la información. Los tiempos dedicados a cada nota informativa ha sido variables y de acuerdo al grado de noticiabilidad de cada reportaje o entrevista, aunque si se establece un sumatoria de minutos el programa Panorama ha otorgado un 25% más de minutos en la totalidad de la muestra registrada. Los criterios en ambos programas dominicales son casi los mismos, esto debido a que cada información difundida cumple con la interés, actualidad y relevancia; siendo los géneros más utilizados el reportaje y las entrevistas en ambos casos. Esto denota que en base a los criterios de la presente dimensión el programa Panorama al contrario de la Cuarto Poder se presenta como imparcial en y no tan crítico con respecto a la candidata de Keiko Fujimori, todo lo contrario el programa Cuarto Poder que es más incisivo.

Se concluye que el contenido periodístico referidos a la temática y al enfoque en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori en los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder antes y después de la segunda vuelta de las elecciones primera vuelta, Marzo- Abril, 2016, se presenta de manera distinta mientras Panorama su información o la presentación de sus notas ha tenido un encuadre más imparcial, el programa Cuarto Poder más bien ha sido incisivo y mucho más frontal en el contenido de las notas y las entrevistas. Esto indica que la decisión en el enfoque del programa Cuarto Poder ha sido dirigida a buscar la verdad

sobre los temas conflictivos que rodean la candidatura de Keiko Fujimori, como lo son el financiamiento de las campañas electorales.

Se concluye que el tiempo en lo referente a la duración en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori en los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder antes y después de la segunda vuelta de las elecciones primera vuelta, Marzo - Abril 2016, se presente diferente entre el programa Panorama y Cuarto Poder, toda vez que el programa Panorama ha otorgamos en los reportajes y entrevistas mucho más tiempo que el programa Cuarto Poder, esta decisión obedece al grado de noticiabilidad y el criterios periodísticos de cada programa.

Se concluye que los criterios periodísticos referidos a la novedad e interés en la difusión de informaciones de la candidatura de Keiko Fujimori en los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder antes y después de la segunda vuelta de las elecciones primera vuelta Marzo - Abril 2016, se presenta de manera similar ambos programas, en ese sentido tanto Panorama como Cuarto Poder, han considerado el encuadre de la información considerado la novedad e interés y esto se evidencia en cada una de las fichas de observación que fueron aplicadas a los dos programas en los tres días.

Se concluye que tanto el programa Cuarto Poder, como Panorama establecen diversos criterios que se emanan de la agenda de medios, mientras Panorama ha tratado el contenido y tiempo desde un punto de vista más imparcial con el candidatura de la Sra. Keiko Fujimori, el programa Cuarto Poder tienen un enfoque en la información más incisivo, directo y confrontacional; hecho que se evidencia más enfáticamente día 27/03/16 se describe que el encuadre de la nota informativa en el caso de Panorama es neutral, mientras que el programa Cuarto poder genera polémica y lo logro ya que en medio del debate de posiciones, llamo la atención incluso la participación de la candidata quien vía



comunicación telefónica enfatizó una actitud tendenciosa del programa al querer vincularla, este hecho es reiterativo, aunque no se puede afirmar que un medio favorece o no a la candidata, los elementos que son analizados (contenido, tiempo de exposición y criterios periodísticos) muestran una tendencia en contra.

## VI. RECOMENDACIONES

En base a la investigación sobre la agenda informativa de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder, antes y después de la elección en primera vuelta sobre la candidatura de Keiko Fujimori, Marzo – Abril, 2016, se puede recomendar en base a la teoría de sustenta la presente investigación que el periodismo ante todo debe de cumplir con su responsabilidad de generar conciencia social, y a partir de allí la preocupación por acercarse a investigar lo temas de mayor coyuntura política, económica y social.

Aunque la objetividad es un tema abstracto y la teoría del encuadre se oponga a la objetivación de la noticia es necesario, que el periodismo de investigación se fortalezca en el país, por el derecho del ciudadano de estar informado. Toda vez que la libertad de opinión es la base fundamental del sistema democrático, es necesario tener un periodismo plural y enfocado en los temas coyunturales del Perú.

## FUENTES DE INFORMACION

### Fuentes Bibliográficas

- Fernández (2008) *Análisis de la información televisiva*. Dossat. Madrid
- Abril, N (2001). Información interpretativa en prensa . Síntesis. Madrid.
- Bandrés, E; García J y Pérez, J (2000). *El periodismo en la televisión digital*. Ed. Paidós, Barcelona.
- Bernaola, I; Adroven, M y Sanchez-Chiquito, J (2011). *Progresos informáticos y de opinión en televisión // edit. síntesis // Madrid – España*.
- Concha, E. (2009) *Periodismo informativo e interpretativo*. El impacto de internet en la noticia: las fuentes y los géneros. Alfaomega. Madrid.
- Crespo I, Garrido A, Carletta I y Riorda M. Biblios . (2011)Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña. Argentina 2011
- Estremadoyro, J (2004). *Lecciones de periodismo televisivo*. Universidad Católica del Perú. Lima.
- Fernandez C. y Galguera L. (2009). Las teorías de la comunicación. Mc Graw Hill. Mexico
- Figuroa, R(2013). *Introducción a las teorías de la comunicación*. Editorial Pearson 3013. México
- Gabriel Pérez 2003. *Curso básico de periodismo audiovisual*. Universidad de Navarra. España
- Gordillo, I(2011). *Manual de narrativa televisiva*. Sintesis. Madrid
- Gutiérrez, M. (1993). *Géneros informativos en televisión*. Fondo de Desarrollo Editorial Universidad de Lima. Lima-Perú.
- Hernan, E. (1985). *Diversity of News: Marginalizing the Opposition* (Vol. 35). Journal of Communication
- Hernández S.:(2003) *Metodología de la Investigación Científica*, McGraw Hill Interamericana Editores S.A., tercera edición, México D.F.
- Kanashiro,L(2016) *Debates presidenciales televisados en el Perú (1990-2011)* . Universidad de Lima. Perú.

- Kapuscinski, R. (2002) *Los cínicos no sirven para este oficio*, Edit Anagrama-Barcelona.
- La Rosa, (2013) *Construcción de la agenda mediática*. Universidad de San Martín de Porres. Lima.
- Martínez M (2011). *Géneros y discurso periodístico*. Fragua . Madrid
- Moreno P. (Julio – setiembre de 2001). *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*. Revista Latina de Comunicación Social,
- Pena de Oliveira, F (2009) *teoría del periodismo*. Comunicación Social. Sevilla-España.
- Pérez, G (2003) *Curso básico de periodismo audiovisual*. Eunsc . Barcelona.
- Podestá, L (2003). *Periodismo y periodistas: de las gacetas a la red*, algo que llamamos periodistas. 3P. Lima.
- Quesada, M (2007). *Periodismo de sucesos*. Sintesis S.A. Madrid-España
- Ramonet, Ignacio, (2009) *DESINFORMACION: Como los medios ocultan el mundo*, Editorial Península, Barcelona- España
- Rodríguez D., R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria*. España: Observatorio Editor A.F.
- Sádaba Garraza, T. (2004). *Enfoques periodísticos y marcos de participación política. Una aproximación conjunta a la teoría del encuadre*. Política Y Sociedad, 41(1), 65 - 76. doi:-
- Sábada Garraza T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias*, Ediciones la Crujía, Buenos Aires, Argentina
- Sánchez M (2011). *Géneros y discurso periodístico*. Fragua. Madrid.
- Suarez, Fernando (2008). *Fundamentos del diseño periodístico*. Ediciones Universidad de Navarra S.A., Navarra, España.
- Verd Joan & Lozares Carlos, (2016). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Editorial Síntesis, Madrid, España

#### Referencias web

- Bevilacqua M (2013) *La imagen de los candidatos presidenciales en los medios gráficos argentinos durante las campañas electorales de 2007 y 2011*. Recuperado de

<http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/10909/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20M.%20Per.%20Bevilacqua%2C%20Mar%C3%ADa%20Soledad.pdf>

Cárcamo, H. (2005). *Hermenéutica y Análisis Cualitativo*. Recuperado el 03 de febrero de 2016 de:

<http://www.revistas.uchile.cl/index.php/CDM/article/viewFile/26081/27386>

DOVIFAT, E.: citada por Moreno Espinosa, Pastora (2001): Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Revista Latina de Comunicación Social*, 43. Recuperado el 08 de febrero de 2016 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina43julio/35moreno.htm>

Marambio A. *La agenda-setting: el papel de las agencias comunicacionales en la construcción de la agenda de los medios*. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/146101>

Martínez, M. (2006). *La Investigación Cualitativa* (Síntesis Conceptual). Recuperado el 02 de febrero de 2016 de: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion\\_psicologia/v09\\_n1/pdf/a09v9n1.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v09_n1/pdf/a09v9n1.pdf)

Máxima Uriarte, Julia " *Géneros informativos y de opinión*"  
Para: *Características.co*. Última edición: 6 de octubre de 2018.  
Disponible en: <https://www.caracteristicas.co/generos-informativos-y-de-opinion/>. Consultado: 29 de abril de 2018.  
Fuente: <https://www.caracteristicas.co/generos-informativos-y-de-opinion/#ixzz5mUZSkZW2>

Moreno, P (2001): *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 43. Recuperado el 08 de febrero de 2016 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina43julio/35moreno.htm>