



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS DE LAS PORTADAS PERIODÍSTICAS DEL
DIARIO “LA REPÚBLICA” EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA
REALIDAD – ELECCIONES PRESIDENCIALES II VUELTA
ELECTORAL - 2016**

**PRESENTADA POR
ESTHEFANY SOLANGE GUTIÉRREZ YÉPEZ**

**ASESORA
ANNA BERMEO TURCHI**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2018



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada

CC BY-NC-ND

La autora 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/>



U N I V E R S I D A D D E
SAN MARTIN DE PORRES

**UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
PSICOLOGÍA**

TÍTULO:

**CARACTERÍSTICAS DE LAS PORTADAS PERIODÍSTICAS DEL
DIARIO “LA REPÚBLICA” EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD –
ELECCIONES PRESIDENCIALES II VUELTA ELECTORAL - 2016**

BACH. ESTHEFANY SOLANGE GUTIÉRREZ YÉPEZ

ASESOR: DRA. ANNA BERMEO.

Lima, Perú

2018

**CARACTERÍSTICAS LAS PORTADAS PERIODÍSTICAS DEL DIARIO “LA
REPÚBLICA” EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD –
ELECCIONES PRESIDENCIALES II VUELTA ELECTORAL - 2016**

Agradecimientos

A toda mi familia
y a la asesora de esta investigación.

ÍNDICE

PORTADA	I
AGRADECIMIENTOS	III
ÍNDICE	IV
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
INTRODUCCIÓN	VIII
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	XI
Descripción de la realidad problemática	XI
Formulación del problema	XVII
Problema general	XVII
Problemas específicos	XVIII
Objetivos de la investigación	XVIII
Objetivo general	XVIII
Objetivos específicos	XVIII
Justificación de la investigación	XIX
Importancia de la investigación	XIX
Viabilidad de la investigación	XX
Limitaciones de la investigación	XX
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	21
1.1 Antecedentes de la investigación	21
1.2 Bases teóricas	31
1.3 Definición de términos básicos	53

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION	56
2.1 Diseño metodológico	56
2.2 Diseño maestral	57
2.3 Técnicas de recolección de datos	58
2.3.1 Técnicas	58
2.3.2 Instrumentos	60
2.4. Aspectos éticos	74
CAPÍTULO III RESULTADOS	75
CAPÍTULO IV – DISCUSION	94
5.1. Conclusiones	107
5.2 Recomendaciones	110
ANEXOS	113

RESUMEN

La investigación analiza las características de las portadas del diario La República relacionadas a la segunda vuelta del proceso electoral para la presidencia del Perú, llevado a cabo en el año 2016, donde los candidatos de los partidos políticos Fuerza Popular y Peruanos por el Cambio definirían quién sería el presidente del Perú durante el periodo 2016 – 2021. La investigación tuvo como el objetivo de describir en diferentes niveles la cobertura periodística relacionada al suceso y por consiguiente evidenciar la importancia de las noticias ubicadas en las portadas como dispositivos de construcción de la realidad. El periodo de tiempo considerado para en el estudio fueron las dos últimas semanas previas a la votación llevada a cabo a nivel nacional, (lunes 23 de mayo hasta el 5 de junio día de elección). El análisis de las catorce portadas ilustra las características del discurso del periodo y permite dilucidar la tendencia ideológica del mismo, ya que presenta rasgos concluyentes de apoyo y oposición a determinadas facciones políticas.

Esta investigación evidencia que las portadas del diario La República constituyen una introducción a un modelo de campaña centrado en las repercusiones de la acción política, donde el estilo de los titulares, las características de las fotografías y el tratamiento de ambos elementos conformantes de la presentación de las noticias en la portada, dan una cobertura especialmente perjudicial a los sucesos relacionados a la candidatura de Keiko Fujimori. Aspectos como la predominancia de un discurso negativo relacionado directamente con el partido de Fuerza Popular, las expresiones faciales y corporales de liderazgo y alegría de Kuczynski contrarias a la de su oponente, las figuras retóricas utilizadas en la cobertura de casos relacionados al narcotráfico y corrupción dentro del fujimorismo, entre otros, son determinantes para descifrar la estructura discursiva de este reconocido medio de prensa escrita en contra de la candidatura de Keiko Fujimori.

Palabras claves: portadas, elecciones, análisis del discurso, periodismo, diarios

ABSTRACT

The investigation analyzes the characteristics of the front pages from the newspaper La República related to the second round of the electoral process for the presidency of Peru, held in 2016, where the candidates of the political parties Fuerza Popular and Peruanos por el Kambio would define who would be the president of Peru during the period 2016 - 2021. The research had as its objective to describe in different levels the journalistic coverage related to the event and therefore to show the importance of the news located in the front pages as a reality construction device. The period of time considered for the study was the last two weeks prior to the vote carried out at the national level, (Monday, May 23th until June 5th, election day). The analysis of the fourteen covers illustrates the characteristics of the discourse from this period and allows to elucidate the ideological tendency of the newspaper, since it presents conclusive features of support and opposition to certain political factions.

This research shows that the covers of the newspaper La República are an introduction to a campaign model focused on the repercussions of political action, where the style of the headlines, the characteristics of the photographs and the treatment of both elements of the presentation of the news on the cover, give an especially damaging coverage to the events related to the candidacy of Keiko Fujimori. Aspects such as the predominance of a negative discourse directly related to the Popular Force party, the facial and corporal expressions of leadership and joy of Kuczynski contrary to that of his opponent, the rhetorical figures used in the coverage of cases related to drug trafficking and corruption within of fujimorismo, among others, are decisive in deciphering the discursive structure of this recognized press media against the candidacy of Keiko Fujimori.

Keywords: front pages, elections, discourse analysis, journalism, newspapers

INTRODUCCIÓN

Las portadas periodísticas se han convertido en ventanas informativas exhibidas en múltiples quioscos alrededor del mundo. Son estas ventanas las que permiten a la sociedad visualizar los principales hechos de interés público relacionados a la política, la economía, la cultura, el deporte, entre otros. La importancia de ellas recae no sólo en sus cualidades como panoramas sobre los diferentes sucesos del día a día, sino también en su capacidad de atracción hacia potenciales adquisidores.

Tanto la retórica del titular periodístico, como la articulación sintáctica de la fotografía tienen características importantes que permiten construir desde su complementariedad el discurso mediante el cual los medios de comunicación realizan la cobertura de diversos hechos a través de un tratamiento periodístico especial, que en muchas oportunidades refleja los intereses o preferencias de dichos medios.

Van Dijk (1998) menciona respecto a la organización esquemática del discurso:

Qué información aparece en un titular, qué se enfatiza en una conclusión, o qué descripciones de evento cuentan como nudo o desenlace de una historia, depende de cómo se interpretan los eventos y, por lo tanto, de las posiciones ideológicamente variables. (p.207)

El tratamiento periodístico de las noticias en los diarios durante las épocas electorales resulta crucial al tamizar y modelar el contenido informativo que presentan, el cual contribuye a la formación de los conceptos y decisiones que los participantes dentro de ciertas organizaciones sociales realizan. Resulta preciso recordar que el papel de los medios de comunicación como herramienta para desvirtuar a contrincantes políticos se remonta a episodios como las elecciones presidenciales de 1800 en los Estados Unidos donde participaron Thomas Jefferson y John Adams. “A través de periódicos y panfletos, cada lado intentó demonizar al otro y a los gobiernos

extranjeros con quienes se percibía que estaban aliados”, (Lehrman Institute, 2017, parr. 4)

Situaciones como éstas se debieron a que los periódicos de aquella época eran extremadamente partidistas y también a que durante aquel periodo las principales cualidades para ser elegido como presidente estaban relacionadas primordialmente a la reputación del candidato en la sociedad, más que a su experiencia laboral o sus propuestas.

Sobre lo mencionado, Syrett (1961) señala:

Es difícil, y probablemente imposible ... determinar el interés popular en una elección en la que la mayoría de los votantes no votaron directamente por los electores; en la que los candidatos no hicieron campaña pública por los votos; en el que pocos periódicos se molestaron en informar las noticias de la campaña o los resultados de las elecciones (p.444)

Sin embargo, es posible afirmar que en la actualidad los modelos de campaña centrados en las repercusiones de la acción política persisten. Antes de llevarse a cabo la segunda vuelta presidencial del 2016, donde Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori participaron, evidenciamos que ni la confrontación directa entre los candidatos presidenciales o la carencia de propuestas, fueron los únicos motivos que causaron bajas en el transcurso de la contienda. Acciones como las de Alfredo Barrenechea al rechazar un trozo de cerdo frito a una cocinera de un mercado que recorría junto a cámaras de televisión y las posteriores críticas que lo hicieron retroceder en las encuestas de intención de voto, evidencian la importancia de la percepción adecuada que buscan mantener los candidatos, y los medios de comunicación son los canales a través de los cuales pueden lograrlo.

Esta situación puede dar paso a una compleja situación de interdependencia y de conflicto de intereses donde la cobertura preferencial de un medio de comunicación por ciertas facciones o personajes pueden tergiversar los hechos, dando como resultado una alteración en la información que llega a la población.

Es por ello que la investigación realizamos un análisis sobre las características estructurales del discurso transmitido por el diario La República, tradicionalmente conocido por su tendencia política de izquierda, a través de sus portadas publicadas durante las dos últimas semanas previas a las elecciones presidenciales en relación a dicho evento, a fin de dar lectura al mensaje que buscó posicionar el medio de prensa escrita en el público. Esta lectura permitió determinar la presencia o ausencia de un sesgo político en la información otorgada por este diario.

Para el desarrollo de la investigación se empleamos un enfoque cualitativo, con técnicas de análisis del discurso. El enfoque se puede clasificar como descriptivo, explicativo, de diseño no experimental, con técnicas de análisis de contenido como una técnica de investigación social aplicada a los medios de comunicación.

La investigación está dividida en IV Capítulos interrelacionados:

Capítulo I: Comprende los antecedentes de la investigación, sentará las bases teóricas, definición de términos aplicados a la investigación.

Capítulo II: se describe el tipo y diseño de investigación; hablará de la muestra de estudio, los instrumentos, técnicas de análisis de contenido, y la estructura de los formatos que se aplicaron en la investigación, así como los aspectos éticos llevados a cabo en la investigación.

Capítulo III: Se trabajará con el análisis y resultados.

Capítulo IV: Hablará de la discusión de resultados y se plantean las conclusiones a las que se pudo llegar, respecto a las preguntas de investigación planteadas, y otras observaciones que se desprenden del trabajo realizado. Finalmente se encontrarán las recomendaciones, bibliografía y anexos del trabajo de investigación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción de la realidad problemática

Los medios de comunicación han jugado un papel importante en la política desde que se estableció la libertad de prensa como piedra angular de la democracia. Los votantes necesitan información para tomar decisiones educadas, y es trabajo de los periodistas el dársela.

Creemos que la prensa, sigue teniendo un papel nuclear en la conformación de la opinión pública, con especial incidencia en lo que atañe a los procesos de índole ideológica, entre los cuales, obviamente, se incluyen las elecciones. No pasamos por alto el hecho de que la formación de la opinión pública, es un proceso que se prolonga en el tiempo y que es preciso analizar a largo plazo, pues los factores que concurren en la aparición de la opinión pública son de muy variada índole. Sin embargo, nos parece evidente que la prensa sigue teniendo mucho que decir en el proceso.

En el proceso de campañas electorales, los políticos realizan el mayor esfuerzo comunicativo para convencer a los futuros votantes de su opción política. Los medios de comunicación adoptan un papel fundamental ya que a través de ellos pueden dirigirse a su público objetivo. Aguilera (1990) señala que durante las campañas electorales:

Cualquier movimiento, por simple que parezca, cualquier noticia, cualquier espontaneidad (simulada), conlleva unos fines muy concretos: influir en el ánimo del electorado para que dirija su intención de voto hacia los candidatos convenientes.... La vida de los políticos está estrechamente ligada a la de los periodistas, ya que la campaña electoral en los mass-media no sólo constituye para aquéllos el mejor conducto hacia el votante, sino que los profesionales de la información también se han convertido en el canal principal para establecer contacto con sus competidores en la lucha electoral (p.45)

Los partidos persiguen convencer, persuadir, seducir a sus posibles electores. Y los medios de comunicación son el instrumento, el canal necesario, para alcanzar el objetivo. Es un obstáculo que unos periódicos apoyen a una opción política, siendo el papel de la prensa en una sociedad democrática, el rigor informativo

Debido a los recientes cambios en el panorama de los medios, ha cambiado la forma en que la prensa interactúa con los **candidatos, las campañas y el público votante**. Y, en un momento en que la confianza en los medios de comunicación está en un punto bajo de todos los tiempos, el cuarto poder por la cobertura de las elecciones presidenciales del 2016, donde los candidatos de **Fuerza Popular** (Keiko Fujimori,) y **Peruanos por el Cambio** (Pedro Pablo Kuczynski) definieron quién sería presidente del Perú.

Según Gómez (1982) señala:

La tendenciosidad ideológica de los periódicos, se descubre desde la primera página, donde aparecen rasgos concluyentes de apoyo a unas determinadas posiciones políticas. Cada medio de comunicación adecua sus temas de campaña a sus afinidades políticas, de tal manera que las portadas, particularmente los titulares de cada periódico pueden variar sensiblemente entre sí, y desde luego lo hacen en lo que atañe a la interpretación subyacente a la noticia principal de la portada. (p. 82).

Por tanto, las investigaciones revelan que muchos medios de comunicación importantes atraen audiencias partidarias, lo que refleja sesgos políticos en su cobertura. Una vez más, este fenómeno está motivado por los negocios, donde las **portadas de los diarios**, en cierto sentido, constituyen una introducción a un modelo de campaña centrado exclusivamente en las repercusiones de la acción política en los medios de comunicación de masas.

Rosales (2006) sostiene que:

La portada por ser de primer impacto en el perceptor-receptor tiene componentes propios y otros comunes a las demás páginas dentro del periódico. La estructura de las portadas puede variar, según el estilo de la diagramación de cada periódico, pero no la posición. Pero esta debe traer la primera intención óptica del receptor-perceptor. La portada es la presentación de un periódico, que junto a la fotografía mostrada como la principal es la que llamará la atención del lector, ya que si no es de su interés será pasada por inadvertida. (p. 44).

En nuestro país, así como en muchos otros, debido al interés de la ciudadanía lectora por los acontecimientos relevantes a su entorno ésta acude a los periódicos para informarse. El hábito recurrente es la revisión de las portadas de los diarios en los diferentes quioscos o puntos de venta que se encuentren expuestos, haciendo de la portada un poderoso dispositivo informante que logra su objetivo por brindar contenido preciso, haciéndolo legible con rapidez.

García (2003) en relación a los diseños de portadas de un diario, menciona que:

La primera página de todo periódico cumple cuatro funciones: establecer la identidad, el carácter y la calidad de información que presenta el periódico; ser un escaparate del contenido y de la forma de expresión de la información del

periódico; establecer la jerarquía de informaciones; y convertir a los observadores en lectores efectivos. (p. 182).

Se puede afirmar entonces, que un diario de estilo tradicional prefiere no variar sus aspectos gráficos. López (2000) afirma que “la tendencia de ofrecer varios elementos en la portada como menú que muestra imágenes de contenido orienta a los lectores a tener en sus manos un mejor periódico” (p. 19).

Desde que los consumidores tienen menos tiempo para leer, los editores se las idearon para incrementar el volumen y variedad en las páginas uno. Los diseñadores agregaron titulares resaltados, más color y un gran número de artículos, historias breves, todo con el fin de atraer a los lectores jóvenes, haciendo, a la vez, un periódico fácil de leer en el menor tiempo posible. (López, 2000 p.72)

Adicionalmente, Castell (2000) destaca:

Una vez que la política es apresada en el espacio de los medios, los propios actores políticos cierran el campo de la política de los medios organizando la acción política fundamentalmente en torno a los medios: por ejemplo, filtrando información para favorecer un proyecto personal o político determinado. De forma inevitable, esto conduce a contra filtraciones, con lo cual los medios se convierten en el campo de batalla en el que las fuerzas y personalidades políticas, así como los grupos de presión, tratan de debilitarse mutuamente, para recoger los beneficios en las encuestas de opinión, en las urnas, en los votos parlamentarios y en las decisiones del gobierno. (p. 340).

Siendo la portada periodística la primera página de un diario o periódico, para Kayser (1991) “tiene particular importancia y relativa independencia debido a que constituye el escaparate del diario donde el producto es expuesto a la clientela” (p. 103). Todas aquellas noticias que son elegidas para conformar la portada responden a la

importancia que éstas poseen o tendrán al momento de su difusión en el diario. Deben además contar con un tratamiento especial por ubicarse en una página con características diferenciales a las otras que conforman el diario. El tratamiento periodístico es un proceso de transformación de la información que tiene en consideración la objetividad periodística; y las características del medio de comunicación sirven como soporte de la noticia, haciendo que posea una presentación particular.

La **noticia**, también llamada nota periodística o noticia periodística, es el texto informativo por excelencia. Encontramos dentro de sus características físicas la presencia de diversos elementos como el titular y la bajada, mientras que en cuanto al contenido es común que la información sea organizada según el esquema de la pirámide invertida y no presente juicio de valor alguno.

Pese a que, desde las elecciones del 2011, las plataformas virtuales han sido determinantes por su impacto, influencia y ubicuidad - siendo altamente empleadas tanto por medios de comunicación como por partidos y alianzas políticas - el formato del periódico o diario continúa siendo un medio de gran importancia para informar a la sociedad sobre el proceso electoral. De la gama de medios de comunicación tradicionales en el Perú, la radio es el único que posee mayor credibilidad que el periódico (Estudio sobre consumo radial y televisivo del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, 2015), sin embargo, el tratamiento de las noticias en este último es mucho más extenso y detallado.

Sin embargo, la peculiaridad de las noticias en épocas electorales hace que durante el **tratamiento periodístico** de la información presentada en los diarios no sólo pase por la fase del filtro de selección, dónde se cumplen determinados estándares y criterios del medio, dentro del área de redacción. Todo medio de comunicación

contemporáneo cuenta con un agente desvirtuante de objetividad: el **sesgo mediático**, al cual Denis McQuail llamó “una constante desviación hacia un determinado punto” (1987, p. 167).

Si bien la confrontación entre los candidatos y la variabilidad del escenario durante la época electoral es inevitable, el papel del periodismo continúa siendo el de informar incisiva pero imparcialmente.

La elección del lector por un determinado periódico puede deberse a distintos motivos: su afinidad por la línea editorial del diario, el costo del diario, el lenguaje del diario, entre otros. Lo que permanece invariable independientemente de las características diferenciales de cada medio, es que el discurso propagado se convierte en una herramienta formativa de la opinión pública, y cada elección de palabras e imágenes se vuelve elemental durante la transmisión del mensaje.

El diario elegido para la investigación es La República, el cual posee a nivel nacional un estatus de “seriedad y credibilidad”, según Concor. (2017) Asimismo, pertenece al grupo editorial del mismo nombre y a Periódicos Asociados Latinoamericanos (PAL). Si bien es editado en Lima, cuenta con ediciones regionales especiales en tres departamentos del Perú y su estructura ha tenido leves reajustes, principalmente en el formato del tamaño del papel, mas no en la de organización temática de la información. Estos aspectos dentro de las unidades de redacción pertenecientes a la morfología del diario son considerados como los “géneros o secciones” (Kayser, 1963). Las cuales ya las tienen consolidadas a diferencia de otros diarios, además de contar con suplementos y magazines adjuntos ceñidos a un calendario de publicación respetado.

Es debido al escenario particular dentro de la cobertura periodística cotidiana que, a criterio del investigador, se analizaron las portadas periodísticas del diario La República en el proceso electoral del 2016 (II Vuelta electoral), las cuales se convirtieron en importantes agentes informativos para la población.

El modelo de análisis se asienta sobre un doble eje; por un lado, utilizamos procedimientos metodológicos propios del **análisis de contenido**, de quince (15) portadas periodísticas del diario La República desde una **perspectiva cualitativa** que entronca con el **análisis del discurso**.

Se parte de la idea que el periodismo es reconocido socialmente como un modelo legitimado (que no debe ser alterado) de expansión de cultura y transmisión de conocimientos, pues a través de este, la ciudadanía logra enterarse con más detalle del acontecer. La importancia teórica y académica de este estudio radica en el aporte de datos útiles y relevantes en el ámbito informativo, además de servir de base a investigaciones en el ámbito periodístico, relacionada a las portadas

Formulación del problema

Problema general

¿Cuáles son las características estructurales de las portadas periodísticas del diario La República en la construcción de la realidad? - Elecciones Presidenciales II vuelta electoral - 2016

Problemas específicos

- ¿Cuáles son las características estructurales de las portadas periodísticas en el **análisis morfosintáctico del titular periodístico** en la construcción de la realidad?
- ¿Cuáles son las características estructurales de las portadas periodísticas en el **análisis contextual de las fotografías periodísticas** en la construcción de la realidad?
- ¿Cuáles son las características estructurales semánticas del **discurso de las portadas periodísticas** en la construcción de la realidad ?

Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Identificar cuáles son las características estructurales de las portadas periodísticas del diario La República en la construcción de la realidad - Elecciones Presidenciales II vuelta electoral - 2016.

Objetivos específicos:

- Identificar cuáles son las características estructurales de las portadas periodísticas **en el análisis morfosintáctico del titular periodístico** en la construcción de la realidad.
- Determinar cuáles son las características estructurales de las portadas periodísticas en el **análisis contextual de las fotografías periodísticas** en la construcción de la realidad

- Evidenciar cuáles son las características **estructurales semánticas del discurso de las portadas periodísticas** en la construcción de la realidad

Justificación de la investigación

Importancia de la investigación

La importancia de esta investigación radica en su contribución a la comunidad académica para que sea empleada provechosamente por todos aquellos que realicen a futuro una investigación referente al estudio de las portadas de los diarios, al poseer contenido relacionado a la aplicación de las ciencias de la comunicación en el estudio de una problemática social.

En la presente indagación se utilizan teorías y principios del periodismo, la semiótica y la lingüística a los titulares y fotografías de las noticias de las portadas del diario La República durante el lapso de tiempo delimitado. Este enfoque multidisciplinario busca obtener un resultado que abarque no sólo el aspecto discursivo de estos elementos de las noticias, sino también la detección de la fórmula empleada por el medio de comunicación investigado, para que sirva de guía en futuros procedimientos similares.

No existe actualmente en nuestro país una investigación similar referente a la cobertura y tratamiento periodístico en el momento clave de unas elecciones presidenciales de las noticias que conforman la portada de un diario de importancia como lo es La República.

Dar lectura al modus operandi de un referente mediático permite corroborar la presencia o ausencia de los criterios periodísticos en forma y fondo. Así será posible

hacer una reflexión sobre la responsabilidad que conlleva el deber de informar a la población en respecto de los principios del periodismo.

Viabilidad del estudio

La investigación es viable técnicamente al poseer recursos para la recaudación de una variedad considerable de fuentes de información, entre los cuales consideramos el acceso a bibliotecas (Biblioteca Nacional del Perú, Biblioteca de la Universidad San Martín de Porres, Médiathèque de l'Alliance Française) y a buscadores académicos y no académicos virtuales (Academia.edu, Repositorio de tesis de la Pontificia Universidad Católica del Perú). Además, las portadas del periódico La República se encuentran alojadas en el portal web del medio, sin embargo, éstas han sido adquiridas en formato de alta calidad mediante gestión de la investigadora, para contar con una mayor precisión que conlleve a su correcto estudio, además de brindar una adecuada referencia visual en la parte aplicativa del desarrollo de la investigación.

Limitaciones de la investigación

No existen limitaciones en el desarrollo de la investigación

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Espinoza, E. G. (2016). Las representaciones del Caso Conga en la prensa escrita peruana en la prensa escrita peruana: Análisis crítico e interpretación de los discursos periodísticos de portada de los diarios El Comercio y La República durante los primeros meses del conflicto socio ambiental en torno al Proyecto Minero Conga (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7385>

Uno de las principales partes de la estructura de un diario; es su diseño. Asimismo, la transmisión de mensajes y símbolos para los ciudadanos genera introducir en el individuo valores, creencias y códigos de comportamiento.

La autora menciona que el periodismo pone en un lugar privilegiado al periodista al elaborar la noticia, presentando los encuadres periodísticos como parte del acercamiento interpretativo de los hechos, presentando un modo de ver la realidad.

El objetivo general fue identificar y describir a profundidad el discurso periodístico en torno al “Caso Conga” que configuró cada uno de los diarios elegidos: El Comercio y la República.

Las portadas fueron analizadas a través de un conjunto de herramientas del análisis crítico del discurso a través del modelo tridimensional de Fairclough, las teorías de agenda-setting (agenda mediática) y de framing (encuadramiento).

La metodología es de carácter interdisciplinario, lo que permite cuestionar al periodista el mito de la objetividad y la imparcialidad periodística.

El instrumento es un cuadro de análisis de elaboración propia de la autora, dividida en cuatro partes: titular, volada, bajada e imagen, utilizando cuatro herramientas, el cuadro ideológico de Teun van Dijk, herramientas lingüísticas, categorías analíticas y dominio del discurso, y análisis de imagen; en los diarios. Las fechas de las portadas fueron: 9 de noviembre de 2011 hasta el 5 de diciembre del 2011.

La autora señala que la postura de El Comercio es más tajante en cuanto a la polarización: los ‘Otros’, los opositores del Proyecto Conga, son vinculados al extremismo, la radicalización y la violencia. Esto no sucede en La República, que, en ciertas ocasiones, sí le atribuye el rol de agente respetuoso de la ley a los opositores del Proyecto y no los vincula a posturas radicales o intransigentes.

Siguiendo en la misma temática, advertimos que, a excepción de una portada (del diario La República), no encontramos el concepto de negociación. Esto supone una contradicción, pues los discursos de ambos diarios revelan que no existen las

condiciones necesarias para un diálogo auténtico entre las partes involucradas en el caso, pues estas no tienen objetivos, valores ni intereses en común.

Sin embargo, como venimos sosteniendo, creemos que, en el ‘Caso Conga’, la línea crítica del diario La República es un tanto ilusoria, pues el Diario no está oponiéndose, ni explícita ni implícitamente, a la postura del Gobierno de negociar una solución entre Yanacocha y los pobladores de la región, ni condena el uso de la violencia por parte del Gobierno.

La autora concluye que estas categorías analíticas cumplen una función más dentro de los discursos de los diarios analizados: llamar la atención de los lectores. Esto coincide con lo descrito en el primer capítulo de esta investigación sobre la portada como extensión calculada de los valores y los temas que el diario quiere comunicar a su público objetivo, así como punto de atracción de los lectores para la venta del diario.

Langle, V. A. (2016). Imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote. Abril – Junio, 2013 (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Santa, Nuevo Chimbote, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/UNS/2676/42740.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

El conflicto ético es la principal reflexión del sentido periodístico, lo cual se ve reflejado principalmente, en la arquitectura fotográfica en las primeras planas, con sus elementos: titular, antetítulo y bajada.

Asimismo, los medios de comunicación cumplen un rol mediador en la sociedad; así como la autoridad de educar y moralizador en el discurso de poder. La fotografía es el recurso visual más trascendente por el impacto que genera.

El interés colectivo en la relevancia social queda desvalorizado en la actualidad por el consumismo visual de la sociedad, donde la intencionalidad del medio influye en la selección de la imagen.

El autor señala que el objetivo general fue conocer las determinaciones visuales y los criterios de trabajo periodístico de "Correo Chimbote", así como la consideración de imparcialidad fotográfica expuesta en sus portadas, con relación a los aspectos que se vinculen con la investigación, su construcción o las dudas subyacentes. La meta es afianzar un sustento fáctico que facilite la interpretación de los resultados.

La metodología es descriptiva por su finalidad sustantiva y básica. La población corresponde a las imágenes contempladas en el periodo de estudio oscilaron entre 90 y 100 antes de la depuración, debido a que algunas primeras planas presentaron dos fotografías como principales. Al final, el universo de la investigación está conformado por 47 unidades de análisis. Es decir, 47 fotografías de portada que refieren temas políticos y además fueron publicadas entre abril y junio del 2013.

Los instrumentos utilizados son la observación directa, el análisis, la entrevista y una guía de imparcialidad, una estructura técnica compuesta por 40 preguntas establecidas para determinar la presencia de parcialidad periodística y un cuestionario de 30 preguntas que se realizó al fotógrafo y editor, antes y después de la publicación de las portadas.

El enfoque periodístico está parcializado. La oposición es su principal mecanismo de relación con el gobierno, especialmente en su esfera más próxima y controversial: la regional. La tendencia del diario es al sensacionalismo político, con opiniones notorias a favor o en contra de alguien o alguna idea (crítica desmesurada). Además, sólo 1 de cada 4 veces las portadas son definitivamente imparciales.

La mayoría de veces las noticias de portada están relacionadas al derecho a la reputación, credibilidad y/o el prestigio tanto personal como institucional, aumentando

teóricamente la importancia de un abordaje profesional ético, aunque en primera plana no se perciba ningún tratamiento deontológico diferenciado

Más de la mitad de las notas en portada demuestran la función fiscalizadora que Correo Chimbote pretende proyectar. Lo anterior a través de la cobertura de querellas, demandas, denuncias, quejas judiciales y/o actos de corrupción. Sin embargo, las noticias son presentadas principalmente de manera parcializada, con opiniones notorias a favor o en contra de alguien o alguna idea.

En Correo Chimbote se considera adecuada una fotografía cuando puede representar la noticia, graficar la problemática y resultar atractiva, aunque la imagen no tenga que ver con el hecho específico. Además, el tercio de fotos que el medio difunde no son una sola imagen sino una composición posible a través de la edición.

Cuando la imagen es sobre instituciones, todas las veces son acerca del Ministerio Público o Poder Judicial, demostrándose en relación a qué temas resulta más difícil componer fotografías o frente a qué valores (justicia, corrupción, libertad, etc.) se recurre a tomas más "neutrales".

Por último, el autor señala que, respecto a los antetítulos y bajadas, casi todos están escritos sin demostrar alguna orientación o posición parcial, y más bien indicando de manera directa algún dato de la noticia. Asimismo, no existe ningún aspecto noticioso particular hacia el cual se orienten. Por lo tanto, es factible afirmar que no existe una estrategia comunicacional determinada para este elemento.

Teruel, L. (2006). Los medios en la construcción de la realidad política: El caso de El Mundo (1993-1996) (Tesis de doctorado). Universidad de Málaga, Málaga, España. Recuperado de <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16811975.pdf>

Los medios de comunicación como fuente de información y supervisor de las acciones del gobierno, presenta un compromiso con la sociedad. Por ende, existe una relación muy estrecha entre el poder y la prensa lo que hace intensa la relación de prensa y política, este fenómeno basado en la trascendencia que tiene el periodismo en la opinión ciudadana.

Teniendo en cuenta que para medir esta intensidad política en los medios, se estudió en el diario el Mundo y su influencia en su creación en 1996 señalando la importancia de la línea editorial, y su desarrollo como parte de opinión social con su discurso periodístico.

El objetivo general es estudiar el concepto de información política nacional de El Mundo. Diario que se adaptaba a la realidad política española, analizando la concepción periodística que predominó en su sección nacional con un sistema de prensa nacional.

La autora utilizó una metodología combinada; cuantitativa, para el análisis de relación entre los protagonistas y las fuentes de información y por otro lado, cualitativa, estudiando los valores de agenda de ambas publicaciones, durante el periodo comprendido entre 1993 y 1996.

Se analizó paralelamente la agenda del medio y el tratamiento y argumentación en las noticias y textos de opinión para decodificar correctamente el mensaje que transmitió El Mundo durante el periodo analizado.

La muestra fue delimitada por las fechas de comienzo y fin de la V legislatura porque fue la agenda más mediática más intensa de relación con la actividad del Gobierno y la densidad informativa fue mayor.

Para delimitar la muestra la autora realizó una lectura previa en profundidad de los ejemplares de 1994 y 1995 tras lo cual inició el trazado del plan de muestreo, contabilizando un total de más de 27 000 textos, entre información y opinión durante las fechas señaladas con una media de 25 artículos diarios

Se seleccionó las fechas del 18 al 24 de octubre de 1993, del 1 al 7 de febrero de 1994, del 11 al 17 de septiembre de 1995 y del 8 al 14 de enero de 1996 rondando 500 registros. Para codificar se creó diferentes modalidades: escándalo, denuncia, hipótesis, crítica al Gobierno o información perjudicial, crítica personal, escándalos de importancia secundaria, reacciones ciudadanas y sociales, otros, ninguno.

Y para la interpretación crítica se identificó la codificación con: corrupción económica, corrupción política, política antisocial, política económica, defensa del partido, deslegitimación democrática, todo por el poder, preparación de PP e IU para gobernar, responsabilidad política, relación con CíU, mala gestión, relación con los medios de comunicación, divisiones internas, comunidades autonómicas, guerrismo/ renovadores, elecciones, otros y ninguna. Además, utilizó 20 especialistas para una entrevista y un cuestionario de 24 ítems.

El rol del diario no se circunscribía a informar, opinar e investigar sobre el Gobierno, a tener una línea editorial crítica o a desarrollar la capacidad de interlocución de la prensa; por encima de ello, los datos muestran que enfatizó conscientemente su papel en el proceso de comunicación política. El diario manifestaba querer erigirse como otro actor político con capacidad de interlocución frente al Gobierno socialista y al resto de instituciones públicas.

Las diferentes concepciones del periodismo marcaron característicamente el discurso político de cada uno de ellos. Es en las prácticas narrativas, en el tono de la información y de la opinión, donde se encuentran las diferencias en las estrategias editoriales de uno y otro diario.

La autora concluyó que en El Mundo se vieron nutridas por los resultados del periodismo de investigación, pero también por la posterior sucesión de datos en torno a esos temas. También cabe establecer una distinción entre aquellos asuntos que los periodistas investigaron y otros, no descubiertos por este diario, pero que alcanzaron mayor repercusión en sus páginas.

A pesar de ello, resulta incuestionable que el periodismo de investigación de El Mundo sacó a la luz hechos relevantes para la vida política y que, como se ha afirmado a propósito de anteriores hipótesis, ello formó parte del discurso del medio y, por tanto, se le proporcionó el tratamiento narrativo propio del periódico.

Castillo, E. (2014). La construcción de la realidad política de los diarios en internet, durante las campañas electorales de los candidatos a la presidencia de México en el 2012 (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Recuperado de

<http://132.248.9.195/ptd2014/junio/405037050/Index.html>

El flujo de información es constante en el mundo, especialmente en la política cuando se encuentra en una campaña electoral, esto se ve reflejado en la agenda mediática y el manejo de la información con las actividades diarias de los candidatos. El internet como principal avance de la tecnología de la información tiene la característica de ser inmediata, y cada medio digital tiene un discurso propio frente a los valores de juicios de valor y su concepción del ejercicio periodístico.

Por ello, la autora seleccionó diarios para analizar los datos teniendo como criterio la importancia de la información periodística, la sección destinada a la información lectoral y la editorial.

El objetivo general que presenta la autora es relacionar la construcción de la realidad política de los diarios en internet, durante las campañas electorales de los candidatos a la presidencia de México en el 2012.

La autora propuso la metodología cualitativa basada en la observación, formulando teorías como una respuesta a las situaciones de convergencia.

El análisis de contenido de los diarios en internet La Jornada y El Universo en Línea, se realizó de acuerdo a la presentación y la jerarquía otorgada a la información para cada uno de los candidatos. Y para el estudio se estableció unidades de valor periodístico definidos en: notas, artículos, notas interactivas, fotos, vídeos, audio y entrevistas.

El instrumento que se utilizó fue hojas estandarizadas por tres categorías; la primera, evaluación de las notas (neutral, favorable y desfavorable); la segunda, la jerarquía de las notas (alta, media y baja). Además, se realizó un perfil de análisis a cada candidato según sus agendas en 19 categorías.

La autora señala que la manera de hacer periodismo se vio afectada por dos factores importantes; primero, la fuerza que cobraron las redes sociales generando la participación activa de la ciudadanía, Segundo, la llamada Ley de Convergencia, que permitía a las organizaciones de los medios, transportar la información en diferentes formatos: radio, televisión, diarios e internet.

Asimismo, el factor de inmediatez en los medios, se encuentra estrechamente ligado al concepto de competitividad. En primer lugar, existe la tendencia general de los medios por autodefinirse como las fuentes confiables y objetivas para informar y segundo consiste en mantener la preferencia de las audiencias.

Por otro lado, las secciones especiales Red política y sección elecciones, para la presentación de las campañas electorales, cuyo propósito era ofrecer la cobertura de las actividades de los candidatos mediante notas, vídeos, encuestas, galerías de fotos y audios.

La autora concluyó que para las campañas electorales internet representó un medio que ganaba seguidores y la participación activa de los simpatizantes a través de las redes sociales Facebook, YouTube y Twitter principalmente.

También indica que la aportación del estudio consiste en brindar una investigación y análisis de las campañas electorales vistas desde el ejercicio periodístico en internet. Es un viaje introspectivo donde el punto de referencia son los medios de comunicación, con el interés de obtener datos certeros que nos demuestren hasta donde es posible comprender la realidad a través de ellos.

La apreciación del periodista y la narración de los contenidos tuvieron un lugar importante, seguido de las declaraciones realizadas por los candidatos y finalmente las propuestas de campaña.

1.2 Base teórica

1.2.1 Portada periodística

Una de las partes informativas que genera la compra del diario y un gran impacto en los ciudadanos es la portada periodística, que surge de la búsqueda de información en la sociedad. Se convierte en un impulsor importante para la formación de la opinión pública debido a la primera recepción que está expuesta la sociedad.

En efecto, Kayser (1963) señala sobre la portada “La primera página, la uno, cuya importancia particular y su relativa independencia surge del hecho de que constituye el escaparate del diario, donde el producto es expuesto a la clientela” (p. 103).

Las portadas son de gran relevancia, al igual que las imágenes utilizadas, ya que es lo primero que resalta y muestra el resumen del contenido del diario; por ello, se realiza la estructura de forma atractiva a los ojos de la persona de a pie, que al llegar a bodega o tienda puede informarse de los principales acontecimientos de la agenda mediática presentada en los medios.

Por este motivo, Marrone (2010) define la portada periodística como:

Es lo primero que ve el lector (si el diario no está vuelto, tapado o abierto, obviamente), luego es el primer elemento que llama su atención. La mayoría de los autores la consideran como el escaparate del diario, es decir, el sitio donde se expone la mejor “mercancía”. Por tanto, la primera página llama la atención per se, irremediablemente es vista por todo el que se acerque al diario. (p. 73).

De esta forma, la portada es el acercamiento más importante con los ciudadanos y es el principal impulsor para la compra; por lo que genera más recuerdo que el contenido interno del diario, por ello son dinámicas y se selecciona las informaciones más relevantes de acuerdo al juicio de valor de los responsables del diario.

Welson (2008) indica al respecto “La primera página no solo refleja el clima económico de la industria de los medios impresos, también refleja los instintos editoriales de sus dueños y directiva, además de intentar satisfacer las necesidades de los lectores y finalmente de la sociedad” (p. 2).

Por esta razón, desde la línea editorial también se explora el diseño periodístico para generar interés y fiabilidad en la nota principal que exhiben con un titular y una imagen que representa el mensaje que se desea enviar.

Al respecto, Leñero y Marín (1986) señalan que:

El tratamiento de los hechos en cada medio informativo expresa un modo de percibir y de enjuiciar la realidad, proyecta una posición política frente a los hechos, El periodismo, entonces, es intrínsecamente parcial. Su ejercicio – fluidez de información y opiniones- incide en la modelación de criterios y en la consecuente respuesta social para que las estructuras de poder se mantengan como están o para que se modifiquen. (p. 18).

En consecuencia, el diseño de la portada es el diferenciador del diario, a pesar que todos cuentan con las mismas partes: Cabecera, noticia principal, noticia secundaria, llamada, modulo publicitario y otras noticias destacadas, que muestran la jerarquización de la información planteada por el medio.

Figura 1

Partes de una portada periodística



Figura 1. Las partes de una portada periodística están realizadas de acuerdo al criterio de la línea editorial y es el distintivo de un diario. Adaptado de “Partes de una portada”, diapositiva 17, por Romeo, A. & Domenech, L., 2006, recuperado de http://www.materialesdelengua.org/experiencias/prensa/prensa_portadas.pps

En este caso, se puede observar la importancia de la distribución de la portada desde la tipografía, colores, tamaño de papel, que influyen en la percepción y familiaridad del diario, reforzando su identidad.

Por otro lado, el encuadre en comunicación (Framing) como parte del proceso de selección de la portada periodística, Ardévol (2015) señala que:

El concepto de encuadre entronca con los valores-noticia o criterios de noticiabilidad, que ejercen una fuerte influencia tanto en la selección de los acontecimientos que se van a convertir en noticia (agenda building), como en la decisión sobre los aspectos del acontecimiento en los que se va a centrar la noticia (frame building). Así, las convenciones narrativas aplicadas a la redacción de una noticia incluyen responder a los interrogantes de quién hace qué, y con qué propósito. (p. 430).

En efecto, los sucesos afectan la realidad y la trastocan con diferente intensidad, lo que genera infinidad de noticias. Por ello, la forma de presentarlos y construir la presentación del suceso depende del comunicador quien lo trabaja y como presenta la elaboración de la información.

Igualmente, D'Angelo (2002) indica sobre el Framing que:

No hay, ni debe haberlo, un paradigma único del encuadre. En su lugar, el conocimiento del framing ha ido acumulándose porque el programa de investigación empuja a los investigadores a emplear y refinar varias teorías sobre los procesos de encuadre bajo la guía de diferentes perspectivas paradigmáticas en la relación entre los encuadres y sus efectos. La variedad teórica y paradigmática ha desembocado en una visión comprensiva de los procesos de encuadre, no es descubrimientos fragmentados en agendas de investigación aislada. (p. 871).

La información como eje central del periodismo está enfrentada en el tratamiento de la misma debido a las diversas visiones, ya que el hombre como producto social se ve inmiscuido en el proceso de sociabilización; asimismo, el framing surge como una herramienta para identificar la interpretación de los datos y eventos.

Asimismo, se puede señalar la teoría del encuadre o Framing que según Águila, J. C. & Gaitán, J. A. (2013) indica:

El Framing esencialmente significa selección y preeminencia (o prominencia, o notabilidad). Hacer un frame es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes o notorios en un texto de comunicación, de tal modo que promuevan un particular problema, definición, interpretación, una evaluación moral y/o recomiende un tratamiento especial para el elemento descrito (Entman, 1993). (p. 5).

Por ende, se utilizan tres características tanto cognoscitivas, constructivas y el análisis crítico para el desarrollo y esta transmisión de significados fundamentados en una idea central que se encuentra ligada a la comunicación política, así se expresa al momento de sugerir juicios morales, proponer soluciones o conductas adecuadas mientras se selecciona aspectos de la realidad que hay que modificar y que son adecuadas o no, en la portada periodística.

1.2.1.1 Titular periodístico

La principal fuente atracción, lo que se resalta tipográficamente de los demás hechos noticiosos, que sobretodo se encuentra en mayor tamaño y donde se encuentra condensado lo que se desea comunicar de forma inmediata al ciudadano.

Asimismo, Mapelli (s.f) conceptualiza que:

Un titular que es el conjunto de palabras que encabeza cualquier texto periodístico. En ellos se debe presentar de modo objetivo, atractivo y sintético la información que seguidamente se desarrolla. Los titulares se componen de: **Antetítulo:** completa el título. Desarrolla lo que se dice en el título. **Título:** es la parte principal de un titular. No puede faltar nunca. **Subtítulo:** completa el título. Desarrolla lo que se dice en el título (p. 12).

Cada parte que compone el titular cumple una función vinculante y unificadora, donde se muestra al actor, actores principales o el suceso noticioso que afecta a la sociedad y por ende la relevancia que manifiesta. Por ello, se busca responder ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?

Figura 2

Estructura del titular de la noticia

ESTRUCTURA EXTERNA DE LA NOTICIA		
Titular	Antetítulo	Enmarca la noticia (optativo).
	Título	Introduce o presenta la noticia (obligatorio).
	Cintillo	Clase especial de título, a toda plana y de una sola línea, que encabeza una página.
	Subtítulo	Añade alguna particularidad (optativo).
	Sumario	Indicación o resumen breve del contenido de la noticia (optativo).

Fuente: Ministerio de educación de España, 2009

El titular también cuenta con partes estructurales para la comprensión total de la noticia, permitiendo que sea el mismo la estrella del diario, por ello ocupa más espacio; pero, también es breve y conciso con la finalidad que despierte la curiosidad del lector.

Donoso (2009) indica que los titulares:

Son mucho más que simple frases encima de los artículos, cumplen un papel importante en el resumen de la esencia noticiosa y jerarquizan la información de acuerdo al tamaño y ubicación. Los lectores se guían de los encabezados para decidir la lectura de una noticia. Por eso los redactores prestan atención especial a la construcción de estas oraciones. (p. 259).

Esta estructura del titular, permite identificar el orden del tratamiento en la información para su correcto entendimiento y el análisis del discurso que se realiza. Por lo cual, le da el potencial a la noticia que encabeza la portada permitiendo que sea el punto de anclaje en la mente de las personas.

Del mismo modo, Nadal (2012) manifiesta:

Los titulares funcionan con cierta autonomía respecto de los textos que encabezan: debido a que gozan de independencia sintáctica y, hasta cierto punto, semántica, los títulos de las noticias se convierten en textos en sí mismos. Por cuanto integran un conjunto de lectura en cierto modo autónoma e independiente, constituyen, como bien se sabe, son las únicas secuencias leídas por gran parte de los consumidores de diarios. (p. 176).

De ahí que se observa su importancia y sobretodo se demuestra la creatividad que refleja el lenguaje periodístico; sin dejar de lado que debe ser comprendido para el público masivo, así que se busca utilizar palabras de conocimiento general.

Zorrilla (1996) señala que la función de los titulares es:

Función identificadora: Formar una unidad coherente y distinta de las demás en el espacio y en el tiempo. Lo mismo que podemos explicar, el sentido de una palabra en un texto concreto, el texto periodístico viene a ser la explicación del sentido de las palabras del titular en ese texto concreto. (...) **Función designativa:** consiste en designar un hecho que es noticia, en su singularidad, en tanto que es distinto de cualquier otro, no tanto la relevancia, rareza o novedad de los datos sino aquellos datos precisos para que el lector obtenga los elementos imprescindibles de designación. Se tratará de información nueva, que se presupone que no conoce el lector y que le interesa conocer (...) **Función apelativa:** se manifiesta no sólo en la construcción lingüística sino también en la construcción escénica que acompaña a los titulares. Crean un escenario de columnas, espacios en blanco, titulares, antetítulos, subtítulos, sumarios, recuadros, filetes, lutos, corondeles, fotografías, gráficos, viñetas y toda suerte de recursos visuales, con los que tratan de atraer al lector. (...). **Función económica:** a estaría ligada a los mecanismos publicitarios que persiguen la venta de un producto, aunque existen matices diferenciadores porque en la prensa el producto es el propio texto periodístico que se “vende” a sí mismo. (...). **Función comunicativa:** encuentra en el signo lingüístico las funciones básicas de la comunicación escrita que las concreta en representación, expresión, apelación, referencia y evocación. (pp. 147-157).

Estás funciones muestran las características del titular que cumple siempre a pesar de la diversidad de formas de presentarse, ya que debe cumplir para la gran cantidad de situaciones diversas fuentes, citas o metáforas en su creación. Ya que en sí mismos se envía la interpretación sobre el tema tratado

Figura 3

Clasificaciones del titular

<u>Clasificación de los titulares, siguiendo a Luis Núñez Ladevéz</u>	<u>Clasificación de los titulares, siguiendo a Emilio Alarcos Llorach</u>
<p>A.- Titular informativo (singulariza):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Focal - Global - Estático - Dinámico <p>B.- Titular interpretativo (amplia el contexto):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interpretación contextual - Interpretación nocional - Interpretación relacionada con el foco <p>C.- Titular temático (enuncia el tema pero no identifica los hechos)</p> <p>D.- Titular apelativo (utiliza el lenguaje para llamar la atención)</p> <p>E.- Titular expresivo (evoca los hechos sin informar ni tematizar)</p> <p>F.- Titulares que contienen un acto de habla:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cita textual - Cita indirecta - Mixto - De contenido realizativo - Interpretación macroestructural 	<p>A.- Por su condensación sintáctica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amplios - Concentrados <p>B.- Por su estructura nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explícitos (completos) - Figurados - Propios - Implícitos (incompletos) <p>C.- Por su expresión lingüística:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Comprometidos <p>D.- Por su configuración lingüística:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipo de oración: <ul style="list-style-type: none"> - Nuclear - Compleja - Reducción por eliminación de: <ul style="list-style-type: none"> - Segmento locativo - Verbo "dicendi" - Núcleo verbal - Otros verbos - Sustitución del verbo por un sustantivo - Elípticos - Otras eliminaciones del tipo telegrama - Formas verbales que afectan al modo y al tiempo

El titular cuenta con cinco funciones que son parte del impacto que genera a la sociedad; así mismo cuentan con dos formas de clasificación planteadas por Núñez, Luis y Alarcón, Emilio, ellos clasifican el titular de acuerdo a la estructurada o al impacto que se desea generar. Adaptado de "El titular de la noticia", pp. 141 – 146 por Zonila, J. M., 1996, recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S3/S3003401.pdf>

Ambas clasificaciones se presentan de acuerdo a la interpretación del autor, sin embargo, son útiles para poder estudiar la importancia del mensaje que se desea enviar y la forma correcta para poder enviarlo, brindado la naturaleza de los hechos o sucesos que se esté tocando. A pesar que, cada función cumple un rol, también se puede generar titulares contrapuestos.

Sanz, Berasategi & Korkostegi (2015) indican que:

El periodista busca dar brillantez a los textos, transmitir expresividad y visibilidad al acontecimiento (...) y para lograr esto debe buscar los recursos adecuados, que encuentran en la literatura. Por ello, entra dentro del buen quehacer periodístico que en estos titulares se utilicen diferentes figuras literarias para reflejar las expectativas iniciales de triunfo. (p. 74).

Por ello, los titulares muchas veces tienden a utilizar los recursos literarios para poder intensificar el mensaje o crear un nuevo punto de vista del mismo; se observan el uso de metáforas, personificación, prosopopeyas, hipérbolos y algunas sinécdoques. Lo que ensalzan el titular que se desea vender.

Por consiguiente, Smith (2015) señala al respecto que:

Las figuras literarias del lenguaje abundan en los titulares de periódicos; probablemente por la simple razón de que llaman la atención del lector o lectora y así lo incitan a leer el artículo en su totalidad. Por consiguiente, un estudio y análisis del uso del lenguaje figurado y literario en los titulares de la prensa nacional pueden contribuir a “abrir la puerta” para apreciar gran parte de la cultura. (...) una de las figuras literarias más recurrentes en los periódicos es la metáfora, descripción de un objeto mediante la comparación con otro donde no existe entre estos una relación literal. La metáfora juega un papel preponderante en la prensa nacional. (p. 36).

Las frases elaboradas o expresiones hechas para los titulares pueden estar involucradas o realizadas con las figuras literarias haciendo que tenga una voz propia especialmente en los sucesos electorales, por los acontecimientos discursivos que son parte del día a día.

En suma, es sabido que la actualización de los periódicos no es tan frecuente como lo son las redes sociales, la televisión o la radio, pero aun así debe dar la sensación de ser lo más reciente posible. Es por esta razón son efectivos los verbos en presente. El

efecto de proximidad cronológica es de gran importancia, así como también lo es el abordar las consecuencias de los principales actores en un futuro cercano o inmediato.

1.2.1.2 Fotografías periodísticas

La fotografía cumple un rol principal en el medio periodístico, independientemente del mensaje que se este enviado, es el complemento que da a conocer y representa al mundo en su real dimensión. En efecto, esto es el registro visual del suceso o actor del hecho noticioso.

Castellano (2004) indica el inicio de como:

La fotografía no podía ser publicadas en la prensa por falta de procedimientos técnicos, aunque ya en el siglo XXI se puede hablar de fotografías periodísticas o documentales, como las de la Guerra de Secesión norteamericana, en contraposición a las meramente decorativas o artísticas. Superadas ya buena parte de las limitaciones técnicas, la fotografía hizo su entrada en la prensa a finales del siglo XIX. Las primeras fotografías publicadas en los periódicos representaban objetos o personas estáticas. (p. 50).

A pesar de esto, actualmente son uno de los principales impulsores de contenido y mensaje propios, trascendiendo tanto como la palabra. Así, llega a documentar el hecho noticioso; por ende, es el objeto visual que enseña los fenómenos sociales, por eso es considerado un medio de comunicación ya que transmite, opiniones, ideas y son agentes de cambio actitudinales.

De la Peña (2008) señala que las fotografías periodísticas:

Se considera un texto visual únicamente cuando se produce, estructura e interpreta desde un contexto socio-cultural determinado. Una fotografía aislada, sin un lector y sin un contexto no significa absolutamente nada. Así, es viable de la conexión dialéctica que se establezca entre un fotógrafo emisor y un público lector. Se pueden organizar a partir de sus características discursivas particulares y según la finalidad que persiga cada fotoperiodista. Para tal efecto recurrimos a los géneros periodísticas. (p. 161).

La verdad de lo visual, es también interpretativa, a pesar de exigir objetividad radica en el tratamiento que sea trabajado y la intencionalidad del mensaje, además de los paradigmas del lector, por ello la subjetividad por la cual es comprendida la imagen es influenciada desde diferentes puntos.

Igualmente, Guallar (2003) menciona tipos de fotografía en la prensa como:

Fotografía de actualidad, que completa o ilustra la noticia representando o complementando lo contenido en ella. La foto de actualidad es noticia en sí misma pero necesita del contexto textual para situar mejor su significado. Fotografía en el periodismo de investigación. Este tipo de periodismo requiere fotografías tomadas especialmente sobre el tema que se sigue, e incluso la fotografía puede funcionar como prueba de lo que se argumenta. Fotografía de reportaje o de ilustración. Son fotografías de función esencialmente ilustrativa y descriptiva. Fotografías de personajes, como los retratos propiamente dichos y las imágenes en las que aparecen desarrollando alguna actividad. (p. 3).

Por lo mismo, la fotografía periodística debe contar con descriptor, para centrar la idea o describir el suceso, ya que su función principal es informar, y detallar en la combinación de diversos elementos en la imagen el contexto como tal. Sin embargo, las fotografías que se quedan en archivo, son utilizados para crear contextos de escenarios políticos, sociales o económicos, en beneficio o perjuicio de algún actor.

Para Munárriz (1999) referente a los recursos técnicos señala que en:

Esas fotografías son imágenes planas, bidimensionales, que representan en cierto modo aquella realidad que introdujimos como entrada. Son elementos gráficos, que utilizan los recursos de los sistemas de representación gráfica para evocar aquella realidad. Es decir, se valen del color, del contraste, de las texturas y gradaciones, como lo hacen los otros medios de representación bidimensionales (pintura, grabado, dibujo, televisión, etc.). Además inevitablemente, están utilizando los recursos expresivos de este medio: composición, pesos, líneas de fuerza, utilización de punto línea y plano, etc. (p. 231).

Esta narración de forma visual que nos presenta la fotografía periodística abarca diferentes ítems, pero muchas veces estas historias son influidas con el enfoque, luz, composición o el tiempo que son tomados, especialmente la intención ya que al ser interpretable, cumple su contenido semiótico. Por ello, su importancia en momentos tan decisivos en los países como son las fechas electorales donde se escoge el líder del país por cinco años.

1.2.1.3 Estructura de la noticia periodística

El desarrollo de una noticia periodística está estructurado con la función de que sea entendible, claro y preciso para que pueda informar o persuadir referente al hecho noticioso.

Van Dijk (1999) señala sobre la estructura de la noticia periodística es:

La retórica periodística no se limita a las figuras usuales del habla. Más bien; se utilizan los dispositivos estratégicos que relacionan la veracidad, la plausibilidad, la corrección, la precisión y la credibilidad. Estos dispositivos incluyen el uso destacable de las cifras; un uso selectivo de las fuentes; modificaciones específicas en las relaciones de relevancia (las

proposiciones incompatibles aparecen al final o son completamente ignoradas); las perspectivas ideológicamente coherentes en la descripción de los sucesos; los usos de argumentaciones específicas o esquemas de actitudes, los usos selectivos de personas e instituciones fiables, oficiales, bien conocidas y creíbles; la descripción de detalles cercanos, concretos; la cita de testigos oculares o participantes directos; y la referencia o apelación a las emociones. Esto significa que un análisis retórico no puede ser completamente independiente de un análisis semántico e ideológico del discurso periodístico. En realidad, las operaciones retóricas pueden incluir todos los niveles del análisis del discurso. (p. 138).

La noticia como hecho que trastoca al rutina social, es el evento que interrumpe el transite diario que sirve para tomar decisiones de forma directo o indirecta, cumple una estructura donde la proximidad y el conflicto que se presenta son partes de la selección de la forma de estructuración de la nota.

Fontcuberta (1980) indica sobre la estructura de la noticia es:

La idea básica es todavía más importante para una noticia periodística que juega con dos factores en su contra: la escasez de espacio y tiempo. Es muy difícil empezar a redactar sin tener un cierto esquema mental de la misma. (...) Hay dos preguntas importantes al iniciar la redacción de cualquier noticia ¿Qué quiero decir? Y a ¿Quién? (...). Cuando se tiene claro qué se quiere decir y a quién, se puede empezar a hablar de la estructura de la noticia propiamente dicha. Consta de dos elementos básicos: el lid: o núcleo fundamental de la noticia y el cuerpo: que explica la noticia. (pp. 29 -30).

La información trabajada en un diario, es procesada primero en la selección de los hechos y la importancia que tiene, de acuerdo a ello se clasifica y es redactada para la comprensión de la importancia del mismo, además se utiliza herramientas o técnicas de redacción como la pirámide invertida para que la idea principal y los datos que lo complementan estén adecuadamente formuladas.

Figura 3

Estructura hipotética de la noticia periodística



Figura 3. La estructura periodística debería incluir la información incluida en todas sus formas para el manejo completo e idóneo de la información. Adaptado de “La noticia como discurso”, p. 86, por Van., T. A., 1990, Barcelona: Editorial Paidós.

La imagen explica el proceso de selección del contenido en un hecho noticioso y como se va seleccionando la información para la estructura idónea del contenido como tal y como del resumen sale el titular y el encabezado de la nota.

El Ministerio de educación español (2009) indica que existe una división entre la estructura externa de la noticia:

Definida por el titular y el cuerpo. En las noticias amplias, el cuerpo arranca con una entradilla o lid. (...) El título es el elemento esencial e imprescindible. Constituye el encabezado de la información y está compuesto con una tipográfica mayor que el resto del texto. Consiste en una frase breve. Clara y concisa, que recoge la síntesis o la esencia del contenido de la información. (...) Por ello la estructura sintáctica más frecuente es la de sujeto- verbo –

complemento; (...) también se utilizan: Sujeto-(verbo auxiliar) – participio – complemento, Sujeto - (verbo) – complemento, Verbo – sujeto –complemento, Complemento – sujeto – verbo – complemento, Adverbio-verbo-complemento, Participio-sujeto. (pp. 15-16).

Se debe presentar por lo tanto que en la estructura noticiosa el orden de cómo son presentados el título indica el pie del desarrollo de la nota, señalando tiempos verbales como el pretérito perfecto y el presente indicativo. Y asimismo, resaltando que cada parte de la noticia contribuye a la formación completa del mensaje.

1.2.2 Construcción de la realidad

La construcción de la realidad surge de la misma sociedad, del avance de la misma, teniendo en cuenta que esta misma es un producto humano, y por ello se observa dos construcciones el de la realidad cotidiana la que se vive y el segundo punto de creación es el que la quiere interpretar y comunicar.

Ante ello, Vergara (2011) indica que:

El sujeto es un ser biológico y social; por ende la construcción de la realidad es un proceso subjetivo en el que entra en juego la madurez biológica del sistema, como las experiencias del sujeto en términos de registros históricos. Así, el desarrollo humano sólo es posible de lograr en la medida que el sujeto tiene una experiencia con su entorno. (p. 23).

La construcción de la noticia surge en el sentido de cómo se ha desarrollado el realizador de la misma, la identidad que comparte y la manera de comunicar las ideas. Brindándole un sentido común y un análisis crítico al desarrollo de la nota.

Por otro lado, Gonzales (2007) señala al respecto:

La realidad se construye socialmente y la sociología del conocimiento debe ocuparse de analizar los procesos a través de los cuales esto se produce y para los cuales proponen los elementos que estructuran la triada: “realidad

interpretada/significado subjetivo/mundo coherente”, que son la conciencia, que define la intención y la búsqueda de objetos; el mundo intersubjetivo, que se comparte con los demás; la temporalidad, como carácter básico de la conciencia (orden temporal); la interacción social, que crea esquemas tipificadores; el lenguaje, como elemento clave objetivo (externo al individuo) que facilita la estructuración del conocimiento en términos de relevancia. (p. 32).

Es preciso, la toma de conciencia para la redacción de una nota, porque es la construcción de una realidad social con grupos e individuos, con características particulares y diferente dinámica de comunicación, por ende, es importante reconocer la importancia de la sociología como parte de la comprensión del significado del individuo en base a su realidad significativa y social.

Berger y Luckmann (2003) señalan que:

El universo simbólico proporciona una amplia integración de todos los procesos institucionales aislados. Ahora la sociedad entera adquiere sentido. Las instituciones y los "roles" particulares se legitiman al ubicárselos en un mundo ampliamente significativo. Por ejemplo, el orden político se legitima por referencia a un orden cósmico de poder y justicia, y los "roles" políticos se legitiman como representaciones de estos principios cósmicos. (...) Sin embargo, importa observar que el orden institucional, al igual que el de la biografía individual, está continuamente amenazado por la presencia de realidades que no tienen sentido en sus términos. La legitimación del orden institucional también se ve ante la necesidad continua de poner una valla al caos. Toda la realidad social es precaria; todas las sociedades son construcciones que enfrentan el caos. La constante posibilidad del terror anómico se actualiza cada vez que las legitimaciones que oscurecen la precariedad están amenazadas o se desploman. (pp. 131-132).

La interpretación consciente e inconsciente de forma coherente estaba basada en la legitimación de la información, se forma la política como la relación adecuada de la dialéctica social que está inmersa en la creación de simbolismos constantes. Y

siento parte de la institucionalización donde se determinan mecanismos de mantenimiento de poder.

San Martín (2014) indica:

Las alternativas que la han reemplazado son más realistas, más complejas y más favorables a un pensamiento crítico, pero al mismo tiempo requieren de los periodistas un ejercicio que no suele ser frecuente: una autoconciencia creciente y despierta sobre su propia intervención y sobre los sesgos inevitables que introducen su formación y su lugar dentro del escenario mediático. Pero también –y quizás sea el reto más complicado que enfrenta– demandan una reflexión sobre la propia subjetividad de los periodistas. (p. 79).

Esta construcción humana que es la realidad social, se va complementando con la internalización de la identidad, la conciencia de la persona, este autoconocimiento de la creación humana, aporta el análisis crítico de las situaciones que interrumpen a la naturalidad diaria. Es donde surge, el perfil profesional que brinda el criterio selectivo de la información y las herramientas adecuadas para poder transmitirlo.

1.2.2.1 Objetividad periodística

Una de las características centrales del periodismo es la objetividad; sin embargo, se debe tener en cuenta que los periodistas son personas que seleccionan su información, por ello surge el dilema de si existe realmente o es una utopía profesional.

Ante esto, Noguera (2005) señala que la objetividad periodística es:

La neutralidad o imparcialidad... en el sentido de “indiferencia”... resulta una utopía. Nadie puede, ni debe, ser neutral... Todo mensaje inserto en un diario contiene – de manera tácita o paladina– una propuesta de sentido y valoración (Rebollo, 1999). (p. 23).

Es imprescindible señalar que toda vocación profesional viene cargada con una responsabilidad social, donde la neutralidad frente a situaciones complejas es difícil de enmarcar, el mismo sentido de observar y escribir desde algún punto de vista, genera un cambio en la información.

Respecto a esta incertidumbre profesional de la objetividad, Muñoz (2012) indica:

El conocimiento, por definición, siempre necesita un sujeto y un objeto, ¿qué sentido tiene intentar excluir al sujeto a cualquier precio, como si el objeto pudiera ser conocido sin sujeto? A la luz de este argumento, la pretensión central de la teoría de la objetividad periodística parece absurda. De manera análoga, uno puede preguntar: ¿pueden los periodistas excluirse a sí mismos cuando conocen lo que ocurre en la sociedad, poniendo al margen sus propias ideas y opiniones? ¿Pueden realmente dejar fuera cualquier juicio valor o interpretación, permitiendo que los hechos “hablen” por sí mismos? Obviamente no. Dejar que los hechos “hablen” por sí mismos es una metáfora, tomada erróneamente al pie de la letra, que nunca debería haber llegado tan lejos como lo ha hecho. Ningún periodista puede conocer sin hacer juicios y éstos, como hemos visto, requieren necesariamente de un conjunto previo de ideas y valores. En consecuencia, la pretensión positivista de auto-exclusión en el conocimiento, ni es conceptualmente posible, ni -por consiguiente- es viable en la práctica. (p. 845).

Las críticas y reclamos de la sociedad en la fragmentación o parcialización de la información a los intereses privados o personales de los profesionales de campo o la línea editorial del medio. Por ello, la sociedad exige la percepción de objetividad en la presentación de los hechos; sin embargo, al mismo tiempo desean juicios de valor críticos para el desarrollo del sistema donde se encuentran.

Por otro lado, sobre la crisis de la objetividad periodística, Alsina (1989) señala que:

El problema de la objetividad periodística no está en que los medios de comunicación dan una versión subjetiva de la realidad, sino que es el propio modelo liberal – burgués de la prensa el que limita la objetividad. Por otro lado, se considera la falta de objetividad como causa, (...) del modelo en general del sistema informativo (...) en un análisis que realiza de varios telediarios británicos, canadienses y norteamericanos, establece cuatro tipos de sesgos: El sesgo de contenido, el sesgo de las fuentes, el sesgo temático y el sesgo retórico se da en la organización de los materiales brutos de una noticia por razonamientos por inferencia, o poniendo en relación distintos aspectos de un acontecimiento. (p. 46).

La honestidad es el valor que se solicita a la nota periodística, que a diferencia de la objetividad, es considerar los beneficios, las amenazas referente algún tema en particular, por lo tanto los valores y creencias proporciona un reportaje observado y descrito mediante un espejo de interés general.

1.2.2.2 Estrategias del discurso periodístico

Para la redacción periodística se maneja diversas estrategias de búsqueda y descripción de la información, como también para el discurso periodístico, donde se toman en cuenta la valoración y la interpretación de la redacción.

Ante esto, Martínez (2012) indica que las:

Estrategias argumentativas en el discurso periodístico ofrece una exposición muy completa para los lingüistas interesados en la implicación de los periodistas en sus propias composiciones, lo que únicamente se puede advertir a través de un pormenorizado análisis lingüístico. Queda bien reflejado que alcanzar una

completa objetividad en estos textos resulta una tarea difícil que, con frecuencia, conduce a la manipulación en los géneros periodísticos. (p. 162).

Una de las principales estrategias para el discurso es la argumentación, para ello se filtra de forma cuidadosa y detallada las palabras adecuadas y los puntos cruciales del hecho, de la forma más estratégica para generar el conocimiento del suceso en el lector.

Frente a la investigación del discurso periodístico Casero (2004) indica que:

El análisis se inicia con la observación de las estrategias generales que cada medio de comunicación utiliza para caracterizar el fenómeno estudiado. Este examen proporciona una visión de conjunto del papel de los medios en la configuración identitaria que se complementa, a posteriori, con el estudio de las estrategias concretas, que implican un nivel analítico de mayor profundidad. El concepto clave que permite desentrañar las estrategias generales de cada uno de los medios analizado es que se refiere al modo en que se problematiza. (p. 224).

Cada redactor selecciona el mensaje que desea enviar por eso mismo, puede estudiar de forma completa el caso para poder presentarlo, no como un defensor o detractor sino como un descriptor de la realidad, un profesional encargado de entender los por menores de los sucesos superficiales de los conflictos.

Asimismo, García, M. & González, I. (2014) señalan que:

La teoría de la construcción de discurso periodístico y su enfoque al desarrollo local.; mientras que el análisis-síntesis posibilitó el estudio de referentes teóricos y tendencias contemporáneas relacionadas con el tópico, como basamento teórico en el diseño de la estrategia; el descriptivo-causal propició el análisis de los documentos rectores sobre el tema y su relación con el objetivo de la investigación y el campo de acción; en tanto, el inductivo-deductivo facilitó la inducción de nuevos elementos del

conocimiento que se detectaron con la aplicación del análisis y la síntesis, esta interacción contribuyó a la aplicación de los contenidos con mayor científicidad. Por último se empleó la modulación para establecer los fundamentos teóricos y lógicos que, de acuerdo con el objeto de estudio, permiten diseñar la estrategia de aplicación. (p. 249).

La descripción de la realidad siempre es ser parte de una construcción social, estos contenidos son validados por la ciencia, fuera del campo teórico de lo correcto o incorrecto surge el tema de la práctica donde se persuade en todo momento frente a un mensaje por ello la retórica es parte del periodismo y la argumentación el contenido del mismo.

1.2.2.3 Cobertura informativa

El proceso noticioso de los hechos genera un posicionamiento del interés nacional, sin embargo, como deber profesional el cubrir estos hechos e informar al respecto, se tomar principios para la jerarquización de la importancia de los temas a tratar.

Ante esto, Flores (2003) manifiesta que respecto a la cobertura informativa:

Los medios y consecuentemente los periodistas están desorientados porque “banalizan la información e hiperbolizan la cobertura informativa” haciendo que los problemas de la región se presenten “sin hondura y solo coyunturalmente”. Cuando se presenta, lo que es muy raro, las más de las veces realizan su cobertura informática “canalizando la atención del público hacia temas sin importancia” (Rojas, 2002). (p. 7).

Por este motivo, se menciona los inconvenientes al momento de generar contenido informativo, el sesgo de la información, las herramientas que se tienen, la selectividad de información, la cantidad exacta de palabras que se debe respetar, por último, el sensacionalismo nacional puede producir contaminación en la presentación del hecho noticioso.

Por ello, Zaller (2014) señala que:

El elemento dinámico de la argumentación – la parte móvil, por así decirlo – es la cobertura informativa sobre los asuntos públicos que ofrecen los medios de comunicación. Esta cobertura puede consistir en reportajes marcadamente objetivos, en argumentos partidistas, conferencias de prensa televisadas o incluso propaganda como la que se emite durante las campañas electorales. (p. 19).

Para la presentación de la información resaltante, se utiliza esta cobertura para presentar los sucesos resaltantes y evitar sesgos al momento de publicar la información, a esto, se presenta que los medios deciden lo que es la noticia y saturación de información al público y se informa para conseguir una reacción reactiva más que informativa, sobretodo en épocas de campaña.

2.3 Definiciones de términos básicos

Análisis morfosintáctico: la realización de un análisis morfológico consiste en categorizar gramaticalmente las palabras que componen una oración, mientras que el sintáctico significa analizar los papeles que cumplen las palabras o morfemas y sus relaciones entre sí dentro de las construcciones sintácticas.

Análisis discursivo: este análisis consiste en evaluar el discurso con la finalidad de interpretar la intención del mensaje que lo conforma, sea que éste se exprese directa o indirectamente. En este estudio, es aplicado mediante el cuadrado ideológico desarrollado por Van, el cual hace referencia a la polarización en los discursos por parte de dos posturas ideológicas contrapuestas mediante la fórmula de “nosotros” contra “ellos”.

Análisis del discurso político: las categorías y dominios complementarios con el criterio de evaluación superior desarrollado por Van Dijk serán definidos con interpretaciones o fragmentos textuales del autor presentes en “Política, ideología y discurso”.

Comunicación: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Comunicación Estratégica: Es la coordinación de todos los recursos comunicacionales externos e internos de una empresa para diferenciarlos de la competencia y lograr un lugar en la mente de los públicos que nos interesan.

Contexto: Entorno físico o de situación, político, histórico, cultural o de cualquier otra índole, en el que se considera un hecho.

Diario: Periódico que se publica todos los días.

Elecciones presidenciales: La técnica para el diseño de un sistema electoral para elegir presidente es diferente a la utilizada para elegir las legislaturas. Las presidencias son casi siempre cargos unipersonales y, por tanto, no se puede pretender una proporcionalidad entre la mayoría y las minorías.

Fotografía: La imagen o fotografía en el periodismo es una representación gráfica que permite complementar y reforzar el mensaje de la noticia. Es un elemento cuya codificación se circunscribe a los elementos que la componen y a la cual el lector les otorga un significado.

Fuentes de información: Son diversos tipos de documentos que contienen información para satisfacer una demanda de información o conocimiento.

Línea editorial: Conjunto de valores y criterios que guían una redacción en los arbitrajes que hace frente a los temas de actualidad. La manera de jerarquizar, el ángulo, el punto de vista y el tono escogido son varios elementos que contribuyen a definirla.

Lenguaje: Facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros sistemas de signos.

Nivel contextual de la fotografía: esta primera fase descriptiva de la fotografía permite conocer los aspectos técnicos y de identificación. Por ser imágenes pertenecientes a una noticia y no un fotoreportaje, no es posible identificar de manera rigurosa ni constante un título ni autor (nacionalidad del autor). Debido a que se está realizando un análisis sobre un fenómeno con desarrollo continuo de forma diaria, gran parte de las fotografías han sido tomadas en la misma fecha de la noticia o son de archivo reciente. Asimismo, los demás gráficos de elaboración especial para acompañamiento, ilustración y contextualización de la noticia necesitan tener actualidad para ser relevantes.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

2.1 Diseño metodológico:

Para la investigación titulada **Características de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad**– Elecciones Presidenciales II vuelta Electoral – 2016, desarrollada a través del paradigma **cuantitativa**, toma como referencia la técnica del **“Análisis Crítico del Discurso”** (ACD), La técnica escogida estudia puntualmente el discurso escrito y uso del lenguaje como suceso de comunicación e interacción, dado el contexto social, político, histórico y/o cultural. Método de investigación analítico, que estudia primariamente las portadas (14) periodísticas, del Diario La República, en periodo de elecciones presidenciales (domingo 5 de junio del 2016).

METODOLOGIA	DESCRIPCION
Enfoque metodológico	Paradigma Cualitativo, por lo cual será utilizada la técnica de Análisis Crítico del Discurso, en adelante ACD.

	Carácter documental (ya que en primer lugar fue necesario localizar todos los documentos, es decir, Diario La República)
Tipo de estudio	Exploratorio, descriptivo (Se trata de un estudio descriptivo. Las investigaciones descriptivas “miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar.)
Tipo de diseño de investigación	No experimental, transaccional . (pues se realizó sin manipular deliberadamente variables, es decir, no se hace variar intencionadamente las variables independientes. En este diseño de investigación se observan fenómenos tal y cómo se dan en su contexto natural, para después ser analizados (Hernández Sampieri et al., 2006).
Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de contenido - Observación

2.2. Muestra de estudio

Se consideró como población a todas las ediciones de El Diario La República. Por ende, la muestra fue no probabilística y se consideró las portadas periodísticas (14), según los criterios que se mencionarán a continuación (Ficha técnica de análisis).

La muestra selectiva fue **no probabilística** y se ha decidido elegir a las portadas. La muestra seleccionada será recogida por intermedio de fuentes secundarias de información y documentación. Conformando así la elaboración de 14 fichas de portadas del Diario La República relacionada a la construcción de la realidad mediante **las** noticias ubicadas en las portadas del mencionado diario emitidas durante las dos últimas semanas previas a la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2016, incluyendo además la del día de votación

La muestra asegura las condiciones de pertinencia y coherencia en base al contexto social, político del hecho y su impacto mediático

Diseño: M: O

Donde:

- **M: PORTADAS PERIODÍSTICAS**
- **O: CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD**

2.3 Técnicas de recolección de datos.

2.3.1. Técnicas

Para alcanzar los objetivos que persigue la investigación se recurrirá a la literatura disponible, se aplicará el análisis de contenido, para fines del presente, se requiere una aproximación cualitativa que respalde los resultados

Para la comparación técnica del estudio, se recurrió al **análisis de contenido; técnica** que permite investigar el contenido de las "comunicaciones" mediante la clasificación en "categorías" de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje. En esta metodología de análisis interesa fundamentalmente el estudio de las ideas comprendidas en los conceptos y no de las palabras con que se expresan.

El **análisis de contenido** es la técnica que permite investigar el contenido de las "comunicaciones" mediante la clasificación en "categorías" de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje. Una definición aceptada,

es la de Berelson (1952): "El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación"(p.112).

Desde comienzos de siglo pasado, aproximadamente durante cuarenta años, el análisis de contenido emprende su carrera en los Estados Unidos. En esa época, el material analizado es esencialmente periodístico y el rigor científico invocado es la medida. En esta metodología de análisis interesa fundamentalmente el estudio de las ideas comprendidas en los conceptos y no de las palabras con que se expresan. Estudia la comunicación o mensaje en el marco de las relaciones "emisor – receptor”.

El autor **Krippendorff** (1990), define que “el análisis del contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse en un contexto. (p.28). El enfoque de investigación, fue empleado con frecuencia en todas las áreas relacionadas con los medios.

Para llevar a cabo el trabajo propuesto y con el fin de estructurar el mismo, se procede a la elaboración de una **ficha técnica** que permite a priori una sistematización de los datos recogidos para su posterior análisis y extracción de conclusiones.

Para la recolección de datos se transcribieron los titulares de las noticias ligadas a la contienda electoral ubicadas en las portadas del diario La República. Asimismo se realizó un esquema de vinculación semántica de los titulares para conocer el carácter del discurso relacionado a: N.º titulares en la portada; nivel de habla de la portada, tamaño del titular, colores del titular, tipo de letra de la portada, postura frente al tema, protagonista humano de la portada


Analizamos las **fotografías** de cada portada mediante una ficha técnica, utilizando los guías de observación con los valores propuestos, tales como planos, ángulos y encuadres, así como las leyes fotográficas, esteticismo, jerarquía, ubicación y tamaño de la ilustración. Estos datos nos permitirán conocer si existe o no un uso apropiado de las fotografías periodísticas. Y por último analizamos el diseño.

2.4. Instrumentos:

Se utilizó una ficha morfológica de la prensa en la investigación, debido al número de portadas sobre el suceso. Esta se ha realizado intentando recoger una muestra lo más significativa y acotada posible, se utilizó la técnica de **análisis morfológico** de la prensa, que permite poner de relieve las características fundamentales del periódico.

Basándonos en esto, el periódico seleccionado es el que aparecen a continuación, con los datos de difusión en cifras redondas y una breve técnica. Las características principales aparecen en el **formulario sobre el registro de identificación del medio**.




Registro de Identificación del Medio:

	
DIRECCIÓN:	Jr. Camaná 320 Cercado de Lima.
TELÉFONO	(511) 711-6000
PÁGINA WEB	http://larepublica.pe/
CORREO	larepublica@larepublica.pe
PERIODICIDAD	Diario de circulación nacional, fue fundado el 16 de noviembre de 1981. De lunes a domingo

EMPRESA EDITORA	Grupo La República Publicaciones. Gustavo Mohme Llona (Accionista Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO)), accionista del diario (líder del partido Acción Popular Socialista). En 1985 Mohme fue elegido senador por Izquierda Unida. En la siguiente elección general, en 1990, volvió a ganar un puesto como senador, pero su gestión fue interrumpida por el autogolpe de Estado de Alberto Fujimori en 1992
LINEA EDITORIAL	Gargurevich (1991) la posición editorial de La República en su primera década puede ser descrita como independiente de partidos y de pensamiento liberal. “El diario nunca ha sido ligado en forma permanente a grupos o personajes de la política, pero eso no le ha impedido apoyar posiciones o candidaturas en diferentes etapas de su historia” (p.43)
DIRECTOR DEL DIARIO	Gustavo Mohme Seminario
FORMATO	Tabloide
NRO. PAGINAS	32
PRECIO	S/ 1,50 (lunes a sábado) S/ 2,00 (domingos/ediciones especiales)


Fuente propia

Las portadas se analizaron por medio de técnicas de análisis de **contenido cualitativo** de acuerdo a las siguientes **unidades de análisis**:

FICHA TÉCNICA I- DE ANALISIS DE LA PORTADA		
	Número de portada: fecha de la portada	
	Noticia 1	Noticia 2
	 (Imagen de la noticia 1)	 (Imagen de la noticia 2)
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	La ubicación de la noticia en la portada puede ser en la parte superior, inferior o media, así como también puede tener una alineación central, a la derecha o a la izquierda.	
Número de columnas	Aquí se indica el número de columnas que ocupa una noticia. La diagramación de la portada del diario La República es de 4 columnas, existiendo la posibilidad de que una noticia ocupe más de una de ellas sin evidenciar una separación gráfica.	
Porcentaje en superficie impresa	La dimensión del diario La República es de un berlinés personalizado de 41.5 cm de largo por 28.2 cm de ancho. Los márgenes de impresión de la portada, que suelen variar de proporción en diferentes días, son de 1.5 cm a 1.4 cm en la parte superior, 1.5 cm a 1.4 cm en la parte inferior, 1 cm en la parte izquierda y 1.5 cm en la parte derecha. El área de márgenes no es contemplada como superficie impresa. Para hallar el área de la superficie impresa total de la portada acudimos al principio geométrico de base por altura, obteniendo 982 cm ² . El área de cada noticia se halló bajo el mismo procedimiento, considerando a la noticia como un elemento gráfico cuadrangular cuyos extremos están delimitados por el último fragmento de titular / texto e imagen la noticia. El área de la noticia se tradujo en porcentaje utilizando la regla de tres simples en donde la relación proporcional se da entre el área de la superficie impresa y el área de la noticia, obteniendo así la conversión de la unidad de centímetros a la representación mediante porcentaje. (ver ejemplo en Anexos)	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	Dado que en una misma noticia puede haber más de una fotografía o gráfico, aquí se las enumera en concordancia con la designación del cuadro de análisis de fotografías y gráficos.	
Con / Sin leyenda o	Se indica si la fotografía o imagen cuenta o no con leyenda.	

Porcentaje dentro de la noticia	Se repite la fórmula de proporcionalidad anteriormente empleada, pero la relación se da entre el área de la superficie impresa y el área de la fotografía o gráfico.
DEL TITULAR	Para el análisis de los titulares se considera como titular a la macroestructura que contiene tanto a la volada como al titular (titular principal). Aquí se precisa a cuál de los dos se está analizando.
Estilo de fuente	Se indica si la fuente se empleó de manera normal o en negrita, siendo éstas las dos únicas variaciones en el estilo que realiza el diario La República. Hallar las variaciones en el estilo han sido posible a la detección computarizada del diseño de la portada en el programa Adobe Illustrator.
Tamaño de fuente	El tamaño de la fuente está representado en puntos (pt) y también se halló mediante detección computarizada.
Color de fuente	Se indica si el color de la fuente es negro o rojo, siendo estos dos colores las únicas variaciones que realiza el diario La República. El hallar los colores de los titulares se realizó mediante observación directa.
Porcentaje dentro de la noticia	Se repite la fórmula de proporcionalidad anteriormente empleada, pero la relación se da entre el área de la superficie impresa y el área del titular.

FICHA TÉCNICA II - ANALISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR

	Número de portada: fecha de la portada		
	Noticia 1		Noticia 2
	Titular	Volada	Titular
	(texto del titular de la noticia 1)	(texto de la volada de la noticia 1)	(texto del titular de la noticia 2)
Análisis Morfológico- sintáctico			
Tipo de oración	Simple (con un solo sintagma verbal), compuesta (con dos o más sintagmas verbales funcionando bajo una relación de yuxtaposición o coordinación) o compleja (con dos o más sintagmas verbales funcionando bajo una relación de subordinación).		
De estructura vinculada	La estructura vinculada hace referencia a la continuidad semántica y también sintáctica de la volada con el titular de la noticia, es decir, que ambos componentes del titular conforman una estructura a pesar de estar separadas en dos niveles.		
Sintagma Nominal	Sujeto de la oración.		
Actores involucrados	Los actores involucrados son todos aquellos individuos, organismos públicos o privados, partidos políticos, regiones o países.		
Núcleo	Persona, elemento o situación sobre el cual recae la acción del titular. El núcleo del sintagma nominal dentro de la oración pueden ser sustantivos, pronombres, o palabras sustantivadas		
Adyacente	Funciona como complemento del núcleo y por su naturaleza puede ser un adjetivo, un sintagma proposicional, otro sustantivo como aposición o una proposición subordinada adjetiva.		






Tipo o grado del adjetivo	Para analizar el discurso, es importante también evaluar las características que se le pueden atribuir a los protagonistas o situaciones noticiosas. El tipo de adjetivo puede ser posesivo, determinativo, demostrativo, calificativo, exclamativo, interrogativo, relacional e indefinido, mientras que el grado puede ser positivo, comparativo o superlativo.
Sintagma verbal	Predicado de la oración.
Verbo – Acción(es)	El verbo es la acción realizada en la oración (titular). Puede haber uno o más verbos.
Modo del verbo	Los modos del verbo expresan la actitud con la cual se comunica la información. El indicativo es el modo más neutral y se ubica en el plano de lo real, el modo subjuntivo expresa situaciones hipotéticas o inciertas y el modo imperativo expresa orden, ruego o amenazas. El modo condicional o potencial es un modo adicional, también considerado en ocasiones como un tiempo verbal, que se refiere a posibilidades, consecuencias y situaciones hipotéticas.
Tiempo verbal	Los tiempos verbales considerados son el presente, pasado y futuro .
Sustantivos	Los nombres de los personajes, cosas, situaciones, organizaciones o lugares relacionados
Conjunción	Es la palabra que sirve de enlace entre diferentes elementos de la oración, o titular en este caso.
Características adicionales	
Figura retórica	También conocidas como figuras literarias, son recursos del lenguaje, típicamente empleadas en la literatura, que brindan expresividad y estilo al mensaje.
Función comunicativa	La versión de esta clasificación tomada de Manuel Zorrilla (1996), permite catalogar a los titulares por su forma de presentar la información en la noticia. <ul style="list-style-type: none"> ● Designativo: en su mayoría introducen sucesos noticiosos nuevos, es el más empleado para los textos periodísticos de actualidad. ● Temático: enuncia el tema de la noticia, ejerciendo de esta forma una de las principales funciones del titular. ● Referencial: utilizado en noticias cuyo tema ha sido presentado anteriormente y que es considerado como de tácito entendimiento por la población lectora.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Evocador: cuando hace alusión a la noticia empleando frases típicas, figuras retóricas, canciones, y demás mecanismos, o simplemente un lenguaje atractivo e ingenioso por parte del redactor. ● Expresivo: considerada como el titular con función emotiva, es la modalidad que contiene valoraciones o puntos de vista del periodista ● Apelativo: busca generar una reacción en el lector. Suele acompañarse de fotografías o ilustraciones impactantes y es el más utilizado por la prensa amarilla. ● Declarativo: son aquellos que presentan mediante discurso indirecto o directo las declaraciones de personajes relacionados con las noticias.
Análisis discursivo	
Positivo	Resaltar o comunicar lo positivo de Nosotros (grupo político afín al diario o hacia el cual se evidencie apoyo). Aquí se consideran los titulares que calzan dentro de dos del cuadrado ideológico de van Dijk: Enfatizar lo negativo de los otros y Desenfatar lo negativo del Nosotros.
Enfatizar lo negativo de los Otros	Resaltar o comunicar lo negativo de los Otros (grupo político al cual se opone o no apoya el diario. Aquí entran las otras dos categorías del cuadrado ideológico de van Dijk: Enfatizar lo negativo de los otros y Desenfatar lo positivo de los Otros.
Desenfatar lo positivo de los Otros	Minimizar, desvirtuar o desmerecer lo negativo de nosotros
Desenfatar lo negativo del Nosotros	Minimizar, desvirtuar o desmerecer lo negativo de nosotros
Neutral	Resaltar o comunicar los hechos noticiosos de manera neutral.
Análisis del discurso político	
Categoría y dominio	<p>Categoría (dominio):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Auto-glorificación nacional (Significado) : son aquellas referencias positivas o alabanzas para el propio país, sus principios, historia y tradiciones. ● Autopresentación Positiva (Macroestrategia Semántica): presentación positiva del nosotros

	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridad (Argumentación): recurrir a la falacia de nombrar autoridades para apoyar una idea, propuesta o tema. ● Carga (Topos): uso de aparentes motivos para aceptar una idea. ● Categorización (Significado): brindar una categoría o dar una connotación diferente a dicha categoría para los “otros” ● Comparación (Significado, Argumentación): situar a “nosotros” positivamente vs. “ellos” negativamente ● Consenso (Estrategia Política): apelar al consenso en un escenario que el discurso apoye políticamente, aunque sea viable, inviable o irrelevante. ● Contrafácticos (Significado, Argumentación): basarse en suposiciones, no en hechos. ● Descripción del Actor (Significado): similar a la presentación negativa del otro, pero aquí es específica la intención de describir al “otro” con negatividad explícita o implícita. ● Desmentidos (Disclaimers) (Significado): retirar lo negativo dicho por parte de “nosotros” o “ellos” o atenuar el discurso, dando motivos que apoyen la postura de “nosotros” ● Ejemplificación/Ilustración (Argumentación): brindar ejemplos que permitan sostener la postura del “nosotros” ● El Juego de los Números (Retórica, Argumentación): presentación de cifras que actúan de forma persuasiva como un elemento de credibilidad hacia el discurso. ● Eufemismo (Retórica; Significado): atenuación dentro del discurso mediante cierta elección de palabras en lugar de otras que pueden sonar fuertes o controversiales. ● Evidencia (Significado, Argumentación): presentación de evidencia para apoyar la postura del “nosotros” ● Expresión Normativa: intención de influir de manera autoritaria mediante la transmisión del discurso, indicando lo que se debe o no se debe de hacer. ● Generalización (Significado, Argumentación): recurso falaz donde se busca otorgar ciertas acciones, características o atributos a un todo por la acción de uno o algunos conformantes del todo.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ● Hipérbole (retórica): elemento retórico de maximización o mejoramiento figurativo. ● Implicación (Significado): expresión implícita que evita emplear directamente términos que puedan considerarse inadecuados o controversiales. ● Ironía (Retórica): imputar o calificar a los “otros” con ironía, sin ser confrontaciones para una eficacia mayor, dada su mayor aceptación por la sociedad. ● Lexicalización (Estilo): recurrir a la amplia gama de términos del lenguaje para expresar conceptos y creencias. ● Metáfora (Significado, Retórica): figura retórica de empleo frecuente que permite expresar una idea o concepto mediante otro que tenga un significado similar en otro contexto o realidad. ● Polarización, Categorización Nosotros-Ellos (Significado): presentar la relación de buenos “nosotros y malos “otros”. ● Populismo (Estrategia Política): enunciar conceptos o acciones supuestamente apoyadas por la sociedad o que suponen un beneficio para ellas: falacia. ● Presentación Negativa del Otro (Macro-Estrategia Semántica): estrategia de mostrar al otro de manera negativa. ● Presuposición (Significado): expresión implícita empleada comúnmente para dar por sentada una verdad que no es tal. ● Vaguedad (Significado): uso de impresión léxica. ● Victimización (Significado): empleo de polarización para mostrar como víctimas a “nosotros”.
--	---

FICHA TÉCNICA III - ANALISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA

FICHA TÉCNICA III - ANALISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA				
	Número de portada: fecha de la portada			
	<u>Noticia 1</u>			<u>Noticia 2</u>
	 (imagen)	 (imagen)	 (imagen)	 (imagen)
Fotografía o Ilustración	Se indica si el elemento gráfico a ser analizado es fotografía o ilustración			
Nivel contextual				
Género	Cada fotografía puede abarcar uno o más géneros de acuerdo a la valoración del espectador, sin embargo, cada categoría está nombrada en relación al lenguaje convencional y por la prevalencia de sus características. Las denominaciones son: bodegón, desnudo, retrato, fotografía de prensa, fotografía de guerra, fotografía social, fotografía de paisaje, fotografía arquitectónica, fotografía de moda, fotografía publicita, entre otros.			
Procedencia	Si la fotografía lo indica, se coloca el nombre del reportero gráfico o fotógrafo. De lo contrario se utiliza 'archivo del diario' o 'archivo' para las fotografías o 'de elaboración del diario' para gráficos.			
Parámetros Técnicos				
B/N o Color	Fotografía o ilustración a color o en blanco y negro			
Técnica de edición	Modificaciones en el material fotográfico o ilustración. Las siguientes categorías son tomadas del trabajo de Abreu Sojo (1993).			

	<p>1. A línea: Hay una ausencia total de tonos grises y, en consecuencia, se consigue el máximo de contraste entre el blanco y el negro.</p> <p>2. Sobre impresión: El título del mensaje o parte de él queda encima de la foto.</p> <p>3. Diapo trama: El procedimiento es similar al de “a línea” pero con tonos grises.</p> <p>4. Doble pase: Es la inclusión de una imagen fotográfica dentro de otra.</p> <p>5. Fotos montadas: Se coloca parte de una foto dentro de otra.</p> <p>6. Diapo en foto: Se aplica un título, texto, o leyenda al interior de la foto y las letras aparecen en blanco.</p> <p>7. Silueteado: Se eliminan parcial o totalmente aquellas partes de la foto que sirven de fondo a una figura.</p> <p>8. Apertura de ventana: Se aplica un título dentro de un recuadro, el cual se coloca parcial o totalmente dentro de la foto.</p> <p>9. Efectos especiales: Es el uso de recursos de laboratorio o taller para crear efectos como tramados, abundante granulación, imagen negativa y fotogramas.</p> <p>10. Otras: Cualquier técnica diferente a las explicadas anteriormente.</p>
Nivel morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Es aquello que a primera instancia se representa a través de las fotografías.
Protagonistas	Los sujetos o personas que se encuentran dentro de la fotografía o ilustración.
Punto de interés	También llamado centro de interés, (aunque su ubicación no sea necesariamente en el centro de la fotografía) es el elemento que atrae la atención del espectador. Asimismo, sigue la dirección de las líneas de la fotografía.

Elemento informativo predominante	<p>Esta clasificación de aproximación semiótica forma parte de la propuesta de análisis fotográfico desarrollado por Carlos Abreu Sojo (1993).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elemento proxémico: Cuando la relación que guardan los sujetos que aparecen en la foto sea íntima, personal, social o pública está entre lo más importante desde el punto de vista informativo. 2. Elemento fisonómico: Cuando el sexo, contextura, rasgo racial o edad aproximada constituyen uno de los aspectos más importantes del mensaje fotográfico informativo. 3. Elemento kinésico: Cuando los gestos, del rostro, manos, brazos, piernas, pies y aún en las posturas son de lo más importante de la información fotográfica. 4. Elemento lingüístico: Cuando cualquier mensaje escrito aparece dentro de la foto, constituyéndose en una de las fuentes de información más importantes de la misma.
Plano	<p>Según Marzal y Villafane (1987), el “plano” es aquel elemento “bidimensional limitado por líneas u otros planos”, y es un recurso idóneo “para compartimentar y fragmentar el espacio plástico de la imagen”. Existen el plano general, plano americano, plano medio, plano medio - corto, primer plano, primerísimo primer plano y plano detalle.</p>
Nitidez de la imagen	<p>Tanto la nitidez como la difuminación en la imagen son recursos expresivos (como la difuminación natural o intencional de forma manual o digital) que a su vez permiten evidenciar o describir el contexto de la captura de la imagen.</p>

Iluminación	La fotografía es la captura de la luz. Como criterio a nivel morfológico lo consideramos como aquel aspecto relacionado estrechamente con la intención de destacar o esconder ciertos elementos en la fotografía en la búsqueda de transmitir cierto mensaje. Podemos referirnos entonces a la clasificación en cuanto a calidad de luz como iluminación natural e iluminación artificial; iluminación dura (fuerte contraste de luces) o iluminación suave (iluminación difusa); iluminación en clave alta (predominio de altas luces), iluminación en clave baja (predominio de las sombras) o lo que podría denominarse “iluminación clásica o normativa”. Según la dirección de la luz podemos clasificarla como iluminación cenital, iluminación desde arriba, iluminación lateral, iluminación desde abajo, iluminación nadir (opuesta a la cenital), contraluz, iluminación equilibrada o clásica, etc.
Tonalidad	El criterio de tonalidad se relaciona con el color predominante en la fotografía (rojo, azul, verde, gris) y con la mayor o menor intensidad del color conocido también como saturación y el brillo o luminosidad.
Nivel compositivo y enunciativo	
Estaticidad / Dinamicidad	Tanto la estaticidad como la dinamicidad de las fotografías ha sido considerada dentro de criterios previos, pero resulta importante destacar su presencia como elemento independiente debido a su relación con la naturaleza de la noticia.
Recorrido visual	Es el orden de interpretación o lectura de los elementos compositivos dentro de la fotografía.

Leyes de la Gestalt	<p>Leyes desarrolladas por la escuela de psicología alemana que lleva el mismo nombre y que clasifican las principales formas de organización de elementos dentro de un espacio según la percepción del hombre, producto de procesos cognitivos involuntarios evidenciando la naturaleza de la mente humana por concebir los conceptos como un todo. Las leyes de Gestalt no son de aplicación obligatoria ni exclusiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ley de la buena forma: toda percepción de los elementos como adoptantes de formas convencionales simples. ○ Ley de figura fondo: es la percepción de los objetos como figuras dentro de un fondo o como el fondo en sí. ○ Ley de cierre: organización de los elementos de manera tal que dan la sensación de crear una figura abierta, por lo que se suponen las formas ausentes que impiden que esté cerrada. ○ Ley de la simetría. ○ Ley de la experiencia: responde a la percepción particular por parte de cada intérprete producto de sus experiencias. ○ Ley de semejanza: es la agrupación de los elementos constitutivos de la composición cuya relación es la similitud de los mismos. ○ Ley de la proximidad: es cuando la agrupación está en relación a la distancia de los objetos. ○ Ley de continuidad: ley relacionada al ritmo fotográfico, es decir con el ordenamiento de los elementos en continuidad lineal o curva. ○ Ley de movimiento común: sensación grupal debido a que los elementos comparten un movimiento.
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Es la obtención de la transmisión de la esencia o concepto principal a través de la fotografía, también llamado por Cartier Bresson (1983) como “el instante decisivo”.
Tiempo simbólico	Contexto sobre el cual se hace referencia dentro de la fotografía, pero de manera implícita, incluso poética.

Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Descripción de la expresividad de los actores en base a la interpretación de sus gestos, pose, mirada, etc.
Mirada de los personajes	Esto considera la relación de la mirada del (los) protagonista(s) con el lente del fotógrafo. Si existe una mirada hacia la cámara significa que el (los) sujeto(s) mira directamente y es claramente consciente de la presencia del fotógrafo o de la cámara, mientras que en la no mostración de la mirada de los personajes no es posible captar la mirada directa (haciéndola más espontánea) y el (los) sujeto(s) pueden ignorar que existe un fotógrafo o cámara.

3.5. Aspectos éticos.

Esta investigación se realizará con total seriedad, con la aplicación de los principios de las teorías consideradas y el compromiso ético del comunicador de lograr una investigación de calidad y utilidad para la comunidad educativa.

La investigación utilizó el manual de referencias estilo APA 2010, para utilizar conceptos e información perteneciente a diferentes autores, respetando la autoría de las citas utilizadas; asimismo se recolecto la bibliografía según el mismo manual.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

Una vez recolectada la información mediante el formato de análisis morfosintáctico y de análisis de contenido adjunto en Anexos, realizadas a las portadas periodísticas aparecidas en el diario La República en el contexto de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2016, procedimos a tabular los resultados para una fácil comprensión, donde se elaboraron tablas y gráficas en las que se detalla de una manera relevante los aspectos abordados a lo largo de la investigación **Características de las portadas periodísticas** del diario “La República” en la construcción de la realidad – Elecciones Presidenciales II Vuelta electoral – 2016 para su análisis respectivo.

Tabla 1

Visibilidad redaccional de las noticias relacionadas a las elecciones en las portadas del diario La República

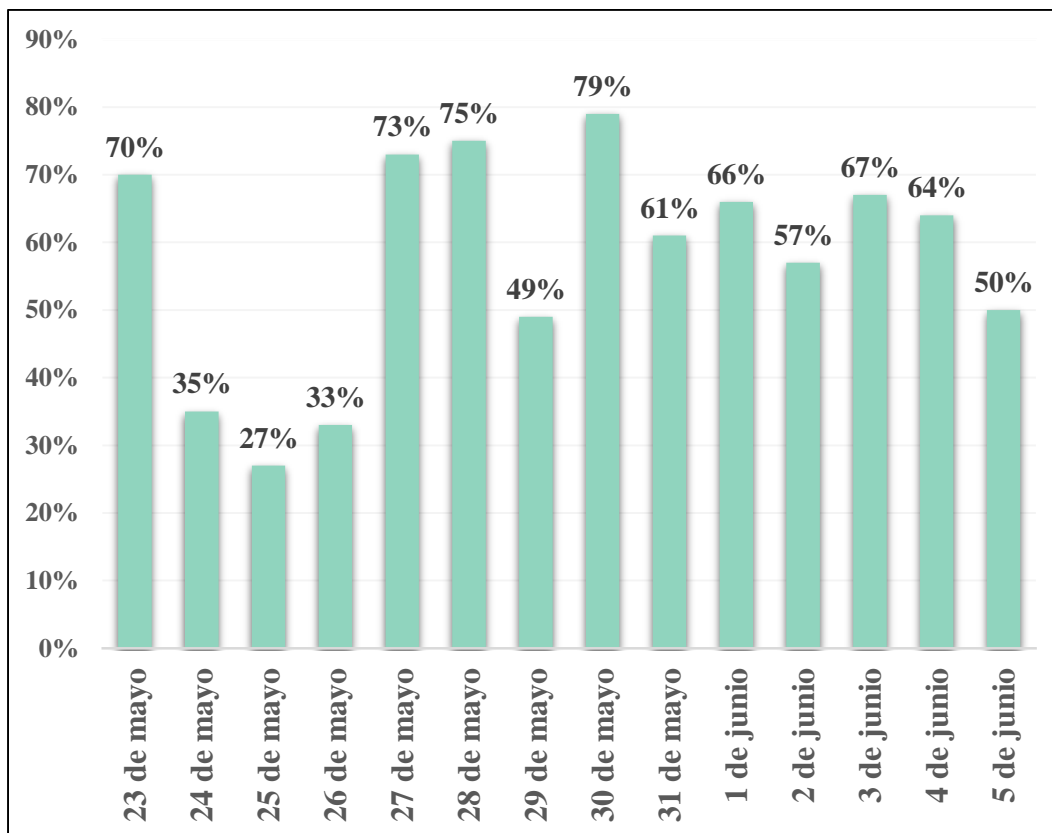
Nº de portada	Fecha de portada	Nº de noticias	Porcentaje en superficie
1	23 de mayo	3	70%
2	24 de mayo	2	35%
3	25 de mayo	3	27%
4	26 de mayo	2	33%

5	27 de mayo	3	73%
6	28 de mayo	2	75%
7	29 de mayo	3	49%
8	30 de mayo	3	79%
9	31 de mayo	3	61%
10	1 de junio	1	66%
11	2 de junio	3	57%
12	3 de junio	3	67%
13	4 de junio	4	64%
14	5 de junio	2	50%

Fuente propia

Gráfico 1

Visibilidad redaccional de las noticias en las portadas



Fuente propia

En el **gráfico 1** de distribución de frecuencia, el mayor valor que se observa relacionado a **visibilidad redaccional** de las portadas relacionada a las elecciones presidenciales del 2016, el mayor que se observa está representado el **79%** de la información aparecida el 30 de mayo del 2016 (Portada n°8), seguida del **75%** el 28 de mayo (Portada n°6) y de un 70% el 23 de mayo (Portada n°1). La visibilidad de las noticias relacionadas a las elecciones decae entre el 24, 25 y 26 de mayo, pero luego asciende a excepción de las fechas del 29 de mayo y 5 de junio (día de las elecciones) donde la visibilidad en la superficie redaccional nuevamente decae.

Tabla 2

Características sintácticas presentes en los titulares

Criterio sintáctico	Categoría	Número	Porcentaje
Tipo de oración	Simple	21	57%
	Compuesta	9	24%
	Frase	7	19%
			100%
Tiempo del verbo	Infinitivo	4	10%
	Pasado	10	25%
	Presente	25	62%
	Futuro	0	0%
	Condicional	1	3%
			100%
Modo del verbo	Indicativo	34	92%
	Imperativo	1	3%
	Apelativo	1	3%
	Condicional	0	0%
	Subjuntivo	1	2%
			100%
Figuras retóricas	Metáfora	2	5%
	Elipsis	13	35%
	Ironía	3	8%
	Epíteto	4	11%

	Otras	3	8%
	Sin figura retórica	12	33%
			100%

Fuente propia

En la **Tabla 2**, relacionada a “**características sintácticas**” presentes en los titulares, se observa que el 57% de titulares aparecidos en el Diario la República, está compuestos por oraciones simples (Con un solo verbo), seguido de un 24% de oraciones compuestas (Mas de un solo verbo) que son en su mayoría construcciones bimembres para dar paso a declaraciones. El menor valor está en relación a las frases (No cuentan con verbo), que no es una oración y es menos extensa (Anexo adjunto)

El “**tiempo verbal**” más utilizado en los titulare, es el “**tiempo presente**” está representado por un 62%, por su capacidad de transmitir actualidad e inmediatez. Seguido del “**Tiempo pasado**”, constantes referencias a acciones previas. El “tiempo condicional” es el tiempo verbal menos utilizado.

El “**modo de verbo**” más utilizado es el “**indicativo**” con un 92%, como conductor de la simplicidad. El demás modo de verbos (Imperativo, apelativo, subjuntivo) son utilizados solo en una oportunidad y el “**Modo condicional**” no se se encuentra presente en los titulares analizados.

La “**aparición de las figuras retóricas**” como recurso estilístico periodístico, observamos que está representado en un 67%, del total de los titulares analizados. Dentro de este porcentaje el “**elipsis**” es la figura más utilizada 35% , seguida de “**Epíteto**” con un 11% y la ironía 8%.

Tabla 3**La función comunicativa en el titular**

Fecha	Titular	Función comunicativa	Tipo de noticia
23/05/2016	Pese a que la DEA y la fiscalía lo investigan por lavado de activos. Ramírez sigue al lado de Keiko	Evocadora	Principal
23/05/2016	Propuestas y pullazos en el debate presidencial	Designativa	Normal
24/05/2016	Ofrece impulsar la economía El programa social de PPK	Designativa / Temática	Principal
24/05/2016	Joaquín Ramírez compró hipotecas por casi 17 millones de dólares	Referencial	Normal
25/05/2016	Procesado por lavado de activos lo visitó en la Diroes Otra perla de Fujimori	Designativa /Apelativa	Principal
25/05/2016	Kuczynski llama a los peruanos a evitar que el país se convierta en un "narcoestado"	Referencial	Normal
25/05/2016	Ampay: Guerra sucia contra PPK	Apelativa	Normal
26/05/2016	Además de Keiko Fujimori y su esposo, Mark Vito Cinco congresistas fujimoristas son investigados por lavado de activos	Designativa	Principal
26/05/2016	Kuczynski anuncia "shock" de obras de infraestructura en concurrido mitin en Huancayo	Designativa	Normal
27/05/2016	Los viejos vicios del 'neofujimorismo' Grosero montaje	Expresiva	Principal

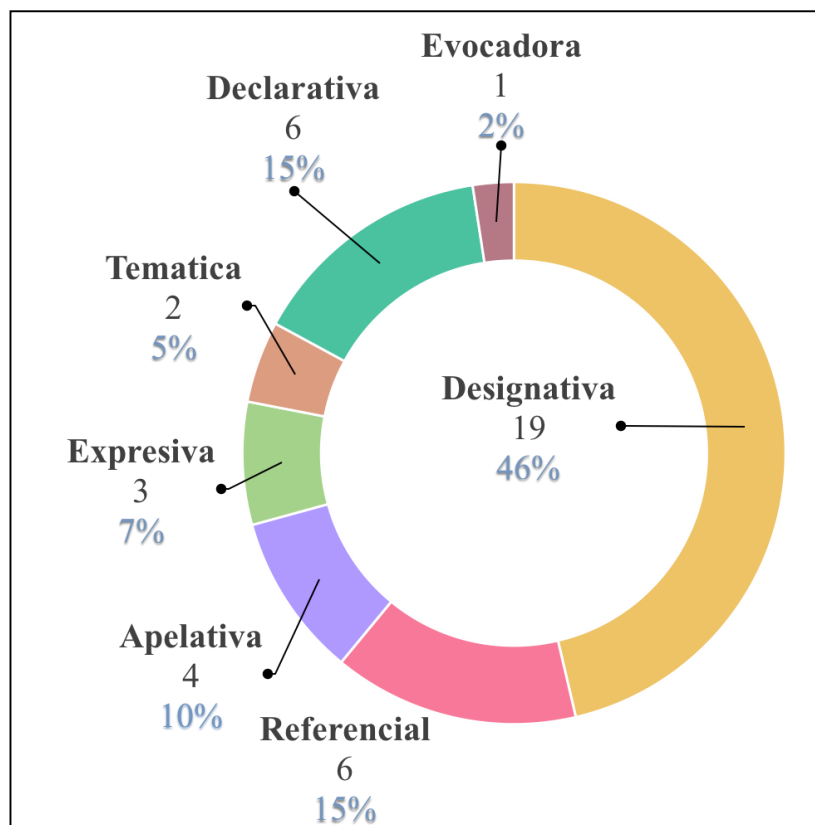
27/05/2016	PPK promete agua para 10 millones de peruanos.	Designativa	Normal
27/05/2016	Keiko Fujimori eliminaría retiro del 95.5% de AFP, según Elmer Cuba de Fuerza Popular	Designativa	Normal
28/05/2016	El origen del grosero montaje N°2 de Keiko entregó audio a Panamericana	Expresiva / Designativa	Principal
28/05/2016	Así van	Designativa	Normal
29/05/2016	Ex candidato presidencial Julio Guzmán a líderes políticos: No es momento de ambigüedades "Es la hora de votar por Kuczynski"	Declarativa	Principal
29/05/2016	Ex camarógrafo del SIN estuvo en espacio del canal 5 que lanzó audio manipulado	Designativa	Normal
30/05/2016	PPK ganó el segundo debate a Keiko Fujimori Kuczynski: Yo sí sé manejar la economía	Declarativa	Principal
30/05/2016	Verónica Mendoza: Candidata fujimorista mantiene a gente vinculada a la corrupción	Declarativa	Normal
30/05/2016	Tribunal de Ética del JNE pide a Fiscal ver caso de audio que involucra a Chlimper	Referencial	Normal
31/05/2016	Banda es responsable de crímenes, extorsiones y sicariato Keiko hace campaña en casa de jefe de los 'Malditos de Bayóvar'	Designativa	Principal
31/05/2016	Verónica Mendoza: "Sólo queda marcar PPK"	Declarativa	Normal
31/05/2016	Miles marchan hoy en Lima, provincias con un mensaje: No al narcoestado	Declarativa	Normal
31/05/2016	Fiscal viaja a Miami para interrogar a piloto Vásquez sobre audio de Ramírez	Designativa	Normal

01/06/2016	Miles corearon el Lima y Provincias "No es odio, es amor al Perú"	Apelativo	Principal
02/06/2016	Piloto respondió en Miami magistrada Manuela Villar "Ramírez me dijo que lavó dinero para Keiko", reiteró Vásquez ante fiscal	Designativa / Declarativa	Principal
02/06/2016	Masivo cierre de campaña de PPK en Lima	Referencial	Normal
02/06/2016	Fujimori niega haber impuesto silencio a Chlimper: Hoy cierra campaña en Lima	Referencial	Normal
03/06/2016	Operativo 'Los intocables' alcanza al financista de Keiko Caso Ramírez: El expediente de la DEA	Temática	Principal
03/06/2016	Agentes de Montesinos en el entorno de Keiko Fujimori	Designativa	Normal
03/06/2016	PPK cierra campaña en Arequipa y ofrece plan con seguridad, agua, salud y educación	Designativa	Normal
03/06/2016	Keiko Fujimori acabó campaña en Lima bajo críticas por las mentiras de Spadaro	Designativa	Normal
04/06/2016	Desde su celda en la base naval Montesinos se comunicaba con el exterior	Designativa	Principal
04/06/2016	Fiscal investiga a N°2 de Keiko Fujimori por el caso del audio manipulado	Referencial	Normal
04/06/2016	Negocios de la droga hubo siempre en el gobierno de Fujimori, pero éste los ignoró	Expresiva	Normal
04/06/2016	Kuczynski anuncia gobierno de ancha base en caso de ganar elecciones de mañana	Designativa	Normal
05/06/2016	Por un Perú en democracia A votar con fe y optimismo	Apelativa	Principal
05/06/2016	Peruanos de Australia, Japón y Nueva Zelanda los primeros en votar en el extranjero	Designativa	Normal

Fuente propia

Gráfico 2

Estructura comunicativa en el titular



Fuente propia

En el **gráfico 2**, relacionada a la “**estructura comunicativas de los titulares**” aparecidos en el Diario La República, el mayor valor que se observa, está en relación a la función “**Designativa**” con un 46% (aparecida en 19 titulares) . Las funciones “**Referencial**” y “**Declarativa**” están representadas por un 15% ambas (aparecida en 6 titulares cada una), seguidas por las funciones “**apelativas**”, “**expresivas**” y con un 10% y 7% respectivamente; La “**función temática**” está representada por un 5% (Presente en 2 titulares); la función “**evocadora**” se presenta en el titular sólo en una oportunidad (23/05/2016). Cabe resaltar que todas las noticias aparecidas en las 14 portadas consideradas como **noticia principal** por su ubicación y dimensión, son referidas a las elecciones presidenciales.

Tabla 4

Características de las imágenes / fotografías en las noticias relacionadas a las elecciones

Criterio	Categoría	Número	Porcentaje
Tipo de imagen	Fotografía	26	74%
	Gráfico	9	26%
			100%
Coloración de la imagen	A color	37	100%
	Blanco y negro	0	0%
			100%
Plano	General	3	10%
	Medio	8	25%
	Primer Plano	9	28%
	Primerísimo primer plano	1	3%
	Conjunto	9	28%
	Americano	2	6%
			100%
Género de la fotografía	Fotografía de prensa	19	70%
	Fotomontaje	5	19%
	Fotografía social	3	11%
			100%
Leyes de la Gestalt	Semejanza	7	54%
	Cierre	0	0%
	Continuidad	0	0%
	Proximidad	6	46%
			100%
Técnicas de edición	Siluetado	4	67%
	Apertura de ventana	2	33%
			100%

Fuente propia

En **tabla 4**, relacionada a las **características de las imágenes**; el mayor valor que se observa en el “**tipo de imagen**” que acompaña al titular de la portada, está representada en un **74%** por **fotografías**; un **26%** correspondiente a

“gráficos” (ilustraciones, infografías o documentos digitalizados) que el total (26%).

El **100% de las imágenes fueron a color**, incluyendo los rostros desaturados de los candidatos (Keiko Fujimori y Kuczynski), en una infografía, ya que las barras si estaban a color.

La relación de los “**planos aparecidos en las imágenes**” los mayores valores están representados por un 28% “**Plano conjunto**” y “**Primer plano**”; seguido de “**Plano medio**” con un 25%; los menores valores, están representados en: “**Plano general**” con un 10%; “**Plano americano**” con 6% y el “**primerísimo primer plano**” con un 3%, que solo es utilizado un vez..

La predominancia del género fotográfico es la “**fotografía de prensa**”, representada con un 70%; el cual sirvió para registrar las movilizaciones proselitistas y apariciones de los candidatos presidenciales. Luego están el “**fotomontaje**” con un 19% y la “**fotografía social**” (Familiares amicales) 11%, aparecida en situaciones que hacían referencia a eventos o situaciones anteriores.

De las leyes de la Gestalt aplicadas en las fotografías, los principios de semejanza y de proximidad se presentaron en 7 y 6 ocasiones, significando un 54% y 46% respectivamente. Ni el principio de cierre ni el de continuidad aparecieron en las fotografías.

Por último, las únicas “**técnicas de edición**” aplicadas a las fotografías se evidencia la predominancia de las de silueteado en 4 oportunidades con un 67% y de apertura de ventana con 33 % en dos oportunidades.

Tabla 5

Visibilidad de personajes en las noticias relacionadas a las elecciones

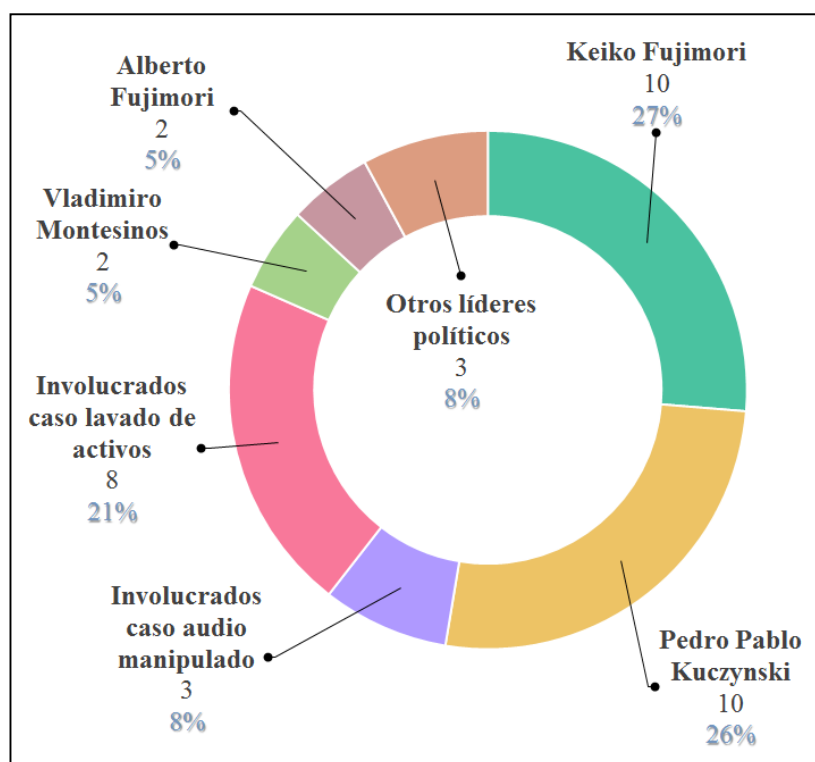
Personajes	Mención en Titulares (%)	Aparición en fotografías (%)
Keiko Fujimori	27%	26%
Pedro Pablo Kuczynski	26%	32%

Caso “Lavado de activos” (Joaquín Ramírez, Jesús Vásquez, fiscales, etc.)	21%	15%
Caso “Audio manipulado” (José Chlimper, Jaime Verástegui, etc.)	8%	4%
Alberto Fujimori	5%	3%
Vladimiro Montesinos	5%	3%
Líderes políticos	8%	9%
	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 3

Mención de los personajes en los titulares



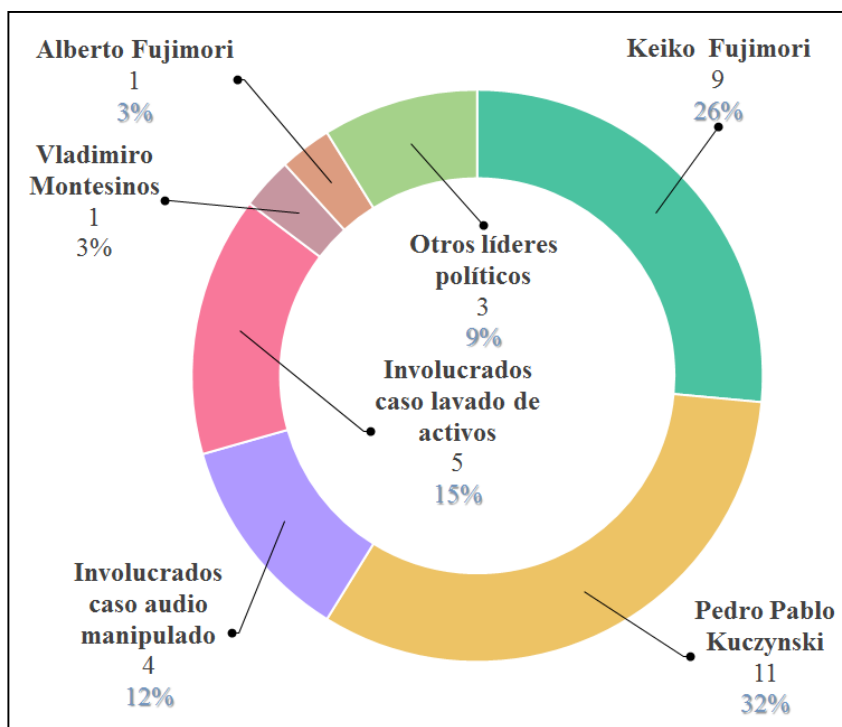
Fuente propia

El **gráfico 3** Mención de los personajes en los titulares, muestra que los mayores valores están representados por **27%** de menciones de la candidata **Keiko Fujimori** ; y un **26%** de menciones al candidato **Pedro Pablo Kuczynski**;

ambos mencionados en 10 ocasiones; seguido de 21% que representa a los “involucrados” en el caso lavado de activos (Joaquín Ramírez, Jesús Vásquez, etc.), seguida de un 8% perteneciente a los involucrados en el caso del audio manipulado (José Chlimper, Jaime Verástegui); Igualmente obtienen un 8% otros líderes políticos (Julio Guzmán Verónica Mendoza) El menor valor relacionado a la mención de personajes están en relación a: Alberto Fujimori y Montesinos, ambos con un 2%.

Grafico 4

Aparición de personajes en las fotografías

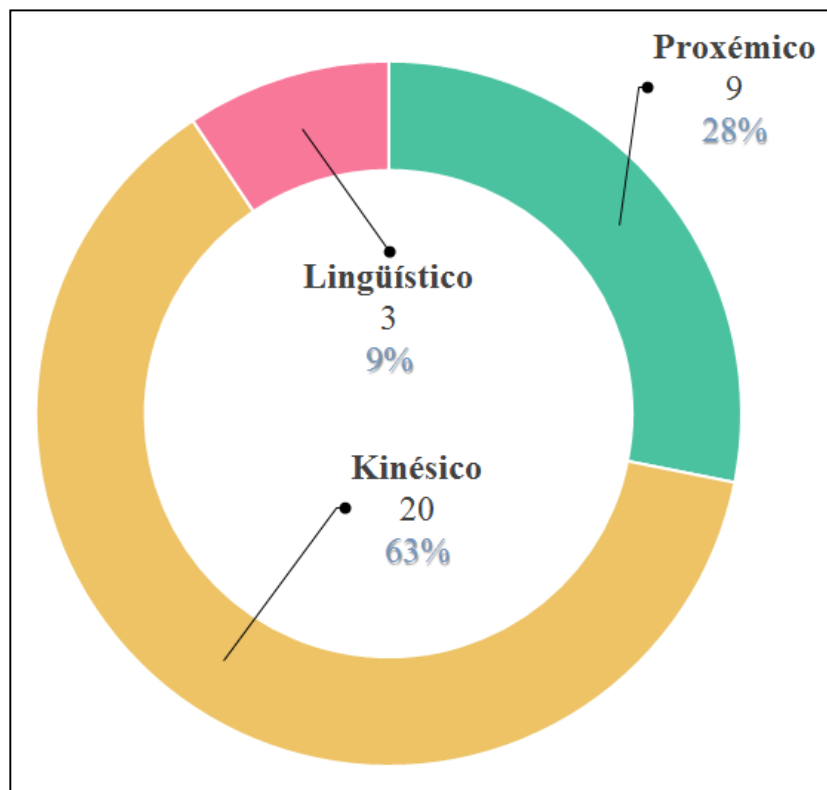


Fuente propia

En el **gráfico 4**, relacionado a la aparición de personajes; el mayor valor está representado por un **32%** (**Pedro Pablo Kuczynski**); seguido de un **26%**, (**Keiko Fujimori**) y un 15% corresponde a los actores involucrados en el caso de lavado de activos, y audio manipulado. Los menores valores están representados por otros líderes políticos 9% (Julio Guzmán Verónica Mendoza); Con 3% Vladimiro Montesinos y Alberto Fujimori.

Grafico 5

Análisis de valoración de los niveles de relación aparición de personajes en las fotografías según los elementos informativos predominantes

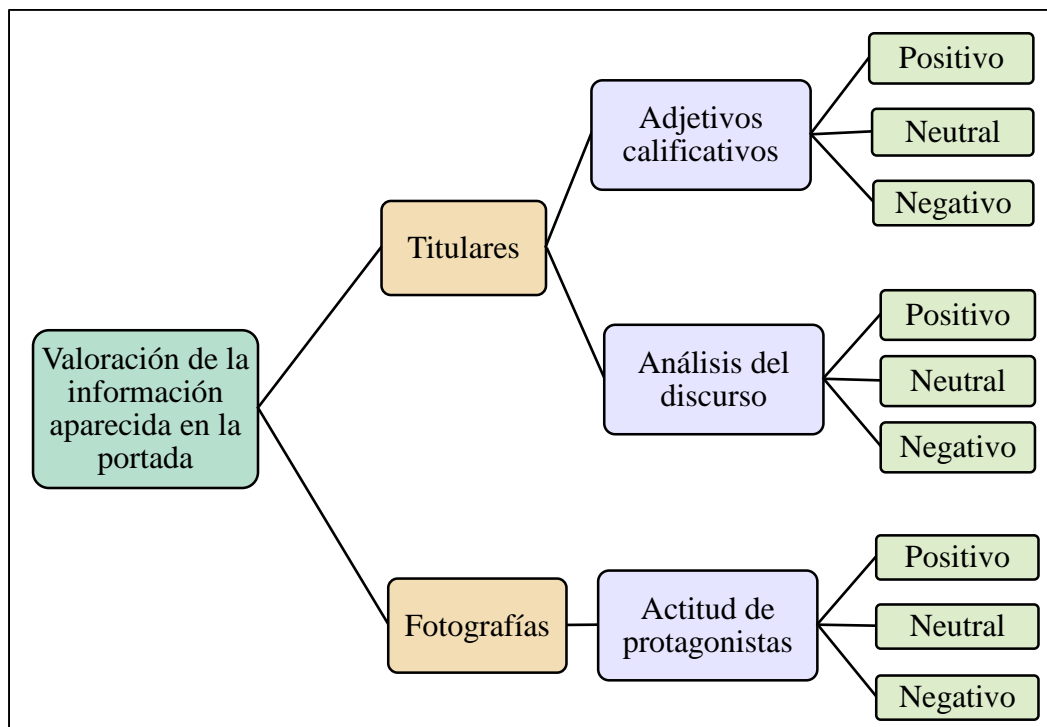


Fuente propia

El **grafico 5** relacionado a los niveles de relación aparición de **personajes en las fotografías según los elementos informativos predominantes**, el elemento informativo predominante del total de fotografías aparecidas en la portadas representa es el “**kinésico**” con un 63% (hace referencia a la gestualidad de los personajes aparecidos en las fotografías), seguido del “**proxémico**” (que aborda la relación entre los elementos o personajes dentro de las fotografías) con un 28%. . El elemento “**lingüístico**” es el menor valor que está representado por un 9% (imágenes donde el texto es el elemento predominante)

Figura 4

**Esquema organizacional de indicadores de valoración de la información
aparecida en titulares y fotografías**



Fuente propia

Tabla 6

Indicadores de valoración de la información aparecida en la portada

			Valoración		
			Positiva	Negativa	Neutral
Titulares	Análisis del discurso	Cifra	8	18	11
		Porcentaje	21%	49%	30%
	Adjetivos calificativos	Cifra	1	5	0
		Porcentaje	17%	83%	0%
Fotografías	Actitudes de Kuczynski	Cifra	10	0	2
		Porcentaje	83%	0%	17%
	Actitudes de Keiko Fujimori	Cifra	2	7	7
		Porcentaje	18%	64%	18%

Fuente propia

Tabla 7

Análisis discursivo de los titulares aparecidos en las portadas y partido político protagonista

Fecha	Titular	Análisis discursivo	Partido político mencionado
23/05/2016	Pese a que la DEA y la fiscalía lo investigan por lavado de activos. Ramírez sigue al lado de Keiko	Negativo	Fuerza Popular (FP)
	Propuestas y pullazos en el debate presidencial	Neutral	<u>FP y Peruanos por el Kambio (PPK)</u>
24/05/2016	Ofrece impulsar la economía El programa social de PPK	Positivo	Principal
	Joaquín Ramírez compró hipotecas por casi 17 millones de dólares	Negativo	Fuerza Popular
25/05/2016	Procesado por lavado de activos lo visitó en la Diroes Otra perla de Fujimori	Negativo	Fuerza Popular
	Kuczynski llama a los peruanos a evitar que el país se convierta en un "narcoestado"	Negativo	Fuerza Popular
	Ampay: Guerra sucia contra PPK	Negativo	PPK
26/05/2016	Además de Keiko Fujimori y su esposo, Mark Vito Cinco congresistas fujimoristas son investigados por lavado de activos	Negativo	Fuerza Popular
	Kuczynski anuncia "shock" de obras de infraestructura en concurrido mitin en Huancayo.	Positivo	PPK
27/05/2016	Los viejos vicios del 'neofujimorismo'	Negativo	Fuerza Popular

	Grosero montaje		
	PPK promete agua para 10 millones de peruanos.	Positivo	PPK
	Keiko Fujimori eliminaría retiro del 95.5% de AFP, según Elmer Cuba de Fuerza Popular	Neutral	Fuerza Popular
28/05/2016	El origen del grosero montaje N°2 de Keiko entregó audio a Panamericana	Negativo	Fuerza Popular
	Así van	Neutral	FP y PPK
29/05/2016	Ex candidato presidencial Julio Guzmán a líderes políticos: No es momento de ambigüedades "Es la hora de votar por Kuczynski"	Positivo	PPK
	Ex camarógrafo del SIN estuvo en espacio del canal 5 que lanzó audio manipulado	Negativo	Fuerza Popular
30/05/2016	PPK ganó el segundo debate a Keiko Fujimori Kuczynski: Yo sí sé manejar la economía	Positivo	PPK
	Verónica Mendoza: Candidata fujimorista mantiene a gente vinculada a la corrupción	Negativo	Fuerza Popular
	Tribunal de Ética del JNE pide a Fiscal ver caso de audio que involucra a Chlimper	Neutral	Fuerza Popular
31/05/2016	Banda es responsable de crímenes, extorsiones y sicariato Keiko hace campaña en casa de jefe de los 'Malditos de Bayóvar'	Negativo	Fuerza Popular
	Verónica Mendoza: "Sólo queda marcar PPK"	Positivo	PPK

	Miles marchan hoy en Lima, provincias con un mensaje: No al narcoestado	Negativo	Fuerza Popular
	Fiscal viaja a Miami para interrogar a piloto Vásquez sobre audio de Ramírez	Neutral	Fuerza Popular
01/06/2016	Miles corearon el Lima y Provincias "No es odio, es amor al Perú"	Negativo	Fuerza Popular
02/06/2016	Piloto respondió en Miami magistrada Manuela Villar "Ramírez me dijo que lavó dinero para Keiko", reiteró Vásquez ante fiscal	Negativo	Fuerza Popular
	Masivo cierre de campaña de PPK en Lima	Positivo	PPK
	Fujimori niega haber impuesto silencio a Chlimper: Hoy cierra campaña en Lima	Neutral	Fuerza Popular
03/06/2016	Operativo 'Los intocables' alcanza al financista de Keiko Caso Ramírez: El expediente de la DEA	Neutral / Negativo	Fuerza Popular
	Agentes de Montesinos en el entorno de Keiko Fujimori	Negativo	Fuerza Popular
	PPK cierra campaña en Arequipa y ofrece plan con seguridad, agua, salud y educación	Positivo	PPK
	Keiko Fujimori acabó campaña en Lima bajo críticas por las mentiras de Spadaro	Neutral	Fuerza Popular
04/06/2016	Desde su celda en la base naval Montesinos se comunicaba con el exterior	Negativo	Fuerza Popular

	Fiscal investiga a N°2 de Keiko Fujimori por el caso del audio manipulado	Neutral	Fuerza Popular
	Negocios de la droga hubo siempre en el gobierno de Fujimori, pero éste los ignoró	Negativo	Fuerza Popular
	Kuczynski anuncia gobierno de ancha base en caso de ganar elecciones de mañana	Neutral	PPK
05/06/2016	Por un Perú en democracia A votar con fe y optimismo	Neutral	FP y PPK
	Peruanos de Australia, Japón y Nueva Zelanda los primeros en votar en el extranjero	Neutral	-

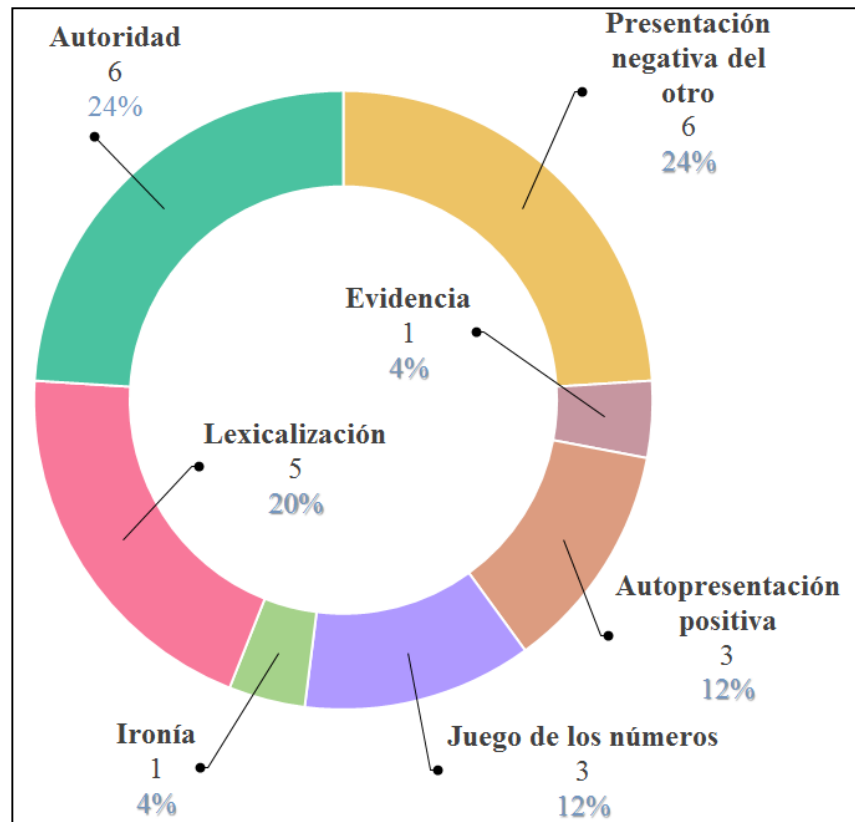
Fuente propia

En relación a la **tabla 6**, donde se presentan los **indicadores de valoración de la información** aparecida en la portada, relacionada a titulares y fotografías, podemos apreciar que, respecto al “**Análisis del discurso**” también desarrollado más extensivamente en la tabla 8, en relación a los titulares, fue “**Negativa**” en **un 49%**, seguida de un **30%** que corresponde a “**Neutral**” y el menor observado es de un **21%**, que corresponde al nivel “**Positivo**”.

Como es posible apreciar en la **tabla 7**, sólo a excepción del titular del 25 de mayo, donde la **negatividad** se le otorga al hecho en contra del protagonista (PPK), la negatividad del discurso estuvo **enteramente relacionada con el partido Fuerza Popular**

Gráfico 7

**Análisis de valoración de los niveles de relación del “Análisis del discurso”
relacionados a las categorías y domino**



Fuente propia

El gráfico 7 detalla las categorías y dominios pertenecientes a las macroestrategias de dicho análisis del discurso; el mayor valor está referido a la ‘**Presentación negativa del otro**’, con un 24%, seguido de ‘**Autoridad**’ también con 24% ; “ **Lexicalización** “con 20%, seguido de “**Juego de los números**” y “**Autopresentación positiva**” ambos con un 12%; los menores valores están representados por las categorías de ‘**Ironía**’ y ‘**Evidencia**’ son utilizada en una sola oportunidad con un 4%.

Los **adjetivos calificativos** en los titulares se emplearon sólo en 6 oportunidades, constituyendo el 14% del total de titulares analizados (considerando las voladas). Se consideran los seis adjetivos calificativos, donde sólo uno es positivo, atribuido a PPK y los restantes son negativos en un 83%, correspondientes Keiko Fujimori. No hay presencia de adjetivos calificativos en contra de Kuczynski ni a favor de Keiko Fujimori en los titulares.

CAPÍTULO IV

DISCUSION

Luego de presentar los resultados obtenidos por medio de la aplicación del instrumento (Ficha técnica de análisis de contenido) y con el propósito de responder a los objetivos planteados, procedemos con la discusión de resultados obtenidos de la **Características estructurales de las portadas periodísticas del Diario La República, en la construcción de la realidad.**

- **Características estructurales morfosintácticas de las portadas periodísticas en el titular periodístico con la construcción de la realidad.**

Una manera de clasificar títulos es aprovechar los aspectos expresivos que presentan; en otras palabras, leer la construcción textual. Es claro que la redacción de los títulos obedece a los criterios de estilo de cada diario, sin embargo, también existen “reglas” generales que pueden permitir identificarlos en categorías frecuentes. La investigación muestra como las portadas periodísticas relacionadas a fechas previas a las elecciones presidenciales, son altamente mediatizadas por el diario; se presentaron 3 noticias en las portadas, y éstas ocuparon un espacio del 52% de la portada,

es decir, la mitad de la portada del diario. De tal manera que los eventos comunicativos políticos que no acontecen en el escenario mediático pierden valor informativo. En palabras de Mazzoleni (1998), “la actuación política pública se produce en la actualidad dentro del espacio mediático o depende en una medida significativa de la actuación de los medios” (p.28), este tipo de información presentada a través de las portadas, pueden afectar la atmosfera política que se genera en la opinión pública.

La República estuvo avocada a presentar información concerniente a la segunda vuelta electoral, reproduciendo en el espacio mediático el contexto electoral amplificándolo, involucrando una multiplicidad de actores, y de partidización del Diario La República; la forma en que el medio vino haciendo la representación del contexto electoral a través de las portadas periodísticas, puede analizarse, como ya los sostuvimos, a partir del volumen de información y la construcción de la agenda que le llega a los públicos de manera sostenida y permanente, generando efectos a nivel cognoscitivo en el mediano plazo.

Previo a la última semana, se dio a conocer a la sociedad sobre el escándalo en el cual estuvo involucrado Joaquín Ramírez, importante figura dentro del partido fujimorista en estas últimas elecciones y cuyo perfil se vio relacionado al lavado de activos (US\$ 5 millones), para financiar campaña de Keiko Fujimori. Este caso estuvo presente hasta el 3 de mayo, donde luego se hicieron referencias a los vínculos del narcotráfico con el fujimorismo haciéndose referencia a la época fujimontesinista.

Otro caso mencionado en relación al de Joaquín Ramírez fue el de la manipulación de audios que desacreditaban las declaraciones de Jesús

Vásquez, acusador de Ramírez, y en el cual la maniobra fue atribuida a la mano derecha de Keiko Fujimori, José Chlimper. La noticia presentada en portada llevó el titular de ‘Grosero montaje’, el viernes 27 de mayo y se ubicó en la parte central superior.

Con dos casos relacionados negativamente a la candidatura de Keiko Fujimori, y con una constante cobertura en aquel decisivo periodo, es importante señalar que no se mencionó en ninguna oportunidad dentro de la portada del 26 de mayo, la fuerte declaración que el candidato Pedro Pablo Kuczynski realizó “Hijo de ratero es ratero también”, la cual le valió varias críticas y que si estuvo presente en otros medios de comunicación. Esto dio como resultado la sola presencia de una cobertura relacionada a casos negativos para la candidatura de Keiko Fujimori, mas no de Pedro Pablo Kuczynski.

Se asume en general que los titulares de las noticias pueden funcionar como información, o como gancho apelativo, vemos que la mayoría de los titulares que integran el “corpus”, cumplen una función semántica-informativa que adelanta el tema de que trata la noticia, y una función pragmático-cognitiva que orienta de manera más o menos marcada la interpretación y enfoque de la misma. En el caso de las portadas analizadas, podemos observar en la Tabla 2 (pag.77); que la predominancia de la “oración simple”, representada en 21 del total de los titulares presentes en la portada del diario La República con un 57%.

La “oración simple” se caracteriza por contar con un sintagma verbal, es decir, un sólo verbo. Éste único verbo hace referencia a una acción o actividad específica que puede traducirse en la importancia de la

presentación precisa de la noticia hacia el lector, con el objetivo de brindar un mensaje que hable de la acción principal que la hace merecedora de contar con el estatus de noticia.

La presencia de la “oración compuesta”, que recibe un 24% del total de los titulares, se dio en los casos de oraciones bimembres que expresaban declaraciones y cuando existió una subordinación entre voladas y titulares (noticias principales de la noticia). A pesar de que cada titular “tiene su propia coherencia lineal como texto autónomo, esta vinculación entre no inhibe la comprensión sola del titular sin la volada, ya que esta última suele brindar información importante que primordialmente contribuye a contextualizar la presentación de la noticia. (Zorrilla, 1996, p.341), la “frase” es la menos empleada con un 19%. Esta construcción carece de sintagma verbal, por cual es una construcción nominal, y no una oración.

Para hablar sobre la desventaja que posee este estilo, Zorrilla (1996) manifiesta:

Frente al estilo nominal, el estilo verbal se caracteriza por el empleo de las formas adjetivas; la expresividad personal; el uso de la oración activa y de las formas temporales y personales del verbo; la incrustación de oraciones subordinadas en las principales mediante enlaces conjuntivos, etc. [...]. Todo esto no quiere decir que el estilo verbal sea siempre más expresivo que el estilo nominal. Pero las consecuencias del mal uso que los periodistas pueden hacer de la nominalización, darían como resultado una inexpresividad que aparece como sucedánea de la imparcialidad (p.76).

Sin embargo, una ventaja de este tipo de oración puede ser el alto impacto que genera dependiendo de las palabras y sustantivos que conforman la

frase como titular como la aparecida el 25 de mayo: “Otra perla de Fujimori”.

El **tiempo verbal** más utilizado fue el “**presente**”, con un 62% del total de los titulares. El tiempo presente se emplea, según Gomis (1991) “porque es el tiempo de lo inmediato, porque es más vivido y porque cuando la gente cuenta algo que le ocurrió y le conmovió mucho, tiende a contarlo en presente” (p.27).

A diferencia de un semanario o de una publicación de menor frecuencia, donde se pueden presentar problemáticas sociales inactuales y con mayor detalle, los diarios son adquiridos por los lectores precisamente por brindar la información más reciente posible y esto, en el contexto de la última recta de las elecciones presidenciales, es de gran importancia para ellos.

El **segundo tiempo** más empleado fue el “**pasado**”, lo cual puede presentarse como contradictorio a lo expuesto en el párrafo anterior, pero que en realidad se explica con la naturaleza de las noticias que se presentaron a través de los titulares. El tiempo pasado fue empleado no para hacer referencia a hechos ocurridos con hacía uno, dos o tres días de anticipación sino a hechos llevados a cabo durante semanas o meses previos a su presentación frente a la opinión pública y que significaron destapes relacionados principalmente a las actividades negativas realizadas en la campaña electoral de Keiko Fujimori (caso ‘Lavado de activos’ y caso ‘Audio manipulado’), además de referencias al periodo fujimontesinista.

Por otro lado, el verbo “**infinitivo**” otorga atemporalidad, lo cual puede interpretarse a criterio del lector como una noticia realizada en el presente.

En cuanto a los modos verbales, el empleo del “indicativo” fue de un 92% del de la totalidad de los titulares (no se utilizó en 3 oportunidades). Lo que permite el modo indicativo es la transmisión del mensaje sin una manipulación de la intensión del hecho considerado como noticia, es decir, otorga imparcialidad. Martínez (1983) considera que la claridad, como parte de sus notas ideales del lenguaje periodístico, se conforma del uso de verbos adecuados, en forma activa y modo indicativo (p.p.206, 207).

La investigación evidencia que las “**figuras retóricas**” como recurso estilístico periodístico, están presentes en un 67% del total de los titulares analizados. La “**elipsis**”, que consiste en la omisión de palabras, se utiliza en la mitad de las oportunidades. Hay que advertir que esta tendencia es censurada por muchos autores relacionada a elidir segmentos lingüísticos. Martín (2000) indica: “Se la ha tildado de "antiestético laconismo", de "esquematismo inhumano, sin gracia y sin belleza" y hasta de "vicio norteamericano" (pp. 219, 234). Sin embargo, este recurso es especialmente efectivo porque dado que el titular tiene una extensión corta, la optimización del espacio para expresar la noticia es alcanzada al obviar elementos sobreentendidos por el lector (preposiciones, conectores, etc).

El “**epíteto**” empleado es empleado en 4 oportunidades, también mediante adjetivos calificativos y la “**ironía**”, como se usa en la volada del 30 de mayo “**Los viejos vicios del ‘neofujimorismo’**”, ofensivo y referencia a connotaciones negativas negativo en el titular.

La función comunicativa del titular fue primordialmente **‘Designativa’**, con un 46% del total, que se puede apreciar en el gráfico 2. Esta función es empleada muy frecuentemente por su carácter informativo y neutral, características que todo medio de comunicación debe cuidar, sobre todo en un contexto como el analizado para evitar ser catalogado como benefactor de una determinada postura política.

Otras funciones con presencia significativa en los titulares fueron la **‘referencial’** y la **‘declarativa’**. La **‘referencial’** hace alusión a noticias presentadas anteriormente, y que en las últimas dos semanas previas a la segunda vuelta de las elecciones fue necesaria al hacer la presentación cronológica de los eventos relacionados a los casos ‘lavado de activos’ y del ‘audio manipulado’, mientras que la **‘declarativa’** permite el uso de declaraciones de personalidades relevantes a la política, como la de la ex candidata presidencial del Frente Amplio en un titular del 31 de mayo “Verónica Mendoza: "Sólo queda marcar PPK””.

Los titulares apelativos, pretenden sorprender al lector, hacen referencia a lo más llamativo o lo sorprendente de la noticia, como "No es odio, es amor al Perú" y **“los expresivos”**, no aportan información sobre el acontecimiento porque se presume que ya es conocido por el lector. Tratan exclusivamente de llamar la atención del lector utilizando palabras sueltas, generalmente acompañadas con signos ortográficos como “Grosero montaje” sirvieron para que el medio de comunicación exprese su punto de vista mediante la otorgación de valoración a ciertos acontecimientos con adjetivos calificativos o figuras retóricas como la ironía. De otra parte, la función **“temática”** y **“evocadora”** no tuvieron una participación significativa.

➤ **Características estructurales de las portadas periodísticas en el análisis contextual de las fotografías periodísticas con la construcción de la realidad.**

En el tema fotográfico, **las portadas de los diarios siempre han sido un referente** en el mundo y periodísticos; las fotografías juegan un rol importante al punto de que constituyen los elementos de primera plana que más llaman la atención de los lectores, por encima, incluso, de los titulares.

De acuerdo a lo observado en la Tabla 4 (p. 83), **la fotografía periodística, fue el tipo de imagen más que acompaña al titular en la portada**, con un 74%, seguido de los gráficos aparecidos con un 26%. La presencia de la fotografía en el diario dentro del contexto de las elecciones es importante ya que permite representar de manera precisa el desarrollo de los hechos. En diversas oportunidades, las fotografías mostradas en el periódico fueron recabadas de las apariciones públicas en mítines y otras actividades proselitistas, programas televisivos o conferencias de prensa que realizan comúnmente los candidatos en época de campaña electoral.

Las fotografías de archivo o sociales fueron utilizadas en los titulares por complementarse adecuadamente con éstos o como prueba frente a las acusaciones o indicios relatados en las noticias, como se aprecia en la portada del 28 de mayo donde se observa a José Chlimper (vicepresidente de Keiko y Jaime Verástegui (candidato al Congreso por el partido fujimorista) Estas fotografías son adquiridas por parte del equipo de investigación de cada medio y por la búsqueda dentro de sus archivos periodísticos fotográficos. El gráfico es un tipo de imagen que se usó en

infografías para ilustrar gráficamente al lector cifras de intención de voto para una mejor comprensión, y también cuando no hubo fotografía alguna que haga alusión a ciertos elementos, como en el caso de los archivos clasificados de la DEA (portada del 3 de junio).

Tanto el ‘primer plano’ como el ‘plano conjunto’ se emplearon en 9 oportunidades, siendo los planos de la fotografía más usados. El primer plano capta a los protagonistas en las fotografías desde los hombros para arriba, resultando efectivo al permitir analizar sus gestos con mayor precisión, como el rostro de Keiko Fujimori en el 27 de mayo o el de Joaquín Ramírez el 23 de mayo. El plano conjunto, por otra parte, es un plano que ayuda a evaluar la relación entre los protagonistas, elementos y el contexto de la fotografía, como en el caso de los dos debates presidenciales (23 de mayo y 30 de mayo) en donde están ambos candidatos (Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski) acompañados de los moderadores en el debate presidencial, que es un evento televisado importante donde la sociedad tiene la oportunidad de evaluar las propuestas de los candidatos.

En cuanto a los **géneros de la fotografía, la fotografía de prensa** tuvo la mayoría de participación con un 70% de total. Las diferentes oportunidades en las cuales los candidatos y personajes relacionados a las noticias hicieron apariciones públicas permitieron que reporteros gráficos los pudieran registrar. Incluso la sociedad civil hace su aparición de manera importante en la fotografía de mayor dimensión de todas las portadas analizadas, ubicada en la presentación de la noticia del 1 de junio titulada “No es odio, es amor al Perú” en el marco de la marcha contra Keiko Fujimori.

Sólo dos principios de **la Gestalt**, ‘ **semejanza**’ y ‘ **proximidad**’, se aplican en 7 y 6 oportunidades respectivamente dentro de las imágenes. Es importante recordar que la aplicación de los principios de la Gestalt no es cancelatorio o exclusivo. Por ejemplo, en el caso de la fotografía del 3 de junio donde aparecen Joaquín Ramírez y Keiko Fujimori, estos dos principios son aplicados. ‘Semejanza’ porque ambos personajes llevan puestos un polo naranja (color del partido de Fuerza Popular), lo cual indica un tipo de relación, en este caso como integrantes de la misma agrupación política, y ‘proximidad’ al estar ambos a una distancia cercana, lo cual también se puede traducir en un nexo.

De manera similar, solo dos **técnicas de edición** se utilizaron en las fotografías. El **silueteado** a las figuras de Joaquín Ramírez (23 de mayo), Julio Guzmán (29 de mayo), Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori (5 de junio) y **la apertura de ventana** como en la fotografía del 2 de junio donde aparece Kuczynski con Mercedes Araos y Nancy Lange y que permite colocar el titular de la noticia aprovechando un lugar vacío dentro de la fotografía, ya que es importante recordar la optimización del espacio en la portada.

➤ **Características estructurales semánticas del discurso de las portadas periodísticas en el diseño periodístico con la construcción de la realidad**

Primero, es preciso señalar en referencia a los resultados de la Tabla 1, que en promedio la **visibilidad redaccional** ocupada por la presentación de las noticias relacionadas a la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2016 en el periodo delimitado, es de 49.2%. Esto indica que **la mitad**

de las portadas del diario La República durante las dos últimas semanas previas a las elecciones **fueron ocupadas por** información concerniente a las **incidencias relacionadas a la segunda vuelta presidencial.**

En la observación inicial del contexto noticioso de las dos últimas semanas previas a las elecciones presidenciales se señaló la existencia de dos casos importantes: **“lavado de activos”** y **“audio manipulado”**. Ambos casos resultaron perjudiciales para Keiko Fujimori por la vinculación de personas cercanas a su entorno político a actividades ilícitas.

El primer caso contempla la figura de Joaquín Ramírez (ex congresista del periodo 2011-2016 y uno de los principales financistas de Fuerza Popular), quien fue acusado de lavado de activos y de Jesús Vásquez (su expiloto) quien afirmó que estos actos habían sido realizados a pedido de Keiko Fujimori. Además, se sumaron las voces en diferentes medios de autoridades como fiscales, congresistas de la comisión de ética y fiscalización, entre otros.

Por otro lado, el caso “audio manipulado” deriva del anterior caso mencionado frente a la existencia de pistas de audio que contenían conversaciones comprometedoras entre Ramírez y Vásquez, pero que al ser manipuladas pretendían tener el efecto contrario. Ante ello una periodista del programa que emitió el audio denunció que la manipulación de la información estuvo a cargo de José Chlimper (mano derecha y entonces aspirante a la vicepresidencia) y Jaime Verástegui (militante y ex candidato congresal de Fuerza Popular).

Los personajes envueltos en ambos casos aparecen frecuentemente en las fotografías ubicadas en las portadas del diario La República durante el periodo de análisis. También aparecieron Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos, sujetos claves del periodo presidencial fujimorista y relacionados con corrupción y graves delitos, así como líderes políticos como Verónica Mendoza y Julio Guzmán pronunciándose en contra de las denuncias y acciones negativas durante el proceso electoral y a favor de la elección de Pedro Pablo Kuczynski.

De todos los **personajes** presentados anteriormente, los **de mayor mención en los titulares son los candidatos presidenciales: Keiko Fujimori** con un 27% y **Pedro Pablo Kuczynski** con un 26%, seguidos de los involucrados en el caso “lavado de activos” con 21% y “audio manipulado” con 8%. Tanto Alberto Fujimori como Vladimiro Montesinos fueron mencionados en un 5% cada uno, y otros líderes políticos fueron mencionados en un 8%.

Considerando las cifras anteriores, un **39% del total de menciones en titulares está vinculado a personajes relacionados negativamente con Keiko Fujimori**, lo cual resulta directamente perjudicial para ella.

Por medio del análisis del discurso realizado, en la Tabla 6 donde la categorización fue de positiva, negativa o neutral, **un 49% del total de titulares tuvieron una connotación negativa**. Esto significa que la construcción del discurso en el titular estuvo dirigida principalmente a transmitir una representación negativa de una situación o de un candidato.

El gráfico 7 indica **que las categorías del ‘Análisis del discurso (ACD)’ de Van Dijk más aparecidas en los titulares son “Presentación negativa del otro” (Macroestrategia semántica) y “Autoridad” (Argumentación) en 6 oportunidades ambas con un 24% respectivamente.**

Cuando se habla de ‘otro’ en “Presentación negativa del otro”, se refiere al personaje, colectivo, ente, etcétera al cual ataca o se opone el opinante, que en este caso el diario La República, el cual es deducible por la línea editorial histórica del medio y/o la permanencia de estas estrategias de manera sostenida por un periodo de tiempo contra una determinada facción o ideología y que establezca una postura. La aplicación de “Autoridad”, por otro lado, mediante figuras políticas reconocidas en la sociedad busca legitimizar cierta parte del discurso o el discurso entero. Ambas connotaciones son negativas.

Considerando además que el 83% del total de los **adjetivos calificativos** fueron negativos y que **todos ellos fueron para Keiko Fujimori**, es evidente que sólo la candidata de Fuerza Popular recibió el discurso negativo.

En cuanto a la aparición en las **fotografías, Pedro Pablo Kuczynski es el personaje más repetido en la portada con 32%**, seguido de Keiko Fujimori con un 26%. La presencia de Pedro Pablo Kuczynski en las fotografías acompañó los titulares en los cuales se le mencionaban o que incluían sus declaraciones, mientras que Keiko Fujimori tuvo reiteradas menciones en compañía de los personajes del caso “lavado de activos” (quienes aparecieron en un 15% del total de fotografías) y del “audio manipulado” (aparecidos en un 4%).

Una presentación gráfica directa de la figura de Keiko Fujimori junto a la de los demás personajes relacionados a ella podría haber sido percibido por la lectoría como muy directo o atacante, considerando además que la lideresa de Fuerza Popular evitó pronunciarse sobre dichas acusaciones, y cuando lo hizo, era para desmentirlas. Otros líderes políticos como Verónica Mendoza y Julio Guzmán aparecieron siempre junto a las noticias en las que fueron mencionados, al igual que Vladimiro Montesinos o Alberto Fujimori.

Es preciso recordar que la fuerte presencia del **'Kinésico'** como **elemento informativo predominante en un 63% del total de las fotografías**, indica que la **gestualidad de los personajes** aparecidos en ellas es notoria, y por lo tanto, un importante principal factor de significación. Dentro del análisis de las fotografías, fue principalmente la gestualidad quien permitió realizar una lectura del lenguaje facial y corporal de los protagonistas, obteniendo como resultado que en un 64% de las fotografías donde aparece **Keiko, ella es presentada negativamente** o denota una actitud negativa en las fotografías (confrontacional, de disgusto o de temor), mientras que **Kuczynski no aparece con actitud negativa** en ocasión alguna, frente al 83% del su actitud o presentación positiva en las portadas.

Conclusiones:

Una vez aplicado el análisis de las portadas periodísticas, sobre el registro de identificación en la **ficha técnica**, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos. Por cuanto a la información que

arrojará, será la que indique las conclusiones a las cuales llega la investigación por cuanto mostrarán las características de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad – Elecciones Presidenciales II Vuelta Electoral - 2016

➤ **Conclusiones relacionadas a las características estructurales morfosintácticas de los titulares de las portadas**

La investigación evidencia, que los titulares periodísticos aparecidos en el diario La República, presentan una fuerte tendencia a emplear la elipsis como recurso estilístico y el tiempo verbal más utilizado es el verbo “**Presente**”, con la finalidad de brindar una sensación de actualidad. Existe la predominancia de oraciones simples, mientras que las oraciones compuestas suelen ser expresiones bimembradas que dan paso a las declaraciones de personajes relevantes a la coyuntura. Además, los titulares principales de todas las portadas analizadas son relacionados con las elecciones y son principalmente “**designativas**”, lo que significa que aportaron un indicio sobre el contenido textual de la nota que encabezaban.

➤ **Conclusión relacionada a las características estructurales de las imágenes y/o fotografías de las portadas**

La investigación evidencia que las imágenes y/o fotografías periodísticas aparecidos en el diario La República, son en su totalidad a color; los planos de la fotografía más utilizados fueron el “**primer plano**” con 28%, que sirvió para observar con detalle las expresiones de los protagonistas de las noticias coyunturales, y el “**plano conjunto**” también con 28%, para retratar la compañía y

el contexto de los candidatos, así como a los demás protagonistas. La técnica de edición más utilizada fue la de “silueteado” en 4 de las 6 ocasiones de aplicación del mencionado recurso de diseño

➤ **Conclusión relacionada al análisis estructural semántico del discurso de las portadas periodísticas** con la construcción de la realidad

En promedio, la visibilidad redaccional ocupada por la presentación de las noticias relacionadas a la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2016 en el periodo delimitado, es de la mitad de la portada con un 49% de ocupación de la superficie redaccional total. Los personajes más mencionados fueron los dos candidatos presidenciales, Fujimori y Kuczynski, con un 27% y 26% respectivamente, además de aparecer en las fotografías en un 26% y 32%. Sin embargo, la presencia de personajes en dos casos de amplia cobertura “lavado de activos” (presente en las portadas del 23, 24, 26 y 31 de mayo y el 2 y 3 de junio) y “audio manipulado” (presente en las portadas del 27, 28, 29 y 30 de mayo y el 4 de junio) resultaron también fue importante, ayudando a sumar un 39% de personajes mencionados y relacionadas negativamente con Keiko Fujimori.

El discurso del diario “La República” a nivel de titulares fue mayoritariamente negativo en un 49% (manifestado en titulares tales como “Otra perla de Fujimori” el 25 de mayo, “Grosero montaje” el 27 de mayo o “Keiko hace campaña en casa de los Malditos de Bayóvar” del 31 de mayo del 2016, y los adjetivos calificativos negativos fueron todos para la candidata de Fuerza Popular. Como resultado de las expresiones captadas de los

protagonistas mediante el elemento informativo kinésico, Keiko Fujimori transmite expresiones negativas, contrariamente a Kuczynski.

➤ **Conclusión general**

La investigación evidencia que mediante el uso de los titulares y fotografías que presentaron las diversas noticias de coyuntura referente a las segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2016, el diario La República realizó una cobertura principalmente opositora a la candidatura de Keiko Fujimori, donde la totalidad del discurso negativo directo fue hacia la mencionada candidata mediante el empleo de figuras retóricas, los adjetivos calificativos, las fotografías, la frecuencia de noticias relacionadas a sucesos donde ella o personajes cercanos a su entorno político y familiar eran los protagonistas y la desigualdad que estos criterios sumaron en contraste con el candidato Pedro Pablo Kuczynski. Esto permite concluir que, si bien la información brindada por el diario La República no es sensacionalista por su correcto empleo del lenguaje (sintaxis) y la inclusión de fotografías de prensa sin un porcentaje considerable de manipulaciones, el análisis del discurso realizado dentro del periodo previo a las elecciones evidencia que si existió la presencia de un sesgo político.

Recomendaciones

Dado que los diarios de prensa escrita continúan siendo, a pesar de la proliferación de diversos dispositivos de comunicación, un importante referente informativo para la construcción de la opinión pública, es necesario que se le brinde al público lector un contenido que le permita formarse una decisión u

opinión respecto a diferentes temas de interés público primordialmente imparcial e informativo, alejándose de las especulaciones, imprecisiones o tergiversaciones que perjudique o beneficie a determinadas personas, colectivos o instituciones.

El principal interés de los medios de comunicación, por sobre los de índole económico o político, es el de comunicar para contribuir de manera positiva al desarrollo social, que es posible mediante el acceso a información que refleje una situación lo más cercana a la realidad, con la objetividad como un ideal presente en cada etapa del proceso comunicativo.

La prensa, frecuentemente llamada el “cuarto poder del estado”, tiene una incidencia innegable en el desarrollo de los procesos electorales. El diario es un medio a través del cual el curso del proceso electoral puede ser dirigido como resultado de la respuesta de la sociedad frente a las actividades, acciones, declaraciones o la falta de ellas por parte de las fuerzas políticas que son transmitidas mediante éste.

Además, es importante no olvidar que como un canal que posee un proceso bidireccional de intercambio de ideas e información, los medios contribuyen a la construcción de la realidad que es percibida por la sociedad pero también la sociedad está en la capacidad de responder al contenido que se le presenta, porque los medios no son la mirada definitiva que posee el lector frente a la realidad. El futuro de los medios de comunicación no está únicamente determinado por la revolución tecnológica o la aplicación de dinámicas económicas que puedan generar mayor circulación dentro del sistema de mercado actual. La vigencia de los diarios de prensa escrita está fuertemente relacionada a la relevancia y reputación que éstos posean como instituciones dentro de las cuales sea

o no posible para el público lector encontrar una adecuada referencia de la realidad relacionada con la calidad del contenido informativo que llegue a él.

Es por ello, que se recomienda al diario La República utilizar un lenguaje con uso moderado de adjetivos calificativos, una cobertura informativa que considere tanto hechos positivos como negativos de ambas partes involucradas en los temas que presenta. De esta manera, busca adicionar observaciones que le permitan ejercer su función como medio de comunicación en respeto del principio de imparcialidad informativa a fin de que pueda continuar cumpliendo su papel dentro de la sociedad consumidora del contenido presente en sus publicaciones.

ANEXOS

Portada 1
(23 de mayo del 2016)

<p>DEPORTES » PÁG. 24</p> <p>Es el 'Papá' en España: Messi ganó la Copa del Rey con Barcelona</p> 	<p>DEPORTES » PÁG. 26</p> <p>Nicolás Fuchs 2do en Portugal</p> 	<p>OCIO Y CULTURA » 27</p> <p>KEN LOACH: Genera polémica tras ganar en Cannes</p> 
<p>OCIO Y CULTURA » PÁG. 28</p> <p>Tilsa Lozano no se amistó con Milet Figueroa</p> 		

La República Lunes
23 de mayo del 2016
Año 35 | Nº 12,560
S/ 1.50
Via aérea e Iquitos S/ 2,00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO www.larepublica.pe @larepublica.pe | Diario La República

PESE A QUE LA DEA Y LA FISCALÍA LO INVESTIGAN POR LAVADO DE ACTIVOS » PÁGS. 2-3

Ramírez sigue al lado de Keiko



■ Hace unos días dijo que el financista de su campaña daba un paso al costado, pero todo indicaría que lo hizo solo para escalar las críticas.

■ Documento de la Sunat confirmó que Joaquín Ramírez continúa como representante legal de Fuerza Popular. Anoche Keiko no desmintió este hecho.




AURICIO MALCA



PROPUESTAS Y PULLAZOS EN EL DEBATE PRESIDENCIAL

Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori anoche en el debate presidencial. El primero exhibió más propuestas y alternativas para resolver los graves problemas sociales que existen en el país, aun cuando no se escapó de responder los pullazos lanzados por su rival que también anunció parte de su plan de gobierno. » PÁGS. 2-3-4-5

<p>POLÍTICA » PÁG. 11</p> <p>Última encuesta de Ipsos revela que Keiko lleva cinco puntos a Kuczynski</p>	<p>Simulacro de votación VOTOS EMITIDOS</p> <p>46.1%  41.6% </p>	<p>SOCIEDAD » PÁG. 19</p> <p>Nuevo currículo escolar aumenta las horas en inglés, deporte y arte</p>		<p>ECONOMÍA » PÁG. 15</p> <p>MEF anuncia que no actualizará el bono de reconocimiento al 2016</p>
---	--	--	--	---

	Portada 1: 23 de mayo de 2016			
	Noticia 1 y 2		Noticia 3	
				
De la noticia	1 (arriba; imágenes 1 y 2)		2 (abajo; imagen 3)	
Ubicación en la portada	Central superior		Central inferior	Inferior izquierda
Número de columnas	4		1 1/2	
Porcentaje en superficie impresa	35%		31%	4%
De la fotografía o gráfico	1	2	3	
Con / Sin leyenda o	con leyenda	sin leyenda	con leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	4%	5%	29%	1.5%
Del titular	<i>Titular</i>	<i>Volada</i>	<i>Titular</i>	<i>Titular</i>
Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita	Negrita
Tamaño de fuente	85 pt	17 pt	15 pt	12.8 pt



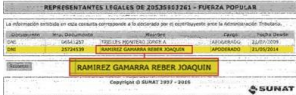
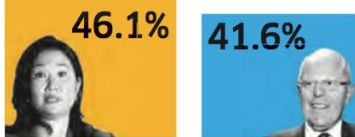
Color de fuente	Negro	Rojo	Rojo	Negro (titular y título de gráfico)
Porcentaje en superficie impresa	15%	-		1%

	Portada 1: lunes 23 de mayo del 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	Titular	Volada	Titular
	Ramírez sigue al lado de Keiko	Pese a que la DEA y la fiscalía lo investigan por lavado de activos	Propuestas y pullazos en el debate presidencial
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	Oración simple	Oración subordinada concesiva	Oración simple
De estructura vinculada	si		
<i>Sintagma Nominal</i>	Ramírez, Keiko		Propuestas y pullazos
Actores involucrados	Ramírez, Keiko	(Ramírez)	-
Núcleo	Ramírez, Keiko		Propuestas y pullazos
Adyacente	-		-
Tipo o grado del adjetivo			-
<i>Sintagma verbal</i>	sigue al lado de	lo investigan por	en el debate presidencial

Verbo – Acción(es)	Sigue	investigan	-
Modo del verbo	Indicativo	Indicativo	-
Tiempo verbal	Presente	Presente	-
Sustantivos		La DEA, la fiscalía , lavado de activos	debate
Adjetivo calificativo	-	-	
Características adicionales			
Figura retórica	Ironía (titular principal), Apagorésis		Metáfora
Función comunicativa	Evocador		Designativo
Análisis discursivo			
Positivo			
Negativo	x	x	
Neutral			x
Análisis del discurso político			
Categoría	Presentación negativa del otro	Evidencia	-
Dominio	Macro-Estrategia Semántica	Significado, Argumentación	-

	<i>Noticia 3</i>	
	<u>Titular</u>	
	Última encuesta de Ipsos revela que Keiko lleva cinco puntos a Kuczynski	
Análisis morfológico – sintáctico		
Tipo de oración	Oración compuesta subordinada	
De estructura vinculada	no	
<i>Sintagma Nominal</i>	Última encuesta de Ipsos, Keiko, cinco puntos, Kuczynski	
Actores involucrados	Keiko, Kuczynski, Ipsos	
Núcleo	encuesta	
Construcción del adyacente	última	
Tipo o grado del adjetivo		
<i>Sintagma verbal</i>	revela que, lleva a	
Verbo – Acción(es)	revela, lleva	
Modo del verbo	Indicativo	
Tiempo verbal		
Sustantivos		
Adjetivos calificativos		
Características adicionales		
Figura retórica	Elipsis	

Función comunicativa	Designativo
Análisis discursivo	
Positivo	
Negativo	
Neutral	x
Análisis del discurso político	
Categoría	-
Dominio	-

	Portada 1: 23 de mayo de 2016			
	<u>Noticia 1 y 2</u>		<u>Noticia 3</u>	
				
Fotografía o Ilustración	Fotografía	Fotografía	Ilustración	Ilustración
Nivel contextual	-			
Género	Fotografía de prensa	Fotomontaje	Género híbrido/indefinido	Infografía; fotografía de prensa (rostros)
Fotógrafo	Mauricio Malca	no indica	no indica	no indica

Parámetros Técnicos				
B/N o Color	Color	Color	Color (a posteriori)	Color (Barras); Blanco y negro (Rostros)
Técnica de edición	ninguna	Siluetado	Siluetado, apertura de ventana	Desaturación (rostros)
Nivel morfológico				
Descripción del motivo fotográfico	Se observa debatiendo a los finalistas de las elecciones	Fotografía de archivo del rostro de Joaquín Ramírez	Imagen escaneada de documento al cual se hace referencia	Gráfico de barras sobre intención de voto, con cifras y rostros de candidatos
Protagonistas	Kuczynski, Monica Delta, Carlos Cornejo.	Joaquín Ramírez	documento	Kuczynski, Fujimori
Punto de interés	Kuczynski, Fujimori y mediadores	Joaquín Ramírez	Recuadros resaltados	Kuczynski, Fujimori y cifras
Elemento informativo predominante	Proxémico	Kinésico	Lingüístico	Kinésico
Plano	Conjunto	Primer plano		Primer plano (rostros)
Nitidez de la imagen	Nítido	Nítido	Nítido	Nítido
Iluminación	Artificial, cenital, clave alta	Clave alta	-	Lateral(Fujimori); Equilibrada (Kuczynski)
Tonalidad	Contraste de color cálido (rojo) y frío (azul), juego de sombras con iluminación.	Brillo alto, ropa poco colorida	Tonalidad gris (documento) y contraste (resaltado)	Gama tonal de grises (rostros) y contraste de color (barras de gráfico)

Nivel compositivo y enunciativo				
Estaticidad / Dinamicidad	Estático	Estático	-	Estático
Recorrido visual	Primero, la mesa central. Luego va de izquierda a derecha (Kuczynski, Keiko)	Lo más atractivo es la expresión facial	La atención se fija en lo resaltado	Primero, las cifras. Luego los rostros (izquierda a derecha)
Leyes de la Gestalt	Semejanza, proximidad	-	-	Semejanza
Tiempo de representación				
Instantaneidad	Debate presidencial	Gesto espontáneo		Gesto espontáneo
Tiempo simbólico	Intercambio de posiciones y propuestas por parte de los candidatos	Desconcierto, insatisfacción	-	Manifestación de los candidatos frente a las cifras
Nivel enunciativo				
Actitud de los personajes	Confrontacional	Desconcertada, insatisfecha,	-	Temerosa (Keiko), alegre y de júbilo (Kuczynski)
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada	-	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 23 de mayo del 2016

La principal noticia de la portada del 23 de mayo se titula **“Pese a que la DEA y la fiscalía lo investigan por lavado de activos, Ramírez sigue al lado de Keiko”**. Este es un titular que toca el tema referente a las investigaciones al entonces representante legal a Fuerza Popular, Joaquín Ramírez y los actos irregulares en los cuales habría incurrido. Para acompañar la nota hay dos elementos gráficos: Fotografía del rostro de Ramírez y un documento escaneado de la SUNAT confirmando el status de Ramírez. El “lavado de activos” es una actividad ilegal relacionada con la corrupción, el narcotráfico y otros.:

La segunda noticia que lleva como título a manera de leyenda **“Propuestas y pullazos en el debate presidencial”** tiene como elemento principal de la noticia por su dimensión física a la fotografía. Aquí se muestra el escenario del debate presidencial donde los candidatos y mediadores se encuentran perfectamente alineados. El texto que acompaña la fotografía como parte de la noticia, es mínimo.

Finalmente, en la parte inferior izquierda se mencionan los resultados de la encuesta para medir la intención de voto por parte de la agencia IPSOS

Portada 2
(24 de mayo del 2016)

DEPORTES » PÁG. 23
Jóvenes a la obra:
Perú goleó 4-0
a **Trinidad**
y **Tobago** en
el Nacional

OCIO Y CULTURA » PÁG. 26
Homenaje en los
premios Billboard

OCIO Y CULTURA » PÁG. 28
ELIJAH WOOD
Denuncia abusos y
pedofilia en Hollywood

MUNDO » PÁG. 17
El **menú de Obama** en Vietnam

La República

Martes
24 de mayo del 2016
Año 35 | Nº 12.561
S/ 1.50
vía aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO

www.larepublica.pe

@larepublica.pe f Diario La República

OFRECE IMPULSAR LA ECONOMÍA CON MÁS EMPLEO » PÁG. 7

El programa social de PPK

— Agua y desagüe para 10 millones de peruanos.
— Aumento a maestros, policías, médicos y otros.

— Plan integral de salud, no más colas en los hospitales.
— S/ 500 millones para créditos y tecnología en el agro.



TARAPOTO. Kuczynski saluda a ganaderos y agricultores de San Martín a los que ofreció apoyar si llega al poder.

SOCIEDAD » PÁG. 18
Emergencia en Madre de Dios



EN PORTADA » PÁGS. 2-3
Joaquín Ramírez
compró hipotecas
por casi **17 millones**
de dólares

— El Informante escribe hoy sobre el clan de los Ramírez. » PÁG. 12

ECONOMÍA » PÁG. 13

Afiliados de 65 años de las AFP podrán retirar desde este viernes el **95.5%** de su fondo

SOCIEDAD » PÁG. 19

El milagro de la vida une a receptores de órganos con familias de los donantes



TU AMOR MERECE RECOMPENSA

¡POR ESO, QUEREMOS ENGREÍRTE TODO EL MES!

SWIFT SEDAN
DESDE **US\$ 9,990⁰⁰**
o **S/ 32,967**

Ciaz
DESDE **US\$ 14,990⁰⁰**
o **S/ 49,467**

NEW ERTIGA
DESDE **US\$ 16,490⁰⁰**
o **S/ 54,417**

SUZUKI Way of Life!



LUBRITEK

Suzuki Perú Autos @SuzukiPerúAutos Suzuki Perú www.suzuki.com.pe

amicar
LLAMAMOS AL 713-5000
ATENCIÓN DE LUNES A VIERNES DE 9:00 AM A 6:00 PM Y SÁBADOS DE 8:30 AM A 1:00 PM
O VISITA NUESTROS LOCALS.

Locales de atención y venta Dercocenter en Lima: Independencia: Exponotor - Exhibición Sotano - C.C. Lima Plaza Norte (Panamericana Norte con Tomás Valle). Surco: Av. Cristóbal de Peraltu 1000 (Panamericana Sur con Av. El Derby) / Av. Javier Prado s/n (C.C. Jockey Plaza: Exhibición Exterior Puerta Nº 3). La Molina: Av. Javier Prado Este 3638 (a una cuadra de la Av. La Molina). La Victoria: Av. Javier Prado Este 1093 (frente a la clínica Ricardo Palma). Surquillo: Av. República de Panamá esquina con Av. Aramburo. San Miguel: Av. La Marina s/n (Ex - Fiestas del Hogar) Tottus - Sodimar / Av. La Marina 3232 (cruce de la Av. Fassett) / Av. La Marina. Arequipa: Av. de Entrenamiento 1634 / Av. Nicolás Ayllón 2648. Chorrillos: Av. Defensores del Morro (Ex Huaylas) cuadra 14 (al costado de Tottus) / C.C. Mall del Sur. Promoción no incluye venta Panderero, trámite de placas, tarjeta de propiedad ni traslado a provincias. Tipo de cambio referencial: S/ 3.30. Precios válidos para tiendas Derco Center de Lima. Precio para versión (1)Swift Sedan 1.2 GA MT. Fabricación 2015. (2)Ciaz 1.4 GL SMT. Fabricación 2016 y (3)Ertiga 1.4 GL SMT. Fabricación 2016. Los datos son referenciales.

DERCO
RESPALDA Y GARANTIZA

Portada 2: 24 de mayo de 2016		
	Noticia 1	Noticia 2
	<p>OFRECE IMPULSAR LA ECONOMÍA CON MÁS EMPLEO » PÁG.7</p> <h1>El programa social de PPK</h1> <ul style="list-style-type: none"> Agua y desagüe para 10 millones de peruanos. Plan integral de salud, no más colas en los hospitales. Aumento a maestros, policías, médicos y otros. S/ 500 millones para créditos y tecnología en el agro.  <p><small>TARAPOTO. Kuczynski saluda a ganaderos y agricultores de San Martín a los que ofreció apoyar si llega al poder.</small></p>	<p>EN PORTADA » PÁGS. 2-3</p> <h2>Joaquín Ramírez compró hipotecas por casi 17 millones de dólares</h2> <p>El Informante escribe hoy sobre el clan de los Ramírez. » PÁG.12</p> 
De la noticia		
Ubicación en la portada	Superior / central izquierda	Superior derecha
Número de columnas ocupadas	3	1
Porcentaje en superficie impresa	30%	5%
De la fotografía o gráfico	1	
Con / Sin leyenda o	con leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	13%	3%
Del titular	<i>Titular</i>	<i>Volada</i>
		<i>Titular</i>

Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita
Tamaño de fuente	74 pt	16 pt	14 pt
Color de fuente	Negro	Rojo	Negro
Porcentaje en superficie impresa	9%		1%

	Portada 2: 24 de mayo del 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	Volada	Titular	Titular
	Ofrece impulsar la economía	El programa social de PPK	Joaquín Ramírez compró hipotecas por casi 17 millones de dólares
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	Oración simple	Frase nominal	Oración simple
De estructura vinculada	no	no	no
<i>Sintagma Nominal</i>	Kuczynski (sujeto tácito)	El programa social de PPK	Joaquín Ramírez
Actores involucrados	-	PPK(Kuczynski)	Joaquín Ramírez
Núcleo	-	programa social	Joaquín Ramírez
Adyacente	-		-
Tipo o grado del adjetivo	-		-

Sintagma verbal	ofrece impulsar la economía con más empleo	-	compró hipotecas por casi 17 millones de dólares
Verbo – Acción(es)	Ofrece impulsar	-	compró
Modo del verbo	Indicativo	-	compró
Tiempo verbal	Presente	-	Pasado
Sustantivos	economía	-	hipotecas, 17 millones de dólares
Adjetivos calificativos	-		-
Características adicionales			
Figura retórica	Elipsis	Epíteto	Elipsis
Función comunicativa	Designativo	Temático	Referencial
Análisis discursivo			
Positivo	x	x	
Negativo			x
Neutral			x
Análisis del discurso político			
Categoría	Autopresentación positiva	Autopresentación positiva	Presentación negativa del otro
Dominio	Macroestrategia semántica	Macroestrategia semántica	Macroestrategia semántica

Portada 2: 24 de mayo de 2016		
	<i>Noticia 1</i>	<i>Noticia 2</i>
	 <p>TARAPOTO. Kuczynski saluda a ganaderos y agricultores de San Martín a los que ofreció apoyar si llega al poder.</p>	
Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual		
Género	Fotografía de prensa	Fotomontaje
Procedencia	Fuente oficial del candidato (Prensa PPK)	Archivo
Parámetros Técnicos		
B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	-	Siluetado
Nivel morfológico		

Descripción del motivo fotográfico	Kuczynski recibiendo la respuesta de los asistentes a su mitin realizado en Tarapoto	Joaquín Ramírez en una presentación pública no determinable
Protagonistas	Kuczynski , ganaderos y agricultores de San Martin	Joaquín Ramírez
Punto de interés	Kuczynski	Joaquín Ramírez
Elemento informativo predominante	Proxémico	Kinésico
Plano	Medio - Conjunto	Primer plano
Iluminación	Artificial, cenital, clave tonal alta	Artificial, cenital, clave tonal alta
Tonalidad	Brillo alto, con presencia de magentas y cianes.	Brillo alto, tonalidad neutral.
Nivel compositivo y enunciativo		
Estaticidad /Dinamicidad	Dinámica	Estática
Recorrido visual	Primero, Kuczynski. Luego, el público y simpatizantes asistentes	Rostro de Ramírez
Leyes de la Gestalt	Semejanza, proximidad	-
Tiempo de representación		
Instantaneidad	Kuczynski dirigiéndose a los oyentes a través del micrófono	Expresión facial espontánea
Tiempo simbólico	Alianza entre el público, parte de la sociedad que puede votar, y Kuczynski.	Nerviosismo de Ramírez frente a su situación.

Nivel enunciativo		
Actitud de los personajes	Participativa, efusiva, receptiva, de liderazgo	Insegura, nerviosa
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 24 de mayo del 2016

La principal noticia de esta portada es la noticia 1: **‘El programa social de PPK’**, la cual ocupa un 30% de la superficie total impresa, donde tanto el titular como la fotografía presentan una dimensión considerable y se encuentran alineados verticalmente. El titular está formulado como una frase descriptiva de la escena retratada, mencionando al actor involucrado (Kuczynski) que en la fotografía aparece acompañado de un grupo de ganaderos, agricultores y demás asistentes (factor social como referente dentro del concepto del programa social) lo escuchan. Una parte de ellos sonríe, lleva gorros y banderas del color del partido del candidato, estableciendo un vínculo simpatizante con el protagonista mientras que el candidato viste una camisa blanca (color alusivo a la transparencia y honestidad). Tanto la volada como el titular transmiten un discurso positivo hacia Kuczynski porque se menciona “impulsar economía” en un contexto donde existe una preocupación nacional por el descenso económico del Perú (CITA) en relación a la tendencia creciente de años anteriores, además de hacer referencia a la formulación de programas sociales para dicho efecto.

La noticia numero dos ubicada en la parte superior derecha tiene como actor a **Joaquín Ramírez**, bajo la técnica de edición de silueteado, donde aparece en un primer plano con una expresión facial de incertidumbre o nerviosismo por la acción expresada en el titular **‘Joaquín Ramírez compró hipotecas por casi 17 millones de dólares’** en referencia a la exorbitante suma de dinero.

Portada 3
(25 de mayo de 2016)



DEPORTES » PÁG. 24
A mirarlo de cerca: Beto da Silva busca consolidarse en el ataque de la selección

OCIO Y CULTURA » PÁG. 29
AL FONDO HAY SITIO DERROTÓ A LA SELECCIÓN PERUANA



OCIO Y CULTURA » PÁG. 29
Paul McCartney se deprimió por The Beatles



OCIO Y CULTURA » PÁG. 28
Sebastián llega pronto a las salas peruanas



Miércoles
25 de mayo del 2016
Año 35 | N° 12.562
S/ 1.50
Via aérea e Iquitos S/ 2.00

La República

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO

www.larepublica.pe

[@larepublica_pe](https://twitter.com/larepublica_pe) [f](https://www.facebook.com/DiarioLaRepublica) Diario La República

PROCESADO POR LAVADO DE ACTIVOS LO VISITÓ EN LA DIROES » PÁG. 12

Otra perla de Fujimori



■ Marco Ramírez es investigado por Sexto Juzgado del Callao por intentar exportar oro por US\$ 3.6 millones de origen sospechoso. ■ Ramírez se halla también bajo la lupa de la fiscalía por el presunto delito de defraudación tributaria por S/ 4.4 millones.

POLÍTICA » PÁG. 8

Kuczynski llama a los peruanos a evitar que el país se convierta en un "narcoestado"

■ En mitin en San Miguel reitera promesa de resolver problemas sociales y económicos del país.




EL MAESTRO, EL INCONFORME

Nació al pie del volcán, en Arequipa, y vivió a fuego vivo. Con intensidad, con rebeldía, con talento creador. La muerte de Oswaldo Reynoso conmovió ayer a seguidores de diversas generaciones. El autor de Los Inocentes seguía siendo el joven radical de siempre. Un escritor admirable. » PÁGS. 26-27

POLÍTICA » PÁGS. 10-11

La Rinconada, en Puno: un pueblo sin ley por presencia de la minería ilegal



POLÍTICA » PÁG. 14

Ampay: Guerra sucia contra PPK



EN PORTADA » PÁGS. 23

Condenable: Juez y fiscal se lavan las manos en liberación de delinquentes



ECONOMÍA » PÁG. 15

Aportante de AFP debe tener S/ 100 mil en su fondo para comprar una vivienda



MUNDO » PÁG. 17

Desaparecen dos periodistas cuando buscaban a colega española en Colombia

Portada 3: 25 de mayo de 2016				
	Noticia 1		Noticia 2	Noticia 3
	<p>PROCESADO POR LAVADO DE ACTIVOS LO VISITÓ EN LA DIROES » PÁG. 12</p> <h1>Otra perla de Fujimori</h1>  <p>■ Marco Ramírez es investigado por Sexto Juzgado del Callao por intentar exportar oro por US\$ 3.6 millones de origen sospechoso. ■ Ramírez se halla también bajo la lupa de la fiscalía por el presunto delito de defraudación tributaria por 5/ 4.4 millones</p>		<p>POLÍTICA » PÁG. 8</p> <h2>Kuczynski llama a los peruanos a evitar que el país se convierta en un "narcoestado"</h2> <p>■ En mitin en San Miguel reitera promesa de resolver problemas sociales y económicos del país.</p> 	<p>POLÍTICA » PÁG. 14</p> <h2>Ampay: Guerra sucia contra PPK</h2> 
De la noticia				
Ubicación en la portada	Superior / central izquierda		Superior derecha	inferior derecha
Número de columnas ocupadas	3		1	1
Porcentaje en superficie impresa	19%		6%	1.5%
De la fotografía o gráfico				
Con / Sin leyenda o	con leyenda		sin leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	2.5%		3%	0.6%
Del titular	<i>Titular</i>	<i>Volada</i>	<i>Titular</i>	<i>Titular</i>
Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita	Negrita
Tamaño de fuente	90 pt	17 pt	14	12.8 pt

Color de fuente	Negro	Rojo	Negro	Negro
Porcentaje en superficie impresa	12%		1.4%	0.5%

	Portada 3: 25 de mayo del 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	Volada	Titular	Titular
	Procesado por lavado de activos lo visitó en la Diroes	Otra perla de Fujimori	Kuczynski llama a los peruanos a evitar que el país se convierta en un "narcoestado"
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	Oración simple	Frase nominal	Oración simple
De estructura vinculada	no	no	no
<i>Sintagma Nominal</i>	Procesado por lavado de activos	Otra perla de Fujimori	Kuczynski
Actores involucrados	Procesado por lavado de activos	(Alberto) Fujimori	Kuczynski
Núcleo	Procesado	Otra perla	Kuczynski
Construcción del adyacente	-	-	a los peruanos
Tipo o grado del adjetivo	-	-	-
<i>Sintagma verbal</i>	ofrece impulsar la economía con más empleo	-	llama a los peruanos a evitar que el país se convierta en un "narcoestado"

Verbo – Acción(es)	ofrece	-	llama, evitar
Modo del verbo	indicativo	-	apelativo
Tiempo verbal	presente	-	presente
Sustantivos	-	-	narcoestado
Adjetivos calificativos	-	-	
Características adicionales			
Figura retórica	Elipsis	Sarcasmo	Alusión
Función comunicativa	Apelativo		Referencial
Análisis discursivo			
Positivo			
Negativo	x	x	x
Neutral			
Análisis del discurso político			
Categoría	Autopresentación positiva	Ironía	Lexicalización
Dominio	Macroestrategia Semántica	Retórica	Estilo

	<i>Noticia 3</i>
	<u>Titular</u>
	Ampay: Guerra sucia contra PPK
Análisis morfológico – sintáctico	
Tipo de oración	Interjección + oración simple
De estructura vinculada	no
<i>Sintagma Nominal</i>	
Actores involucrados	-
Núcleo	-
Construcción del adyacente	-
Tipo o grado del adjetivo	-
<i>Sintagma verbal</i>	Guerra sucia contra PPK
Verbo – Acción(es)	(hacer) verbo tácito
Modo del verbo	-
Tiempo verbal	-
Sustantivos	guerra, PPK
Adjetivos calificativos	sucia
Características adicionales	

Figura retórica	
Función comunicativa	Apelativo
Análisis discursivo	
Positivo	
Negativo	x
Neutral	
Análisis del discurso político	
Categoría	Metáfora
Dominio	Significado, Retórica

	Portada 3: 25 de mayo de 2016		
	<i>Noticia 1</i>	<i>Noticia 2</i>	<i>Noticia 3</i>
			
Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía	Ilustración
Nivel contextual			
Género	Fotografía social	Fotografía de prensa	-
Procedencia	No determinable	Archivo del diario	
Parámetros Técnicos			
B/N o Color	Color	Color	Color
Técnica de edición	-	-	Silueteadado
Nivel morfológico			

Descripción del motivo fotográfico	Rostro de Marco Ramírez, personaje vinculado a Fujimori y también procesado por delito.	Kuczynski moviendo la bandera peruana en presentación proselitista.	Carteles propagandísticos en contra de Kuczynski
Protagonistas	Marco Ramírez	Kuczynski	Kuczynski
Punto de interés	Marco Ramírez	Kuczynski	Frase de ilustración
Elemento informativo predominante	Kinésico	Kinésico	Lingüístico
Plano	Primer plano	General - conjunto	-
Iluminación	Artificial, frontal, clave tonal alta	Artificial, cenital, clave tonal alta	-
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad neutral	Brillo alto, contraste de claro-oscuro, tonos negros.	Tonalidad beige, similar al de papel periódico y panfletos.
Nivel compositivo y enunciativo			
Imagen estática/dinámica	Estática	Dinámica	Estática
Recorrido visual	Primero, Kuczynski. Luego, el público y simpatizantes asistentes	Primero, la acción de Kuczynski con la bandera en mano. Segundo, el público asistente.	-
Leyes de la Gestalt	-	-	-
Tiempo de representación			
Instantaneidad	Kuczynski dirigiéndose a los oyentes a través del micrófono	Expresión facial espontánea	-

Tiempo simbólico	Alianza entre el público, parte de la sociedad que puede votar, y Kuczynski.	Nerviosismo de Ramírez frente a su situación.	-
Nivel enunciativo			
Actitud de los personajes	Participativa, efusiva, receptiva, de liderazgo	Insegura, nerviosa	-
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada	-

Análisis general de la portada del 25 de mayo del 2016

‘**Otra perla de Fujimori**’ es la noticia 1, la cual ocupa un 19% de la superficie de la portada periodística del diario, y cuyo discurso es irónico y se complementa con el antetítulo o volada donde se menciona que esta ‘perla’ es Marco Ramírez, un procesado por lavado de activos que visitó a Alberto Fujimori, conectando a un personaje transgresor de la ley con el padre de Keiko Fujimori, lideresa del partido Fuerza Popular. Una foto espontánea de archivo es el único elemento gráfico de la noticia.

A la derecha superior está la noticia 2 ‘**Kuczynski llama a los peruanos a evitar que el país se convierta en un “narcoestado”**’ junto a una fotografía de un mitin del candidato donde el flameo de la bandera peruana ilustra la idea de llamar a los peruanos a hacer algo en beneficio del país.

La tercera noticia de la portada ‘**Ampay: Guerra sucia contra PPK**’ también tiene como protagonista a Kuczynski y a sus detractores, *los otros*, Fujimori. Guerra sucia es una metáfora que se traduce en ataques impropios o inadecuados dentro de un enfrentamiento, y el diseño de la ilustración es similar al de las campañas propagandísticas de la segunda guerra mundial, cuya intensión era tergiversar (CITA).

Es importante señalar el nexo semántico entre el término ‘narcoestado’ mencionado en el titular de la noticia 2 y el personaje involucrado en lavado de activos de la noticia 1 (narcotráfico – el círculo Fujimori), el cual veremos nuevamente más adelante en otra portada.

Portada 4
(26 de mayo de 2016)

DEPORTES » PÁG. 24

Paolo Guerrero:
"Es raro entrenar sin Claudio Pizarro, Vargas y Farfán"



OCIO Y CULTURA » PÁG. 27

Estreno: **"Alicia a través del espejo"**



OCIO Y CULTURA » PÁG. 28

Jazmín Pinedo:
"No tengo nada que decir sobre Gisela"



La República

Jueves
26 de mayo del 2016
Año 35 | N° 12.563
S/ 1.50
Vía aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO www.larepublica.pe @larepublica.pe Diario La República

ADEMÁS DE KEIKO FUJIMORI Y SU ESPOSO, MARK VITO » PÁGS. 2-3

Cinco congresistas fujimoristas son investigados por lavado de activos

■ Fujimori está en la mira por fujicoctel y dinero recibido de EEUU. Su esposo por compra de tierras sin fondos que lo respalden. ■ En caso de los parlamentarios la fiscalía busca determinar si el crecimiento de sus bienes proviene o no de dinero ilegal.



DOS POLICÍAS ERAN CÓMPlices DE "LOS MALDITOS DE BAYÓVAR"

Harry Cano Dávila, llamado el "Loco Harry", en momentos de su captura. Lo acusan de ser el cabecilla de "Los malditos de Bayóvar", banda dedicada a la extorsión, tráfico de terrenos y otros delitos. Pese a todos los cargos en su contra, Cano Dávila se declaró inocente. » PÁG. 19

POLÍTICA » PÁG. 8

Kuczynski anuncia "shock" de obras de infraestructura en concurrido mitin en Huancayo

■ Mientras en Arequipa encuesta coloca a PPK en primer lugar en intención de voto.

En Arequipa: » PÁG. 10



ECONOMÍA » PÁG. 14

Aportantes de 65 años tienen S/ 80 mil en promedio en su fondo previsional



SOCIEDAD » PÁG. 20

Comandante PNP y cinco policías presos por extorsionar a narcotraficantes

POLÍTICA » PÁG. 13

Suprema decidirá en 5 días el futuro de Burga



Portada 4: 26 de mayo de 2016		
	Noticia 1	Noticia 2
	<p>ADEMÁS DE KEIKO FUJIMORI Y SU ESPOSO, MARK VITO » PÁGS. 2-3</p> <p>Cinco congresistas fujimoristas son investigados por lavado de activos</p> <p><small>■ Fujimori está en la mira por fujicoctel y dinero recibido de EEUU. Su esposo por compra de tierras sin fondos que lo respalden. ■ En caso de los parlamentarios la fiscalía busca determinar si el crecimiento de sus bienes proviene o no de dinero ilegal.</small></p>	<p>POLÍTICA » PÁG. 8</p> <p>Kuczynski anuncia “shock” de obras de infraestructura en concurrido mitin en Huancayo</p> <p>■ Mientras en Arequipa encuesta coloca a PPK en primer lugar en intención de voto.</p> <p>En Arequipa: » PÁG. 10</p>   <p><small>Encuesta Instituto de Gobierno y Desarrollo Humano</small></p>
De la noticia		
Ubicación en la portada	Superior, izquierda-central	Superior derecha
Número de columnas ocupadas	3	1
Porcentaje en superficie impresa	28%	5%
De la fotografía o gráfico		
Con / Sin leyenda o		sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa		1.8%
Del titular	Titular	Volada
		Titular

Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita
Tamaño de fuente	73 pt	17 pt	14 pt
Color de fuente	Negro	Rojo	Negro (titular y título de gráfico)
Porcentaje en superficie impresa	22%		1.3%

	Portada 4: 26 de mayo del 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	Volada	Titular	Titular
	Además de Keiko Fujimori y su esposo, Mark Vito	Cinco congresistas fujimoristas son investigados por lavado de activos	Kuczynski anuncia "shock" de obras de infraestructura en concurrido mitin en Huancayo
Análisis morfológico – sintáctico			
12	Frase	Oración simple	Oración simple
De estructura vinculada	si		no
<i>Sintagma Nominal</i>	Además de Keiko Fujimori y su esposo, Mark Vito	Cinco congresistas fujimoristas	Kuczynski
Actores involucrados	Fujimori y Mark Vito	congresistas fujimoristas	Kuczynski

Núcleo	Fujimori y Mark Vito	congresistas fujimoristas	Kuczynski
Adyacente	-	cinco; fujimoristas	-
Tipo o grado del adjetivo	-	cantidad; descriptivo	-
Sintagma verbal		son investigados por lavado de activos	anuncia "shock" de obras de infraestructura en concurrido mitin en Huancayo
Verbo – Acción(es)		son investigados	anuncia
Modo del verbo		indicativo	indicativo
Tiempo verbal		presente	presente
Sustantivos		lavado de activos	"shock", obras, infraestructura, mitin, Huancayo
Adjetivos calificativos	-	-	concurrido.
Características adicionales			
Figura retórica	-		Elipsis
Función comunicativa	Designativo		Designativo
Análisis discursivo			
Positivo			x

Negativo	x		
Neutral			
Análisis del discurso político			
Categoría	Presentación Negativa del Otro		Autopresentación positiva
Dominio	Macroestrategia semántica		Macroestrategia semántica

Portada 4: 26 de mayo del 2016

Noticia 1

En Arequipa: » PÁG. 10



Encuesta Instituto de Gobierno
y Desarrollo Humano

Fotografía o ilustración	Ilustración
Nivel Contextual	
Procedencia	De elaboración del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Nivel morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Kuczynski recibiendo la respuesta de los asistentes a su mitin realizado en Tarapoto
Protagonistas	Kuczynski , Fujimori
Punto de interés	Kuczynski
Elemento informativo predominante	Proxémico
Nivel compositivo y enunciativo	
Recorrido visual	Primero, Kuczynski. Luego, el público y simpatizantes asistentes

Leyes de la Gestalt	Semejanza
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Kuczynski dirigiéndose a los oyentes a través del micrófono
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Kuczynski (Efusividad, alegría) , Fujimori (Firmeza, seriedad)

Análisis general de la portada del 26 de mayo del 2016

“**Cinco congresistas fujimoristas son investigados por lavado de activos**” es la noticia principal, la noticia 1. En este titular encontramos nuevamente el término ‘lavado de activos’ presente en la edición anterior, lo que refuerza la imagen negativa (Enfatizar lo negativo de los otros) hacia la agrupación política Fuerza Popular, Keiko Fujimori y su entorno (Mark Vito). En cuanto al tipo de oración, posee una estructura simple (sujeto + verbo + predicado) El protagonismo de la noticia que posee a tres actores: Fuerza Popular, Keiko Fujimori y Mark Vito, puede ser atribuido a la unificación de éstos tres: fujimorismo

La segunda noticia ‘**Kuczynski anuncia "shock" de obras de infraestructura en concurrido mitin en Huancayo**’ es una oración simple donde la actuación del término ‘shock’ corresponde al mejoramiento en el ámbito de la economía (sector infraestructura).

Portada 5
(27 de mayo de 2016)

Para que tus hijos aprendan inglés de forma fácil y divertida

Ya está a la venta

Tercera entrega: Means of transport

A solo S/ 10

Encuétralo en tu quiosco favorito o en coleccionlarepublica.pe

La República

Viernes
27 de mayo del 2016
Año 35 | N° 12,564
S/ 1.50
Via aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO

www.larepublica.pe

@larepublica_pe | Diario La República



POLÍTICA » PÁG. 8
Keiko Fujimori eliminaría retiro del 95.5% de AFP, según Elmer Cuba de Fuerza Popular

— Candidata de FP no negó anuncio y dijo que si ganan lo evaluarán.



SOCIEDAD » PÁG. 21

Policias detenidos pasaban informes de operativos a 'Los Malditos de Bayóvar'



DEPORTES » PÁG. 23

'Chorri' presenta a Brandon Palacios. Su hijo también sueña con la selección



LOS VIEJOS VICIOS DEL 'NEOFUJIMORISMO' » PÁGS. 2-3

Grosero montaje



— América TV destapó anoche la trama que se montó para desautorizar versión del piloto Jesús Vásquez sobre Joaquín Ramírez, financista de Keiko Fujimori.

— Informe revela que el audio de Vásquez, difundido en "Las cosas como son", del 5, fue mutilado y obviaron esta frase clave: "Es que no es falso. Todo es verdad".

PPK PROMETE AGUA PARA 10 MILLONES DE PERUANOS

Pedro Pablo Kuczynski firmó anoche un compromiso para llevar agua y saneamiento a más familias, en caso de llegar al gobierno. Fue en mitin masivo en Huaycán, Ate. » PÁG. 10



#ELECCIONES2016

La República.pe y Latina presentan hoy **LA ÚLTIMA ENCUESTA NACIONAL URBANO RURAL DE GfK**

Y mañana toda la información en nuestra edición impresa



ECONOMÍA » PÁG. 14

Mi Vivienda sube créditos para comprar casas de S/ 395,500. El tope era S/ 276,500



OCIO Y CULTURA » PÁG. 26

Ellen Page habla de su nuevo filme, No sin ella, en el que actúa con Julianne Moore

SOCIEDAD » PÁG. 22

Drones, los nuevos vigilantes aéreos

Portada 5: 27 de mayo de 2016				
	Noticia 1		Noticia 2	Noticia 3
	 <p>LOS VIEJOS VICIOS DEL 'NEOFUJIMORISMO' » PÁGS. 2-3</p> <h1>Grosero montaje</h1>  <p>América TV destapó anoche la trama que se montó para desautorizar versión del piloto Jesús Vásquez sobre Joaquín Ramírez, financista de Keiko Fujimori.</p> <p>Informe revela que el audio de Vásquez, difundido en "Las cosas como son", del 5, fue mutilado y obviaron esta frase clave: "Es que no es falso. Todo es verdad".</p>		<p>PPK PROMETE AGUA PARA 10 MILLONES DE PERUANOS</p> <p>Pedro Pablo Kuczynski firmó anoche un compromiso para llevar agua y saneamiento a más familias, en caso de llegar al gobierno. Fue en mitin masivo en Huaycán, Ate. • PÁG. 10</p> 	 <p>POLÍTICA » PÁG. 8</p> <p>Keiko Fujimori eliminaría retiro del 95.5% de AFP, según Elmer Cuba de Fuerza Popular</p> <p>Candidata de FP no negó anuncio y dijo que si ganan lo evaluarán.</p>
De la noticia				
Ubicación en la portada	Superior central		Inferior central	Superior izquierda
Número de columnas ocupadas	2		2	1
Porcentaje en superficie impresa	54%		15%	3.5%
De la fotografía o gráfico	1	2		
Con / Sin leyenda o	sin leyenda	sin leyenda	sin leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	6.5%	4%	14%	2%
Del titular	Titular	Volada	Titular	Titular

Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita	Negrita
Tamaño de fuente	102 pt	17 pt	15 pt	14 pt
Color de fuente	Negro	Rojo	Rojo	Negro
Porcentaje en superficie impresa	11%		1%	1.3%




	Portada 5: 27 de mayo del 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	Volada	Titular	Titular
	Los viejos vicios del 'neofujimorismo'	Grosero montaje	PPK promete agua para 10 millones de peruanos.
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	frase	frase	oración simple
De estructura vinculada	no	no	no
Sintagma Nominal / Frase	Los viejos vicios del neofujimorismo	Grosero montaje	Kuczynski
Actores involucrados	'neofujimorismo' (Fuerza Popular)	-	Kuczynski
Núcleo	vicios	montaje	PPK
Adyacente	viejos	grosero	-

Tipo o grado del adjetivo	calificativos	calificativo	-
Sintagma verbal	-	-	promete agua para 10 millones de peruanos.
Verbo – Acción(es)	-	-	promete
Modo del verbo	-	-	indicativo
Tiempo verbal	-	-	presente
Sustantivos	-	-	agua, millones, peruanos.
Adjetivos calificativos	-	-	-
Características adicionales			
Figura retórica	Epíteto		Elipsis
Función comunicativa	Expresivo		Designativo
Análisis discursivo			
Positivo			x
Negativo	x	x	
Neutral			
Análisis del discurso político			

Categoría	Ironía	Lexicalización	El juego de los números
Dominio	Retórica	Estilo	Retórica, Argumentación

	<i>Noticia 3</i>
	Titular
	Keiko Fujimori eliminaría retiro del 95.5% de AFP, según Elmer Cuba de Fuerza Popular
Análisis morfológico – sintáctico	
Tipo de oración	Oración simple
De estructura vinculada	no
<i>Sintagma Nominal</i>	Keiko Fujimori
Actores involucrados	Keiko Fujimori
Núcleo	Keiko Fujimori
Construcción del adyacente	-
Tipo o grado del adjetivo	-
<i>Sintagma verbal</i>	eliminaría retiro del 95.5% de AFP, según Elmer Cuba de Fuerza Popular
Verbo – Acción(es)	eliminaría
Modo del verbo	condicional
Tiempo verbal	condicional

Sustantivos	retiro, AFP, Elmer Cuba, Fuerza Popular
Adjetivos calificativos	
Características adicionales	
Figura retórica	-
Función comunicativa	Designativo
Análisis discursivo	
Positivo	
Negativo	
Neutral	x
Análisis del discurso político	
Categoría	-
Dominio	-

	Portada 5: 27 de mayo de 2016		
	<i>Noticia 1</i>	<i>Noticia 2</i>	<i>Noticia 3</i>
			
Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual			
Género	-	Fotografía de prensa	Fotografía de prensa
Procedencia	Emisión de programa televisivo	Reportero del diario (Javier Quispe)	Archivo del diario
Parámetros Técnicos			
B/N o Color	Color	Color	Color
Técnica de edición	-	Apertura de ventana	-
Nivel morfológico			
Descripción del motivo fotográfico	Los dos conductores del programa donde el audio sobre el cual trata la noticia se presentó.	Estrado del mitin de Peruanos Por el Kambio, donde Kuczynski se encuentra rodeado de los militantes .	Keiko Fujimori en una presentación de campaña, rodeada de la prensa.

Protagonistas	Conductores del programa	Kuczynski, simpatizantes y militantes	Fujimori
Punto de interés	Conductores del programa	Kuczynski	Fujimori
Elemento informativo predominante	Proxémico	Kinésico	Kinésico
Plano	Medio	General - conjunto	Primer plano
Iluminación	Artificial, cenital, clave tonal alta	Artificial, nadir, clave tonal baja	Artificial, frontal, clave alta
Tonalidad	Brillo alto, tonos grises y rojos.	Brillo alto, contraste de claro-oscuro, tonos negros y amarillos.	Brillo alto, tonalidad neutral
Nivel compositivo y enunciativo			
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Conductores de izquierda a derecha	Primero, de Kuczynski, seguido del militante de su partido que lo abraza.	Primero, Fujimori, segundo, entrevistadora y finalmente el público asistente al mitin.
Leyes de la Gestalt	Proximidad	-	-
Tiempo de representación			
Instantaneidad	Lectura de la noticia por parte de uno de los conductores.	Abrazo del compañero de bancada hacia Kuczynski y saludo de ambos al público.	Fujimori haciendo gesto de preocupación.
Tiempo simbólico	Anuncio importante (destape)	Recibimiento de respaldo (compañerismo) y del apoyo del público simpatizante.	Nerviosismo o preocupación por su situación actual (indicada en la noticia) en la contienda electoral
Nivel enunciativo			

Actitud de los personajes	Segura, confrontacional, seria	Positiva, optimista, alegre, entusiasta.	Preocupada, insegura
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 27 de mayo del 2016

La principal noticia, ubicada en la parte central del diario es **“Los viejos vicios del ‘neofujimorismo’- Grosero Montaje”**, donde se da a entender con ironía (comillas en ‘neofujimorismo’) que mecanismos inadecuados de manipulación de información como los de la época del fujimorismo - montesinismo persisten. Dos imágenes acompañan la presentación de la noticia, la primera es un gráfico en la parte superior del titular que es una representación ilustrada de un audio y la segunda es una captura de imagen televisiva del programa emisor del audio en cuestión donde se muestran los conductores presentando una noticia.

“PPK promete agua para 10 millones de peruanos” es la noticia 2, donde nuevamente se menciona una promesa de campaña del candidato Kuczynski con la población. La mención de ‘10 millones de peruanos’ es el recurso considerado dentro del Análisis del Discurso como la macroestrategia Juego de números.

La noticia 3 es titulada **“Keiko Fujimori eliminaría retiro del 95.5% de AFP, según Elmer Cuba de Fuerza Popular”** y cumple una función predominantemente enunciativa, considerando que la eliminación del retiro de AFP sería una decisión controversial en el escenario nacional.

Portada 6
(28 de mayo de 2016)

<p>DEPORTES » PÁG. 25 Batalla en Milán: Real y Atlético disputan esperada final de la Champions (1:45 pm.)</p>	<p>DEPORTES » PÁG. 26 Perú enfrenta hoy a El Salvador</p>	<p>OCIO Y CULTURA » PÁG. 28 DICTAN ORDEN DE ALEJAMIENTO contra Johnny Depp</p>
		<p>OCIO Y CULTURA » PÁG. 27 Tempo: lo nuevo de La Tarumba</p>

La República **Sábado**
28 de mayo del 2016
Año 35 | N° 12,565
S/ 1.50
Vía aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO www.larepublica.pe @larepublica.pe Diario La República

EL ORIGEN DEL GROSERO MONTAJE » PÁG. 9

Nº 2 de Keiko entregó audio a Panamericana

Vasquez
Jaime A Verastegui jverastegui@verastegui.com Add contact
To: jchlimper@agrokasa.com.pe

Delito de Estafa en Peru.pdf Disolucion Gold Sky Services.pdf Records Criminales y Demografia... Corporaciones de Vasquez...

Hola Pepe,
Adjunto toda la información requerida. En otro segundo email te envío los audios.

Best Regards
Jaime A Verastegui, CAMS, CAMS-Audit, CFE
(813)766-9378

ACAMS Advancing Financial Crime Professionals Worldwide

Audios
Jaime A Verastegui jverastegui@verastegui.com Add contact
To: jchlimper@agrokasa.com.pe

2016-05-17-11:22:00-000000 54.amr Unidentified attachment 01983.txt 2016-05-17-11:22:00-000001 00.amr Unidentified attachment 01991.txt 2016-05-17-11:22:00-000001 13.amr

Avisame si los pudiste abrir.

Best Regards
Jaime A Verastegui, CAMS, CAMS-Audit, CFE
(813)766-9378



Jaime Verastegui, candidato al congreso por FP, con Chlimper en Paterson, EEUU.

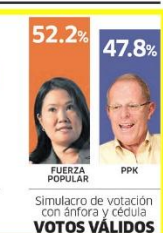
■ José Chlimper dice que recibió en su correo el audio enviado por Jaime Verastegui desde EEUU sobre piloto Jesús Vásquez pero que no lo editó y no escuchó lo que pasó el canal.

■ Mayra Albán, ex reportera de "Las cosas que son", dijo que Chlimper entregó dos USB, uno manipulado en el que Vásquez 'desmentía' su propia versión y el otro completo.

ENCUESTA NACIONAL RURAL URBANA DE GFK » PÁGS. 2-3-4

Así van

■ Sondeo realizado para Latina y La República revela que en votos emitidos Fujimori supera en 3.8% a Kuczynski y en válidos 4.4%.



ECONOMÍA » PÁG. 16

Aportantes de AFPs de 65 años iniciaron el retiro del 95.5% de sus fondos

Ya está a la venta
Un libro con más de 80 recetas de puro sabor y tradición del Perú

A SOLO S/ 20

Pastres peruanos

Portada 6: 28 de mayo de 2016

Noticia 1

Noticia 2

EL ORIGEN DEL GROSERO MONTAJE - pág.9
Nº 2 de Keiko entregó audio a Panamericana



ENCUESTA NACIONAL RURAL URBANA DE GFK » PÁGS. 2-3-4
Así van

■ Sondeo realizado para Latina y La República revela que en votos emitidos Fujimori supera en 3.8% a Kuczynski y en válidos 4.4%.



De la noticia

Ubicación en la portada	Superior, izquierda-central		Inferior izquierda
Número de columnas	3		1 1/2
Porcentaje en superficie impresa	66%		9%
De la fotografía o gráfico	1	2	
Con / Sin leyenda o	con leyenda	sin leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	12%	18%	5%
Del titular	<i>Titular</i>	<i>Volada</i>	<i>Titular</i>
Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita

Tamaño de fuente	76 pt	22 pt	47 pt
Color de fuente	Negro	Rojo	Negro (titular y título de gráfico)
Porcentaje en superficie impresa	15%		1.3%

	Portada 6: 28 de mayo del 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	Volada	Titular	Titular
	El origen del grosero montaje	N"2 de Keiko entregó audio a Panamericana	Así van
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	Frase	Oración simple	frase
De estructura vinculada	no	no	-
<i>Sintagma Nominal</i>	-	N"2 de Keiko	-
Actores involucrados	-	N"2 de Keiko, Keiko	-
Núcleo	Origen	N"2 de Keiko	-
Adyacente	Grosero	-	-
Tipo o grado del adjetivo	Calificativo	-	-
<i>Sintagma verbal</i>	-	entregó audio a Panamericana	Así van

Verbo – Acción(es)	-	Entregó	Van
Modo del verbo	-	Indicativo	Indicativo
Tiempo verbal	-	Pasado	Presente
Sustantivos	-	Audio, Panamericana	-
Adjetivos calificativos	-	-	-
Características adicionales			
Figura retórica	Epíteto	Elipsis	Catáfora
Función comunicativa	Expresivo	Designativo	Designativo
Análisis discursivo			
Positivo			
Negativo	x		
Neutral		x	x
Análisis del discurso político			
Categoría	Lexicalización	-	-
Dominio	Estilo	-	-

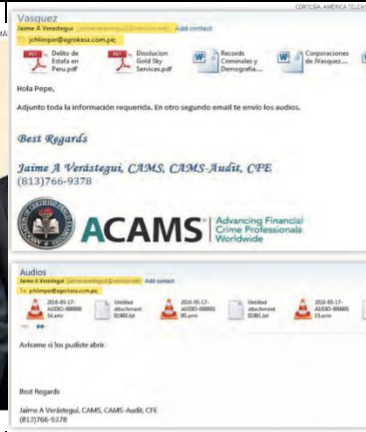
Portada 6: 28 de mayo de 2016


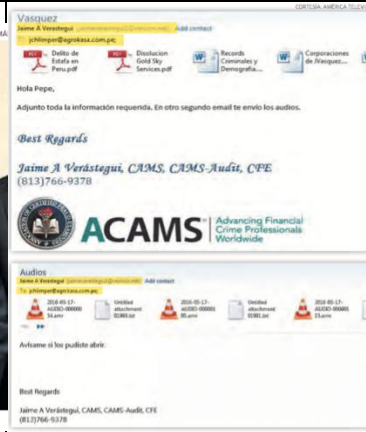
Noticia 1

Noticia 2



Jaime Verástegui, candidato al congreso por FP, con Chimper en Paterson, EEUU.



	Portada 6: 28 de mayo de 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	 <p>Jaime Verástegui, candidato al congreso por FP, con Chimper en Paterson, EEUU.</p>		
Fotografía o ilustración	Fotografía	Ilustración	Ilustración
Nivel contextual			
Género	Fotografía de prensa	Captura de pantalla digital	Infografía
Procedencia	Reportero gráfico (Alejandro Roman)	América Televisión	De elaboración del diario
Parámetros Técnicos			
B/N o Color	Color	Color	Color
Técnica de edición	-	Otras (resaltado)	-
Nivel morfológico			

Descripción del motivo fotográfico / de ilustración	José Chlimper junto a Jaime Verástegui, candidato al congreso por Fuerza Popular y quien envió el controversial audio.	Captura de pantalla digital de los correos enviados por Verástegui a Chlimper	Exposición de los resultados de la encuesta nacional rural urbana de GFK.
Protagonistas	José Chlimper, Jaime Verástegui	Jaime Verástegui, José Chlimper	Kuczynski, simpatizantes y militantes
Punto de interés	José Chlimper, Jaime Verástegui	Jaime Verástegui, José Chlimper	Kuczynski
Elemento informativo predominante	Proxémico		Rostros: Proxémico
Plano	Medio – conjunto		Rostros: Primer plano
Iluminación	Artificial, frontal, clave tonal alta		Artificial, clave tonal alta.
Tonalidad	Brillo alto, blanco y negro como colores predominantes		Rostros: brillo alto. Gráficos de color naranja y azul
Nivel compositivo y enunciativo			
Imagen estática/dinámica	Dinámica		Dinámica
Recorrido visual	Primero el rostro de José Chlimper, seguido por el de Jaime Verástegui, para finalmente apreciar el lenguaje corporal de ambos protagonistas.		Primero, los resultados de votos emitidos, luego los resultados de votos válidos.
Leyes de la Gestalt	Proximidad2	-	-
Tiempo de representación			

Instantaneidad	Chlimper y Verástegui posando para la cámara.	-	-
Tiempo simbólico	Complicidad, relación cercana y simpatía entre Chlimper y Verástegui	-	-
Nivel enunciativo			
Actitud de los personajes	Confianza, cómplice y alegre.	-	Seriedad
Mirada de los personajes	Mostración de mirada	-	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 28 de mayo del 2016

“El origen del grosero montaje , N"2 de Keiko entregó audio a Panamericana” es el titular de la noticia 1. Con ‘N"2 de Keiko se brinda un adjetivo a Chlimper explicando su cercanía a Keiko Fujimori, así como también se califica a la acción perpetrada como ‘grosera’. La noticia se acompaña con ilustraciones (capturas de pantalla) que muestran los correos enviados con la información, donde a su vez figuran las direcciones de correo electrónico tanto de José Chlimper como de Jaime Verástegui, postulante al congreso por fuerza popular. En la siguiente fotografía están los dos miembros de Fuerza Popular involucrados, posando juntos en lo que podría ser una reunión de la agrupación política, por la insignia que porta Verástegui con el logo de Fuerza Popular.

La noticia 2 **“Así van”** es la presentación de los resultados de la encuesta de intención de voto, donde sale como ganadora Keiko posición inferior izquierda. Hay un gráfico de barras con la candidata Fujimori a la izquierda y Kuczynski a la derecha (ordenamiento que emplea el principio de jerarquía visual para indicar prioridad).

Hoy con La República:
DOMINGO

DOMINGO
EL LÍO DE LAS CARRERAS TÉCNICAS
Las más populares no son las más rentables ni necesarias. El Congreso trata de corregir esto.



LA ENTREVISTA



"La primera marcha logró que el antivoto fujimorista subiera".
-Jorge Rodríguez

MARIO VARGAS LLOSA: LA MEDIALUNA SOBRE EL SENA



EBELIN ORTIZ EN MAMMA MIA!



La República

Domingo
29 de mayo del 2016
Año 35 | N° 12,566
S/ 2.50
Via aérea S/ 3.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO

www.larepublica.pe

[@larepublica_pe](https://twitter.com/larepublica_pe) [f](https://www.facebook.com/DiarioLaRepublica) Diario La República

EX CANDIDATO PRESIDENCIAL JULIO GUZMÁN A LÍDERES POLÍTICOS: NO ES MOMENTO DE AMBIGÜEDADES » PÁGS. 2 Y 4

“Es la hora de votar por Kuczynski”



- "Keiko Fujimori es una amenaza para la democracia. Un grupo vinculado con el narcotráfico, ¿qué credencial tiene para enfrentar la violencia y la corrupción?".
- "¿Dónde están los demócratas que no toman una posición? Hay millones de jóvenes que nos están mirando. ¿Y qué les vamos a decir? ¿Que sí y que no?".



ECONOMÍA » PÁG. 18

Familias con más opción de comprar su casa: Mivivienda amplió el monto de financiamiento



— Desde mañana toda persona sin vivienda puede acceder a este crédito de S/ 395.000.



DEPORTES » PÁGS. 30-31

Real Madrid ganó su undécima 'Orejona': venció por penales (5-3) al Atlético



UN DEBATE QUE PUEDE SER DECISIVO

Keiko Fujimori y Pablo Kuczynski se enfrentan hoy en el último debate de la segunda vuelta. A una semana de las elecciones y con las encuestas en su contra las miradas se dirigen a PPK para ver si podrá remontar y tomar una posición más firme ante una candidata que no duda en mentir.
» PÁG. 10

POLÍTICA » PÁG. 13

Ex camarógrafo del SIN estuvo en espacio del canal 5 que lanzó audio manipulado



SOCIEDAD » PÁG. 25

Policías tenían fama de incorruptibles y servían a "Los Malditos de Bayóvar"



DEPORTES » PÁG. 32

Te amo **Perú**: la Bicolor superó **3-1** a **El Salvador** en Washington

Portada 7: 29 de mayo de 2016					
		<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>	<i>Noticia 3</i>
		<p>EX CANDIDATO PRESIDENCIAL JULIO GUZMÁN A LÍDERES POLÍTICOS: NO ES MOMENTO DE AMBIGÜEDADES - PÁGS. 2Y4</p> <p>“Es la hora de votar por Kuczynski”</p>  <p>■ "Keiko Fujimori es una amenaza para la democracia. Un grupo vinculado con el narcotráfico, ¿qué credencial tiene para enfrentar la violencia y la corrupción?"</p> <p>■ "¿Dónde están los demócratas que no toman una posición? Hay millones de jóvenes que nos están mirando. ¿Y qué les vamos a decir? ¿Que sí y que no?"</p>		 <p>UN DEBATE QUE PUEDE SER DECISIVO</p> <p>Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski se enfrentan hoy en el debate de la segunda vuelta. A una semana de las elecciones y con encuestas en su contra para ver si podrá renunciar a su posición y formar una coalición, ¿quién será el ganador?</p> <p>POLÍTICA » PÁG. 13</p>	<p>Ex camarógrafo del SIN estuvo en espacio del canal 5 que lanzó audio manipulado</p>  <p>■ PÁG. 10</p>
De la noticia					
Ubicación en la portada	Superior , central - izquierda		Central, izquierda-central		inferior izquierda
Número de columnas ocupadas	3		3		1 1/2
Porcentaje en superficie impresa	30%		16%		3%
De la fotografía o gráfico					
Con / Sin leyenda o	con leyenda		sin leyenda		sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	11.5%		12.7%		1.4%
Del titular		<i>Titular</i>	<i>Volada</i>	<i>Titular</i>	<i>Titular</i>
Estilo de fuente	Negrita		Normal		Negrita
Tamaño de fuente	80 pt		17 pt		12.8 pt
Color de fuente	Negro		Rojo		Negro

Portada 7: 29 de mayo del 2016		
<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>

Porcentaje en superficie impresa	17%	1%	1%
	Volada	Titular	Titular
	Ex candidato presidencial Julio Guzmán a líderes políticos: No es momento de ambigüedades	"Es la hora de votar por Kuczynski"	Ex camarógrafo del SIN estuvo en espacio del canal 5 que lanzó audio manipulado
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	oración compuesta, bimembre	oración simple	oración simple
De estructura vinculada	no	no	-
Sintagma Nominal	Ex candidato presidencial Julio Guzmán	-	Ex camarógrafo del SIN
Actores involucrados	Julio Guzmán	-	Camarógrafo del SIN
Núcleo	Julio Guzmán	-	Camarógrafo
Adyacente	ex candidato presidencial	-	del SIN
Tipo o grado del adjetivo	descriptivo	-	descriptivo
Sintagma verbal	a líderes políticos; No es momento de ambigüedades	Es la hora de votar por Kuczynski	estuvo en espacio del canal 5 que lanzó audio manipulado
Verbo – Acción(es)	dice (verbo tácito); es	es	estuvo : lanzó
Modo del verbo	indicativo	indicativo	indicativo

Tiempo verbal	presente	presente	pasado
Sustantivos	líderes, ambigüedades	hora, Kuczynski	espacio, canal, audio
Adjetivos calificativos	-	-	(audio) manipulado
Características adicionales			
Figura retórica	Elipsis	Elipsis, Epíteto	
Función comunicativa	Declarativo	Designativo	
Análisis discursivo			
Positivo	x	x	
Negativo			x
Neutral			
Análisis del discurso político			
Categoría	Autoridad	Autoridad	Lexicalización
Dominio	Argumentación	Argumentación	Estilo

	Portada 7: 29 de mayo de 2016		
	<u>Noticia 1</u>	<u>Noticia 2</u>	<u>Noticia 3</u>

Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual			
Género	Fotomontaje	Fotografía de prensa	No determinable
Procedencia	Archivo del diario	Archivo del diario	No determinable
Parámetros Técnicos			
B/N o Color	Color	Color	Color
Técnica de edición	Siluetado	-	-
Nivel morfológico			
Descripción del motivo fotográfico	Julio Guzmán expresando su posición.	Fujimori y Kuczynski rodeados de seguridad a la entrada o salida de presentaciones públicas .	Ex camarógrafo del SIN supuestamente involucrado en la emisión del controversial audio
Protagonistas	Julio Guzmán	Fujimori y Kuczynski	Ex camarógrafo

Punto de interés	Julio Guzmán	Fujimori y Kuczynski	Ex camarógrafo
Elemento informativo predominante	Kinésico	Kinésico (por separado) y proxémico (juntos)	Kinésico
Plano	Medio corto	Americano (ambos)	Primer plano
Iluminación	Lateral, natural, clave tonal alta	Artificial, frontal, clave tonal alta	Artificial, frontal, clave baja
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad blanca	Brillo y contraste alto, tonos blancos resaltados	Brillo alto, tonalidad amarilla
Nivel compositivo y enunciativo			
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Rostro de Julio Guzmán	Primero, Fujimori . Segundo, Kuczynski. En ambos primero se observan los rostros y luego su entorno.	Expresión en el rostro del individuo en cuestión.
Leyes de la Gestalt	-	-	-
Tiempo de representación			
Instantaneidad	Guzmán expresando sus ideas y haciendo movimientos con las manos para reforzar mensaje o intención comunicativa.	Ambos candidatos presidenciales ingresando o saliendo de eventos proselitistas acompañados por sus equipos de campaña y el público.	Fujimori haciendo gesto de preocupación.
Tiempo simbólico	Apelación de Guzmán para abordar elecciones con responsabilidad	Disposición de ambos para continuar con la campaña electoral.	Nerviosismo o preocupación en relación a la noticia.
Nivel enunciativo			

Actitud de los personajes	Seria, responsable, preocupada	Motivada, alegre, optimista, decidida.	Preocupada.
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 29 de mayo del 2016

La noticia 1 se titula **“Ex candidato presidencial Julio Guzmán a líderes políticos: No es momento de ambigüedades, 'Es la hora de votar por Kuczynski'”**. La volada menciona al enunciante de la frase del titular principal, el ex candidato presidencial Julio Guzmán, quien según el Análisis de Discurso actúa como elemento de la macroestrategia de Autoridad. El tono de la premisa está entre lo apelativo (cita) y lo exhortativo (seriedad de los gestos en la foto, referencia de volada). Estructuralmente se trata de una oración compuesta, bimembre.

“Un debate que puede ser decisivo” en la noticia 2, en la cual se menciona la entonces próxima realización del último debate presidencial. En las dos fotografías aparecen los candidatos Keiko Fujimori y Kuczynski respectivamente con rostros sonrientes.

En la noticia 3 **“Ex camarógrafo del SIN estuvo en espacio del canal 5 que lanzó audio manipulado”** se menciona al SIN (Servicio de Inteligencia Nacional), organismo con un papel importante por su lucha contra el terrorismo y con acusaciones prácticas inadecuadas para encubrir la corrupción de dicha gestión. La fotografía que acompaña la noticia muestra al supuesto camarógrafo.

Portada 8
(30 de mayo de 2016)

DEPORTES » PÁG. 24

Madrid fue una fiesta para recibir a **Real Madrid**, campeón de la Champions



DEPORTES » PÁG. 25

Ruidíaz sueña con la Copa América



OCIO Y CULTURA » PÁG. 28

MILETT FIGUEROA: "Las críticas no me afectan"



OCIO Y CULTURA » PÁG. 28

Divorcio de **Johnny Depp** perjudica taquilla



La República

Lunes
30 de mayo del 2016
Año 35 | N° 12.567
S/ 1.50
Vía aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO

www.larepublica.pe

@larepublica.pe

Diario La República

PPK GANÓ EL SEGUNDO DEBATE A KEIKO FUJIMORI » PÁGS. 2-3-4-5

Kuczynski: Yo sí sé manejar la economía



DEBATE FINAL. Kuczynski y Fujimori en última confrontación. Hubo propuestas y pullizos. PPK lució más seguro y KF obvió respuestas sobre sus candidatos involucrados con el narcotráfico.

Las propuestas de PPK:

- Reducción del 10% de IGV y créditos para Mypes.
- Invertir en lucha contra inseguridad y aumento a PNP.
- Ducto del gas de Camisea para las regiones del Sur.
- Impulsar agua, salud y mejorar pensiones a FFAA.
- Mejorar sueldos a maestros y reconstruir 25 mil colegios.
- No más Colina, no más esterilizaciones forzadas.

Las propuestas de Keiko Fujimori

- Promoción de industria forestal y titulación.
- FFAA custodiarán las instituciones públicas.
- Mejorar calidad educativa y subir sueldo a maestros.
- El principal motor de la economía serán las Pymes.
- Creará la Procuraduría General de la República.
- Leyes para impulsar la minería artesanal.

SOCIEDAD » PÁG. 19

Emboscada de sicarios deja cuatro muertos en San Martín de Porres





POLÍTICA » PÁG. 12

Verónica Mendoza: Candidata fujimorista mantiene a gente vinculada a la corrupción



POLÍTICA » PÁG. 10

Tribunal de Ética del JNE pide a Fiscal ver caso de audio que involucra a Chlimper

	Portada 8: 30 de mayo de 2016			
	Noticia 1		Noticia 2	Noticia 3
	<p>PPK GANÓ EL SEGUNDO DEBATE A KEIKO FUJIMORI » PÁGS. 23-45</p> <h2>Kuczynski: Yo sí sé manejar la economía</h2> 		<p>POLÍTICA » PÁG. 12</p> <p>Verónica Mendoza: Candidata fujimorista mantiene a gente vinculada a la corrupción</p> 	<p>POLÍTICA » PÁG. 10</p> <p>Tribunal de Ética del JNE pide a Fiscal ver caso de audio que involucra a Chlimper</p>
De la noticia				
Ubicación en la portada	Superior , central		Central, izquierda-central	inferior izquierda
Número de columnas ocupadas	4		1 1/2	1
Porcentaje en superficie impresa	62%		16%	1.2%
De la fotografía o gráfico				
Con / Sin leyenda o	con leyenda		sin leyenda	
Porcentaje en superficie impresa	11.5%		12.7%	
Del titular	<i>Titular</i>	<i>Volada</i>	<i>Titular</i>	<i>Titular</i>
Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita	Negrita
Tamaño de fuente	80 pt	24 pt	12.8 pt	12.8 pt
Color de fuente	Negro	Rojo	Negro	Negro
Porcentaje en superficie impresa	17%		1%	1.2%

	Portada 8: 30 de mayo del 2016		
	<u>Noticia 1</u>		<u>Noticia 2</u>
	Volada	Titular	Titular
	PPK ganó el segundo debate a Keiko Fujimori	Kuczynski: Yo sí sé manejar la economía	Verónica Mendoza: Candidata fujimorista mantiene a gente vinculada a la corrupción.
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	oración simple	oración simple	oración bimembre
De estructura vinculada	no	no	-
<i>Sintagma Nominal</i>	PPK	-	Candidata fujimorista
Actores involucrados	PPK (Kuczynski)	-	Candidata fujimorista
Núcleo	PPK	-	- Candidata
Adyacente	-	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-	-
<i>Sintagma verbal</i>	ganó el segundo debate a Keiko Fujimori	sí sé manejar la economía	mantiene a gente vinculada a la corrupción.
Verbo – Acción(es)	ganó	sé	mantiene
Modo del verbo	indicativo	indicativo	indicativo
Tiempo verbal	pasado	presente	presente
Sustantivos	debate, Keiko Fujimori	hora, Kuczynski	gente, corrupción.
Adjetivos calificativos	-	-	-

Características adicionales			
Figura retórica	Elipsis (titular) , ironía (declaración)		-
Función comunicativa	Declarativo		Declarativo
Análisis discursivo			
Positivo	x	x	
Negativo			x
Neutral			
Análisis del discurso político			
Categoría	Autoridad	Autoridad	Autoridad
Dominio	Argumentación	Argumentación	Argumentación

	<u>Noticia 3</u>
	Titular
	Tribunal de Ética del JNE pide a Fiscal ver caso de audio que involucra a Chlimper
Análisis morfológico – sintáctico	
Tipo de oración	Oración simple
De estructura vinculada	no
Sintagma Nominal	Tribunal de Ética del JNE
Actores involucrados	Tribunal de Ética del JNE

Núcleo	Tribunal
Construcción del adyacente	-
Tipo o grado del adjetivo	-
<i>Sintagma verbal</i>	pide a Fiscal ver caso de audio que involucra a Chlimper
Verbo – Acción(es)	pide
Modo del verbo	indicativo
Tiempo verbal	presente
Sustantivos	fiscal, caso, audio, Chlimper
Adjetivos calificativos	-
Características adicionales	
Figura retórica	Elipsis
Función comunicativa	Referencial
Análisis discursivo	
Positivo	
Negativo	
Neutral	x
Análisis del discurso político	
Categoría	-
Dominio	-

	Portada 8: 30 de mayo de 2016	
	<u>Noticia 1</u>	<u>Noticia 2</u>
		
Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual		
Género	Fotografía de prensa	Fotografía de prensa
Procedencia	Reportero gráfico (Renato Pajuelo)	Archivo del diario
Parámetros Técnicos		
B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	-	-
Nivel morfológico		
Descripción del motivo fotográfico / ilustrativo	Los finalistas de las elecciones confrontándose en el último debate antes de las elecciones presidenciales.	Verónica Mendoza expresando su inconformidad con la eventual victoria de Fujimori.
Protagonistas	Kuczynski, Mávila Huertas, Federico Salazar, Fujimori	Verónica Mendoza

Punto de interés	Mesa de presentadores y candidatos presidenciales.	Verónica Mendoza
Elemento informativo predominante	Proxémico	Kinésico
Plano	General – conjunto	Medio corto
Iluminación	Artificial, cenital, clave tonal alta	Natural, lateral, clave tonal alta.
Tonalidad	Brillo alto, contraste de colores cálido (rojo) y frío (azul)	Brillo alto, tonalidad neutral y color azul.
Nivel compositivo y enunciativo		
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero, la mesa de presentación. Luego Kuczynski y Fujimori (de izquierda a derecha)	Expresión de Mendoza.
Leyes de la Gestalt	Semejanza.	-
Tiempo de representación		
Instantaneidad	Intercambio verbal en el debate presidencial.	Mendoza conversando sobre el tema.
Tiempo simbólico	Defensa de posturas y propuestas por parte de los candidatos para convencer al electorado.	Mendoza respecto a Fujimori: en contra de su elección.
Nivel enunciativo		
Actitud de los personajes	Confrontacional, de liderazgo.	Seriedad
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 30 de mayo del 2016

“PPK ganó el segundo debate a Keiko Fujimori – Kuczynski: Yo sí sé manejar la economía” es la noticia 1, donde en la volada el diario afirma que Kuczynski fue el vencedor en el debate, seguido por una oración bimembre (cita textual) de Kuczynski donde se repite el uso de la palabra economía (principal atributo del candidato) lo cual , a su vez, se asocia con un impacto positivo para la población en caso saliese elegido. En la imagen es Kuczynski quién está haciendo uso de la palabra frente ala candidata de Fuerza Popular ,Keiko Fujimori. Los moderadores son Mávila Huertas y Federico Salazar, conductores de televisión.

La noticia 2 **“Verónica Mendoza: Candidata fujimorista mantiene a gente vinculada a la corrupción”** posee una estructura de oración bimembre, y la palabra corrupción se encuentra relacionada a Fujimori por parte del discurso de la entrevistada. Con “mantiene” también está implícito que existen en su círculo cercano vinculadas a la corrupción pertenecientes a épocas anteriores del Fujimorismo (fujimontesinismo). En la imagen Mendoza muestra una expresión de seriedad o firmeza en el rostro.

La tercera noticia **“Tribunal de Ética del JNE pide a Fiscal ver caso de audio que involucra a Chlimper”** continúa informando sobre la investigación referente a la manipulación del controvertido audio difundido en Panorama.

Portada 9
(31 de mayo de 2016)

<p>DEPORTES » PÁG. 24 Perú, con Guerrero a la cabeza, ya está en Seattle para su debut del sábado en la Copa América</p> 	<p>DEPORTES » PÁG. 25 Messi es juzgado por fraude fiscal</p> 	<p>OCIO Y CULTURA » PÁG. 27 ENTREVISTA A GUILLERMO BORDARAMPÉ, EX ARCO IRIS</p> 
---	---	--

La República **Martes**
31 de mayo del 2016
Año 35 | N° 12.568
S/ 1.50
Via aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO www.larepublica.pe @larepublica.pe Diario La República

BANDA ES RESPONSABLE DE CRÍMENES, EXTORSIONES Y SICARIATO » PÁGS. 2-3-4

Keiko hace campaña en casa de jefe de los 'Malditos de Bayóvar'

■ El "Loco Jean Pierre" Mendoza Patiño está preso en el penal de Challapalca por secuestro y extorsión. ■ Dany y Óscar, hermanos de Jean Pierre, registran en su DNI la misma dirección del local de Fuerza Popular.

Verónica Mendoza:
"SÓLO QUEDA MARCAR PPK"




Ex candidata de Frente Amplio pidió no votar en blanco o viciado porque ello favorece a Fujimori.
» PÁG. 9

POLÍTICA » PÁG. 12
Miles marchan hoy en Lima, provincia y en el exterior con un mensaje: No al narcoestado
■ Se inicia a las 5 pm en la plaza San Martín.



POLÍTICA » PÁG. 13
Fiscal viaja a Miami para interrogar a piloto Vásquez sobre audio de Ramírez

ECONOMÍA » PÁG. 16
El fondo Mivivienda oficializó aumento de financiamiento a S/ 395 mil

Portada 9: 31 de mayo de 2016									
		<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>					
		<i>Noticia 3</i>							
		<p>BANDA ES RESPONSABLE DE CRÍMENES, EXTORSIONES Y SICARIATO • PÁG. 23-4</p> <p>Keiko hace campaña en casa de jefe de los 'Malditos de Bayóvar'</p> <p>El "Loco Jean Pierre" Mendoza Papiño está preso en el penal de Challepica por secuestro y extorsión. Dany y Óscar, hermanos de Jean Pierre, registran su DNI la misma dirección del local de Fuerza Popular.</p>		<p>Verónica Mendoza:</p> <p>"SÓLO QUEDA MARCAR PPK"</p> <p>Ex candidata de Frente Amplio sí dice no votar en blanco o vacío porque ello favorece a Fujimori. • PÁG. 9</p> 		<p>POLÍTICA • PÁG. 13</p> <p>Fiscal viaja a Miami para interrogar a piloto Vásquez sobre audio de Ramírez</p>		<p>POLÍTICA • PÁG. 12</p> <p>Miles marchan hoy en Lima, provincias y en el exterior con un mensaje: No al narcoestado</p> <p>Se inicia a las 5 pm en la plaza San Martín.</p>	
De la noticia									
Ubicación en la portada	Superior , izquierda - central		Inferior, izquierda - central		Inferior derecha	Superior derecha			
Número de columnas ocupadas	4		1 1/2		1	1			
Porcentaje en superficie impresa	28%		32%		1%	1%			
De la fotografía o gráfico									
Con / Sin leyenda o			sin leyenda						
Porcentaje en superficie impresa			32%						
Del titular									
	<i>Titular</i>		<i>Volada</i>		<i>Titular</i>				
Estilo de fuente	Negrita		Normal		Negrita				
Tamaño de fuente	77 pt		18 pt		12.8 pt				
Color de fuente	Negro		Rojo		Rojo				
	Negro		Rojo		Negro				

Porcentaje en superficie impresa	22%	6%	1%	1%
----------------------------------	-----	----	----	----

	Portada 9: 31 de mayo del 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	Volada	Titular	Titular
	Banda es responsable de crímenes, extorsiones y sicariato	Keiko hace campaña en casa de jefe de los ‘Malditos de Bayóvar’	Verónica Mendoza: "Sólo queda marcar PPK"
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	oración simple	oración simple	oración bimembre
De estructura vinculada	no	no	-
Sintagma Nominal	Banda	Keiko	-
Actores involucrados	Banda	Keiko	Candidata fujimorista
Núcleo	Banda	Keiko	Candidata
Adyacente	-	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-	-
Sintagma verbal	es responsable de crímenes, extorsiones y sicariato	hace campaña en casa de jefe de los ‘Malditos de Bayóvar’	Sólo queda marcar PPK
Verbo – Acción(es)	Es	hace	Marcar

Modo del verbo	Indicativo	Indicativo	Infinitivo
Tiempo verbal	Presente	Presente	Presente
Sustantivos	Responsable, crímenes, extorsiones, sicariato.	Campaña, casa, jefe, 'Malditos de Baypoval'	PPK
Adjetivos calificativos	-	-	-
Características adicionales			
Figura retórica	-		-
Función comunicativa	Designativo		Declarativo
Análisis discursivo			
Positivo			x
Negativo		x	
Neutral	x		
Análisis del discurso político			
Categoría	Autoridad	Autoridad	Autoridad
Dominio	Argumentación	Argumentación	Argumentación

	<u>Noticia 3</u>	<u>Noticia 4</u>
	Titular	Titular

	Miles marchan hoy en Lima, provincias con un mensaje: No al narcoestado	Fiscal viaja a Miami para interrogar a piloto Vásquez sobre audio de Ramírez
Análisis morfológico – sintáctico		
Tipo de oración	Oración simple	Oración compuesta
De estructura vinculada	no	no
Sintagma Nominal	Miles	Fiscal
Actores involucrados	Miles	Fiscal
Núcleo	Miles	Fiscal
Construcción del adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	
Sintagma verbal	marchan hoy en Lima, provincias con un mensaje: No al narcoestado	viaja a Miami para interrogar a piloto Vásquez sobre audio de Ramírez
Verbo – Acción(es)	marchan	viaja ; interrogar
Modo del verbo	indicativo	indicativo; indicativo
Tiempo verbal	presente	presente; infinitivo
Sustantivos	Lima, provincias, mensaje, narcoestado	Miami, piloto, Vásquez, audio, Ramírez.
Adjetivos calificativos	-	
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función comunicativa	Declarativo	Declarativo
Análisis discursivo		

Positivo		
Negativo	x	
Neutral		x
Análisis del discurso político		
Categoría	El juego de los números	-
Dominio	Retórica, Argumentación	-

	Portada 9: 31 de mayo de 2016
	<i>Noticia 1</i>
	
Fotografía o ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Reportero gráfico (Hernán Hernández)
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Sobre impresión
Nivel morfológico	
Descripción del motivo fotográfico / ilustrativo	Verónica Mendoza declarando oficialmente su posición final respecto a las elecciones.

Protagonistas	Verónica Mendoza
Punto de interés	Verónica Mendoza
Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Medio
Iluminación	Natural, frontal, clave tonal alta
Tonalidad	Brillo alto, tonos cálidos (rojo, beige).
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero, figura de Verónica Mendoza, segundo titular de la noticia.
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Verónica Mendoza expresándose verbal y gestualmente.
Tiempo simbólico	Invocación por parte de la ex candidata presidencial para evitar que Keiko Fujimori apoyando a Kuczynski como último y necesario recurso.
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	De liderazgo, seria.
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 31 de mayo del 2016

“Banda es responsable de crímenes, extorsiones y sicariato – Keiko hace campaña en casa de jefe de los ‘Malditos de Bayóvar’” es el titular de la noticia, donde se señala que las acciones proselitistas de Keiko Fujimori como parte de su postulación a la presidencia, se hacían en un espacio perteneciente o vinculado a una banda delictiva con un historial de “crímenes extorsiones y sicariato” tal cual se menciona a en la volada. Por la naturaleza negativa de los términos, se considera la presencia de la macroestrategia de lexicalización para *Resaltar lo negativo de los otros*. No hay imagen que acompañe la noticia.

En la noticia 2 **“Verónica Mendoza: “Sólo queda marcar PPK”** aparece nuevamente Verónica Mendoza, ex candidata presidencial. Este personaje significa el segundo apoyo importante para Kuczynski luego de Julio Guzmán, y también actúa como vehículo para el uso de la macroestrategia de Autoridad. La fotografía de Hernán Hernández muestra a Mendoza con dirigiéndose al público vestida de rojo en una de sus presentaciones públicas.

Se retoma el seguimiento a las acusaciones de lavado de activos de Joaquín Ramírez en la noticia 3, mientras que arriba de ella una noticia titulada **“Miles marchan hoy en Lima, provincias y en el exterior con un mensaje: No al narcoestado”** destacando el rechazo de un sector de la población frente al narcotráfico y su infiltración en las esferas del estado.

Portada 10
(1 de junio de 2016)

DEPORTES » PÁG. 26
Copa América: Ricardo Gareca aún no define el once para el debut ante Haití

OCIO Y CULTURA » PÁG. 28
SALVADOR DEL SOLAR Y 'MAGALLANES' EN LOS PREMIOS PLATINO

ECONOMÍA » PÁG. 16
La Renta vitalicia escalonada de SBS

OCIO Y CULTURA » PÁG. 27
Andrea Montenegro se suma a 'Mis tres Marías'

La República Miércoles
1º de junio del 2016
Año 35 | Nº 12.569
S/ 1.50
Via aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO www.larepublica.pe @larepublica.pe Diario La República

MILES COREARON EN LIMA Y PROVINCIAS » PÁGS. 2-3-4-6 y 7

“No es odio, es amor al Perú”

— Líderes políticos como Verónica Mendoza, Julio Guzmán, Gino Costa, Fernando Olivera, Mesías Guevara, personalidades como Víctor Delfín y rostros de TV como Mónica Sánchez y Jason Day dijeron presente en la marcha.

— Multitudinaria movilización superó largamente a la del 5 de abril. Hombres, mujeres, jóvenes, niños con sus padres, y gremios, se desplazaron por las calles en rechazo a la eventualidad de un nuevo gobierno fujimorista.



EN DEFENSA DE LA DEMOCRACIA

	Portada 10: 1 de junio de 2016
	<i>Noticia 1</i>
	<p style="text-align: center;">MILES COREARON EN LIMA Y PROVINCIAS ▶ PÁGS. 2-3+4-6y7</p> <h2 style="text-align: center;">“No es odio, es amor al Perú”</h2> <p style="font-size: small;"> ■ Líderes políticos como Verónica Mendoza, Julio Guzmán, Gino Costa, Fernando Olivera, Mesías Guevara, personalidades como Víctor Delfín y rostros de TV como Mónica Sánchez y Jason Day dijeron presente en la marcha. ■ Multitudinaria movilización superó largamente a la del 5 de abril. Hombres, mujeres, jóvenes, niños con sus padres, y gremios, se desplazaron por las calles en rechazo a la eventualidad de un nuevo gobierno fujimorista. </p>  <p style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">EN DEFENSA DE LA DEMOCRACIA</p> <p style="font-size: x-small;">Impresionante imagen de la multitud reunida en respuesta a la convocatoria de No a Kenia. Foto que nos recuerda las movilizaciones del 2000 exigiendo la renuncia de Fujimori.</p>
De la noticia	
Ubicación en la portada	Central
Número de columnas ocupadas	4
Porcentaje en superficie impresa	66%
De la fotografía o gráfico	
Con / Sin leyenda o	Con leyenda
Porcentaje dentro de la noticia	38%

<i>Del titular</i>	<i>Titular</i>	<i>Volada</i>
Estilo de fuente	Negrita	Normal
Tamaño de fuente	106 pt	24.5 pt
Color de fuente	Negro	Rojo
Porcentaje en superficie impresa	19%	

	Portada 10: 1 de junio del 2016	
	<i>Noticia 1</i>	
	Volada	Titular
	Miles corearon el Lima y Provincias	"No es odio, es amor al Perú"
Análisis morfológico – sintáctico		
Tipo de oración	oración compuesta subordinada (bimembre)	
De estructura vinculada	si	
Sintagma Nominal	Miles	esto (sujeto tácito)
Actores involucrados	Miles	-
Núcleo	Miles	-
Adyacente	Miles	-
Tipo o grado del adjetivo	Miles	-
Sintagma verbal	corearon el Lima y Provincias	no es odio, es amor al Perú
Verbo – Acción(es)	corearon	es, es
Modo del verbo	indicativo	indicativo
Tiempo verbal	pasado	presente

Sustantivos	Lima, provincias	odio, amor, Perú
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica		
Función comunicativa	Apelativo	
Análisis discursivo		
Positivo	x	x
Negativo		
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	El juego de los números	Polarización
Dominio	Retórica, Argumentación	Significado

Portada 10: 1 de junio de 2016

Noticia 1



Fotografía o ilustración

Fotografía

Nivel contextual

Género

Fotografía de prensa

Procedencia

Reportero gráfico (Javier Quispe)

Parámetros Técnicos

B/N o Color

Color

Técnica de edición	-
Nivel morfológico	
Descripción del motivo fotográfico / ilustrativo	Multitud reunida en la plaza '2 de mayo' para manifestar su oposición a la candidata presidencial Keiko Fujimori
Protagonistas	Multitud de manifestantes
Punto de interés	Bandera del Perú y manifestantes
Elemento informativo predominante	Proxémico
Plano	General – conjunto
Iluminación	Artificial, clave tonal baja, cenital.
Tonalidad	Roja y blanca, sombras.
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero, bandera del Perú flameando, segundo, multitud reunida.
Leyes de la Gestalt	Movimiento común
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Multitud congregada ondea la bandera gigante.
Tiempo simbólico	Defensa de la patria representada por el sostén del símbolo patrio, y unidad social contra lo que representa Keiko Fujimori
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Solidaria, patriótica, contestataria, de unión
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 1 de junio del 2016

En la única noticia de la portada del 1ero de junio, “**Miles corearon en Lima y Provincias – No es odio es amor al Perú**”, tanto la volada como titular principal están conectados. Este titular es apelativo (emocional) por el componente de patriotismo (amor al Perú) que se muestra al mencionar “amor al Perú” y que se complementa con la bandera gigante que ondea sobre la multitud en la fotografía. La cifra miles forma parte de la macroestrategia Juego de números.

SOCIEDAD » PÁG. 19

Cambiará el rostro de Lima

Alameda conectará Campo de Marte, Parque de la Exposición y Circuito Mágico del Agua.



DEPORTES » PÁG. 24

Paolo Guerrero confía en los jóvenes para hacer una buena Copa América



La República

Jueves

2 de junio del 2016
Año 35 | Nº 12,570

S/ 1.50

Vía aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO

www.larepublica.pe

@larepublica.pe

Diario La República

PILOTO RESPONDIÓ EN MIAMI A MAGISTRADA MANUELA VILLAR » PÁG. 7

“Ramírez me dijo que lavó dinero para Keiko”, reiteró Vásquez ante fiscal



Colaborador de la DEA entregó documentos sobre el caso del financista de Keiko Fujimori a fiscal Villar, que viajó a los Estados Unidos para recibir su testimonio.

La diligencia se realizó en el Consulado del Perú de 10 am a 10 pm. También participó la abogada de Joaquín Ramírez, que pretendió hacer valer la inmunidad de su defendido.



EN PORTADA » PÁGS. 2-3

Militares recuerdan intromisión y corrupción del fujimorismo en las Fuerzas Armadas

Hay preocupación en las armas ante eventual triunfo de Fuerza Popular.



POLÍTICA » PÁG. 10

Fujimori niega haber impuesto silencio a Chimper: Hoy cierra campaña en Lima

MUNDO » PÁG. 18

Hugh Herr, científico “biónico”, gana el premio Princesa de Asturias






SOCIEDAD » PÁG. 21

Chef mata a esposa, a sus dos hijos y luego intenta suicidarse, pero sobrevive



MASIVO CIERRE DE CAMPAÑA DE PPK EN LIMA

Kuczynski escogió como escenario el Campo de Marte. Reiteró su plan de empleo, aumento de sueldos, combate a la inseguridad y a la corrupción. » PÁG. 8

Portada 11: 2 de junio de 2016				
		Noticia 1	Noticia 2	Noticia 3
		<p>PILOTO RESPONDIÓ EN MIAMI A MAGISTRADA MANUELA VILLAR » PÁG. 7</p> <p>“Ramírez me dijo que lavó dinero para Keiko”, reiteró Vásquez ante fiscal</p>  <p>Colaborador de la DEA entregó documentos sobre el caso del financista de Keiko Fujimori a fiscal Villar, que viajó a los Estados Unidos para recibir su testimonio.</p> <p>La diligencia se realizó en el Consulado del Perú de 10 am a 10 pm. También participó la abogada de Joaquín Ramírez, que pretendió hacer valer la inmunidad de su defendido.</p>	 <p>MASIVO CIERRE DE CAMPAÑA DE PPK EN LIMA</p> <p>Kuczynski escogió como escenario el Campo de Marte. Reiteró su plan de empleo, aumento de sueldos, combate a la inseguridad y a la corrupción. » PÁG. 8</p>	 <p>POLÍTICA » PÁG. 10</p> <p>Fujimori niega haber impuesto silencio a Chlimper: Hoy cierra campaña en Lima</p>
De la noticia				
Ubicación en la portada		Superior , izquierda - central	Inferior, izquierda - central	Superior derecha
Número de columnas ocupadas		3	3	1
Porcentaje en superficie impresa		28%	25%	3.5%
De la fotografía o gráfico				
Con / Sin leyenda o		sin leyenda	sin leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa		3%	25%	1.5%
Del titular		<i>Titular</i>	<i>Volada</i>	<i>Titular</i>
Estilo de fuente		Negrita	Normal	Negrita
Tamaño de fuente		70 pt	16 pt	15 pt
Color de fuente		Negro	Rojo	Negro
				Negro (titular y título de gráfico)

Porcentaje en superficie impresa	18%	1%	1%
----------------------------------	-----	----	----




	Portada 11: 2 de junio del 2016		
	<u>Noticia 1</u>		<u>Noticia 2</u>
	Volada	Titular	Titular
	Piloto respondió en Miami a magistrada Manuela Villar	“Ramírez me dijo que lavó dinero para Keiko”, reiteró Vásquez ante fiscal	Masivo cierre de campaña de PPK en Lima
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	oración simple	oración compuesta	oración simple
De estructura vinculada	no	no	no
Sintagma Nominal	piloto	Ramírez: Vásquez	Masivo cierre de campaña de PPK en Lima
Actores involucrados	piloto (Vásquez)	-	PPK (Kuczynski)
Núcleo	piloto	-	Cierre de campaña
Adyacente	-	-	de PPK
Tipo o grado del adjetivo	-	-	Masivo
Sintagma verbal	respondió en Miami a magistrada Manuela Villar	me dijo que lavó dinero para Keiko; reiteró ante fiscal	-
Verbo – Acción(es)	respondió	dijo, lavó; reiteró	se realizó (verbo tácito)
Modo del verbo	indicativo	indicativo; indicativo	-

Tiempo verbal	pasado	pasado, pasado; pasado	-
Sustantivos	Miami, Manuela Villar	dinero, Keiko; fiscal	-
Adjetivos calificativos		-	-
Características adicionales			
Figura retórica			
Función comunicativa	Declarativo		Referencial
Análisis discursivo			
Positivo			x
Negativo		x	
Neutral	x		x
Análisis del discurso político			
Categoría	-	Desmentidos	Lexicalización
Dominio	-	Significado	Estilo

	<i>Noticia 3</i>
	Titular
	Fujimori niega haber impuesto silencio a Chlimper: Hoy cierra campaña en Lima
Análisis morfológico – sintáctico	

Tipo de oración	Oración compuesta yuxtapuesta	
De estructura vinculada	-	
Sintagma Nominal	Fujimori; Fujimori (sujeto tácito)	
Actores involucrados	Fujimori, (Fujimori)	
Núcleo	Tribunal	
Construcción del adyacente	-	
Tipo o grado del adjetivo	-	
Sintagma verbal	niega haber impuesto silencio a Chlimper; Hoy cierra campaña en Lima	
Verbo – Acción(es)	niega haber impuesto; cierra	
Modo del verbo	infinitivo compuesto ; indicativo	
Tiempo verbal	presente; presente	
Sustantivos	silencio, Chlimper; campaña, Lima	
Adjetivos calificativos	-	
Características adicionales		
Figura retórica		
Función comunicativa	Referencial	
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		

Neutral	x
Análisis del discurso político	
Categoría	-
Dominio	-

	Portada 11: 2 de mayo de 2016		
	<i>Noticia 1</i>	<i>Noticia 2</i>	<i>Noticia 3</i>
			
Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual			
Género	No determinable	Fotografía de prensa	Fotografía de prensa
Procedencia de fotografía	Programa televisivo	Reportero gráfico (David Huamani)	Archivo del diario
Parámetros Técnicos			
B/N o Color	Color	Color	Color
Técnica de edición	-	Apertura de ventana	-

Nivel morfológico			
Descripción del motivo fotográfico	Vásquez declarando sobre el caso Ramírez en televisión.	Kuczynski, su esposa Nancy Lange y entonces candidata a la Segunda Vicepresidencia, Mercedes Aráoz bailando durante el cierre de campaña en Lima de PPK.	Fujimori en presentación pública (mitin) previa a su cierre de campaña en Lima.
Protagonistas	Jesús Vásquez	Fujimori, Nancy Lange y Mercedes Aráoz	Fujimori
Punto de interés	Jesús Vásquez	Fujimori y Kuczynski	Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico	Kinésico	Kinésico
Plano	Primer plano	Americano (ambos)	Medio
Iluminación	Artificial, frontal, clave tonal alta	Artificial, frontal, clave tonal alta	Artificial, lateral, clave tonal alta.
Tonalidad	Predominantemente roja y con iluminaciones neutrales	Brillo alto, tonalidad oscura contrastada con ciertas iluminaciones (como camisa blanca de Kuczynski)	Brillo alto, contraste alto entre fondo (negro) y forma (silueta clara).
Nivel compositivo y enunciativo			
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Rostro de Vásquez	Primero, Kuczynski, segundo, Nancy Lange, tercero, titular de noticia, cuarto, Mercedes Araos.	Rostro de Fujimori
Leyes de la Gestalt	-	-	-
Tiempo de representación			
Instantaneidad	Vásquez mirando al entrevistador.	Los tres protagonistas bailan y saludan al público asistente al cierre de campaña	Fujimori hablándole firmemente a la audiencia.

Tiempo simbólico	Confesión, acusación o evidencia sobre un hecho de relevancia	Alegría, celebración conjunta por la candidatura de Kuczynski. Agradecimiento con sus simpatizantes.	Apelación al público simpatizante para contar con su apoyo en las elecciones.
Nivel enunciativo			
Actitud de los personajes	Disgusto, incomodidad	Alegre, cercana, de compañerismo, liderazgo	Firme, apelativa, de liderazgo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 2 de junio del 2016

Dentro de la noticia 1 **“Piloto respondió en Miami a magistrada Manuela Villar – “Ramírez me dijo que lavó dinero para Keiko”**, reiteró Vásquez ante fiscal” aparece nuevamente una referencia directa al lavado de activos como una actividad relacionada con la agrupación fujimorista y su lideresa Keiko Fujimori. Estructuralmente, encontramos en el titular principal una oración bimembre y de carácter enunciativo en ambos casos. La imagen pertenece al archivo visual del reportaje periodístico televisivo que presentó el destape.

En la noticia 2 titulada **“Masivo cierre de campaña de PPK en Lima”** se resalta la concurrencia en la presentación de Kuczynski, quien aparece en la fotografía junto a Nancy Lange, su esposa, y Mercedes Araos, segunda vicepresidenta, todos mostrando gestos de júbilo.

“Fujimori niega haber impuesto silencio a Chlimper: Hoy cierra campaña en Lima” es la noticia 3, donde Keik aparece en una foto dirigiéndose al público y se menciona el desmentido por parte de la candidata frente a una supuesta sanción interna frente a José Chlimper luego del escándalo de los audios.

Portada 12
(3 de junio de 2016)

Para que tus hijos **aprendan inglés** de forma fácil y divertida

Ya está a la venta
Cuarta entrega:
Wild animals

A solo
S/ **10**

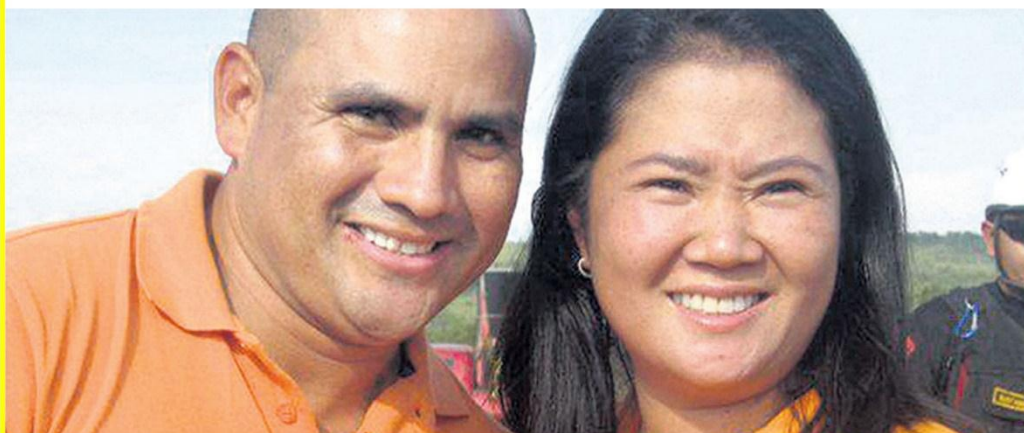
Encuétralo en tu quiosco favorito o en coleccionlarepublica.pe

La República

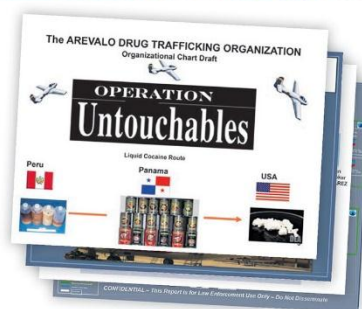
Viernes
3 de junio del 2016
Año 35 | Nº 12,571
S/ 1.50
Via aérea e Iquitos S/ 2.00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO www.larepublica.pe @larepublica.pe Diario La República

OPERATIVO 'LOS INTOCABLES' ALCANZA AL FINANCISTA DE KEIKO » PÁGS. 2-3-4



Caso Ramírez: El expediente de la DEA



— Documentos revelan vigilancia, seguimiento de viajes, negocios, cuentas y transferencias millonarias de Joaquín, su tío Fidel y personas de su confianza.

— Investigación alcanza también al congresista electo de Cajamarca por Fuerza Popular Osías Ramírez, hermano menor de Joaquín.

Agentes de Montesinos en el entorno de Keiko Fujimori » PÁGS. 10-11

POLÍTICA » PÁG. 9

PPK cierra campaña en Arequipa y ofrece plan con seguridad, agua, salud y educación



POLÍTICA » PÁG. 14

Keiko Fujimori acabó campaña en Lima bajo críticas por las mentiras de Spadaro



ECONOMÍA » PÁG. 18

Humala observaría ley de retiro del 25% de fondos de AFP para vivienda

	Portada 12: 3 de junio de 2016			
	Noticia 1		Noticia 2	Noticia 3
De la noticia				
Ubicación en la portada	Superior , central		Inferior, izquierda	Inferior central
Número de columnas ocupadas	4		1 1/2	1 1/2
Porcentaje en superficie impresa	60%		3.5%	3.5%
De la fotografía o gráfico	1	2		
Con / Sin leyenda o	sin leyenda	sin leyenda	sin leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	28%	7%	1.5%	1.4%
Del titular	<i>Titular</i>	<i>Volada</i>	<i>Titular</i>	<i>Titular</i>
Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita	Negrita
Tamaño de fuente	76.19 pt	19 pt	12.8 pt	12.8 pt

Color de fuente	Negro	Rojo	Negro	Negro (titular y título de gráfico)
Porcentaje en superficie impresa	12.5%		1%	1%

	Portada 12: 3 de junio del 2016		
	<u>Noticia 1</u>		<u>Noticia 2</u>
	Volada	Titular	Titular
	Operativo 'Los intocables' alcanza al financista de Keiko	Caso Ramírez: El expediente de la DEA	Agentes de Montesinos en el entorno de Keiko Fujimori
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	oración simple	oración compuesta	oración simple
De estructura vinculada	no	no	no
Sintagma Nominal	Operativo 'Los intocables'	Ramírez: Vásquez	Agentes de Montesinos
Actores involucrados	-		Agentes de Montesinos, Montesinos
Núcleo	Operativo		Agentes
Adyacente	'Los intocables'		de Montesinos
Tipo o grado del adjetivo	-		-
Sintagma verbal	alcanza al financista de Keiko	-	(están/ estarían) en el entorno de Keiko Fujimori
Verbo – Acción(es)	alcanza	-	están/ estarían (verbo tácito)

Modo del verbo	indicativo	-	-
Tiempo verbal	presente	-	-
Sustantivos	financista, Keiko	-	entorno, Keiko Fujimori
Adjetivos calificativos		-	-
Características adicionales			
Figura retórica			
Función comunicativa	Temático		Designativo
Análisis discursivo			
Positivo			
Negativo		x	x
Neutral	x		
Análisis del discurso político			
Categoría	-	Desmentidos	Lexicalización
Dominio	-	Significado	Estilo

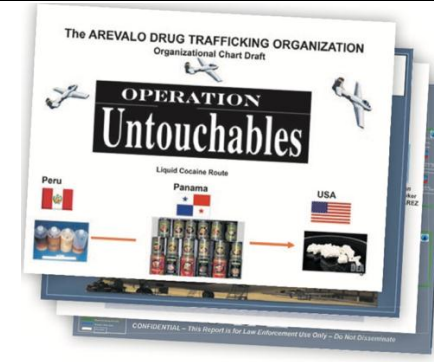
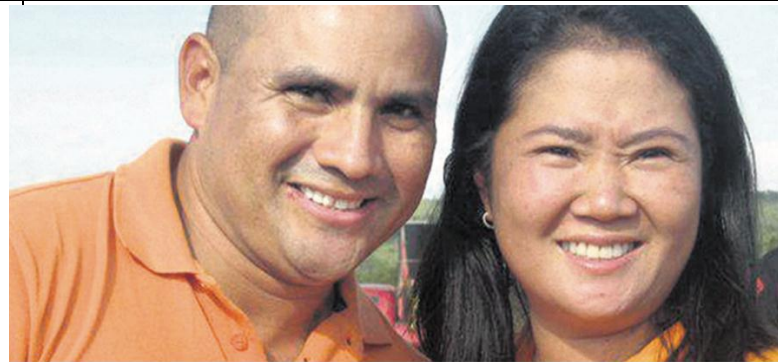
	<u>Noticia 3</u>	<u>Noticia 4</u>
	Titular	Titular


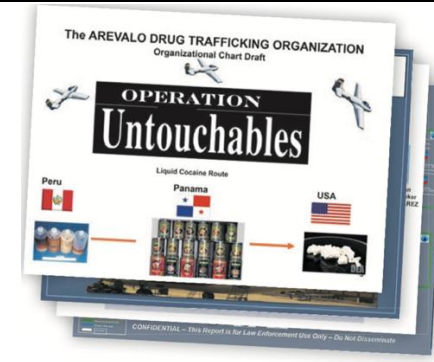
	PPK cierra campaña en Arequipa y ofrece plan con seguridad, agua, salud y educación	Keiko Fujimori acabó campaña en Lima bajo críticas por las mentiras de Spadaro
Análisis morfológico – sintáctico		
Tipo de oración	oración compuesta yuxtapuesta	oración simple
De estructura vinculada	-	-
Sintagma Nominal	PPK (Kuczynski)	Keiko Fujimori
Actores involucrados	PPK (Kuczynski)	Keiko Fujimori
Núcleo	PPK (Kuczynski)	Keiko Fujimori
Construcción del adyacente	-	
Tipo o grado del adjetivo	-	
Sintagma verbal	cierra campaña en Arequipa y ofrece plan con seguridad, agua, salud y educación	acabó campaña en Lima bajo críticas por las mentiras de Spadaro
Verbo – Acción(es)	cierra; ofrece	acabó
Modo del verbo	indicativo; indicativo	indicativo
Tiempo verbal	presente; presente	pasado
Sustantivos	campaña, Arequipa; plan, seguridad, agua, salud y educación	campaña, Lima, críticas, mentiras, Spadaro
Adjetivos calificativos	-	
Características adicionales		
Figura retórica		

Función comunicativa	Designativo	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		x
Neutral	x	
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Descripción del actor
Dominio	-	Significado



Portada 12: 3 de junio de 2016

Noticia 1



	Portada 12: 3 de junio de 2016	
	<i>Noticia 1</i>	
		
Fotografía o ilustración	Fotografía	Ilustración
Nivel contextual		
Género	Fotografía social	-
Procedencia	Archivo del diario	De elaboración del diario
Parámetros Técnicos		
B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	-	-
Nivel morfológico		
Descripción del motivo fotográfico / de ilustración	Joaquín Ramírez y Keiko Fujimori en una reunión o situación pública relacionada al partido Fuerza Popular.	Representación elaborada que hace referencia a la investigación de la CIA
Protagonistas	Joaquín Ramírez y Keiko Fujimori	-

Punto de interés	Joaquín Ramírez y Keiko Fujimori	Nombre de la investigación en diapositiva
Elemento informativo predominante	Proxémico	-
Plano	Primer plano - conjunto	-
Iluminación	Natural, semi lateral, clave tonal alta	-
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad cálida (naranja: polos y beige: rostros)	Contrastada (mejor legibilidad)
Nivel compositivo y enunciativo		
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero, el rostro de Keiko Fujimori y luego el de Joaquín Ramírez	Primero la figura frontal, luego el conjunto
Leyes de la Gestalt	Semejanza, proximidad.	-
Tiempo de representación		
Instantaneidad	Joaquín Ramírez y Keiko Fujimori sonriendo para la cámara	-
Tiempo simbólico	Camaradería y cercanía entre ambos protagonistas, como militantes de FP (ambos llevan polo naranja, color del partido)	-
Nivel enunciativo		
Actitud de los personajes	De compañerismo y confianza.	-
Mirada de los personajes	Mostración de mirada	-

	<u>Noticia 2</u>	<u>Noticia 3</u>
		
Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual		
Género	Fotografía de prensa	Fotografía de prensa
Procedencia	Reportero gráfico del diario (autor desconocido)	Archivo de diario
Parámetros Técnicos		
B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	-	-
Nivel morfológico		
Descripción del motivo fotográfico / ilustrativo	Kuczynski junto a Mercedes Aráoz y militantes de PPK en cierre de campaña nacional.	Fujimori en su cierre de campaña nacional.
Protagonistas	Kuczynski, Mercedes Aráoz	Fujimori
Punto de interés	Kuczynski	Fujimori

Elemento informativo predominante	Kinésico	Kinésico
Plano	Medio – conjunto	Medio
Iluminación	Artificial, semi lateral, clave tonal alta	Artificial, semi lateral, clave tonal alta
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad predominantemente oscura	Brillo alto, contraste blanco - negro por la vestimenta de Fujimori
Nivel compositivo y enunciativo		
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero, Kuczynski elevando su puño. Luego Aráoz y finalmente militantes en el fondo.	Expresión de Fujimori.
Leyes de la Gestalt	-	-
Tiempo de representación		
Instantaneidad	Kuczynski hablando a los asistentes al mitin de cierre y elevando el puño.	Fujimori agarrándose la cabeza y haciendo gesto facial (sonrisa no natural).
Tiempo simbólico	Comunicación enérgica, denotando voluntad y liderazgo como candidato, para contar con el apoyo de la población.	Expresión simbólica de Fujimori en relación a estar involucrada en la situación que se aborda en la noticia.
Nivel enunciativo		
Actitud de los personajes	Enérgica, de liderazgo.	Insegura, de insatisfacción, nerviosa.
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 3 de junio del 2016

“Operativo ‘Los intocables’ alcanza al financista de Keiko – Caso Ramírez: El expediente de la DEA” es la noticia 1. El titular principal es un titular temático que continúa abordando la investigación a Joaquín Ramírez. La imagen que acompaña la noticia muestra una relación cercana entre Ramírez y Fujimori, además de ambos vestir polos color naranja (partido Fuerza Popular).


La noticia 2 “**PPK cierra campaña en Arequipa y ofrece plan con seguridad, agua, salud y educación**”, es una breve enumeración de los servicios básicos que promete el candidato de Peruanos por el Cambio y la fotografía del evento muestra al candidato en una posición de firmeza.

Finalmente, la noticia 3 titulada “**Keiko Fujimori acabó campaña en Lima bajo críticas por las mentiras de Spadaro**” es acompañada por una fotografía donde su rostro expresa nerviosismo o incomodidad. El titular es una oración simple.

Portada 13
(4 de junio de 2016)


DEPORTES » PÁG. 25

Muhammad Ali: Adiós al más grande, al peleador, a la leyenda.



DEPORTES » PÁG. 23

Sueño americano: **Perú** debuta hoy (6:30 pm) **ante Haití** en Seattle



La República

Sábado
 4 de junio del 2016
 Año 35 | Nº 12,572
 S/ 1.50
 Via aérea e Iquitos S/ 2.50

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO www.larepublica.pe @larepublica_pe Diario La República

DESDE SU CELDA EN LA BASE NAVAL » PÁGS. 9-10



Montesinos (1) ocupa dos ambientes y un patio. En la foto el teniente Edison Zagaceta (3) y el técnico AP David Hidalgo antes del hallazgo.

Montesinos se comunicaba con el exterior

La República tuvo acceso a información confidencial que confirma que Montesinos, socio de Fujimori en el poder, tenía móvil en penal de máxima seguridad en el que está recluso.

En esta edición, la historia de cómo le encontraron el celular, los testimonios de marinos que intervinieron y las últimas llamadas que realizó. Ocho fiscales realizaron una requisita en la celda de VM.



POLÍTICA » PÁG. 13

Fiscal investigará a N° 2 de Keiko Fujimori por el caso del audio manipulado

José Chilimper reitera que entregó un USB, pero ex productor de programa TV afirma lo contrario.



ECONOMÍA » PÁG. 18

Humala impide a los aportantes de AFPs usar el 25% de su fondo para comprar vivienda

SOCIEDAD » PÁG. 20

Cancelarán las líneas móviles prepago que no estén identificadas, advierte el MTC


EN PORTADA » PÁGS. 23-4-5

Negocios de la droga hubo siempre en el gobierno de Fujimori, pero este los ignoró



POLÍTICA » PÁG. 11

Kuczynski anuncia gobierno de ancha base en caso de ganar elecciones de mañana







POLÍTICA » PÁG. 12

Procuradora Sonia Medina habla de narcoestado



Portada 13: 4 de junio de 2016			
		Noticia 1	Noticia 2
		<p>DESDE SU CELDA EN LA BASE NAVAL • PÁGS. 9-10</p>  <p>Montesinos (3) ocupa dos ambientes y un patio. En la foto el sernomil Edson Zapata (2) y el técnico AP David Hidalgo antes del hallazgo.</p> <h2>Montesinos se comunicaba con el exterior</h2> <p>La República tuvo acceso a información confidencial que confirma que Montesinos, socio de Fujimori en el poder, tenía móvil en penal de máxima seguridad en el que está recluido.</p> <p>En esta edición, la historia de cómo le encontraron el celular, los testimonios de marinos que intervinieron y las últimas llamadas que realizó. Ocho fiscales realizaron una requisita en la celda de VM.</p> 	 <p>POLÍTICA » PÁG. 13</p> <h2>Fiscal investigará a N° 2 de Keiko Fujimori por el caso del audio manipulado</h2> <p>José Chiimper reitera que entregó un USB, pero ex productor de programa TV afirma lo contrario.</p>
De la noticia			
Ubicación en la portada	Superior / central izquierda		Superior derecha
Número de columnas ocupadas	3		1
Porcentaje en superficie impresa	52%		6%
De la fotografía o gráfico	1	2	
Con / Sin leyenda o	con leyenda	sin leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	22%	4.5%	3%
Del titular	Titular	Volada	Titular
Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita
Tamaño de fuente	80 pt	22 pt	16 pt

Color de fuente	Negro	Rojo	Negro (titular y título de gráfico)
Porcentaje en superficie impresa	15%		2.7%
	<i>Noticia 3</i>		<i>Noticia 4</i>
	EN PORTADA » PÁGS. 2-3-4-5 Negocios de la droga hubo siempre en el gobierno de Fujimori, pero este los ignoró		POLÍTICA » PÁG. II Kuczynski anuncia gobierno de ancha base en caso de ganar elecciones de mañana 
<i>De la noticia</i>			
Ubicación en la portada	Superior / central izquierda		Superior derecha
Número de columnas ocupadas	3		1
Porcentaje en superficie impresa	3%		3%
<i>De la fotografía o gráfico</i>	1		
Con / Sin leyenda o	con leyenda		sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	1.5%		1.5%
<i>Del titular</i>	<i>Titular</i>		<i>Titular</i>
Estilo de fuente	Negrita		Negrita
Tamaño de fuente	12.8 pt		12.8 pt
Color de fuente	Negro		Negro (titular y título de gráfico)
Porcentaje en superficie impresa	1%		1%

	<i>Noticia 3</i>	<i>Noticia 4</i>
	<p>EN PORTADA » PÁGS. 2-3-4-5</p> <p>Negocios de la droga hubo siempre en el gobierno de Fujimori, pero este los ignoró</p> 	<p>POLÍTICA » PÁG. 11</p> <p>Kuczynski anuncia gobierno de ancha base en caso de ganar elecciones de mañana</p> 
<i>De la noticia</i>		
Ubicación en la portada	Superior / central izquierda	Superior derecha
Número de columnas ocupadas	3	1
Porcentaje en superficie impresa	3%	3%
<i>De la fotografía o gráfico</i>	1	
Con / Sin leyenda o	con leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	1.5%	1.5%
<i>Del titular</i>	<i>Titular</i>	<i>Titular</i>
Estilo de fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de fuente	12.8 pt	12.8 pt
Color de fuente	Negro	Negro (titular y titulo de gráfico)
Porcentaje en superficie impresa	1%	1%

	Portada 13: 4 de junio del 2016		
	<u>Noticia 1</u>		<u>Noticia 2</u>
	Volada	Titular	Titular
	Desde su celda en la base naval	Montesinos se comunicaba con el exterior	Fiscal investiga a N°2 de Keiko Fujimori por el caso del audio manipulado
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	Oración simple		oración simple
De estructura vinculada	si		no
Sintagma Nominal		Montesinos	fiscal
Actores involucrados		Montesinos	fiscal
Núcleo	-	Montesinos	-
Adyacente	-	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-	-
Sintagma verbal	desde su celda en la base naval (volada) se comunicaba con el exterior (titular)		investiga a N°2 de Keiko Fujimori por el caso del audio manipulado
Verbo – Acción(es)		comunicaba	investiga
Modo del verbo		indicativo	indicativo
Tiempo verbal		pasado	presente

Sustantivos	celda, base naval	exterior	Nº2 de Keiko Fujimori, caso, audio
Adjetivos calificativos		-	manipulado
Características adicionales			
Figura retórica	-	-	-
Función comunicativa	Designativo		Referencial
Análisis discursivo			
Positivo			
Negativo	x		
Neutral			x
Análisis del discurso político			
Categoría	-	Desmentidos	-
Dominio	-	Significado	-

	<u>Noticia 3</u>	<u>Noticia 4</u>
	Titular	Titular
	Negocios de la droga hubo siempre en el gobierno de Fujimori, pero éste los ignoró	Kuczynski anuncia gobierno de ancha base en caso de ganar elecciones de mañana

Análisis morfológico – sintáctico		
Tipo de oración	oración simple	oración simple
De estructura vinculada	-	-
<i>Sintagma Nominal</i>	negocios de la droga	Kuczynski
Actores involucrados	-	Kuczynski
Núcleo	negocios	Kuczynski
Construcción del adyacente	de la droga	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
<i>Sintagma verbal</i>	hubo siempre en el gobierno de Fujimori, pero éste los ignoró.	anuncia gobierno de ancha base en caso de ganar elecciones de mañana
Verbo – Acción(es)	hubo, ignoró	anuncia, ganar
Modo del verbo	indicativo, indicativo	gobierno de ancha base
Tiempo verbal	pasado, pasado	presente, infinitivo
Sustantivos	campana, Arequipa; plan, seguridad, agua, salud y educación	gobierno de ancha base, elecciones
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica		
Función comunicativa	Expresivo	Designativo
Análisis discursivo		

Positivo		
Negativo	x	
Neutral		x
Análisis del discursopolítico		
Categoría	Lexicalización	-
Dominio	Estilo	-

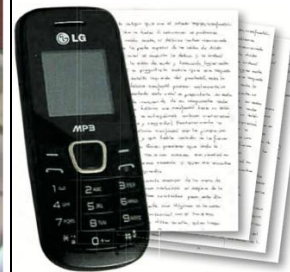
Portada 13: 4 de junio de 2016




Noticia 1

Noticia 2



Montesinos (1) ocupa dos ambientes y un patio. En la foto el teniente Edison Zagaceta (3) y el técnico AP David Hidalgo antes del hallazgo.



	Portada 13: 4 de junio de 2016		
	<u>Noticia 1</u>		<u>Noticia 2</u>
			
Fotografía o ilustración	Fotografía	Ilustración	Fotografía
Nivel contextual			
Género	No determinable	-	Fotografía de prensa
Procedencia de fotografía	Captura de imagen de video vigilancia de la celda de Vladimiro Montesino	De elaboración del diario	Archivo del diario
Parámetros Técnicos			
B/N o Color	Color	Color	Color
Técnica de edición	Sobre impresión	-	-
Nivel morfológico			
Descripción del motivo fotográfico	Vladimiro Montesinos en el patio de su celda junto a un teniente y un técnico de la Base Naval conversando antes de la requisa.		José Chlimper en una presentación dirigiéndose al público desde el estrado.

Protagonistas	Vladimiro Montesinos, teniente Edison Zagaceta y técnico AP David Hidalgo.	-	José Chlimper
Punto de interés	Vladimiro Montesinos	Celular y documentos	José Chlimper
Elemento informativo predominante	Proxémico	-	Kinésico
Plano	General - conjunto plano	-	Medio
Iluminación	Natural, cenital, clave tonal alta.	-	Artificial, frontal, clave tonal alta.
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad neutral		Brillo moderado, contraste entre fondo (blanco) y sujeto (ropa oscura).
Nivel compositivo y enunciativo			
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Estática	Dinámica
Recorrido visual	Primero Montesinos (1), luego el teniente Edison Zagaceta (3) y finalmente el técnico AP David Hidalgo (2).	Primero el celular, luego los documentos.	Primero el rostro de José Chlimper y luego sus manos.
Leyes de la Gestalt	-	-	-
Tiempo de representación			

Instantaneidad	Montesinos saludando o conversando con el teniente y el técnico.	-	Chlimper exponiendo en una presentación, complementando su mensaje con movimiento de la mano.
Tiempo simbólico	Vladimiro Montesinos desplazándose en una celda privilegiada.	-	José Chlimper en defensa, aclaración o sustentación.
Nivel enunciativo			
Actitud de los personajes	no determinable		Defensiva o aclaratoria
Mirada de los personajes	No mostración de mirada		No mostración de mirada

	<i>Noticia 3</i>	<i>Noticia 4</i>
		
Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía

Nivel contextual		
Género	Fotografía de prensa	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo del diario	Archivo del diario
Parámetros Técnicos		
B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	-	-
Nivel morfológico		
Descripción del motivo fotográfico / ilustrativo	Alberto Fujimori y hablando con funcionario del ejército (militar)	Kuczynski
Protagonistas	Alberto Fujimori y militar	-
Punto de interés	Alberto Fujimori y militar	Nombre de la investigación en diapositiva
Elemento informativo predominante	Proxémico	-
Plano	Primer plano - conjunto	-
Iluminación	Artificial, frontal, clave tonal alta	-
Tonalidad	Verde y beige (rostros)	Elementos contrastados (mejor legibilidad)
Nivel compositivo y enunciativo		
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero, el rostro de Alberto Fujimori y luego el del militar que lo acompaña	Primero la figura frontal, luego el conjunto
Leyes de la Gestalt		Continuidad, semejanza.
Tiempo de representación		

Instantaneidad	Alberto Fujimori casi susurrando algo al militar, quien se inclina levemente hacia él para oírlo.	-
Tiempo simbólico	Alberto Fujimori compartiendo asuntos delicados o confidenciales con el militar.	-
Nivel enunciativo		
Actitud de los personajes	Seria y de complicidad	Optimista, alegre y de liderazgo.
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 4 de junio del 2016

En la portada anterior al día elecciones. **“Desde su celda en la base naval - Montesinos se comunicaba con el exterior”** es la noticia 1. Ahí una gran imagen muestra la celda de Montesinos, personaje vinculado a la corrupción del gobierno de Alberto Fujimori, junto a dos miembros de la institución penal. Se indica que el personaje tendría comunicación con gente externa a la base naval por medio de un celular (ilustración inferior), lo cual es ilegal.

“Fiscal investigará a N°2 de Keiko Fujimori por el caso del audio manipulado” es la segunda noticia, donde se presenta un titular enunciativo y oración simple junto a una foto de archivo de José Chlimper.

La noticia 3 **“Negocios de la droga hubo siempre en el gobierno de Fujimori”** es en realidad una retrospectiva sobre acciones realizadas durante el gobierno de Alberto Fujimori y que nuevamente genera una relación entre el narcotráfico y los Fujimori.

“Kuczynski anuncia gobierno de ancha base en caso de ganar elecciones de mañana” es la cuarta noticia, con un titular enunciativo y oración simple, acompañada de una foto donde el candidato se muestra alegre u optimista.

Adicionalmente, podríamos considerar la noticia “Procuradora Sonia Medina habla de narcoestado” como una noticia indirectamente relacionada con la posible ocurrencia de un gobierno que apoye al narcotráfico.

Hoy con La República:
DOMINGO

DOMINGO DOCTOR CORAZÓN
Julio Peralta es uno de los pocos médicos del país especializados en cirugía cardíaca para niños. Conozca de cerca su trabajo.

LA ENTREVISTA
"Que la resaca electoral no venga con dolor de cabeza".
-Fernando Armas

STEVEN LEVITSKY: ANATOMÍA DE UNA RENOVACIÓN FALLIDA

VENEZOLANOS QUE HUYERON DE LA CRISIS

La República
5 de junio del 2016
Año 35 | N° 12.573
S/ 2,50
Via aérea S/ 3,00

DIRECTOR: GUSTAVO MOHME SEMINARIO www.larepublica.pe @larepublica_pe Diario La República

POR UN PERÚ EN DEMOCRACIA » PÁGS. 2-3-8-9-12-13-14-15

A votar con fe y optimismo



- Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori llegan hoy al final de una intensa carrera electoral por alcanzar la presidencia de la República.
- Los perfiles de ambos candidatos, sus planes de gobierno, el entorno que los acompaña y un análisis de sus fortalezas y debilidades.
- Mesas se abren a las 8 am. Son casi 23 millones de peruanos que van a las urnas en el país y el exterior. Efectivos de FFAA y Policía cuidarán el orden.

DEPORTES » PÁGS. 28-29-30
Perú, con gol de Guerrero, venció **1-0** a **Haití** en su debut en la Copa América Centenario



SOCIEDAD » PÁG. 24
El extraño suicidio de Nathaly, joven misionera de 17 años que se lanzó desde el Sheraton

POLÍTICA » PÁG. 16

INPE confirmó lo del celular de Montesinos y la Fiscalía encarga investigación a PNP

OCIO Y CULTURA » PÁG. 34

Lady Gaga: la soledad es un efecto de la fama



POLÍTICA » PÁG. 10
Historiador Aljovín: "Hemos perdido capacidad de indignarnos ante la corrupción"

■ El también docente universitario traza un panorama del proceso electoral que acaba hoy.

POLÍTICA » PÁG. 9
Peruanos de Australia, Japón y Nueva Zelanda los primeros en votar en el extranjero



■ También lo hicieron los residentes en Italia, Israel, Bélgica, España, Francia, entre otros.

Portada 14: 5 de junio de 2016			
		Noticia 1	Noticia 2
		<p>POR UN PERÚ EN DEMOCRACIA » PÁGS. 2-3-8-9-12-13-14-15</p> <h1>A votar con fe y optimismo</h1>  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori llegan hoy al final de una intensa carrera electoral por alcanzar la presidencia de la República. ■ Los perfiles de ambos candidatos, sus planes de gobierno, el entorno que los acompaña y un análisis de sus fortalezas y debilidades. ■ Mesas se abren a las 8 am. Son casi 23 millones de peruanos que van a las urnas en el país y el exterior. Efectivos de FFAA y Policía cuidarán el orden. 	<p>POLÍTICA » PÁG. 9</p> <h2>Peruanos de Australia, Japón y Nueva Zelanda los primeros en votar en el extranjero</h2>  <ul style="list-style-type: none"> ■ También lo hicieron los residentes en Italia, Israel, Bélgica, España, Francia, entre otros.
De la noticia			
Ubicación en la portada	Superior / central izquierda		Inferior central
Número de columnas ocupadas	3		1 1/2
Porcentaje en superficie impresa	44%		5.6%
De la fotografía o gráfico			
	1	2	
Con / Sin leyenda o	sin leyenda	sin leyenda	sin leyenda
Porcentaje en superficie impresa	9%	8%	3%
Del titular			
	Titular	Volada	Titular

Estilo de fuente	Negrita	Normal	Negrita
Tamaño de fuente	99 pt	27 pt	14 pt
Color de fuente	Negro	Rojo	Negro (titular y título de gráfico)
Porcentaje en superficie impresa	15.5%		1.3%

	Portada 14: 5 de junio del 2016		
	<i>Noticia 1</i>		<i>Noticia 2</i>
	Volada	Titular	Titular
	Por un Perú en democracia	A votar con fe y optimismo	Peruanos de Australia, Japón y Nueva Zelanda los primeros en votar en el extranjero
Análisis morfológico – sintáctico			
Tipo de oración	proposición + oración simple: oración compuesta		oración simple
De estructura vinculada	si		no
<i>Sintagma Nominal</i>		-	peruanos de Australia, Japón y Nueva Zelanda
Actores involucrados		-	peruanos de Australia, Japón y Nueva Zelanda
Núcleo		-	peruanos

Adyacente		-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-	-
<i>Sintagma verbal</i>	Por un Perú en democracia	A votar con fe y optimismo	los primeros en votar en el extranjero
Verbo – Acción(es)	-	votar	fueron (verbo tácito), votar
Modo del verbo	-	indicativo	-, indicativo
Tiempo verbal	-	infinitivo	-, infinitivo
Sustantivos	-	fe, optimismo	extranjero
Adjetivos calificativos	-	-	-
Características adicionales			
Figura retórica			
Función comunicativa	Apelativo		Designativo
Análisis discursivo			
Positivo			
Negativo			
Neutral	x		x
Análisis del discurso político			
Categoría	-	-	-
Dominio	-	-	-

	Portada 14: 5 de junio de 2016	
	<i>Noticia 1</i>	
	 <p>■ Pe y Keik final c electo presid</p> <p>■ Lo candic gobier acom sus fo</p> <p>■ M S</p>	
Fotografía o ilustración	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual		
Género	Fotomontaje	Fotomontaje
Procedencia	Archivo del diario	Archivo del diario
Parámetros Técnicos		

B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	-	-
Nivel morfológico		
Descripción del motivo fotográfico / ilustrativo	Representación de Kuczynski, mencionado en la noticia como candidato.	Representación de Fujimori, mencionada en la noticia como candidata.
Protagonistas	Kuczynski	Fujimori
Punto de interés	Rostro de Kuczynski	Rostro de Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico	Kinésico
Plano	Primer plano	Primer plano
Iluminación	Artificial, cenital, clave tonal alta	Natural, lateral, clave tonal alta.
Tonalidad	Brillo alto, contraste alto por figura y fondo	Brillo alto, contraste blanco/negro en vestimenta
Nivel compositivo y enunciativo		
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Rostro de Kuczynski (primero)	Rostro de Fujimori (segundo)
Leyes de la Gestalt	-	-
Tiempo de representación		
Instantaneidad	Kuczynski conversando otro sujeto no visible ni identificable.	Fujimori expresándose
Tiempo simbólico	-	-
Nivel enunciativo		

Actitud de los personajes	Comunicativa, segura, positiva	Comunicativa, segura, de liderazgo.
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 5 de junio del 2016

La noticia de la portada del día de las elecciones se titula **“Por un Perú en democracia, A votar con fe y optimismo”**, donde la volada emplea el término democracia (para remarcar el deseo a no autoritarismo). En cuanto a las fotografías, Kuczynski (izquierda) y Keiko (derecha) salen ambos sonriendo.

Abajo, la segunda noticia **“Peruanos de Australia, Japón y Nueva Zelanda los primeros en votar en el extranjero”** muestra el momento de sufragio de compatriotas llevado a cabo en otros países. Es un titular enunciativo, oración simple.

Dos noticias a ser consideradas como indirectas son “INPE confirmó lo del celular de Montesinos y la Fiscalía encarga investigación a PNP” y la de “Historiador Aljovín: “Hemos perdido capacidad de indignarnos ante la corrupción”. Ninguna menciona directamente relación alguna con Keiko Fujimori, pero respecto Montesinos es una figura que se vincula al fujimorismo tradicional mientras que el término ‘corrupción’ fue mencionado directamente por Verónica Mendoza al referirse a Keiko Fujimori y su entorno.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

Águila, J. C. & Gaitán, J. A. (2013). *El encuadre (framing) de las noticias de la televisión española sobre la cumbre del cambio climático en Cancún*. Recuperado de https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-06-18-Aguila_Gaitan_Encuadre_Tarragona.pdf

Alsina, R. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Arvèvol, A. (2015). *Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70 (1), p. 430.

Berger, P. & Luckman, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Cultura Libre.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communications Research*. New York. The Free Press.

Castellanos, U. (2004). *Manual de fotoperiodismo*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.

C.Syrett, H. (1961) *The Papers of Alexander Hamilton, Vol. 1*. Estados Unidos: Editorial Columbia University Press

D'Angelo, P. (2002). *Enmarcar las noticias como un programa de investigación multi-paradigmático: una respuesta a Entman*. *Revista de comunicación*, 52 (4), p. 871.

De la Peña, I. (2008). *Ética, poética y prosaica: ensayos sobre fotografía documental*. Madrid: Siglo XXI.

Diario La República (2016) *Portada del 23 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 24 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 25 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 26 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 27 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República..

Diario La República (2016) *Portada del 28 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 29 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 30 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 31 de mayo de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 1 de junio de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 2 de junio de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 3 de junio de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 4 de junio de 2016*, Lima: Grupo La República.

Diario La República (2016) *Portada del 5 de junio de 2016*, Lima: Grupo La República.

Donoso, C. (2009). *Ecuador – Perú. Evaluación de una década de paz y desarrollo*. Quito: Ecuador

Flores, F. (2003). *Medios de comunicación y democracia: la cultura política e los periodistas en Sucre*. La Paz: Fundación PIEB

Foncuberta, M. (1980). *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona: Editorial ATE

Gargurevich, J. (1991). *Historia de la prensa peruana*. Lima: La Voz.

García, M. & Gonzáles, I. (2014). *Construcción del discurso periodístico con enfoque al desarrollo local en el Periódico Guerrillero*. Revista Avances, 16 (3). p. 249.

García N. (1987) "*Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?*". En: Revista Diálogos de la Comunicación, No. 17

Hernández S, R.; Fernández, C.; Baptista L. (2010). *Metodología de la investigación*. México. DF.: McGraw-Hill

Diario La República (2016) *Portada del 23 de mayo de 2016*, Lima.

Leñero, V. & Marín, C. (1986). *Manual del periodismo*. Ciudad de México: Editorial Grijalbo

Martínez, C. (2012). *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*. Retor, 2 (1), p. 162

Muñoz, J. R. (2012). *Todavía sobre la objetividad periodística: hacia la superación de un paradigma fracturado*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 18 (2), p. 845. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/41049/39296>

Noguera, J. M. (2005). *Informar emociones*. Barcelona: Librosenred.

Sanz, B., Berasategi, M. & Korskostegi, M. J. (2015). *Las mujeres deportistas en la prensa: Los juegos olímpicos de Londres 2012*. Barcelona: Editorial UOC

Smith, A. (2015). *Figuras literarias*. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/rfm/article/view/19664/19745>

Kayser, J. (1963). *El diario Francés*. París: Armand Cuelen

Van, T. (1999). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós

Zaller, J. (2014). *La naturaleza y los orígenes de la opinión pública*. Madrid: Centro de investigaciones sociológicas.

Weldon, M. (2008). *Everyman news*. Columbia: Universidad de Missouri

Referencias de tesis

Castillo, E. (2014). La construcción de la realidad política de los diarios en internet, durante las campañas electorales de los candidatos a la presidencia de México en el 2012 (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Recuperado de <http://132.248.9.195/ptd2014/junio/405037050/Index.html>

Espinoza, E. G. (2016). Las representaciones del Caso Conga en la prensa escrita peruana en la prensa escrita peruana: Análisis crítico e interpretación de los discursos periodísticos de portada de los diarios El Comercio y La República durante los primeros meses del conflicto socio ambiental en torno al Proyecto Minero Conga (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7385>

Gonzales, A. (2007). La sociología constructivista de Berger y Luckman como perspectiva para el estudio del turismo (Tesis de doctorado). Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, México. Recuperado de <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014810/014810.pdf>

Langle, V. A. (2016). Imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote. Abril –

Junio, 2013 (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Santa, Nuevo Chimbote, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/UNS/2676/42740.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Marrone, J. M. (2009). La importancia en las ventas del diario Marca (Tesis de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <https://jesusmarrone.files.wordpress.com/2010/02/tesis-jesus-marrone-la-importancia-de-la-portada-en-las-ventas-del-diario-marca.pdf>

Mazzoleni, G. (1998): La comunicación política, Madrid: Alianza, 2010. Trad. de Josefa Linares de la Puerta. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/304921215/Mazzoleni-Gianpietro-La-Comunicacion-Politica>

Munárriz, J. (1999). La fotografía como objeto (Tesis de licenciatura). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/H/1/H1015801.pdf>

Teruel, L. (2006). Los medios en la construcción de la realidad política: El caso de El Mundo (1993-1996) (Tesis de doctorado). Universidad de Málaga, Málaga, España. Recuperado de <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16811975.pdf>

Vergara, P. (2011). El sentido y el significado personal de la construcción de la identidad personal (Tesis de magister). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115294/tesis%20ps.%20paula%20vergara.pdf?sequence=1>

Zorrilla, J. M. (1996). El titular de la noticia (Tesis de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf>

Referencias electrónicas

- Casero, A. (2004). *Informando del otro: estrategias del discurso periodístico en la construcción de la imagen de los inmigrantes*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/297/29700413.pdf>
- Concortv.gob.pe (2017) Consumo radial y televisivo en el 2015. Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/file/2015/resumen-estudio-2015.pdf>
- Guallar, J. (2003). *La documentación fotográfica en la prensa*. Recuperado de <http://gestioninformacion.idec.upf.edu/~i1258/ganadores/i66299/4.1documentacion-fotografica-prensa.pdf>
- Lerhman Insitute *The election of 1800 – American History – Thomas Jefferson, John Adams*. Recuperado de: <http://lehrmaninstitute.org/history/1800.html>
- Mapelli, G. (s.f). *El lenguaje de la prensa*. Recuperado de <http://wwwdata.unibg.it/dati/corsi/3021/18412-Apuntes%20de%20las%20clases%201%20lenguaje%20periodico%20%8dstico.pdf>
- Ministerio de educación español (2009). *La noticia y el reportaje*. Recuperado de http://www.iespugaramon.com/ies-pugaramon/resources/la_noticia_y_el_reportaje_talleres_6y71315013020801.pdf
- Nadal, J. (2012). *Rasgos formales de los titulares periodísticos: notas sobre diez diarios del ámbito hispánico*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ap/v33n1/v33n1a8.pdf>
- Romeo, A. & Domenech, L (2006). *Partes de una portada*. Recuperado de http://www.materialesdelengua.org/experiencias/prensa/prensa_portadas.pps

San Martín, R. (2014). *Contra la objetividad. El mito de la neutralidad periodística y las alternativas para repensarlo*. Recuperado de publicacionescienciassociales.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/download/11/11