



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

**CARACTERÍSTICAS DE LAS PORTADAS PERIODÍSTICAS DEL  
DIARIO LÍBERO Y EL PERIODISMO DEPORTIVO –  
ELIMINATORIAS AL MUNDIAL BRASIL 2014 – PARTICIPACIÓN  
DE LA SELECCIÓN PERUANA DE FÚTBOL**

**PRESENTADA POR  
MIGUEL MENDOZA AVILA**

**ASESORA**

**ANNA TERESA BERMEO TURCHI**

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

**LIMA – PERÚ  
2018**



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TÍTULO:**

**CARACTERÍSTICAS DE LAS PORTADAS PERIODÍSTICAS DEL  
DIARIO LÍBERO Y EL PERIODISMO DEPORTIVO –ELIMINATORIAS  
AL MUNDIAL BRASIL 2014 – PARTICIPACIÓN DE LA SELECCIÓN  
PERUANA DE FÚTBOL**

Tesis presentada para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación

**NOMBRE Y APELLIDO:**

**BACH. MIGUEL MENDOZA AVILA**

**ASESOR DRA. ANNA BERMEO**

Lima, Perú

2018

**CARACTERÍSTICAS DE LAS PORTADAS PERIODÍSTICAS DEL  
DIARIO LÍBERO Y EL PERIODISMO DEPORTIVO –ELIMINATORIAS  
AL MUNDIAL BRASIL 2014 – PARTICIPACIÓN DE LA SELECCIÓN  
PERUANA DE FÚTBOL**

**DEDICATORIA**

A mis queridos padres y asesora  
de esta tesis.

<b>PORTADA</b>	
<b>DEDICATORIA</b>	<b>iii</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>iv</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>x</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>xiii</b>
Descripción de la realidad problemática	xiii
Formulación del problema	xviii
Problema principal	xviii
Problemas específicos	xix
Objetivos de la investigación	xix
Objetivo principal	xix
Objetivos específicos	xx
Justificación de la investigación	xx
Viabilidad de la investigación	xxi
Limitaciones del estudio	xxii
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b>	<b>23</b>
1.1 Antecedentes de la investigación	23
1.2 Bases teóricas	31
1.3 Definición de términos básicos	63
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION</b>	<b>66</b>
2.1 Diseño metodológico	68
2.2 Diseño maestral	68
2.3 Técnicas de recolección de datos	69
2.2.1 Técnicas	70
2.2.2 Instrumentos	70
2.3. Aspectos éticos	78

<b>CAPÍTULO III RESULTADOS</b>	<b>80</b>
<b>CAPÍTULO IV – DISCUSION</b>	<b>90</b>
4.1. Conclusiones	100
4.2. Recomendaciones	102
<b>ANEXOS</b>	<b>104</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>166</b>

## RESUMEN

La investigación analiza las características de las portadas periodísticas del diario Líbero y el Periodismo Deportivo relacionadas al desempeño de la Selección Peruana de fútbol durante su participación en la fecha doble del mes de octubre de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014. La investigación tuvo como objetivo identificar cuáles son las características de las portadas periodísticas del diario LÍBERO en el Periodismo Deportivo; y por consiguiente evidenciar cuales son los elementos que utiliza el medio para llegar al lector. El periodo de tiempo considerado para el estudio fue de dos semanas correspondiente del 05 de octubre de 2012 hasta el 19 de octubre de 2012. El análisis de la muestra compuesta por quince portadas, ilustra las características de las portadas periodísticas y permite dilucidar la tendencia sensacionalista del mismo con el afán de lograr mayor consumo y alcance en el lector hinchas de la selección peruana.

La investigación evidencia que las portadas del diario Líbero están orientadas al sensacionalismo de manera subjetiva en un 80%; sus textos son redactados como sumarios; sus imágenes tienen un alto grado de impacto, que atrae la atención del lector, con presencia en sus titulares del uso de las figuras retóricas: metonimia (75%) y la hipérbole (25%), las cuales sirvieron para magnificar el hecho principal de las noticias que el diario presentaba sobre el equipo nacional.

**Palabras claves: portadas, selección peruana, análisis del discurso, periodismo deportivo, diarios**



## **ABSTRACT**

The investigation analyzes the characteristics of the front pages the newspaper *Líbero* and the Sports Journalism related to the performance of the Peruvian Soccer Team during their participation in the double date of the month of October of the Brazil World Cup Qualifiers 2014. The research aimed to identify what are the characteristics of the journalistic covers of the newspaper LIBERO in Sports Journalism; and consequently to demonstrate what are the elements used by the medium to reach the audiences. The period of time considered for the study was two weeks corresponding to Friday, October 05, 2012 until October 19, 2012. The analysis of the sample composed of fifteen covers, illustrates the characteristics of the journalistic covers and allows to elucidate the trend sensationalist of the same with the desire to achieve greater consumption and reach in the reader fans of the Peruvian team.

The research shows that the covers of the newspaper *Líbero* are subjectively oriented to sensationalism by 80%; his texts are written as summaries; their images have a high degree of impact, which attracts the attention of the reader, with presence in their headlines of the use of the rhetorical figure: metonymy (75%) and hypèbole (25%), which served to magnify the main fact of the news that the newspaper presented about the national team.

**Keywords:** covers, Peruvian team, discourse analysis, sports journalism, newspapers

## INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo en la actualidad es una especialidad del periodismo que ha ganado gran presencia en la industria del deporte y forma parte de la vida cotidiana de las personas, e incluso, convirtiéndose en uno de los principales elementos para la difusión de los eventos deportivos a nivel nacional e internacional.

Para comprender más sobre el rol que cumple, Rojas (2014) postula que:

El periodismo deportivo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos, y ha cobrado un creciente protagonismo hasta afianzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos (p.178).

Para entender el concepto de dicha rama especializada, Alcoba (1999) define al periodismo deportivo como un género “cuya información se dedica, con exclusividad, al tratamiento específico de cuánto sucede en el mundo del deporte” (p.23).

El periodismo deportivo tiene una especial trascendencia en el mundo, convirtiéndose en una de las áreas de especialización periodística más atractivas para el público en general, entre los que se encuentran lectores, televidentes, radioescuchas o cibernautas, debido a la forma en la que se brinda información relacionada a diferentes disciplinas deportivas. Es tal su relevancia, que en muchos países se habla del “fenómeno” del periodismo deportivo. (Salinas 2015).

Este periodismo especializado, al igual del que se encarga de informar temas relacionados a otros aspectos de interés general, cumple un rol igual de relevante

en la sociedad, más allá de buscar entretener, tiene como finalidad informar los hechos importantes que la sociedad del deporte desea tener conocimiento. El público que posee la prensa deportiva si bien es cierto es un público segmentado, tiene el derecho a recibir información objetiva sobre los hechos que han tenido cobertura por la prensa.

Uno de los aspectos importantes con el que deben contar todos los medios informativos es la objetividad periodística, puesto que se presentarán sucesos, noticias o hechos, que pueden ser más sensibles o de mayor relevancia para la sociedad y es en ese momento donde el periodismo debe ser cauteloso al momento de tratar las informaciones que posteriormente serán publicadas.

En relación a cómo se cubren los hechos deportivos, Levisnky (2002), señala que:

Las coberturas de los partidos, en los cuales el cronista es enviado al estadio, son tan absurdas que en poco tiempo no se justificará enviar a nadie. Porque el aporte es nulo. Generalmente los partidos se ven por televisión en la redacción y, en todo caso, si queda lugar para cierta polémica, el cronista agrega su opinión que generalmente será respetada aunque la televisión sea muchísima más fidedigna la mayoría de las veces (p.95).

La objetividad periodística es el propósito que todo medio de comunicación debería tener siempre en cuenta al trabajar la noticia, aunque la realidad muestra lo contrario porque los medios desde que realizan la selección de las comisiones que van a cubrir, ya están utilizando un criterio de selección determinado por la línea editorial con la que se trabaje en el medio y esto evidencia la pérdida de objetividad para informar.

En ese orden de ideas, es importante reconocer la importancia que tienen las portadas periodísticas en la prensa escrita porque representan lo más importante que el público debe conocer. Por ello, es importante que esta sea totalmente bien compuesta para que cumpla su función de llamar la atención e impactar al lector.

Las portadas de los diarios son un importante elemento a la hora de emitir la información que se quiere dar a conocer diariamente, porque es el rostro del diario y el contenido de su portada será su presentación. Por lo tanto, en la portada se busca enganchar al lector e invitarlo a leer y consumir la información del diario.

En ese sentido, los titulares periodísticos, acompañados de las imágenes relacionadas a la noticia, son uno de los elementos más importantes de las portadas en prensa escrita. En este caso, las portadas periodísticas de la prensa escrita deportiva del Diario Líbero, han sido estudiadas en la investigación; en el contexto de la participación de la Selección Peruana de fútbol durante su participación en la **Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014**, el cual es un torneo clasificatorio, a nivel de Sudamérica, para ser uno de los países participantes de la Copa del Mundo de la FIFA Brasil 2014.

Sobre los titulares, Gómez (1982) indica que:

Forman el primer nivel informativo y de ellos depende, entre otros aspectos, que los lectores sigan o no leyendo tanto el periódico como las noticias. Aún conviniendo que un titular siempre debería guardar fidelidad al cuerpo noticioso que acompaña, jamás debe olvidarse su garra (p.9).

La prensa deportiva logró una particularidad en relación a otros géneros y que esa peculiaridad es la demostración del poder del deporte en los medios de comunicación en la actualidad, respaldada por cifras de miles de lectores y altos niveles de audiencias en los medios audiovisuales (Salinas, 2015, p.51).

Precisamente en ese sentido, se analiza la forma en que el diario Líbero presenta sus portadas durante la cobertura del desarrollo de la participación de la selección peruana en dicho torneo de clasificación, siendo uno de los tabloides más consumidos a nivel nacional por el público que gusta de la información deportiva, por el alcance que tiene y la facilidad de adquisición que posee.

En la investigación, hemos realizado un seguimiento de las portadas del diario Líbero, durante el proceso de Eliminatorias sudamericanas, en donde se

pudo identificar adjetivos acompañados de imágenes que expresan altas sensaciones de emotividad en las portadas de cada uno de los diarios en temas relacionados al desempeño y los resultados obtenidos por la selección peruana de fútbol. Por lo tanto, toda publicación del diario tendrá un impacto significativo y es por ello que debe existir responsabilidad por parte del medio y ser consciente de lo que generan sus publicaciones y por ende, del concepto y opinión que las personas desarrollen a raíz de las informaciones que reciben.

Si bien es cierto, el periodismo deportivo usa un lenguaje menos formal que el periodismo generalista, no se puede desprender de ninguna manera de la línea que marca claramente el rol de informar las noticias de la manera más objetiva posible, que implica informar con claridad y transparencia desde todos los ángulos en que se pueda enfocar la noticia, y más aún, si se trata de un fenómeno social como es la selección peruana de fútbol en nuestro país, que mueve masas y hace que estas se mantengan siempre alerta de todo lo que ocurra en acerca de la misma.

La investigación es de tipo descriptivo explicativo de diseño no experimental, con técnicas de análisis de contenido en comunicación social, está compuesta de V capítulos interrelacionados:

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

El Capítulo II: Se encontrará el marco metodológico de la investigación en el que se descubrirá el tipo y diseño de investigación; hablará de la muestra de estudio, los instrumentos, técnicas estadísticas para el procesamiento de la información y aspectos éticos llevados a cabo en la investigación.

Capítulo III: Se trabajará con el análisis y resultados.

Capítulo IV: Mencionará la discusión de resultados y se definirán las conclusiones a las que se llegó referentes a las preguntas de investigación y

objetivos planteados, y las diferentes observaciones que se desprenden del trabajo. Para concluir, se encontrarán las recomendaciones, y bibliografía del material utilizado y por la rareza y dificultad de la bibliografía y recursos electrónicos utilizados para la investigación, y anexos del trabajo de investigación.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **Descripción de la realidad problemática**

La investigación titulada: Características de las portadas periodísticas del diario LÍBERO y el Periodismo Deportivo –Eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la Selección Peruana de fútbol, pone en evidencia las cualidades que tienen las portadas del diario Líbero.

Es importante entender que el periodismo deportivo es una especialización del periodismo, que dirige su cobertura a los acontecimientos que involucren al deporte como torneos, presentaciones, concursos, etc. y a los profesionales que lo practican en todos sus niveles o categorías.

Sobre el origen de este tipo de periodismo, Alcoba (1999) afirma que:

La decisión de fomentar la práctica del deporte en las masas se va a promover con el estímulo a la propagación del deporte espectáculo, en el sentido en que este consiga que los espectadores intenten imitar a los deportistas en la realización de las diferentes modalidades deportivas. (p.34).

En ese sentido, se debe estudiar cómo la prensa deportiva ha evolucionado en las últimas décadas gracias a la expansión de los conceptos y la práctica masiva de las disciplinas deportivas. Esto quiere decir, que el crecimiento del deporte también ha permitido que, paralelamente, esta tipología de prensa logre desarrollarse alcanzando altos niveles de consumo e importancia en la industria deportiva.

La prensa orientada al deporte encontró en el medio impreso un medio de gran alcance para plasmar lo que significa el deporte para sus seguidores: espectáculo y entretenimiento.

Al respecto sobre la prensa escrita en el país, El Comercio (2012), indica que:

En un mundo que sufrió presbicia periodística en la web (y muchas veces en el papel), en el Perú se dedicó a desarrollar productos impresos específicos para diferentes audiencias. Hizo el camino inverso y primó la calidad. Los peruanos deberían sentirse orgullosos. La prensa escrita y sus periódicos se vieron beneficiados con una diversificación y segmentación envidiables en cualquier país y América del Sur. Para reafirmarlo, basta con mirar la cantidad de periódicos que circulan hoy en el Perú. (p.9).

En el Perú, la prensa deportiva también ha tenido un crecimiento sostenido. Un claro ejemplo de ello es el incremento de los programas deportivos en televisión o en radio, y la demanda de los diarios especializados en deporte que, en su mayoría, contienen información sobre el fútbol.

Es tal la demanda de información de este tipo, que los tres principales diarios deportivos del Perú registran niveles altísimos de tiraje y lectoría. Según información proporcionada por el departamento de distribución de cada diario, Líbero y Depor lanzan diariamente al mercado un promedio de 100 mil ejemplares a nivel nacional, mientras que El Bocón coloca en los kioscos de todo el país cerca de 60 mil ejemplares por día (Salinas, 2015).

En suma, la prensa escrita deportiva, especialidad estudiada que es parte de la investigación, representa una importante fuente de información y entretenimiento en el país. Si bien es cierto que el internet y las redes sociales son el lugar preferido por el público en la actualidad, la prensa escrita peruana ha sabido sobrevalorarse gracias a la adaptación de sus contenidos a las diversas plataformas que han aparecido.

En relación a al deporte y su cobertura periodística, Rojas. (2014) sostiene que:

El deporte no solo se constituye actualmente como el producto informativo de mayor interés colectivo y éxito social en la mayoría de los lugares, sino que ha sido capaz de expandirse y evolucionar forjando estrechos vínculos



con la comunidad de habitantes a la que pertenece y se dirige, ya sea una ciudad, región o un país (p.178).

Entonces, se puede decir que nos encontramos en un contexto que ve desarrollarse, de manera sostenida, a la prensa deportiva, lo cual quiere decir que hay un alto nivel de consumo por parte del público y, por lo tanto, la influencia que tiene hoy en día en la vida de las personas es algo de lo que los redactores deben ser conscientes y cautelosos para seleccionar y tratar la noticia, más aún, si esta se relaciona con la selección peruana.

Precisamente en ese sentido, se debe de analizar la forma en que los medios deportivos informan los hechos mas relevantes que merecen ser tratados como noticias principales, pero en este caso, de aquellas fuentes informativas que tienen los más altos índices de consumo en el país, por su gran alcance y la facilidad de adquisición: los medios escritos o prensa escrita.

Sobre el rol que de la prensa deportiva en la sociedad, Alcoba. A. (2005) señala que:

Los medios de comunicación son el mejor exponente de la importancia del deporte, y los periodistas deportivos, los profesionales de la información que poseen la llave que abre la espita de sentimientos positivos o negativos entre los aficionados. No obstante, ni los medios de comunicación ni los periodistas deportivos, pueden ser acusados de haber convertido al deporte en la actividad más practicada y que mayor volumen de información difunde en todo el mundo (p.30).

Por lo tanto, se puede marcar claramente la relevancia que tiene el profesional de periodismo deportivo, en una rama que ha evolucionado notablemente en las últimas décadas y que se evidencia en la cantidad de diarios especializados que han aparecido tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Las portadas periodísticas se convierten en el rostro del diario. El cual por principio contiene las informaciones más relevantes que el medio considere que deban ser comunicadas. Por ello, es necesario estudiar la composición de las

portadas porque cada elemento que contiene comunica de alguna forma lo que el medio quiere decir en relación al hecho, en este caso, sobre la realidad deportiva del equipo nacional.

En relación a las portadas de los diarios peruanos, Salinas. (2012), menciona que:

Las primeras páginas de El Bocón, Líbero y Depor mantuvieron la presentación que en la última década ha caracterizado a los diarios deportivos peruanos, latinoamericanos y españoles, observándose una amena comunión entre texto e imagen. Cabe precisar que los subtítulos y los antetítulos también desempeñan un significativo papel dentro de esta estructura ya que fungen de pequeñas piezas editorializantes (p.167).

Los titulares de las portadas son un importante elemento a la hora de emitir la información que se quiere dar a conocer, y más aún si es aquel que aparece en la portada del medio, lo cual significa lo primero que el lector verá al momento de querer informarse, y por lo tanto, siempre el titular buscará ser lo más atractivo posible para enganchar al lector e invitarlo a leer y consumir la información del diario.

Al respecto, Gómez (1982) sobre la importancia de los titulares manifiesta que:

Forman el primer nivel informativo y de ellos depende, entre otros aspectos, que los lectores sigan leyendo o no leyendo tanto el periódico como las noticias. Aún conviniendo que un titular siempre debería guardar fidelidad al cuerpo noticioso que acompaña, jamás debe olvidarse su garra (p.9).

El rol que cumple el titular en la portada del un diario es fundamentalmente invitar al lector a leer la información. De manera que dicha portada impacte al lector y le genere le interés por seguir la noticia y consumir el contenido informativo que el medio posee y así pueda estar informado sobre los hechos que son de su preferencia.

En la investigación, hemos realizado un seguimiento de las portadas del diario *Líbero*, sobre el desempeño de la Selección Peruana de fútbol durante el proceso de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014, en donde se pudo identificar como dicho medio colocaba adjetivos en los titulares de sus portadas relacionados al desempeño y los resultados obtenidos por la selección peruana de fútbol en dicha campaña, apelando más a generar diversas emociones que a informar los hechos de manera objetiva.

Si bien es cierto, el periodismo deportivo usa un lenguaje más sencillo que el periodismo en general, no se puede desprender de ninguna manera de la línea que marca claramente la objetividad periodística, que implica ciertamente informar con claridad y transparencia desde todos los ángulos en que se pueda enfocar la noticia, y más aún, si se trata de un fenómeno social como es la selección peruana de fútbol en nuestro país, que mueve a las masas y hace que estas se mantengan siempre alerta de todo lo que ocurra acerca de la misma.

En cuanto al fenómeno social del fútbol moderno, este se dio de una forma en Inglaterra y de otra muy distinta en el resto del mundo. En las islas británicas siempre fue un juego de las masas y no de la aristocracia. A pesar de la desaprobación clara y los reiterados intentos por controlarlo en la Edad Media, el fútbol era una característica establecida de la vida rural y urbana inglesa (Salinas, 2015).

Es importante conocer la pasión que mueve el fútbol hoy por hoy en nuestro país, pues solo así, podremos determinar y analizar el impacto que pueden generar un solo titular al público que lo va a recepcionar. Por lo tanto, los titulares que el diario publique, tendrán un impacto significativo que va a generar la formación de un concepto u opinión en las personas a las que llegue. En ese sentido, Paniagua (2009) agrega que “el primer elemento es, como en cualquier texto periodístico, el titular. Es el primero no sólo en orden de lectura, sino también en importancia” (p.53).

Siguiendo la línea de la relevancia que tiene un titular periodístico en el diario, esta investigación analiza el mensaje y la estructura de las portadas publicadas por el diario *Líbero* durante el periodo establecido.

Por ello en la investigación partimos del argumento de que la información es una interpretación de la realidad; hemos agrupado 15 portadas “testigo” que se analizarán por medio de técnicas de análisis de contenido cualitativas de acuerdo a las categorías que serán descritas en el Capítulo III (Metodología); elementos claves: Autenticidad del documento (carácter genuino), su Credibilidad (Información veraz), representatividad (quien produce la información ideología e interés) y la interpretación de su significado (producción y lectura). El tratamiento de los documentos nos situará en el análisis del discurso.

Se analizó el tratamiento informativo de las portadas del diario de circulación general: **Diario Líbero**; quien proporciona a los líderes de opinión una amplia selección de material serio y bien escrito. Centraremos nuestro análisis de las portadas **periodísticos deportivos**.

La muestra estuvo constituida por 15 portadas periodísticas del Diario Líbero en relación desempeño de la Selección Peruana en las Eliminatorias al Mundial Brasil 2014, durante la fecha doble de Eliminatorias del mes de marzo de 2012.

El objetivo general de la investigación fue: Identificar las características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO con las portadas periodísticas – LIBERO –Eliminatorias al mundial Brasil 2014.

### **Problema principal**

Frente a la problemática planteada, este estudio formuló el problema de investigación con la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las características de las portadas periodísticas del diario LIBERO en el Periodismo Deportivo? –Eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la Selección Peruana de fútbol

Periodo de análisis: octubre del 2017 – octubre de 2018

Esta interrogante sirvió de base para articular el marco teórico conceptual del trabajo de investigación

### **Problemas específicos:**

- ¿Cuáles son las características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en los **rasgos gramaticales del titular** con las portadas periodísticas?
- ¿Cuáles son las características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en las **fotografías periodísticas** con las portadas periodísticas?
- ¿Cuáles son las características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en la **estructura del diseño** con las portadas periodísticas?

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo principal**

Se enunció el objetivo general del estudio, surgido a raíz de la pregunta de investigación.

Identificar cuáles son las características de las portadas periodísticas del diario LIBERO en el Periodismo Deportivo –Eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la Selección Peruana de fútbol.

## **Objetivos específicos**

Además, se establecieron tres objetivos específicos, derivados del objetivo general, que fueron abarcados en la investigación.

- Identificar cuáles son las características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en los **rasgos gramaticales del titular** con las portadas periodísticas
- Determinar cuáles son las características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en las **fotografías periodísticas** con las portadas periodísticas.
- Evidencio cuáles son las características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en la **estructura del diseño** con las portadas periodísticas.

## **Justificación de la investigación**

Hoy en día, el periodismo deportivo es una influyente fuente informativa para gran parte de la audiencia en todo el mundo, el cual se caracteriza principalmente por transmitir contenidos relacionados directamente con el deporte y los certámenes deportivos de interés para la opinión pública regional, nacional o internacional, a través de las diversas plataformas informativas que hoy existen.

En ese sentido, Salinas (2015) señala que “el proceso de globalización que ha experimentado el deporte, y el fútbol en particular, en las últimas décadas, ha sido materia de estudio por varios expertos debido a su complejidad e impacto a la sociedad” (p.27) .

Por ello, las portadas periodísticas son un elemento de valor para la prensa escrita deportiva y decisivo para que el lector continúe leyendo la información que se publica. Este es precisamente el factor que dio pie al análisis por la forma en que compone sus portadas el diario Líbero, materia de estudio de esta investigación, debido a que dicho diario coloca adjetivos e imágenes que influyen en el comportamiento de los lectores generándolos ilusiones y desilusiones, perdiéndose así el principio de informar con objetividad.

Con la investigación, se busca analizar y demostrar que en el país, el periodismo deportivo influye en la forma de la construcción de las portadas periodísticas, lo cual indica que se está extinguiendo el principal sentido de informar, sin dejar de lado el entretenimiento, cuando se publican las noticias.

En los últimos años, este tipo de prensa escrita en su afán de tener un mayor impacto, se ha ido inclinando a construir portadas compuestas de adjetivos en sus titulares y acompañadas de fotografía con mensajes subliminales. La investigación contribuye con un análisis sobre el diario Libero que servirá como fuente de información para los estudiantes de periodismo interesados en el ámbito deportivo.

### **Viabilidad del estudio**

La presente investigación cuenta con material tanto físico como virtual que permitirá ser recolectado, para luego ser analizado y, además, posee tesis que se relacionan con las variables e indicadores que contiene este trabajo. Así como también, libros de autores nacionales e internacionales que han estudiado el fenómeno del periodismo deportivo y la construcción de las portadas en la prensa.

## **Limitaciones del estudio** .

Falta de investigaciones en el ámbito de la prensa escrita deportiva que tengan un diseño adecuado y pertinente que guie las técnicas investigativas, con la amplitud y profundidad como es el análisis de contenido, ya que observamos que en el Perú no se analiza mucho este ámbito; esta situación demanda a los estudiosos de la comunicación un renovado esfuerzo de incidir de una manera creativa en el conocimiento y explicación de los fenómenos de comunicación.



# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes de la investigación

**Pardo, M. (2016).** Construyendo nuevos héroes. La cobertura periodística, los niños futbolistas y el negocio del fútbol. (Tesis de licenciatura) Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, Lima, Perú. Recuperado de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6600/PARDO\\_D\\_ORNELLAS\\_MARIA\\_CONSTRUYENDO\\_HEROES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6600/PARDO_D_ORNELLAS_MARIA_CONSTRUYENDO_HEROES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

El periodismo deportivo ha ido un factor determinante para el posicionamiento de la industria del fútbol en todas sus dimensiones. Es decir, se convirtió en el

canal principal para su difusión y tratamiento, logrando despertar el interés y fanatismo en la sociedad.

El autor desarrolla su investigación sobre el tratamiento que realizan reconocidos diarios electrónicos nacionales e internacionales sobre las incorporaciones de jugadores menores de edad en la modalidad de compra, convirtiendo en un egocio lo que a simple vista puede ser un logro tanto para el jugador como para el equipo que adquiere los servicios del joven talento.

En ese sentido, se hace énfasis sobre el papel que juega la prensa deportiva al emitir la información y de esa manera crear sensaciones en la audiencia sobre estas jóvenes promesas aludiendo que en un futuro serán los héroes de la nación.

El fútbol es un deporte altamente rentable y hoy en día se ha convertido en una oportunidad para crecer económicamente ya sea como empresa, marca o persona. Por ello, toda información que sea publicada por la prensa tendrá un notable alcance por ser este el deporte que más sensaciones genera y que mayor impacto tiene en la sociedad.

El objetivo principal de la investigación fue describir el contenido de la información presentada por los medios de comunicación web, es decir, el tratamiento que le dan los medios sobre los cuatro casos más relevantes de niños menores de 12 años que firmaron contratos con importantes clubes de fútbol.

El autor menciona que los diarios electrónicos escogidos pertenecen a dos categorías; tratamiento general de noticias y tratamiento especializado. El primero, se refiere a aquellos diarios que tratan diversos temas políticos, culturales, económicos, espectáculos y deportes entre otros. El segundo tipo de medio se refiere a aquellos que de manera exclusiva tratan noticias de una sola sección, en este caso, deportivas.

La investigación utilizó el método analítico cualitativo, revisando de forma sistemática las noticias publicadas por los medios de comunicación web escogidos en base los casos mencionados siendo este un tema delicado por tratarse de menores de edad.

Los casos que marcan el análisis y desarrollo del trabajo realizado por el autor son las realidades de niños con cualidades diferentes a las de cualquier otro de su misma edad que nacieron en distintos países del mundo pero se relacionan entre sí porque todos ellos fueron contratados por clubes profesionales de fútbol y en donde sus propios padres se convierten en los principales elementos protagonistas por ser quienes permiten dicho proceso de compra de "jugadores promesa".

En esta investigación el autor remarca que se seleccionaron diarios electrónicos generales y especializados que fueron líderes en usuarios únicos durante el 2014 y que, adicionalmente, se analizarán medios peruanos para realizar un contraste con la realidad del tratamiento de la noticia en el ámbito nacional.

Las conclusiones de la investigación fueron que los diarios electrónicos estudiados forman parte de la prensa que cubre el fútbol considerado hoy en día como un fenómeno mundial y, que al formar parte de la industria del fútbol y del proceso de crear conceptos en la sociedad, convierten a los niños futbolistas en una mercancía porque le otorgan un valor dentro del mercado y utilizan diversos recursos como la sobrevaloración que convierten al niño como un futbolista profesional sin serlo de manera oficial. Por otro lado, los clubes de fútbol son quienes actúan desmedidamente y solo se preocupan por los ingresos que pueden generar tomando a los niños como una inversión a largo plazo, ofreciéndoles millonarios contratos a cambio de vestir su camiseta y en un futuro ser vendidos a un precio mucho más elevado.

**Morales. F. (2012).** La información deportiva incompleta y limitada de los diarios especializados: Los casos de El Bocón, Libero y Todo Sport. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Lima, Perú. Recuperado de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/397/Morales\\_rf.pdf?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/397/Morales_rf.pdf?sequence=1)

En la investigación, el autor señala que el deporte no solo es una actividad beneficiosa para la salud física y mental de la persona, sino también, es una poderosa herramienta que puede contribuir a resolver o reducir problemas que hoy en día podemos ver en todas las sociedades del mundo incluida la sociedad peruana como la drogadicción, el pandillaje, etc.

Nuestra sociedad, tal como se evidencia en la investigación del autor, posee una gran demanda en la industria deportiva, mayormente en el fútbol, debido al alcance mundial que este tiene y por las pasiones que despierta en todo lugar donde se practica y se realizan diversos torneos.

El objetivo general de la investigación fue analizar el contenido de las noticias publicadas por los diarios deportivos El Bocón, Líbero y Todo Sport, para comprobar si están o no contribuyendo con el desarrollo del deporte en el Perú.

Asimismo, se analiza la situación del deporte en nuestro país y se estima que es lamentable debido al desinterés de las autoridades por no invertir ni preocuparse en el desarrollo de las diversas disciplinas deportivas que en el Perú existen pues no hay planes o proyectos en favor del deporte nacional que permitan su crecimiento.

Si bien es cierto el deporte es una actividad libre y de entretenimiento que puede ser practicada por cualquier persona, es también una oportunidad para ser

un profesional en la disciplina que se realice, convirtiéndose en representante o embajador del país en las competencias que se realicen. Por lo tanto, lo que se informe sobre cada deporte será importante para despertar el interés en la sociedad.

Esta investigación ha utilizado un método de investigación descriptivo porque describe el fenómeno por el cual los tres diarios deportivos del país publican, casi en la totalidad de su contenido, sólo información relacionada al fútbol, dejando de lado otros deportes que también requieren de una cobertura adecuada. Además, es una investigación explicativa porque trata de encontrar las razones por las que se produce esta situación.

Se analizaron un total de 93 ediciones correspondientes a los tres diarios deportivos seleccionados, las cuales se publicaron durante octubre del 2008. El tipo de muestreo utilizado es el “muestreo no probabilístico” y se eligió ese mes para desarrollar un contraste entre dos eventos deportivos como son las Eliminatorias para La Copa del Mundo de Sudáfrica 2010 y el Sudamericano Juvenil de Voleibol. Además, el autor se apoyó en las entrevistas que realizó a los tres directores de los diarios que analizó.

Las conclusiones fueron que el contenido de los diarios El Bocón, Líbero y Todo Sport se enfocan básicamente en el fútbol, en perjuicio otros deportes. Según datos recogidos durante octubre del 2008, en los tres diarios más del 64% de su contenido es sobre noticias del balompié local o mundial y el tratamiento periodístico que se brinda a otras disciplinas distintas al fútbol se basan en la descripción de hechos, es decir, no existe análisis profundo sobre la realidad del deporte peruano.

**Zorrilla, J. (1996).** El titular de la noticia. Estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de

Madrid, Madrid, España. Recuperado de  
<http://eprints.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf>

Los titulares en los diarios no son solo textos cortos. El rol que cumplen va más allá de lo que se puede ver o en todo caso leer. Un titular resume la noticia y la presenta al lector de manera auspiciosa. Es decir, tiene características atractivas que hacen despertar el interés por la información que representa.

El autor enfatiza que en los medios audiovisuales, la radio y la televisión también se han percatado del poder de atracción y de otras propiedades comunicativas que tienen los titulares y los han incorporado recientemente a sus espacios informativos.

Para el análisis textual de los titulares, se seleccionó una muestra estadística compuesta por un titular de cada una de las primeras páginas de seis diarios de información general que llegan a todo el país, que fueron publicados entre los meses de febrero y marzo de 1993.

El objetivo de la investigación es demostrar que los titulares de las noticias han llegado a crear un lenguaje propio, con características lingüísticas peculiares, entre los que más sobresalen el empleo del estilo nominal e impersonal, su preferencia por el tiempo presente en los verbos la abundancia de nombres propios gramaticales y artículos definidos, entre otros aspectos que son analizados para entender lo complejo y relevante de entender la importancia del titular.

La metodología que emplea la investigación es un análisis cualitativo sobre todos los titulares analizados en la investigación, los cuales fueron seleccionados mediante las mismas informaciones que aparecían en la primera página de los seis

periódicos, aunque en alguno de ellos no se publicara como la información más relevante.

En cuanto a las conclusiones, la investigación señala que los titulares estudiados en relación a las formas personales de los verbos, el tiempo presente es el que prevalece en la mayoría de ellos, mientras que el futuro sólo se encuentra en escasas ocasiones y el pasado en ninguna. Poniendo en evidencia que el tiempo presente de los verbos es un elemento fundamental del lenguaje de los titulares que confiere viveza y realismo al texto, convirtiéndolo atractivo sin faltar a las reglas de la gramática.

**Gutierrez, E. (2017).** Características estructurales de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad. – Elecciones Presidenciales II vuelta Electoral 2016. (Tesis de licenciatura). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

El periodismo es capaz de crearle al público, televidente o lector, un concepto o percepción sobre un determinado tema o un personaje en específico. Por ello, se debe ser cauteloso al tratar la información noticiosa y sobretodo en tiempos importantes como son las elecciones.

Los medios de comunicación y la prensa en general tienen la misión de informar sobre el desarrollo de las campañas de los candidatos quienes buscan ser elegidos, lo cual implica una cobertura transparente y neutra a todos los postulantes sin tener que adjetivar o expresar su postura al emitir la información.

Es importante tener en cuenta que el contenido de la portada de un diario tiene un mensaje que darle al lector, y ese mensaje está compuesto por un titular acompañado de una fotografía que complementa la noticia.

La investigación analiza las portadas del diario “La República” mediante una técnica que estudia puntualmente el discurso escrito y uso del lenguaje como suceso de comunicación e interacción dado el contexto en el que se presentan los sucesos.

En ese sentido, la autora a estudiado detalladamente como el diario escogido no es objetivo en su rol de informar, lo cual significa que no se está cumpliendo con la principal razón de ser del periodismo, en este caso, de la prensa escrita.

Por ello, se utilizó un método de investigación analítico que estudia primariamente 14 portadas periodísticas, del diario La República, durante el proceso de elecciones presidenciales. La metodología es de carácter interdisciplinario, lo que permite cuestionar al periodista el mito de la objetividad y la imparcialidad periodística. En relación a la muestra, fue no probabilística de las portadas consideradas.

El objetivo de la investigación fue identificar cuáles son las características estructurales de las portadas periodísticas del diario La República en la contrucción de la realidad durante las dos últimas semanas previas a las elecciones presidenciales que se realizaron en el año 2016 en el país.

La autora concluye que los titulares periodísticos del diario La República poseen, como una de sus características principales, la elipsis como recurso estilístico y el tiempo verbal más utilizado es el verbo “Presente”. Además, todas las portadas estudiadas son relacionadas con las elecciones y son principalmente “designativas”, lo que indica que ciertamente evidenciaron un indicio sobre el contenido textual de la noticia.



Asimismo, la investigación evidencia que la información brindada por La República no es sensacionalista por su correcto uso del lenguaje (sintaxis) y la inclusión de fotografías en su mayoría sin manipulaciones, pero durante el proceso de las elecciones presidenciales si existió la presencia de sesgo político en el análisis del discurso realizado dentro del periodo mencionado.

## **1.2. Bases teóricas**

### **Teoría de la Aguja Hipodérmica**

Esta teoría, aparece en la década de los años treinta del siglo XX, la cual posee tres elementos fundamentales que la conforman: el emisor, la información y el receptor, quienes participan en un proceso determinado dentro de una sociedad o un contexto.

En aquellos tiempos de guerra, las principales fuerzas querían sumar cada vez más seguidores o creyentes de su filosofía, con el fin de seguir ganando bienes, territorios o presencia en el escenario global.

Al respecto, Fernández (2009) sobre el contexto en el que se forma esta teoría menciona que:

La propaganda política en Alemania y otros países estaba en su apogeo. Las naciones-Estado utilizaban los nuevos medios de comunicación, como la radio, el cine, los afiches como mecanismo de control social. Paralelamente, se observaba una obediencia ciega de los ciudadanos a los regímenes totalitarios de poder limitado, pero a través del Estado (p.95).

La teoría demuestra que los medios de comunicación influenciaron, directamente y en gran medida, en las personas que se convertían en los receptores de las informaciones que eran emitidas, a través de los medios, por las altas esferas de poder.

En ese sentido, Fernández (2009) sobre la teoría de la aguja hipodérmica indica que “concibe a la sociedad como un organismo al que es posible inyectar cualquier mensaje propagandístico para obtener el efecto deseado. Se lleva a cabo una guerra psicológica y política con ayuda de la prensa escrita y de la radio” (p.102).

Los medios de comunicación masivos, desde su aparición, cumplen un rol importante en la sociedad, pues poseen como característica principal el alcance que pueden tener, es decir, la cantidad de personas a las que pueden llegar con sus mensajes o informaciones.

Al respecto, Com (2011) en relación a la teoría de la aguja hipodérmica sostiene “que los medios masivos de comunicación ‘inyectan’ un mensaje, cuyo contenido se da por cierto de manera indubitable; por lo tanto, lo que un medio de comunicación emita es automáticamente tomado como verdadero” (p.72).

Se pone en evidencia el poder que tienen los medios de comunicación, pero va a depender mucho el contexto en que se encuentre una sociedad en la que la prensa sea quien tenga en su poder información relevante sobre lo más importante que esté ocurriendo.

Sobre el riesgo que existe por el poder que tiene la prensa, Com (2011) dice que:

Una teoría que plantea esta linealidad encierra muchos peligros, pues jamás plantea cuestionamiento alguno a la veracidad de la información que suministran los medios y termina por legitimar la capacidad de éstos de producir conductas y de incentivar a las masas para que respondan de una determinada manera (p.73).

En suma, la teoría de la aguja hipodérmica trata de explicar cómo los medios de comunicación influyen en las personas, pues con sus informaciones o publicaciones, hacen que sus receptores creen una idea que, en algunos casos, es lo que el medio quiere que crean y no lo que en realidad debe de saberse.

## Teoría de la Agenda Setting

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la vida de las personas. La información que los medios publiquen en las diversas plataformas con las que cuenten, será consumida por un público que tiene la necesidad de estar informado sobre los sucesos que puedan conocer gracias a estos medios.

Esta teoría explica como los medios son los que de alguna manera marcan la pauta de lo que se tiene que saber o informar dentro de una sociedad, en la que ocurren sucesos tan relevantes como algunos otros sin relevancia.

En ese sentido, Marqués (2016) añade que en esta teoría “los medios de comunicación influyen en la opinión pública –de manera directa o indirecta– con la elección de temas y la relevancia que esos contenidos adquieren en el espacio informativo prefigurando” (p.124).

Se demuestra así que los medios de comunicación en la sociedad son capaces de crear perspectivas y posturas en las personas sobre determinados temas. Muchas veces las ideas que se crean los públicos quedan marcadas y pueden ser difíciles de cambiarlas.

En relación a la relevante función de los medios, Marín (2012) señala que:

La función informadora es básica en la comunicación de masas. Se supone que mediante el proceso de comunicación colectiva se provee de suficiente información a los miembros de la sociedad para que puedan sentirse parte integrante del entramado social. Pero la función informadora no se limita a facilitar información general necesaria para la comprensión del propio papel dentro de la sociedad, también da una amplia variedad de informaciones puntuales, ni generales, ni imprescindibles, pero de interés para un número amplio de individuos (p.260).

Una sociedad adecuadamente informada puede tomar las decisiones que se ajusten más a sus necesidades con el fin de que sean beneficiadas. Por ello, los medios informativos deben de formar parte de ese proceso que conlleva a tener una sociedad consciente de su realidad.

En relación a los efectos que ocasionan los medios de comunicación, Marín (2012) señala que:

Los medios de comunicación de masas suelen informar sobre la aparición de conductas no conformes con las normas sociales establecidas. La publicidad de esas conductas «desviadas» en los medios obliga a los individuos e instituciones a tomar partido a favor o en contra de las propuestas de cambio en las normas sociales. Durante la toma de postura, los no conformistas suelen atraerse la sanción del grupo por la fuerte presión de las mayorías. Por tanto, en buena medida, el proceso tiende a que existan unas normas sociales compartidas y estables, y a convertir en pasivos y conformistas a los receptores. (p.260).

En suma, la teoría de agenda setting permite conocer el efecto que causan los medios de comunicación en la sociedad, es decir, como puede llegar a influir en gran medida en la vida de las personas.

### **Teoría de la Opinión Pública**

La opinión pública se desarrolla en una sociedad democrática, pues eso implica que cada persona que forma parte de ella, pueda ser capaz de desarrollar un pensamiento crítico en relación a su realidad, es decir, a los hechos o acontecimientos que se den dentro del contexto en donde vive.

Para Marques (2016), la opinión pública “es el resultado de la confrontación de multitud de opiniones en una sociedad plural. Su simple existencia supone un estímulo para la evolución social por los procesos de debate que se generan en su seno” (p.27).

En ese sentido, se puede entender que es un fenómeno que se forma dentro de la sociedad, tan importante que permite el desarrollo de la misma y enriquece al mismo tiempo de conocimientos a las personas.

Sobre las características que tiene la opinión pública, Marques (2016) señala que:

En ella coexisten la afirmación y la duda; uno de sus signos característicos. Al no ser una verdad científica (ámbito propio de la inexistencia de la menor duda posible), la afirmación incorpora siempre una parte de duda. El segundo es la polémica, el estar siempre dividida. Cuando no existe polémica sobre un tema (consenso), este deja de ser objeto de la opinión pública. Una tercera característica es su carácter independiente, una vez conformada, respecto de las opiniones individuales que han contribuido a su creación. (p.27).

Por ello, los medios de comunicación, como fuentes de información dentro de una sociedad, cumplen un rol importante para la formación de la opinión pública. Lo cual quiere decir que los mensajes que los medios envíen serán recepcionados por las personas y estas se formaran un criterio sobre lo que ven.

En ese sentido, existen también riesgos en el tratamiento de la noticias por parte de los medios, pues ellos finalmente son los que deciden que noticias serán publicadas o emitidas para todo el público.

Al respecto, Marques (2016) manifiesta que:

La posición de los periodistas en la selección de los emisores y de los mensajes les otorga un poder significativo en la construcción de la realidad social simbólica, aunque también es verdad que en los nuevos escenarios mediáticos, propios del siglo XXI , las fuentes tienden a cobrar mayor protagonismo en esa construcción, en detrimento del papel que tradicionalmente han jugado los periodistas (en comparación con los escenarios del siglo XX ). De hecho, algunos autores ya plantean la revisión de cuáles son los actores sociales y políticos principales, entre los que se incluyen a los medios de comunicación. (p.23).

La opinión pública entonces se alimenta de la información que recibe y le permite tener una postura ante determinados temas que poseen relevancia social e implica un aspecto importante en sus vidas.

### **1.2.1. Marco legal responsabilidad de los medios de comunicación**

Como lo presenta el artículo 2 de la Constitución Política del Perú, los/las ciudadanos/as tienen derecho a recibir información totalmente imparcial, por ello es deber de los medios informativos, en este caso la prensa escrita, la de informar de manera objetiva dejando de lado toda parcialidad o subjetividad, haciendo prevalecer los derechos de la población.

Asimismo, el artículo 61 presenta que la prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni de cualquier forma de acaparamiento por parte de ninguna entidad ya sea pública o privada.

### **2.1.1. PERIODISMO DEPORTIVO**

El desarrollo de la actividad deportiva a lo largo de los años, abrió un importante camino hacia una especialización que ha logrado consolidarse gracias a la globalización y al crecimiento masivo del deporte en la sociedad.

Ciertamente el periodismo deportivo es una especialidad del periodismo que evoluciona constantemente haciendo uso de las herramientas tecnológicas que le permiten lograr el alcance masivo que quiere tener, incluso, cada vez gana más terreno que la prensa generalista, tal es así, que en algunas universidades ya se dicta la carrera de Periodismo Deportivo propiamente dicha. Lo cual es una clara evidencia del valor que tiene esta rama periodística en estos tiempos. Alcoba (1999) define al periodismo deportivo como un género “cuya información se dedica, con exclusividad, al tratamiento específico de cuánto sucede en el mundo del deporte”. (p.23).

La prensa deportiva se desprende de la prensa que cubre temas como sociedad, política o economía, por el contenido que forma parte de sus coberturas, enfocándose especialmente en todo lo que concierne a la realidad deportiva, compuesta por eventos o torneos locales, continentales o mundiales.

Rojas (2011), citado por Salinas (2015) considera al periodismo deportivo:

Un auténtico fenómeno de masas que ha cobrado en los últimos años un especial protagonismo hasta considerarse actualmente como una parcela del periodismo de mayor alcance social tanto en España como en la gran mayoría de países se habla hispana. (p.52).

Existen hoy en día más de 50 deportes que son considerados una disciplina por los organismos internacionales que los dirigen y las comisiones que realizan el seguimiento respectivo para que estas se lleven a cabo de la mejor manera posible, y sobre todo, que siempre prevalezca el espíritu competitivo que implica el estar en una competencia para alcanzar una meta ya sea individual o colectiva.

Sobre el desarrollo del fútbol, el deporte que más seguidores tiene en todo el mundo, Salinas (2015) sostiene que:

El crecimiento registrado en las últimas décadas le ha valido al fútbol ser considerado como un inmenso negocio global, generador de grandes cantidades de dinero. Solo entre 2006 y 2010 el ingreso total de los clubes profesionales de Inglaterra, Alemania, España, Francia e Italia (por concepto de derechos de televisión, venta de entradas, de patrocinadores, entre otros) aumentó de 2.500 millones de euros a 8.900 millones de euros. (p.22).

Se denota claramente como el periodismo deportivo se ha valido principalmente del fútbol, como la actividad que ha generado y despertado pasión de masas y por consecuencia, la demanda de todo lo relacionado a este deporte va a tener un alcance notable y es ahí donde este tipo de prensa entra en acción y cubre todos los ángulos de los hechos futbolísticos y de otros deportes en general.

La actividad deportiva no puede verse como un hecho más, sobre todo en estos tiempos de innovación en donde cada vez aparecen más disciplinas

físicas que conforme pasa el tiempo van adquiriendo practicidad y se difunden hasta convertirse en un deporte masivo y profesional.

Para reforzar el valor que tiene el deporte en la sociedad, Alcoba (2005) señala que:

Quienes piensan que el deporte es pasatiempo pueden tener razón en esa apreciación, pero no para tratar de menospreciar a este género específico del periodismo. Que cuatro diarios deportivos figuren entre los de mayor volumen de tirada de todos los diarios españoles, que entre programas radiofónicos de mayor recepción se encuentren los deportivos y que las mayores cuotas de audiencia de las cadenas de televisión sean las referidas a emisiones deportivas, es suficiente significativo para callar voces estentóreas e indocumentadas sobre la realidad de la información deportiva y de su importancia cultural. (p.40).

En la actualidad, existen diversos eventos deportivos que convocan a millones de personas gracias a la cobertura de la prensa. Nos referimos en primer lugar a las competencias internacionales o torneos mundiales, a las que asisten cientos de países representados por sus respectivas delegaciones de deportistas que han sido seleccionados por su habilidad, rendimiento y destreza en la disciplina que practiquen.

En ese sentido, Alcoba (2005) sobre el desarrollo de las actividades deportivas manifiesta que:

La proliferación de deportes marca el punto de salida para la invasión de modalidades y especialidades que incrementan la expansión de la actividad deportiva. El número de deportes que se practican no se reduce a un practicante por deporte, sino que cada deporte, a su vez, genera dentro de sí mismo nuevas facetas que incluir a las propias y específicas de un deporte. Tal situación viene a reforzar la complejidad de la actividad deportiva de manera que aparentemente es una sola especialidad se multiplica. (p.56).

Es así entonces como el contenido deportivo incrementa conforme pasa el tiempo y por lo tanto, la prensa deportiva siempre buscará el contenido que es del interés del



público e incluso puede darse el caso que no se pueda abarcar todos los deportes en sí, pues la información es abundante y de esa manera el medio deberá seleccionar su cobertura al suceso de mayor impacto.

#### **2.1.1.1. Antecedentes del periodismo deportivo**

El periodismo deportivo nace por el auge de las actividades deportivas que fueron consolidándose hasta alcanzar un grado de disciplina, lo cual significa que es practicado por profesionales que tienen la capacidad para destacar en cada uno de ellos y también que existen quienes lo practican en todo el mundo.

Sobre el impulso definitivo del proceso informativo del deporte, Alcoba (2005) señala que:

Con la llegada del siglo XX y los avances que en él se producen, la humanidad va a comenzar una nueva era de progreso no exenta de situaciones traumáticas para millones de seres, a las que se unirán, para agravarlas, los conflictos bélicos. Pese a ello, las estructuras sociales van a experimentar un cambio radical que promueve la evolución de las ciencias y las artes. En esa mutación se encontrará implicado el deporte, que va a ser integrado en todas las áreas por intereses marginales a la esencia de la actividad deportiva, al darse cuenta los poderes públicos de los beneficios que puede reportarles. (p.33).

Los inventos y los avances, permitieron que los contenidos informativos deportivos puedan ser publicados con características distintas a las que presentaban otras secciones informativas de tal manera que le permita diferenciarse y llegar como novedoso para el público.

Al respecto, Paniagua (2009) indica que:

Tras la I Guerra Mundial las publicaciones deportivas experimentan un aumento en lo que se refiere a la presencia de publicidad y de

fotografías. Se ponen en marcha otras prácticas hasta entonces inéditas, como la venta por correspondencia, y, en general, los medios se empiezan ya a ver como un vehículo de entretenimiento, alejándose cada vez más del tono didáctico y divulgativo que habían. (p.22).

En relación a la aparición de los profesionales en prensa deportiva, Alcoba (2005) indica que “los primeros periodistas deportivos fueron tomados como periodistas de segunda, ya que el área que contrataban estaba al alcance de cualquier pluma y cualquiera podía llevar a cabo la realización de esa información” (p.65).

Es en este sentido, se va evidenciando a través de los años que diversos deportes como el fútbol, vóley o el básquet, etcétera; provocan el desarrollo de un tipo de prensa que profundiza en temas relacionados a cada deporte, formándose así un periodismo especializado. Pues es el fútbol, es una de las actividades más practicadas en todo el mundo que cuenta con una importante economía que le permite magnificar año tras año sus acciones y como principal efecto logra llegar cada vez a más y más personas que se identifican y quieren participar en su práctica y en todos los eventos deportivos que realice este deporte.

Luego de entender al futbol como uno de los principales contenidos de la prensa deportiva podemos remarcar que el desarrollo del periodismo deportivo se favoreció con la amplitud de esta actividad deportiva.

Sobre lo que significa hacer periodismo deportivo para los medios hoy en día, Hernández (2003) señala que:

Si nos acercamos a cualquier medio de comunicación, pronto apreciaremos la importancia que en este tiene el deporte: páginas y páginas en la prensa escrita, periódicos y revistas: horas y horas en la radio, programas de tres o cuatro horas ocupando los primeros lugares en todas las estadísticas; programas y más programas en todas las cadenas de televisión, en directo y diferido, desde cualquier parte del mundo (p.11).

Conocer la historia del periodismo deportivo permite darle el valor que tiene como una rama especializada que no deja de crecer y formar especialistas en contenidos que tienen una alta aceptación y demanda en la sociedad moderna.

#### **2.1.1.2. Usos del lenguaje en el periodismo deportivo**

El periodista deportivo hace uso de un lenguaje que posee características distintas a las que puede utilizar el redactor de las notas de política o actualidad, sin que esto signifique que se pierda el sentido informativo que la noticia amerita.

Sobre el lenguaje en el periodismo deportivo, Hernández (2003) señala que:

Estamos ante un lenguaje abierto a todo y dispuesto a aprovechar cualquier innovación; todo le sirve: la filosofía, la literatura, la religión, la economía, la historia, la ciencia, la técnica, etc., aunque es cierto que se aprecia en él una gran impresión denotativa, que sin embargo, arrastra una no menor carga connotativa. (p.57).

El lenguaje que emplea en sus redacciones la prensa en general posee de cierta manera más formalidad. Esto no quiere decir que la prensa deportiva use un lenguaje no formal pero sí es más ameno y lúdico.

Al respecto, Castañón (1992), citado por Castañón (1993) señala que:

Se ha realizado escaso hincapié en el análisis de las diferencias entre la lengua periodística deportiva y general. Hecho clave que permite comprender buena parte de los fenómenos lingüísticos especiales que caracterizan al periodismo especializado. Comparten principios de lenguajes de producción colectiva, de concisión, de claridad y de lenguaje mixto. Pero se diferencian en los principios de corrección –el fútbol no tiene aún una lengua coloquial culta- y de captación del receptor. (p.9).

Si bien es cierto que en cada sociedad pueden existir distintas costumbres o formas de expresiones, el lenguaje que utiliza la prensa deportiva tiene la característica de ser universal, es decir, puede ser entendido por todos los seguidores y amantes del deporte.

Al respecto, Hernández (2003) añade que:

El lenguaje funciona como un aparato nivelador, adaptando cualquier sistema lingüístico a sus necesidades. Podemos hablar de un <<supercódigo>>, constituido por la interacción de los diferentes códigos de los deportes y de otro código, particular y exclusivo de cada deporte. (p.57).

En ese sentido, el periodista aplica en sus publicaciones y redacciones términos populares o jergas que son entendibles para el público que va dirigido los contenidos informativos. Su misión es atrapar y hacer sentir al lector que este se encuentra en el momento exacto en que ocurren los hechos, introducirlo en un mundo donde pueden darse gloriosas victorias o duras derrotas, que no necesariamente pueden ser así, pues está en la creatividad del redactor la forma en que empleará el lenguaje.

Sobre el público de la prensa deportiva, Hernández (2006) señala que:

El lector deportivo conoce los hechos más destacados de su región o ciudad, la historia, la literatura, los personajes destacados, y gusta de recordarlos y de que sean recordados. Con frecuencia tiene modelos, históricos o de ficción, del buen hacer o de la maldad o traición más vergonzosa. A ellos vuelve el periodista, buscando encontrar el ejemplo claro, valorado, pues conoce que, al hacer esto, su crónica tendrá éxito y será comprendida. (p.31).

El lenguaje deportivo está conformado por un puente llamado metáfora que forma un puente de entendimiento entre el periodista y el lector, logrando la comprensión total sobre los hechos.

Al respecto, Hernández (2003) manifiesta que:

La metáfora es un recurso muy utilizado en este lenguaje, hasta el extremo de encontrarnos con crónicas en las que cabría hablar de alegoría más que de metáforas, conociendo su abundancia. Sin dudarlo, Sin dudarlo, consideramos la metáfora como uno de los apoyos fundamentales del lenguaje deportivo. (p.42).

Por lo tanto, el lenguaje en el periodismo deportivo maneja estructuras y códigos dentro del universo del deporte que son entendidos tanto por la prensa como por los lectores en relación a sucesos que son de interés dentro de la industria del deporte.

### **2.1.1.3. La dimensión ética del periodismo deportivo**

En principio todo profesional debe desempeñar su función teniendo en cuenta la ética para desarrollarse en su rubro respectivo. Ser consecuente con sus acciones le permitirán realizar un buen trabajo que aporte y sea beneficioso tanto para él como para los demás.

En el periodismo deportivo, el profesional debe estar formado y preparado para convertirse en ese elemento clave para unir a la sociedad con el deporte. Ese nexo está conformado por toda la información que el periodista le brinda a la comunidad seguidora del deporte y que ve en el redactor o reportero a un referente que le va a creer, es decir, va a confiar en la información sobre los hechos que se presenten.

Sobre la responsabilidad del periodista, Tipe, V. & Castillo, H. (2000) señalan que:

Un periodista debe responder por su trabajo y por sus consecuencias. Por eso, antes de publicar una información debe ser consciente del poder del medio que usa y de los efectos que puede provocar. No debe olvidar que tiene una responsabilidad política e ideológica porque influye en la consciencia de la sociedad. El periodista es responsable, en primer lugar, ante el público al que se dirige. (p.105).

La prensa deportiva tiene el objetivo de informar los hechos ocurridos en el ámbito deportivo con un lenguaje menos formal que el que emplean otras especialidades y tienen también la función de entretener al lector. En ese sentido, no se puede traspasar la línea de la objetividad periodística, donde el profesional debe evitar hacer uso de apreciaciones propias o sentido propio en el tratamiento de la información. Si bien es cierto debe impactar al lector con sus contenidos, no se debe utilizar terminologías o elementos que supongan una postura por parte del redactor y/o periodista.

Al respecto, Alcoba (1993) manifiesta que:

Como cualquier periodista, el especialista en deportes debe ser consecuente con el código ético y deontológico, a través del cual se reconozca su imparcialidad. Por la gran difusión que alcanzan sus comentarios, está obligado a ser responsable de que cuanto manifiesta es verdad, pese a la carga de subjetividad que puedan llevar. Un efecto, fácilmente detectable por los aficionados al deporte, es la disparidad de criterios de algunos comentaristas sobre un mismo encuentro o actividad deportiva a reseñar. No puede o no debe, por tanto, mostrarse apasionado a la hora de exponer su opinión en relación a un deportista, técnico, dirigente, club o equipo, si no quiere caer en la acusación de tergiversar la verdad. Ni debe, tampoco, expresar situaciones provocadoras límites de escándalos. (p.45).

En la actualidad, no podemos ser ajenos al gran crecimiento que ha tenido la prensa deportiva, lo cual significa que se debe tener un mayor control y seguimiento por parte de los encargados de los medios de comunicación sobre la forma en que trabajan. La responsabilidad partirá por ser conscientes que de lo que ellos publiquen la sociedad se formará una opinión o concepto sobre los hechos, lo cual implicará la aprobación o rechazo por parte de estos.

Alcoba (1993) añade que:

En el periodismo deportivo actual, el deporte-juego ha dejado paso al deporte-espectáculo, de manera que los intereses priman sobre la opinión de los informadores, en una proporción o escala inductora de comentarios que nada tienen que ver con la filosofía y espíritu del deporte, y es, ahora, cuando debemos acudir a la ética y deontología del periodismo. (p.48).

Por lo tanto, como prioridad el periodista debe contar con la máxima independencia para desempeñar su función de informar los hechos de manera objetiva y cuando sea necesario adoptar un postura crítica ante determinado suceso.

#### **2.1.1.4. Perfil del Diario Líbero**

El diario Líbero es uno de los periódicos deportivos más influyentes en el contexto deportivo peruano y también uno de los más vendidos en su rubro. Es un tabloide especializado en deportes y sus contenidos en su mayoría están compuestos por el fútbol tanto local como internacional.

Este diario pertenece al Grupo La República Publicaciones S.A. y nace dentro de la cada vez mayor consolidación del fútbol como el deporte rey. Sin embargo, antes de la existencia de este medio impreso ya existían otros tres diarios deportivos reconocidos en el medio como El Bocón, Todo Sport y Ovación. El reto por ganar lectores iba a suponer el análisis del mercado consumidor de diario en ese entonces y finalmente lo encontró.

Salinas (2015), manifiesta que:

Con el resultado de los estudios en sus manos, el ya desaparecido Gustavo Mohme Llona (presidente de Compañía Impresora Peruana) dispuso la salida de un diario deportivo innovador al que bautizó como “Ra” y que debía destacar por su contenido e imagen. Tras varias ediciones de prueba y numerosos grupos focales, el proyecto tuvo diversas modificaciones, siendo el cambio de nombre lo más significativo. Es así que el 5 de junio de 1995 salió al mercado Líbero, una apuesta con diseño moderno (similar a Marca de

España) con 16 páginas a todo color, algo que mostró una sustancial diferencia que ofrecían productos en blanco y negro. Otra cualidad fue el precio: 0.50 céntimos frente a los 0.70 que costaba El Bocón, que sería durante una década su principal competidor. Además, Líbero fue distribuido a nivel nacional, un alcance que difícilmente podían lograr los otros tres rotativos especializados que solo se limitaban a una circulación capitalina. (p.103).

El diario actualmente tiene como director a Carlos Salinas, maestro en periodismo en la Universidad de San Martín de Porres y cuenta con más de 30 años de experiencia en el periodismo deportivo.

Sobre las características principales del periódico, este diario ha logrado posicionarse en el público como un medio de información entretenido que le da mayor cobertura al fútbol peruano, fútbol internacional y a la selección peruana de fútbol.

Al respecto, Salinas (2015) añade que:

Hacia mediados de 2011, y bajo de la dirección de Carlos Salinas Guerrero, Líbero creció de 16 a 24 páginas en Lima, lo que permitió un mayor despliegue informativo del fútbol y otras disciplinas. Este crecimiento respondía, por cierto, a la necesidad de equiparse en número de páginas con El Bocón y Depor. Además acercó su estilo de redacción al lenguaje de los jóvenes a quienes empezó a tratar de “tú” y no de “usted”. (p.104).

En la actualidad, Líbero se suma a otros dos tabloides (Depor y El Bocón) como los diarios deportivos de mayor alcance y demanda en el Perú. Lo cual evidencia que en el país el lector de deportes sigue creciendo y ganando seguidores día a día.

#### **2.1.1.5. Eliminatorias de la selección peruana rumbo al Mundial Brasil 2014**

La selección peruana de fútbol es el combinado nacional que está conformado por futbolistas profesionales peruanos que pertenecen a clubes deportivos nacionales o



extranjeros, que tiene el objetivo, cada cuatro años, de disputar las Eliminatorias que se realizan en Sudamérica para lograr participar en la máxima fiesta del fútbol como es la Copa Mundial de la FIFA.

Sobre el seleccionado nacional, Salinas (2015) indica que:

Es el equipo representativo de nuestro balompié en todas las competencias y partidos oficiales. El manejo de este combinado está a cargo de la FPF, institución gestora de los recursos económicos y logísticos para su funcionamiento. Además, esta entidad asume la contratación de un entrenador quien tiene la responsabilidad de convocar a los jugadores peruanos o nacionalizados más destacados, ya sea del campeonato local o de torneos de otros países. (p.83).

Las Eliminatorias son procesos previos a los Mundiales de fútbol, los cuales se disputan cada cuatro años y están organizadas por la FIFA, y se dividen por confederaciones que están integradas por los países de cada continente.

Salinas (2015), respecto a la modalidad del proceso señala que:

Para Francia 1998, la Conmebol cambió el formato de juego de las eliminatorias sudamericanas: de la disputa por grupos se pasó al sistema de todos contra todos. Sin embargo, no varió la suerte de nuestro seleccionado que (bajo la batuta de Juan Carlos Oblitas) quedó fuera del mundial, aunque por diferencia de goles. (p.84).

En Sudamérica, el máximo ente que supervisa el fútbol de la región es la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), el cual está conformado por 10 países: Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay, Bolivia, Ecuador, Colombia, Venezuela y Perú. Los cupos que da la FIFA para esta parte del continente son para 4 países clasificados de manera directa por mayor acumulación de puntos y un cupo para disputar un partido de repechaje contra un rival de las Eliminatorias de Oceanía.

En el marco de las Eliminatorias al Mundial Brasil 2014, la selección peruana de fútbol estuvo dirigida por el uruguayo Sergio Markarían (73 años), quien firmó contrato con la FPF en julio de 2010 con el objetivo de clasificar a Perú al Mundial de Brasil.

Durante el proceso de Eliminatorias, se realizó, como también cada cuatro años, la Copa América Argentina 2011, torneo continental que le dio luego de varios años un gran optimismo a los fanáticos peruanos tras quedarse con la medalla de bronce de dicho campeonato, porque significaría un gran incentivo de creer que luego de más de treinta años el combinado nacional podría tener las posibilidades de estar en la próxima Copa del Mundo. Como era de esperarse, la prensa también formó parte de esta nueva perspectiva que se había generado sobre la selección. Sin embargo, culminadas todas las fechas de partidos de las Eliminatorias, nuevamente Perú no alcanzaba su clasificación.

Es necesario mencionar que la prensa deportiva se volvió parte del sentir de la afición peruana al informar con un gran despliegue y cobertura, los triunfos y derrotas del equipo peruano. Incluso, esto se iba a reflejar en los índices de aceptación que tenía el entrenador uruguayo por parte de la población peruana.

### **2.1.2. PORTADAS PERIODÍSTICAS**

El periodista hace uso de sus herramientas para levantar la noticia desde el enfoque más atractiva e impactante que esta pueda tener. En el caso de la prensa, escrita, si nos centramos en un diario, el cual está compuesta por un conjunto de secciones que contienen las notas informativas, deberá elegir el suceso más importante o relevante que considere sea de mayor valor e interés para el lector y deba ser colocado y destacado en la portada.

La portada periodística es la parte fundamental que tiene un diario, la cual posee características distintas a las demás páginas del diario que son trabajadas y diseñadas de tal manera que sean atractivas para el público e incentivarlos a informarse sobre ese tema de su interés, y que fue seleccionado estratégicamente por el medio.

Sobre su influencia, El Comercio (2012) manifiesta que:

El lector peruano de periódicos se caracteriza por ser, en su mayoría, eventual: solo adquiere el diario cuando sabe que encontrará contenido de su interés o cuando alguna noticia de la portada ha llamado su atención. Los diarios tendrán que aumentar su estrategia de venta a convertir a los lectores en permanentes. (p.11).

Los elementos más importantes que forman la portada son el nombre del diario, el titular principal y los secundarios, la fotografía y la publicidad que el medio deba de mostrar por un contrato previo.

Al respecto, Rojas (2014) señala que:

El periodismo deportivo deposita gran parte de su fortaleza en el carácter visual de sus contenidos. Tanto en el diseño de las webs como en la diagramación de las páginas impresas, este tipo de periodismo ha sabido innovar para hacer más atractivos sus textos y atrapar la atención de los lectores a través de fotografías espectaculares, titulares de grandes dimensiones, infográficos singulares. (p.184).

**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](http://www.materialesdelengua.org/experiencias/prensa/prensa_portadas.pps)

En suma, podemos decir que las portadas de los diarios son impactantes para el lector. Sin embargo, las portadas en prensa deportiva no serán las mismas que la de los diarios no especializados porque el público al que se dirigen son gente joven apasionada por el deporte.

En el Perú, la prensa informativa enfoca su cobertura mayormente en el fútbol nacional e internacional, y si la coyuntura lo amerita, se abarcan otros deportes que obtengan logros o records trascendentes para el país. En definitiva, las portadas periodísticas de los estos diarios especializados están relacionadas a noticias sobre resultados, datos o sucesos en el fútbol.

La selección peruana de fútbol es un elemento que siempre acapara las portadas de los diarios deportivos e incluso las de los no especializados, evidenciando el fenómeno social en que se ha convertido el combinado nacional para todo el público cuando este participa en un partido amistoso, una Copa América, Eliminatoria y, aunque en más de treinta años no se dio, un Mundial.

En ese sentido, los diarios peruanos más representativos en el ámbito deportivo son Depor, El Bocón y Líbero, este último fue el seleccionado para el análisis en esta investigación.

Sobre las características de las portadas de los tres diarios señalados, Salinas (2015) señala que:

El tamiz sensacionalista en los mencionados tabloides fue ineludible a lo largo de los cuatro años: apelaron al frenesí y al optimismo desbordante ante los resultados favorables de la selección (“En carrera al Mundial”, “Primer paso hacia el mundial”, “Un triunfo para seguir soñando con el Mundial”), incluso tras las sucesivas derrotas (“Nos vamos a levantar”, “Todos con la selección”, “Seguimos vivos”, “No nos ganan”, “A empezar de nuevo”, “Gracias Paolo”, alimentándose con optimismo las ansias de los lectoras por clasificar a Brasil 2014. (p.167).

Podemos visualizar la importancia que tienen las portadas periodísticas de los diarios en la prensa deportiva. Posee características distintas por ser lo primero en que el lector va a concentrar su atención y le hará decidir qué diario escoger para leer la información sobre las noticias de su interés.

### 2.1.2.1. Rasgos gramaticales y sintácticos del titular periodístico

Es importante mencionar que el periodista hace uso del lenguaje que considere más apropiado para elaborar los titulares periodísticos y de esa manera llegar a su público, por tanto, en la prensa deportiva se aplica un lenguaje especial que puede estar compuesto de jergas que hacen un contenido más ameno y es lo que finalmente el público que consume este tipo de información, espera.

Nadal (2011) conceptualiza:

Los titulares son la parte más prominente del discurso informativo impreso y, paradójicamente, uno de los aspectos del lenguaje periodístico que menos atención ha recibido por parte de los especialistas. Los manuales de periodismo, que en muchos casos no son sino recetarios de consejos prácticos sin sustento teórico, tradicionalmente han constituido los únicos intentos de sistematización de la actividad informativa. (p.19).

Toda información, imagen y/o fotografía en un diario, siempre debe estar presentada por un titular, lo cual quiere decir que este elemento es fundamental para el entendimiento de la información o el hecho que se quiere dar a conocer en el medio impreso. El titular está conformado por un sistema semiológico que le permite gozar de independencia sintáctica, es decir, puede ser entendido por sí solo en la mayoría de veces.

Al respecto, García y Berríos (2015) manifiestan:

En cuanto a requerimientos lingüísticos, la estructura para titulares, se exige la presencia obligante de, un cuerpo de **signos y significados**, un conjunto de reglas, normas y **especificaciones de una lengua**, y un ámbito de referencia o **espacio** donde convergen opciones diversas acerca de los significados. (p.11).

Asimismo, los titulares son elementos que deben ser concisos y coherentes, esto quiere decir que por naturaleza deben ser enunciados cortos pero a su vez deben ser informativos y entendibles para el lector.

En ese sentido, Zorrilla (2011) indica que:

La “economía del titular” se aplica en los titulares por la vía de las reducciones lingüísticas, principalmente basadas en la elipsis, con la supresión del verbo, del sujeto y, a veces, de los artículos. Una forma de ahorrar letras, más que palabras, es el uso generalizado de acrónimos como) “UE” (Unión Europea), “ONU” (Organización de Naciones Unidas), “grapo” (Grupos Revolucionarios Antifascistas Primero de Octubre), etc. Suelen ser acrónimos admitidos por la comunidad de hablantes, aunque algunas veces, por su novedad, necesitan ser explicados en el cuerpo de la información (p.45)

El titular es también una oración, por ende, está compuesta por elementos gramaticales que permiten identificar a los agentes que participan dentro de la oración y qué es lo que los relaciona entre sí.

Al respecto García y Berríos (2015), definen que:

En relación a demandas gramaticales, la estructura de un titular de prensa contiene, en primer lugar, un sujeto informante, informante clave o **sintagma nominal** que personaliza el contenido del titular. En segundo lugar, muestra una acción o **sintagma verbal** que revela un interés del informante clave, en desarrollar una opción preferencial por el contenido del titular. Y en tercer lugar, exhibe un complemento oracional o **sintagma preposicional** de amplitud contextual, o sea, genera la posibilidad de contextualizar de forma diversa, la información o la noticia que contiene el titular. En este orden, para hacer referencia de una estructura adecuada, los titulares de prensa se diseñan como opción para la interactividad entre el medio que lo publica y los lectores; de allí que en su estructura, los sintagmas deben ser figuras de enlace, ya no solo entre sintagmas sino entre el medio y el usuario. (p.11).

La estructura del titular debe ser clara y tener sentido. No es posible encontrar un titular que no describa esencialmente lo que la imagen o el texto complementario e informativo quiere comunicar. El título de los contenidos puede variar el orden los elementos gramaticales pero no deben hacer perderle el sentido a la oración.

El Ministerio de educación español (2009), indica que:

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).

Una vez indentificada la estructura del titular, las palabras que empleen los encargados de titular el diario, hacen uso de imaginación para formar un titular creativo con palabras que capturen al lector con su redacción. Muchas veces se utiliza el sentido figurado o el “doble sentido”, lo cual quiere decir que se juega con el sentido de lo que se dice, de manera que se emplean las figura retóricas para dar más énfasis a sus expresiones y generar atracción. Eso sí, debe estar correctamente evaluado si realmente será entendido por el lector al que se dirigen.

Al respecto. Zorrilla (2011) indentica que:

Las figuras retóricas que más se suelen dar en el lenguaje periodístico, como son **la metáfora** (traslación del sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de una comparación tácita), **la sinécdoque** (designación del todo con el nombre de una de sus partes o viceversa), **la metonimia** (designación de una cosa con el nombre de otra tomando el efecto por la causa o viceversa), **la hipérbole** (aumentar o disminuir excesivamente aquello de que se habla) y **la prosopopeya** (atribuir a las cosas inanimadas o abstractas acciones y cualidades propias de seres animados). (p.112).

La composición de los titulares en las portadas del diario es tema de estudio en la presente investigación pues permitirá desarrollar un análisis sobre la intención y el sentido, así como la postura frente a los hechos, que el medio impreso toma.



### **2.1.2.2. Estructura del diseño tecnológico y tipográfico de las portadas**

Habíamos resaltado que las portadas son elementos de suma importancia para los diarios. Es por ese motivo que analizaremos su composición y la forma en que, al ser lo primero que se encuentra a la vista, está diseñada con el objetivo de atrapar al lector. Tipe (2000) indica que “el diseño es fundamental en la presentación de un diario. Un diseño moderno debe tener la idea básica de ofrecer un producto estéticamente homogéneo en su conjunto y flexible en su forma”. (p.93).

En ese sentido, Rodríguez (2018) señala que:

Jerarquizar la información requiere de una adecuada diagramación, de la correcta colocación de elementos visuales y de una selección tipográfica acertada. Si bien casi siempre obedece al manual de diseño propio de la publicación, si resalta interesante de qué manera se trabaja con información siempre renovada (p.67).

En estos tiempos existe una gran variedad de medios impresos que buscan destacar sobre los demás con formas y contenidos de alta resolución o calidad, es decir, ya no sólo se preocupan por el texto informativo, sino también, por los elementos gráficos y visuales.

Al respecto, Protecmedia (2018) indica que:

El diseño, por lo tanto, pasa por ser un elemento importante, aún más en los tiempos que vivimos en el que el lector tiene a su alcance una enorme cantidad de cabeceras. Y es que el diseño es el único elemento diferenciador, que personaliza al periódico y que sirve para evitar la homogenización que vivimos actualmente (p 72).

Un periódico contiene distintas secciones pero finalmente es un medio que posee un identidad gracias a elementos visuales propios que lo caracterizan y depende de los factores complementarios como lo son el contenido y la forma.

Melfi (2013), señala que:

Los principios básicos par diseñar un periódico son: **el contraste**, es decir, la colocación de los elementos visuales, **tipografía**, centro de impacto visual; **el equilibrio**, parámetro esencial por el que se debe atender a la distribución de elementos fuertes, compensar los elementos dominantes y finalmente equilibrar la página. (p.77)

Todos los elementos visuales utilizados por el redactor y el diseñador van estructurados de acuerdo al público al que se dirigen de manera que se sientan seducidos por adquirir el diario que más fue de su agrado. Martín y Sanchís (2015) señalan que “el periódico y los profesionales del sector se apoyan en el diseño periodístico como elemento informativo, disciplina y técnica de comunicación visual, con el fin de comunicar los contenidos en prensa con eficacia a sus lectores”. (p.60).

En ese sentido, Melfi (2013) manifiesta que:

Si hay una audiencia popular dominarán los rasgos atractivos, grandes titulares, ilustraciones amplias, elementos tipográficos destacados y color. Si, por el contrario, se está ante una audiencia intelectual y culta, la norma será la claridad, la sobriedad y la moderación en el despliegue de recursos (p.43).

**Figura 2**  
**Tabla de propiedades de los colores**

<i>Color</i>	<i>Significado</i>	<i>Su uso aporta</i>	<i>El exceso produce</i>
BLANCO	Pureza, inocencia, optimismo	Purifica la mente a los más altos niveles	---
LAVANDA	Equilibrio	Ayuda a la curación espiritual	Cansado y desorientado
PLATA	Paz, tenacidad	Quita dolencias y enfermedades	---
GRIS	Estabilidad	Inspira la creatividad Simboliza el éxito	---
AMARILLO	Inteligencia, alentador, tibieza, precaución, innovación	Ayuda a la estimulación mental Aclara una mente confusa	Produce agotamiento Genera demasiada actividad mental
ORO	Fortaleza	Fortalece el cuerpo y el espíritu	Demasiado fuerte para muchas personas
NARANJA	Energía	Tiene un agradable efecto de tibieza Aumenta la inmunidad y la potencia	Aumenta la ansiedad
ROJO	Energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad, impulsivo	Usado para intensificar el metabolismo del cuerpo con efervescencia y apasionamiento Ayuda a superar la depresión	Ansiedad de aumentos, agitación, tensión
PÚRPURA	Serenidad	Útil para problemas mentales y nerviosos	Pensamientos negativos
AZUL	Verdad, serenidad, armonía, fidelidad, sinceridad, responsabilidad	Tranquiliza la mente Disipa temores	Depresión, aflicción, pesadumbre
AÑIL	Verdad	Ayuda a despejar el camino a la consciencia del yo espiritual	Dolor de cabeza
VERDE	Ecuanimidad inexperta, acaudalado, celos, moderado, equilibrado, tradicional	Útil para el agotamiento nervioso Equilibra emociones Revitaliza el espíritu Estimula a sentir compasión	Crea energía negativa
NEGRO	Silencio, elegancia, poder	Paz. Silencio	Distante, intimidatorio

**Figura 1.** Propiedades de los colores básicos generalmente aceptadas. Extraído de “El significado de los colores”. Recuperado de <http://www.webusable.com/coloursMean.htm>

En cuanto al color de los textos que componen el diario, desde la portada hasta la última página, podemos decir que son los titulares quienes poseen variedad, sobre todo en la portada, puesto que los textos de las notas informativas son por lo general de un solo color (negro).

En ese sentido, es la tipografía otro de los elementos importantes que considera el medio impreso para la elaboración del diario y forma parte del enfoque que el redactor quiere darle a la noticia.

De esta manera, tanto para la redacción de la página como para su diseño periodístico impreso se establecen tres grupos de elementos visuales tipográficos determinantes.

Suárez, Martín y Nó (2014), citados por Martín y Sanchís (2015), agrupan estos elementos visuales tipográficos de la página en función de su autonomía semántica:

**Microformas:** caracteres (elementos básicos) y palabras (que surgen de la combinación de los signos alfabéticos y no alfabéticos individuales). **Formas:** elementos redaccionales o divisiones internas de la noticia, que se obtienen como resultado de la aplicación de las reglas gestálticas de agrupamiento a las microformas, que están definidas por atributos visuales concretos y particulares y que poseen una elevada capacidad semántica (por ejemplo, titulares principales, entradillas, sumarios, ladillos, despieces o cuerpo de texto). **Macroformas:** son las noticias, unidades íntegras de información que también están conformadas a partir de las leyes de agrupamiento, aplicadas sobre las citadas formas. (p.72)

A su vez existen una serie de categorías visuales básicas que permiten diferenciar objetivamente estos elementos tipográficos de diseño periodístico y sirven para detectar los factores de fragmentación y contraste global que existen en la página impresa. Estas categorías tipográficas son determinantes para la comprensión del lector.

Suárez, Martín y Nó (2014), citados por Martín y Sanchís (2015), clasifican las categorías tipográficas del siguiente modo:

**Cantidad:** número de formas diferenciadas y autónomas (elementos redaccionales) presentes en la página. **Posición:** ubicación de cada una de las formas en la página. **Tamaño:** superficie ocupada por cada una de las formas (número de módulos que determinan su extensión). **Aspecto:** atributos tipográficos de las unidades formales (familia, cuerpo, variante, alineación). Tono y textura de las formas (tramas). **Contraste individual:** diferenciación formal del elemento en relación a la cantidad de superficie ocupada. (p.73).

### 2.1.2.3. Tipos de titulares periodísticos

Hablar del titular en la actualidad es tan complejo que ya no sólo puede ser concebido como el nombre de una noticia o un elemento fijo en las portadas de los diarios. Es una de las tres partes más importantes que tiene la noticia. Las otras dos son: el texto y los gráficos. La combinación de todos estos elementos componen la noticia que posteriormente será publicada para ser consumida por el público lector.

En ese sentido, López (2009) sobre la percepción actual del titular, indica:

El título, tal como hoy lo concebimos, es un invento del siglo XX importado de América. Pero bajo la denominación de titular se cobijan distintos elementos que contemplan al título. Tampoco todos los titulares son iguales. No se titula igual un reportaje que una noticia, pero también una información puede optar por distintos encabezamientos (p.21).

Podemos decir que la función que cumplen los titulares ha adquirido una notable relevancia pues se convierten en decisores para el consumo de la noticia o información que ha sido publicada por el medio, en este caso el diario, pues el titular se encuentra en la portada del mismo y es lo primero que observa el lector.

Sobre la importancia del titular, López (2009) también añade que:

Es cierto que todos somos lectores de titulares, hasta tal punto es así que los medios audiovisuales han optado por que una de sus funciones informativas sea precisamente la de ponernos al día en los titulares de prensa. Los diarios hablados de la mañana, incluyen como sección fija la lectura de los titulares de los periódicos. No se trata sólo de radio. Alguna televisión en su última edición de la noche o en la primera de la mañana, también acerca al espectador los titulares de las primeras páginas de algunos periódicos (p.17).

Y si hablamos de los titulares que parecen en las portadas de los periódicos, pues se hace aún más imprescindible saber establecer el titular correcto que no sólo

resuma de manera adecuada a la noticia, sino también, que marque la diferencia del porque ha sido la elegido para ir en la primera parte y más importante del diario.

A raíz de lo expuesto en el párrafo anterior, surge comúnmente el debate sobre si es realmente importante la noticia que aparece en la portada. Pues no todos los medios siempre destacan la misma información, salvo que sean hechos que comprometan directamente a una nación entera como desastres naturales o ataques terroristas. Pero lo cierto es que, mientras que para un diario un hecho pueda ser lo más destacado para informar, no necesariamente puede serlo para otro. Es ahí donde encontramos lo que es la línea editorial. Consiste en la forma de pensar, actuar y trabajar que tiene el medio de comunicación, es este caso, el periódico. A partir de ello, quienes formen parte de ese medio trabajaran en base a esa línea que los dirija en el mismo sentido, y por ello, es que cada diario puede tener una línea editorial distinta a la otra. Lo que conlleva a que, cada uno pueda trabajar con las informaciones de manera distinta.

Sobre el tratamiento de la información, Gómez (1982) manifiesta que:

En la medida que cualquier codificación comunicativa implica la elección de unos cuerpos y tipos de letras, de unas palabras, de una ordenación sintáctica que, si bien no suponen un subjetivismo en el sentido peyorativo de las teorías liberales en prensa, hacen tambalear la falacia de la objetividad periodística (p.9).

El autor citado expone la forma en que se puede tratar la información en el medio de comunicación, donde cada detalle que presente la noticia, y principalmente desde el modo en que es titulada, puede denotarse que hay cierta influencia dentro de la información que se publique y por lo tanto se empieza a resquebrajar la real autenticidad de la misma.

Sobre las desviaciones que puedan aparecer al trabajar con la noticia, Gómez (1982) manifiesta que:

La manipulación, irremediable también para los periodistas, adquiere mayor realce si cabe a la hora de titular que en el momento de escribir cualquier información o noticia. La síntesis a que obliga cualquier titular, el mensaje de lo que quiere transmitir y la estructura y estilo que deben adornar la titulación conforman un hacer – un manipular – que condicionan lo que un tanto pomposamente bastantes periodistólogos han convenido en llamar “el arte de titular”. (p.9).

La titulación posee diversas funciones. Mucho más allá de ser el nombre con que se presenta la noticia. El titular cumple ciertos roles que permiten comprender la relevancia que tienen no sólo para informar de manera concisa y coherente, sino también, de lograr mayores ventas.

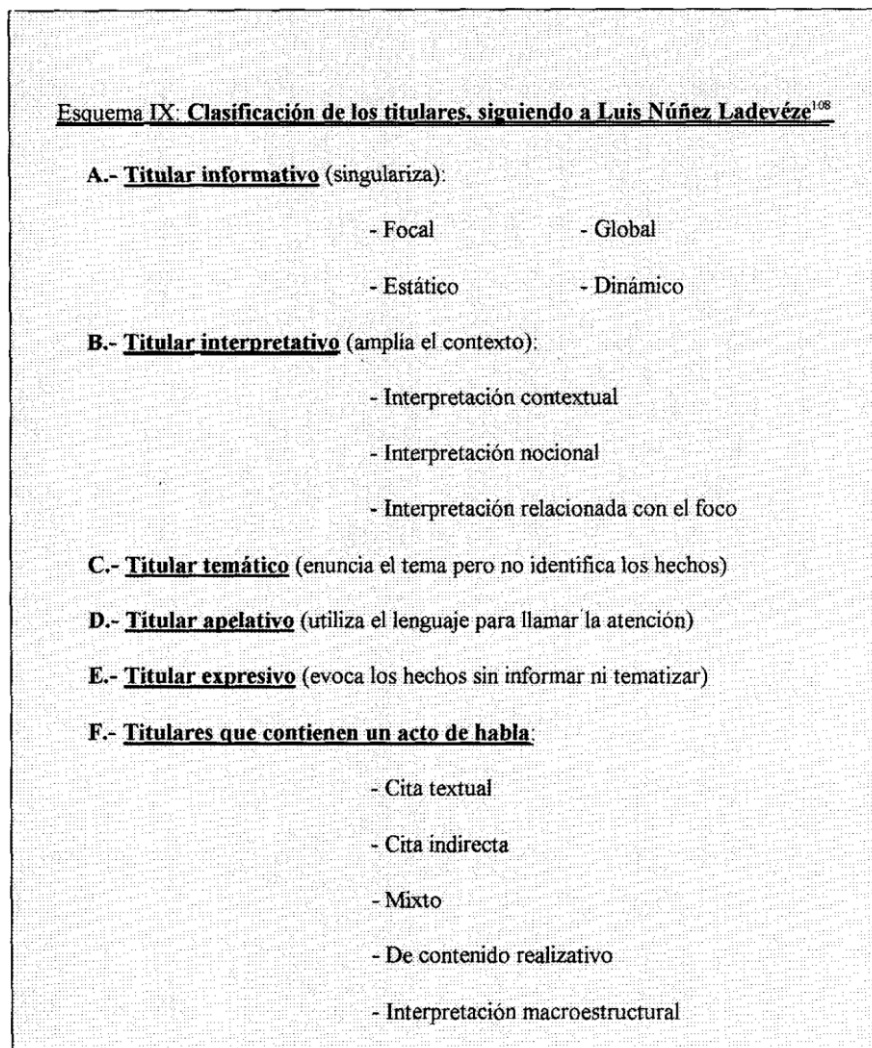
Zorrilla (1996) señala que la función de los titulares es:

**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).

Las funciones mencionadas permiten reconocer que el titular está compuesto por elementos que tienen un objetivo en su creación. La portada y las notas informativas

y datos que se puedan hallar dentro del diario, tendrán siempre un titular que no necesariamente tengan la misma función entre sí.

**Figura 3**  
**Clasificación de los titulares**



**Figura 3.** El titular cuenta con cinco funciones que son parte del impacto que genera a la sociedad; así mismo cuentan con una clasificación elaborada por Núñez Ladevéze, quien presenta el recuadro su clasificación y la cual se asemeja más en relación al objetivo que posee el titular que es el de generar impacto. Adaptado de “El titular de la noticia”, p. 146 por Zorrilla, J. M., 1996, recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf>

En suma, es común que los titulares tiendan a utilizar los recursos literarios con el objetivo de intensificar el mensaje o crear un nuevo punto de vista del mismo; se



observan el uso de metáforas, personificación, prosopopeyas, hipérboles y algunas sinédoques. Lo que ensalzan el titular que se desea vender.

### 1.3. Definición de términos básicos

- **Actualidad deportiva:** Se refiere al acontecer de los sucesos relacionados al ámbito deportivo y que abarcan a todas las disciplinas deportivas, en especial las más populares y practicadas a nivel mundial.
- **Análisis discursivo:** Análisis que permite evaluar el discurso con la finalidad de interpretar la intención del mensaje que lo conforma, ya sea de expresión directa o indirecta.
- **Argot periodístico:** Es la lengua especializada que maneja un grupo el cual está unido por un cierto tecnicismo y un léxico propio del rubro.
- **Crítica periodística:** Es aquella que suele ser realizada por un periodista y posee un carácter superficial que se ocupa fundamentalmente de las novedades editoriales.
- **Credibilidad:** Es aquella característica de determinados elementos que hacen que sean creíbles, como de situaciones, entidades o las mismas personas.
- **Complementariedad informativa:** Comprende un conjunto de elementos con características informáticas que permiten complementar la noticia.
- **Estilo periodístico:** Es la prosa que identifica a un medio de comunicación y permite que los demás reconozcan un estilo determinado de difundir la información.
- **Estructura lingüística:** Es la forma en cómo está estructurado el lenguaje que le da coherencia y orden gramatical.

- **Fenómeno social:** Comportamiento social realizado por aquellos elementos que formen parte de la sociedad y generen un impacto en la misma.
- **Léxico técnico:** Aquel que está en relación directa con el carácter especial de los objetos designados, y por ende, desarrolla un léxico técnico propio.
- **Línea editorial:** Encuadre de ideales en el cual un medio de comunicación se desenvuelve. Las pautas que seguirá tratando la información. Dependiendo de eso, el medio de comunicación puede ir destinado a diferentes tipos de público.
- **Libertad de expresión:** Es un derecho humano el cual, en el ámbito periodístico, permite el libre acceso a la información y a la publicación de las noticias.
- **Noticia:** Redacción o relato que informa al público sobre un hecho novedoso o atípico, ocurrido dentro de una comunidad o determinado ámbito específico, que amerita su divulgación
- **Nota informativa:** Es un escrito que tiene el objetivo de informar a los lectores acerca de algún suceso o hecho que sea de interés público, es decir; que sea relevante para cualquier persona que reciba la información.
- **Objetividad periodística:** Respeto de la verdad de los hechos. Las informaciones se expresan bajo un mismo punto de vista.
- **Persuasión:** La persuasión es un método de influencia social. Es el proceso de guiar a la gente hacia la adopción de una idea, actitud o la acción mediante significados racionales y simbólicos (aunque no siempre lógicos). Es una estrategia de resolución de los problemas que confía en "peticiones" más que en la coacción.
- **Prensa especializada:** Aquella que concentra su trabajo en informar las noticias, sucesos o hechos sobre un determinado ámbito de la realidad.

- **Responsabilidad Social:** Es el deber moral que tiene un medio de comunicación para respetar el principio de la veracidad al momento de informar.
- **Sesgo periodístico:** Se refiere a la inclinación por un sentido o tendencia.
- **Veracidad informativa:** Comprende el deber que tiene un medio de comunicación para contrastar la información y comunicarla de manera objetiva.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

### 2.1 Método de investigación

El presente capítulo tiene por finalidad ejecutar una metodología adecuada que permita cumplir con el objetivo principal de la investigación, que es identificar cuáles son **las características del periodismo deportivo del diario Libero con las portadas periodísticas**; el análisis consiste, esencialmente, en analizar el discurso del diario Libero, relacionado a las eliminatorias al **MUNDIAL BRASIL 2014** – (la vigésima edición de la Copa Mundial de Fútbol), celebrada desde el 12 de junio al 13 de julio de 2014, en base a sus respectivas portadas (15) periodísticas que registran el suceso.

El enfoque metodológico desarrollado fue **cuantitativo**, tomando como referencia la técnica del “Análisis de contenido”.

METODOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
<b>Enfoque metodológico</b>	Cualitativo, por lo cual será utilizada la técnica de Análisis de contenido
<b>Tipo de estudio</b>	Exploratorio, descriptivo
<b>Tipo de diseño de investigación</b>	No experimental, transeccional.

La **estrategia cualitativa**, según Hernández, Fernández, Baptista (2010):

La investigación busca evidenciar aspectos que denoten cualidad y susceptibles de tomar valores **no numéricos**, diferentes, siendo el

objetivo la riqueza, profundidad y calidad de la información y no la cantidad y estandarización, según lo expresado por La estrategia va a involucrar aspectos cualitativos, pues la investigación busca evidenciar aspectos que denoten cualidad y susceptibles de tomar valores no numéricos, diferentes, siendo el objetivo la riqueza, profundidad y calidad de la información y no la cantidad y estandarización. (p.76).

Los contenidos serán revisados como una forma del discurso público, centrándose en analizar estructuralmente y explícitamente las portadas periodísticas del diario Líbero, y su relación con las pautas informativas sólo como un **mecanismo de corroboración de la información**; debido a que los objetivos planteados exigen llevar la investigación a un nivel que no se agote en la superficie del mensaje, sino que busque dar con el trasfondo de la información, para lo cual estructuramos una **ficha técnica** de análisis, que den cuenta del contenido tácito escrito más relevante según los objetivos de la investigación.

El tipo de investigación empleado será de un **estudio descriptivo**. Las investigaciones descriptivas “miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Las investigaciones descriptivas utilizan “principalmente el método de análisis, es decir, se descompone el objeto que se va a estudiar en sus distintos aspectos o elementos, para llegar a un conocimiento más especializado. Se realiza una exposición de hechos e ideas, explicando las diversas partes, cualidades o circunstancias”. (García Fernández et al., 2012).

Se ha realizado la investigación mediante la **observación** de lo sucedido con las portadas de Libero, siendo nula la posibilidad de manipular dichos titulares pues no hay control sobre ellas. No se le dieron estímulos como a un experimento; su contenido y su forma estaban determinados desde su creación y el estudio no puede influir sobre las variables.

## 2.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es de **tipo no experimental**, 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., 2019); donde se observó lo sucedido con las portadas del periódico LIBERO, siendo imposible manipular dichas portadas pues no hay control sobre ellas.

El diseño de investigación es de tipo **no experimental**, expresa Dzul (2015): “Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos”., (p.2).

**Diseño: M: O**

**Donde:**

- **M: PERIODISMO DEPORTIVO**
- **O: PORTADAS PERIODÍSTICAS**

## 2.3. Definición de la población y muestra de estudio

Se consideró como población a las ediciones de El diario Libero del 10 al 30 de octubre del 2012 periodo donde la selección peruana de futbol participaba en proceso de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014. Por ende, la muestra fue **no probabilística** y consideró portadas según criterios que se mencionarán a continuación.

Por ende, la muestra fue **no probabilística** y, en ese sentido, Vilches (2011) manifiesta que este tipo de muestra “reúne una serie de unidades de análisis (o

personas), seleccionadas conforme a un criterio o característica específica que, en contrapartida, descarta todos aquellos que no los cumplen”. (p.88).

La investigación se concentra en un corpus de 15 portadas periodísticas, registradas durante el mes de octubre.

## **2.4 Los métodos de recolección y/o producción de los datos**

La investigación fue de **carácter documental**, ya que en primer lugar fue necesario localizar todos los documentos, es decir, los periódicos *Libero*, correspondientes a la muestra para continuar con el trabajo. Al tener acceso a todos ellos, se procedió a la recopilación de los documentos escritos/literarios y también los de tipo visual.

En ese sentido, Yuni (2014) sostiene que:

La investigación documental constituye una estrategia metodológica que emplea la investigación científica para realizar la revisión de antecedentes de un objeto de estudio y para reconstruirlo conceptualmente. Sin embargo, la investigación documental, en tanto estrategia metodológica para analizar y recolectar datos abre un abanico de posibilidades, sobre todo, dentro del campo de la investigación. (p.100).

Se hizo una recolección numérica de los elementos presentes en la portada de la muestra, y es así como se clasificaron y analizaron datos como el **tipo de titulares**, su tamaño y su color (documentos visuales), además de la cantidad de **fotografías** e ilustraciones en cada una de ellas, entre otros aspectos a analizar, los que fueron clasificados en la **ficha técnica** adjunta. Luego se interpretó lo que las imágenes en portada quieren dar a entender y cuál fue su lenguaje. Asimismo, se tomó en cuenta el contenido del periódico para entender el tratamiento que se le da a la portada. Por lo tanto, la **investigación documental** consto de un **análisis de fotografías** y también del **análisis de contenido**. Berelson (1952) sostiene que el análisis de

contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. (p. 18).

#### **2.4.1 Técnicas:**

El análisis de contenido se centra particularmente en el estudio de los mensajes de la comunicación. Este tipo de análisis, dice Charaudeau y Maingueneau (2002)

Es una técnica que se originó en Estados Unidos a inicios del siglo pasado, “enmarcado en las investigaciones empíricas y la sociología funcionalista de los medios de comunicación”. Sus dos operaciones fundamentales son “la pre categorización temática de los datos textuales y su tratamiento, generalmente informativo. (p.12).

Bardin (1997) por su parte, define al análisis de contenido como “un conjunto de instrumentos metodológicos, cada vez más perfectos y en constante mejora, aplicados a ‘discursos’ (contenidos y contingentes) extremadamente diversificados” (p.43). Esta técnica de investigación, está dirigida a “la **descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido** manifiesto de la comunicación”, y puede aplicarse virtualmente a cualquier forma de comunicación (programas televisivos o radiofónicos, artículos de prensa, libros, poemas conversaciones, discursos...). Y en este caso, se aplica a las portadas periodísticas deportivas de Libero.

#### **2.4.2 Instrumentos:**


De esta forma, como instrumentos se utilizaron **fichas técnicas de análisis de contenido**, para la clasificación de los datos obtenidos de la muestra de estudio de las portadas periodísticas.

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 medio impreso.





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:

	
<b>DIRECCIÓN:</b>	Jr. Camaná 320 Cercado de Lima.
<b>TELÉFONO</b>	(511) 711-6000
<b>PÁGINA WEB</b>	<a href="https://libero.pe/">https://libero.pe/</a>
<b>CORREO</b>	ediciondigital@glr.pe
<b>PERIODICIDAD</b>	Diario de circulación nacional, fue fundado el 5 de junio de 1995. De lunes a domingo.
<b>EMPRESA EDITORA</b>	Grupo La República Publicaciones S.A.
<b>DIRECTOR DEL DIARIO</b>	Carlos Salinas Guerrero
<b>FORMATO</b>	Tabloide
<b>NRO. PAGINAS</b>	23
<b>PRECIO</b>	S/ 0.50 céntimos


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

## FICHA TÉCNICA DE ANÁLISIS DE PORTADA

	Número de portada: fecha de la portada					
	 (Imagen de la portada)					
<b>Del titular principal</b>	Para el análisis de los titulares se considera como titular a la macroestructura que contiene tanto a la volada como al titular (titular principal).					
<b>Función comunicativa</b>	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. <b>Designativo:</b> en su mayoría introducen sucesos noticiosos nuevos, es el más empleado para los textos periodísticos de actualidad. <b>Temático:</b> enuncia el tema de la noticia, ejerciendo de esta forma una de las principales funciones del titular. <b>Referencial:</b> utilizado en noticias cuyo tema ha sido presentado anteriormente y que es considerado como de tácito entendimiento por la población lectora. <b>Evocador:</b> 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. <b>Expresivo:</b> considerada como el titular con función emotiva, es la modalidad que contiene valoraciones o puntos de vista del periodista. <b>Apelativo:</b> busca generar una reacción en el lector. Suele acompañarse de fotografías o ilustraciones impactantes y es el más utilizado por la prensa amarilla. <b>Declarativo:</b> son aquellos que presentan mediante discurso indirecto o directo las declaraciones de personajes relacionados con las noticias.					
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No
<b>Estilo de fuente</b>	Normal			Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	El tamaño de la fuente está representado en puntos (pt) y también se halló mediante detección computarizada.					

<b>Color de fuente</b>	Se identificó los colores predominantes de los titulares en las portadas del diario Líbero, siendo dos colores los utilizados. Blanco: En las culturas occidentales (y también en algunas orientales, como la hindú), el color blanco representa lo puro e inocente, así como la limpieza, la paz y la virtud. En culturas orientales y africanas es el color de la muerte: el alma pura que se va. Amarillo: Representa la luz y el oro. Suele relacionarse con la felicidad, la riqueza, el poder, la abundancia, la fuerza y la acción. No obstante, los investigadores lo consideran uno de los colores más ambiguos, pues también representa la envidia, la ira y la traición. La excesiva presencia de amarillo intenso puede llegar a irritar a una persona, ya que normalmente estamos acostumbrados a verlo en superficies relativamente pequeñas. Ambos: Blanco y amarillo.			
<b>Tipo de oración</b>	<b>Simple</b> (con un solo sintagma verbal), <b>compuesta</b> (con dos o más sintagmas verbales funcionando bajo una relación de yuxtaposición o coordinación) o <b>compleja</b> (con dos o más sintagmas verbales funcionando bajo una relación de subordinación).			
<b>Verbo</b>	El verbo es la acción realizada en la oración (titular). Puede haber uno o más verbos.			
<b>Tiempor Verbal</b>	Los tiempos verbales considerados son el presente, pasado y futuro			
<b>Núcleo</b>	Los actores involucrados son todos aquellos individuos, organismos públicos o privados, equipos, regiones o países.			
<b>Adyacente</b>	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.			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	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.			
<b>Retórica</b>	Para "marcar" discursos se toman estructuras que clásicamente se han llamado "retóricas". Entenderemos la "retórica moderna" como aquel subdominio del estudio del discurso que trata específicamente las estrategias de persuasión. <b>Metonimia</b> : consiste en designar algo con el nombre de otra cosa tomando el efecto por la causa o viceversa. <b>Hipérbole</b> : la exageración de una circunstancia, relato o noticia. <b>Ironía</b> : consiste en decir lo contrario de lo que realmente se quiere decir.			
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Inferior	Media
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda

Número de columnas	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	<p><b>Sensacionalistas:</b> Valora exageradamente el hecho hará tratar de llamar la atención del lector, otorgando una trascendencia mayor de la que el hecho tiene en realidad, basado en explotar los sentimientos emociones del ciudadano, pudiendo recurrir incluso en la mentira. <b>Neutra:</b> El autor no valora de ninguna manera el hecho, aportando simplemente los datos objetivos del hecho. <b>Pesimista:</b> El autor valora con decepción y desánimo el hecho y la crítica, puesto que considera que los inconvenientes del mismo son superiores a las ventajas, por lo que tendrá unas consecuencias negativas para la sociedad. <b>Escéptica:</b> El autor no cree que el hecho que relata en el texto periodístico sea cierto, o cuando menos considera que las fuentes están exagerando las consecuencias del hecho.</p>			
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	<p>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. La dimensión del diario Líbero es de un tabloide de 32 cm de largo por 24 cm de ancho. Para hallar el área de la superficie impresa total de la portada acudimos al principio geométrico de base por altura, obteniendo - cm<sup>2</sup> . El área del titular 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 del titular 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).</p>			
<b>Estructura semántica</b>	<p><b>Forma del mensaje - Generalización:</b> Dada una secuencia de proposiciones, se hace una proposición que contenga un concepto derivado de los conceptos de la secuencia de proposiciones y la proposición así construida sustituye a la secuencia original (Van Dijk, 1996). No es necesaria la información extra que a partir de una categoría, palabra o frase puede contenerla; se toman en cuenta las totalizaciones. <b>Supresión:</b> Dada una secuencia de proposiciones, se suprimen todas las que no sean presuposiciones de las proposiciones subsiguientes de la secuencia (Van Dijk, 1996). Se suprime información que puede ser obviada a partir de otros elementos del texto o simplemente se considera irrelevante. <b>Construcción:</b> Dada una secuencia de proposiciones, se hace una proposición que derrote el mismo hecho denotado por la totalidad de la secuencia de proposiciones, y se sustituye la secuencia original por la nueva proposición (Van Dijk, 1996). Es un resumen propuesto después de conocer una información.</p>			

<b>De la imagen</b>	 <b>(Imagen de la portada)</b>			
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	
<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	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.			
<b>Nivel contextual</b>				
<b>Género</b>	Fotografía social	Fotografía deportiva	Fotografía de prensa	Fotomontaje
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa	Fotoreportero del diario	Archivo del diario	De elaboración del diario
<b>Parámetros técnicos</b>				
<b>Uso del color</b>	Color		Blanco y negro	
<b>Técnicas de edición</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>2. Sobre impresión: El título del mensaje o parte de él queda encima de la foto.</li> <li>3. Diapo trama: El procedimiento es similar al de “a línea” pero con tonos grises.</li> <li>4. Doble pase: Es la inclusión de una imagen fotográfica dentro de otra.</li> <li>5. Fotos montadas: Se coloca parte de una foto dentro de otra.</li> <li>6. Diapo en foto: Se aplica un título, texto, o leyenda al interior de la foto y las letras aparecen en blanco.</li> <li>7. Silueteado: Se eliminan parcial o totalmente aquellas partes de la foto que sirven de fondo a una figura.</li> <li>8. Apertura de ventana: Se aplica un título dentro de un recuadro, el cual se coloca parcial o totalmente dentro de la foto.</li> <li>9. Efectos especiales: Es el uso de recursos de laboratorio o taller para crear efectos como tramados, abundante granulación, imagen negativa y fotogramas.</li> <li>10. Otras: Cualquier técnica diferente a las explicadas anteriormente.</li> </ol>			

<b>Nivel mofológico</b>	
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	Es aquello que a primera instancia se representa a través de las fotografías.
<b>Protagonistas</b>	Los sujetos o personas que se encuentran dentro de la fotografía o ilustración.
<b>Punto de interés</b>	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.
<b>Elemento informativo predominante</b>	Esta clasificación de aproximación semiótica forma parte de la propuesta de análisis fotográfico desarrollado por Carlos Abreu Sojo (1993). 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.
<b>Plano</b>	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 (p.14)”. Existen el plano general, plano americano, plano medio, plano medio - corto, primer plano, primerísimo primer plano y plano detalle.
<b>Tiempo de representación</b>	
<b>Intencionalidad</b>	Es la obtención de la transmisión de la esencia o concepto principal a través de la fotografía, también llamado por Bresson (1983) como “el instante decisivo”.
<b>Tiempo simbólico</b>	Contexto sobre el cual se hace referencia dentro de la fotografía, pero de manera implícita, incluso poética.
<b>Nivel enunciativo</b>	

<b>Actitud de los personajes</b>	Descripción de la expresividad de los actores en base a la interpretación de sus gestos, pose, mirada, etc.
<b>Orientación</b>	Se refiere a la tendencia mostrada por el periódico hacia el protagonista principal de la foto, tanto en su componente icónico como en el entorno lingüístico (título y leyenda). Positiva: Cuando el periódico favorece al protagonista principal de la foto en la imagen y/o en el entorno lingüístico. Negativa: Cuando el periódico desfavorece al protagonista principal de la foto en la imagen y/o en el entorno lingüístico. Neutra: Cuando el periódico no favorece ni perjudica al protagonista principal en la imagen y/o en el entorno lingüístico.

## **2.4. Aspectos éticos**

La información que se expondrá en la presente investigación respeta las fuentes usadas para el Marco Teórico, siempre consignando el libro y el nombre del autor, además de las fuentes electrónicas usadas, siguiendo las leyes APA. Cuando se extraiga información de libros, revistas y otros documentos relevantes para el estudio.

De esa manera se garantiza la ausencia de copia o plagio, por lo que además se respetarán los procesos para llevar a cabo la investigación.



### CAPÍTULO III RESULTADOS

El objetivo de investigación estuvo relacionado a identificar las **características de las portadas periodísticas del diario Líbero en el Periodismo Deportivo**; relacionado al desempeño de la selección peruana de fútbol en el marco de las Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014.

Una vez recolectada la información mediante la aplicación de la ficha técnica de análisis de contenido, procedimos, a la elaboración de tablas y gráficas en las que se detallan de una manera clara todas las cifras relevantes, para describir los aspectos abordados a lo largo de la investigación realizada.

**Tabla 1**

#### Características sintácticas presentes en los titulares

<b>Criterio sintáctico</b>	<b>Categoría</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Tipo de oración</b>	Simple	10	75%
	Compuesta	0	0%
	Frase	5	25%
			100%
<b>Tiempo del verbo</b>	Pasado	1	10%
	Presente	10	90%
	Futuro	0	0%
			100%

Color de tipografía del titular	Amrillo	2	20%
	Blanco	1	10%
	Ambos	12	70%
			100%
Figuras retóricas	Metonimia	10	75%
	Hipérbole	5	25%
	Ironía	0	0%
			100%

Fuente propia

En la **Tabla 1**, relacionada a “**características sintácticas**” presentes en los titulares, se observa que el 75% de titulares aparecidos en la portada del diario Líbero, están compuestos por oraciones **simples** (Poseen un total de 10 verbos). El menor valor está en relación a las **frases** con un 25% (No cuentan con verbo), que no es una oración y es menos extensa (Anexo adjunto).

El “**tiempo verbal**” más utilizado en los titulares es el “**tiempo presente**” está representado por un 90%, por su capacidad de transmitir actualidad e inmediatez. El “**tiempo pasado**” es el tiempo verbal menos utilizado con un 10%.

La “**aparición de las figuras retóricas**” como recurso estilístico periodístico observamos que la “**metonimia**” es la figura predominante y está representada por un 75% y el menor valor es de “**hipérbole**” con un 25%.

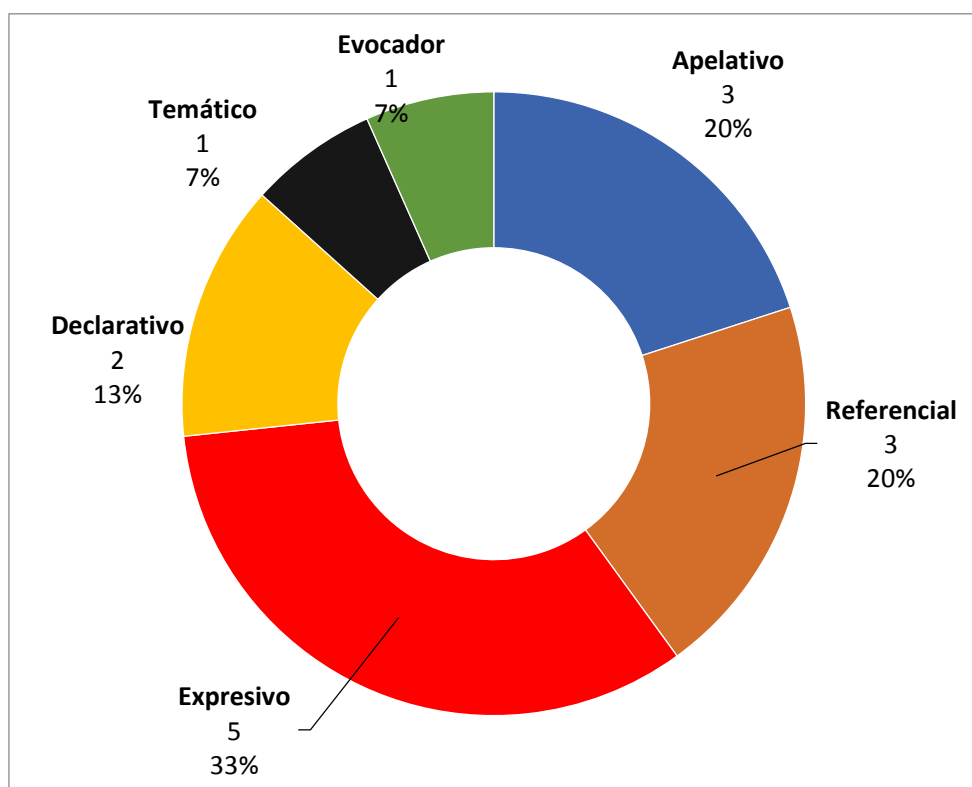
**Tabla 2**  
**La función comunicativa del titular**

Fecha	Titular	Función comunicativa	Tipo de noticia
05/10/18	ONCE DE ALTURA	Evocador	Principal
06/10/18	CUIDEN EL “BOBO”	Referencial	Normal

07/10/18	¡NOS SOBRÓ ALTURA!	Expresivo	Principal
08/10/18	“HAREMOS SEIS PUNTOS”	Declarativo	Principal
09/10/18	GANA, GUSTA Y GOLEA	Expresivo	Principal
10/10/18	ATAQUE “PA-PÁ”	Temático	Principal
11/10/18	RUMBO A LA HAZAÑA	Expresivo	Principal
12/10/18	HAGAN HISTORIA	Referencial	Principal
13/10/18	¡HEROICO!	Expresivo	Principal
14/10/18	¡VAN CON TODO!	Referencial	Principal
15/10/18	¡CONTIGO PERÚ!	Apelativo	Principal
16/10/18	¡A GANAR CARAJOS!	Expresivo	Principal
17/10/18	MURIÓ LA ILUSIÓN	Apelativo	Principal
18/10/18	SI QUIEREN ME VOY	Declarativo	Principal
19/10/19	LA “SELE” SE ROMPE	Apelativo	Principal

Fuente propia

**Gráfico 1**  
**Estructura comunicativa en el titular**



Fuente propia

En el **Gráfico 1**, relacionado a **la estructura comunicativa de los titulares** aparecidos en el diario **Líbero**, el mayor valor que se observa, está en relación a la función **“Expresiva”** con un 35% (aparecida en 5 titulares), seguida de la función **“Referencial”** con un 20% (en 3 titulares) y **“Declarativa”** con un 13% (aparecida en 3 titulares). El menor valor está representado por la función **“Temática”** y **“Evocadora”** con un 1% para cada una (aparecidas en un titular cada una). Cabe resaltar que todas las noticias aparecidas en las 15 portadas fueron consideradas por tener como elemento principal noticioso a la selección peruana y todos los hechos que giran en torno a ella.

**Tabla 3**

**Visibilidad redaccional de las noticias relacionadas al desempeño de la selección peruana de fútbol en las portadas del diario Líbero.**

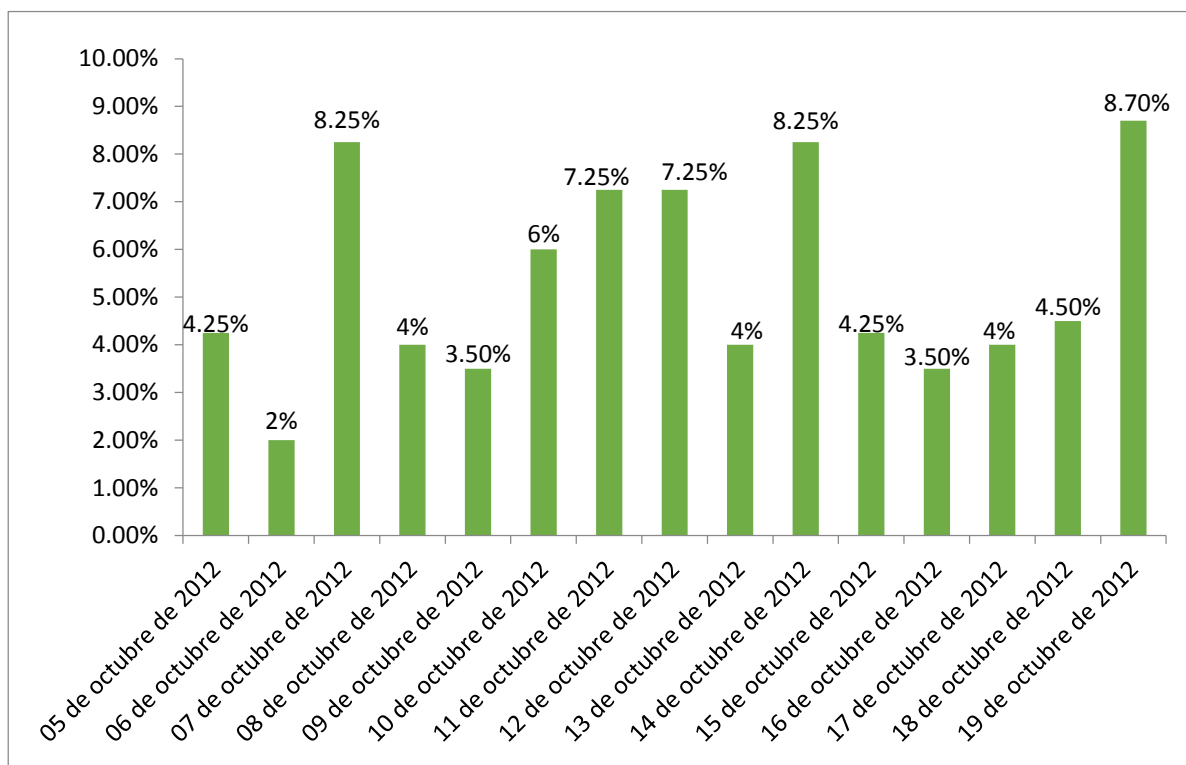
<b>N<sup>a</sup> de portada</b>	<b>Fecha de portada</b>	<b>Porcentaje en superficie</b>
1	05 de octubre de 2012	4.25%
2	06 de octubre de 2012	2%
3	07 de octubre de 2012	8.25%
4	08 de octubre de 2012	4%
5	09 de octubre de 2012	3.5%
6	10 de octubre de 2012	6%
7	11 de octubre de 2012	7.25%
8	12 de octubre de 2012	7.25%
9	13 de octubre de 2012	4%
10	14 de octubre de 2012	8.25%
11	15 de octubre de 2012	4.25%
12	16 de octubre de 2012	3.5%
13	17 de octubre de 2012	4%

14	18 de octubre de 2012	4.5%
15	19 de octubre de 2012	8.7%

Fuente propia

**Gráfico 2**

**Visibilidad redaccional de las noticias en las portadas**



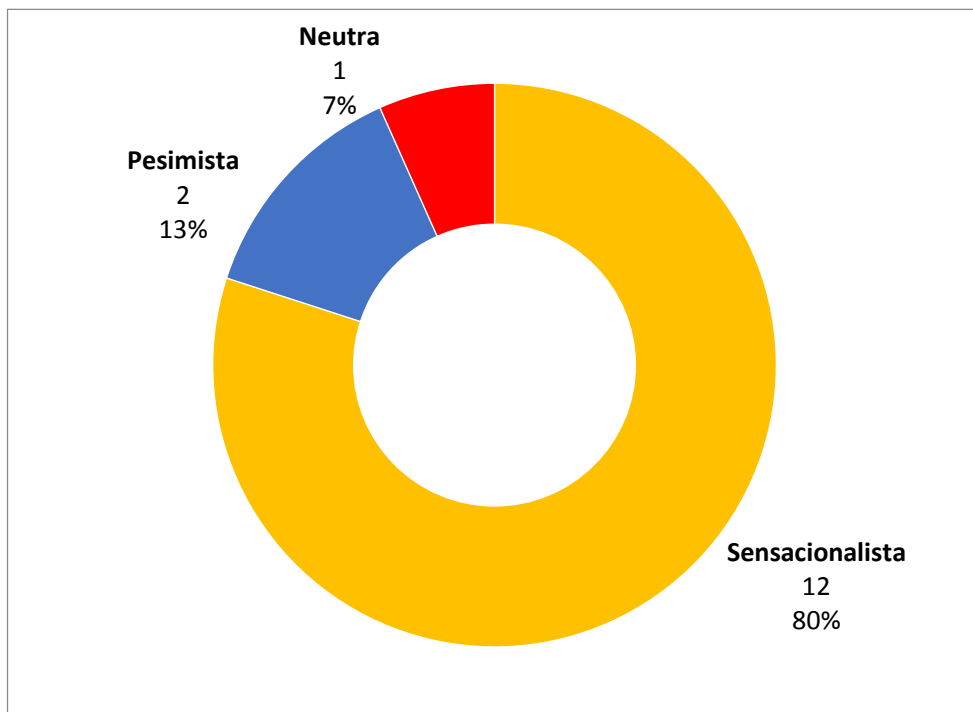
Fuente propia

En el **Gráfico 2** de distribución de frecuencia, el mayor valor que se observa relacionado a visibilidad redaccional de las portadas relacionada a la Selección Peruana de fútbol, está representado por el 8.70% de la información aparecida el 19 de octubre de 2012 (Portada Nª15), seguido del 8.25% en que aparece en las portadas de los días 07 y 14 de octubre (Portada Nª3 y Nª14) y de un 7.25% los días 11 y 12 de octubre (Portada Nª7 y Nª8). El porcentaje más bajo se denota con un 2% el 06 de octubre (Portada Nª2), donde solo por ese día del periodo analizado, la noticia sobre la selección pasa a un segundo plano. La visibilidad redaccional de las

noticias relacionadas a la selección peruana en las portadas se reduce en los días siguientes en que se juegan los compromisos deportivos las fechas 13 y 17 de octubre (Portada N<sup>o</sup>9 y N<sup>o</sup>13), pues otros elementos como las imágenes y el titular toman mayor relevancia.

**Gráfico 3**

**Orientación de las noticias relacionadas a la Selección Peruana de fútbol en las portadas**



Fuente propia

En el **Gráfico 3**, en relación a la **orientación de las noticias relacionadas a la selección peruana aparecidas en las portadas**, el mayor valor está representado por una orientación de las noticias **sensacionalistas** (aquellas que valoran exageradamente el hecho y buscan llamar la atención del lector) con un 80%, seguido del 13% que representan las noticias de carácter **pesmistas** (aquellas donde se valora con decepción y desánimo el hecho y la crítica). El menor valor por

noticias de orientación **neutra** (aquellas donde el autor no valora de ninguna manera el hecho, aportando simplemente los datos objetivos del hecho) es de un 7%.

**Tabla 4**  
**Características de las imágenes / fotografías en las noticias relacionadas a la Selección Peruana de fútbol**

<b>Criterio</b>	<b>Categoría</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Tipo de imagen	Fotografía	12	70%
	Gráfico	3	30%
			100%
Coloración de la imagen	A color	15	100%
	Blanco y negro	0	0%
			100%
Plano	General	0	0%
	Medio	2	6%
	Primer plano	1	3%
	Busto	1	3%
	Primerísimo primer plano	0	0%
	Conjunto	9	82%
	Americano	2	6%
			100%
Género de la fotografía	Fotografía deportiva	12	70%
	Fotomontaje	3	30%
			100%
Técnicas de edición	Sobre impresión	14	27%
	Doble pase	2	3%
	Foto montadas	1	1%
	Diapo en foto	15	33%
	Siluetado	11	20%

	Apertura de ventana	7	10%
	Efectos especiales	2	3%
	Otros	2	3%
			100%

Fuente propia

En la **Tabla 4**, relacionada a las **características de las imágenes / fotografías**; el mayor valor que se observa en el **“tipo de imagen”** que acompaña al titular de la portada, está representada en un 70% por **“fotografías”** y un 30% correspondiente a **“gráficos”** (ilustraciones, infografías o documentos digitalizados).

El 100% de las imágenes (del total de 15 analizadas) fueron a **color**. No se encontraron imágenes en blanco y negro.

La relación de los **“planos aparecidos en las imágenes”** el mayor valor está representado por un 80% del **“Plano conjunto”**, seguido del **“Primer medio”** y **“Americano”** con un 2% para cada uno. Los valores menores son del **“Primer plano”**, **“Plano Busto”** y **“Plano General”** con 1% para cada uno.

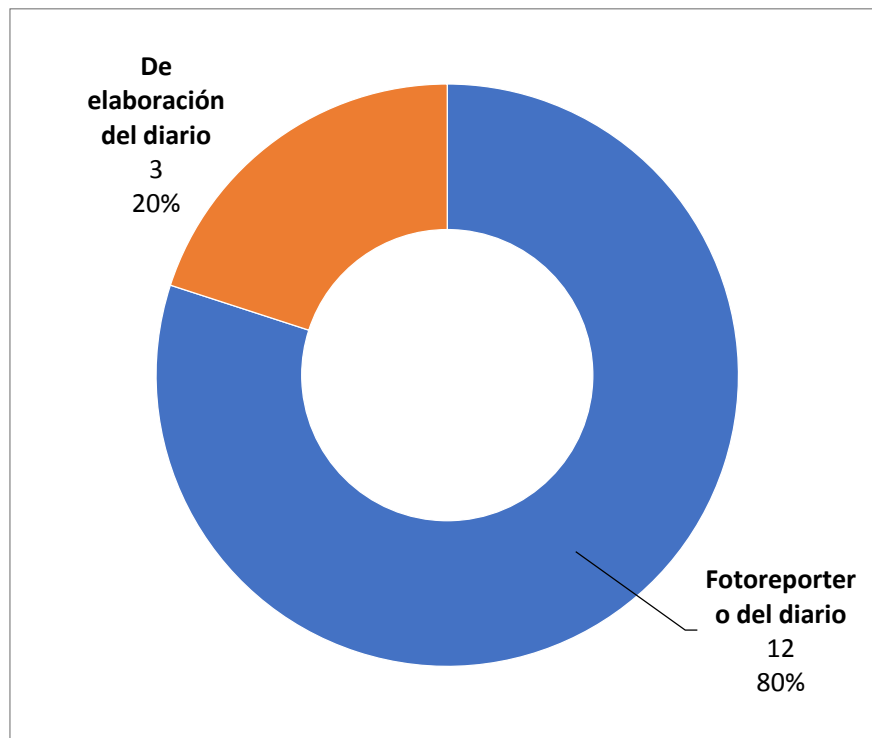
La predominancia del género fotográfico es la **“fotografía deportiva”**, representada con un 70%; el cual evidencian que las fotos van en sentido del rubro del diario. Luego está el **“fotomontaje”** con un 30%, donde se aprecian imágenes retocadas por diseñadores del diario.

Por último, las únicas **“técnicas de edición”** aplicadas a las fotografías se evidencia la predominancia de las de **“Diapo en foto”** en todas las imágenes de las portadas analizadas con un 33%, seguido de otros valores mayores como **“Sobre impresión”** con 27% y **“Silueteado”** con 11%. **“Doble pase”**, **“Efectos especiales”** y **“Otros”** representan el 2% cada uno. El menor valor es de **“Foto montadas”** con 1%.



**Gráfico 4**

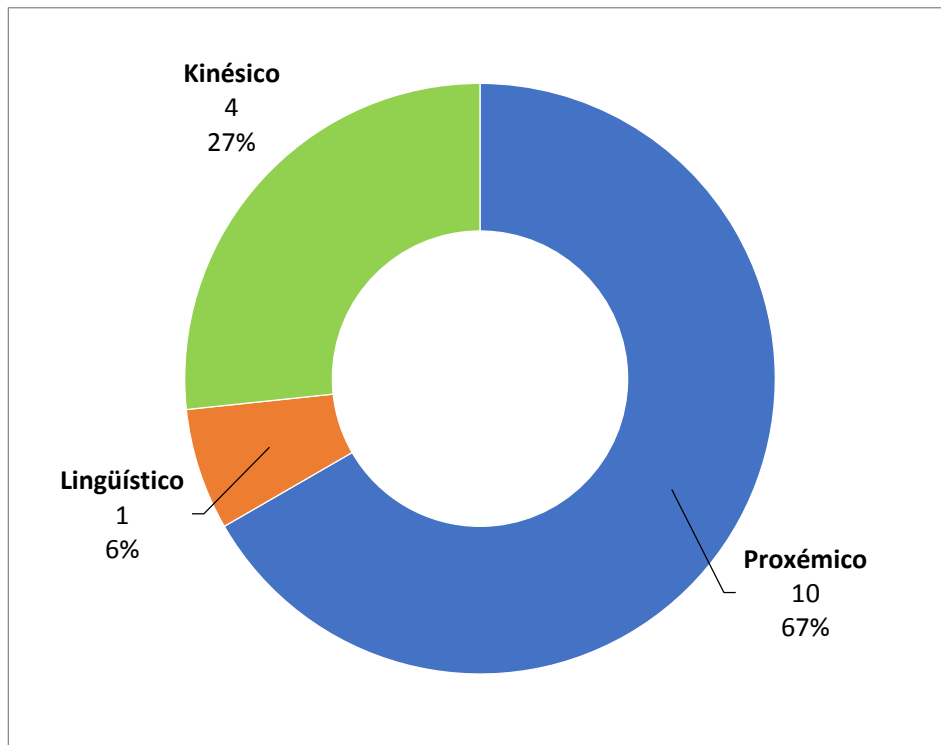
**Análisis sobre la procedencia de las imágenes de las noticias relacionados con la selección peruana utilizadas en las portadas**



En el **Gráfico 4**, del análisis sobre la procedencia de las imágenes que utiliza el diario en las portadas, se detectó que el mayor porcentaje está representado por fotografías tomadas por el **fotoreportero del diario** (quien fue enviado a los puntos de entrenamiento donde la selección peruana trabajó) con un 80% y el resto es de **elaboración del diario** (imágenes editadas, retocadas y diseñadas por un diseñador gráfico) con un 20%. Las imágenes aparecidas en las portadas se dividen la procedencia entre estas dos modalidades.

**Gráfico 5**

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



En el **Gráfico 5**, del análisis de valoración de los niveles de relación aparición de personajes en las fotografías según los elementos informativos predominantes, el elemento predominante del total de fotografías aparecidas en las portadas es el **“proxémico”** está representada con un 67% (hace referencia a 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), seguido del **“kinésico”** (hace referencia a la gestualidad de los personajes aparecidos en las fotografías) que aborda el 27%. El elemento **“lingüístico”** es el menor valor que está representado por un 1% (imágenes donde el texto es el elemento predominante).

## **DISCUSIÓN**

### **CAPITULO IV**

#### **Características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO con las portadas periodísticas –Eliminatorias al mundial Brasil 2014**

El estudio de la prensa deportiva en los medios de comunicación ha sido un tema popular en los últimos años, sin embargo es una temática que se ha trabajado poco de forma analítica. Autores como Coakley y Wenner (1989) han notado la existencia de una relación simbiótica entre el deporte y los medios de comunicación en la sociedad; argumentaron que las fuerzas comerciales y el aumento de la popularidad del deporte se debe en parte a la enorme cantidad de atención dedicada a ella, generando enormes ventas en circulación basadas en publicidad, sobre su extenso tratamiento del deporte. Ante esta situación, los editores decidieron priorizar unos deportes sobre otros a la hora de publicar contenidos e informaciones, para intentar captar al máximo el número posible de lectores, con la máxima eficiencia. La información se redujo a los deportes de espectáculos, que son el fútbol, en nuestro país (Alcoba, 2014).

La portada de un diario es la página principal, y representa la cara de este medio de comunicación: Libero; los editores ponen especial interés en elaborarla pues es determinante en sus ventas; al respecto la investigación evidencia que las portadas del diario Libero, en relación a las noticias relacionadas a la Selección

Peruana de fútbol en las Eliminatorias al Mundial Brasil 2014, por el afán lucrativo, las informaciones aparecidas en las portadas son de índole “subjetivas”, con una carga de **“sensacionalismo” en un 80%**; donde se expresa exageración y exaltación del hecho tendente a producir **sensación, emoción o impresión**; donde la serie **visual lingüística** (Titulares), serie visual **para lingüística** (Textos) y serie **visual no lingüística** (Imágenes), fueron elementos estratégicamente distribuidos, en la primera página de acuerdo a su importancia del evento. El porcentaje indicado representa a la muestra representativa de 12 portadas del diario, donde la noticia tuvo una orientación sensacionalista como la portada del 7 de octubre de 2012 que titula **“Nos sobró altura”**, donde el diario exagera el sentido de la información pues la selección peruana concretamente solo cumplió el objetivo que era tener un buen rendimiento en una prueba en la altura en el Cusco, sin que eso signifique que el equipo esté mejor preparado para su siguiente partido; el 9 de octubre titula: **“Gana, gusta y golea”**, con el fin de dar a entender que el equipo está en un nivel insuperable casi a la perfección, lo cual no necesariamente es cierto si se analiza que el rival al que se enfrentó la selección nacional es un club local que evidentemente cuenta con jugadores que están por debajo de quienes forman parte de la selección. A esto se suma la publicidad y los créditos del medio de comunicación. El 20% de titulares son de índole “apelativo” : **“¡Contigo Perú!**, **“Murió la ilusión”** y **“La “Sele” se rompe”**, dirigidos a realizar la función comentada, como característicos de la prensa sensacionalista, y frecuente en la prensa deportiva (Terrón y Martínez 2005). **“¡Contigo Perú!”** apeló al fanatismo del lector hincha peruano que luego de haber obtenido un resultado histórico en el partido contra Bolivia por las Eliminatorias, ahora las esperanzas seguían latentes y el cuadro nacional, teniendo un nuevo desafío para seguir en la lucha por clasificar al Mundial de Brasil. **“Murió la ilusión”** alude nuevamente al fanatismo del hincha pero esta vez con un sentido pesimista y desmotivador que impacta en el receptor por el tajante mensaje que señala que la selección peruana ya no tiene oportunidad alguna de clasificar al Mundial tras la derrota ante Paraguay por 1-0. **“La “Sele” se rompe”** es un titular que apela a la “curiosidad” del lector de saber qué está ocurriendo en la interna de la selección peruana y que tal vez sea el motivo del mal momento deportivo que vive el equipo luego de haber jugado la fecha doble de Eliminatorias.

Partiendo de que el lector decide si tener o no el diario para consumir la información por la impresión que le cause de lo que vea en la portada, es en ese sentido del por qué el diario concentra sus esfuerzos en elaborar un producto propio con características que le permitan ser atractivo. El **80% de las imágenes** publicadas en las portadas sobre las noticias de la selección peruana, son material obtenido por los fotoreporteros del diario desde el lugar de la noticia. Las fotograbías publicadas y colocadas en las portadas de Líbero son de fotoreporteros enviados por el diario a la ciudad del Cusco (lugar donde la selección se preparó para jugar la fecha doble de Eliminatorias), la ciudad de La Paz en Bolivia (lugar donde la selección jugó el partido ante el seleccionado local) y la ciudad de Asunción en Paraguay (lugar donde los dirigidos en ese entonces por Sergio Markarián visitaron a la selección guaraní). El diario informaba desde el lugar de los hechos gracias a la información que podía recoger su enviado especial y de esa manera mostrar imágenes reales que impacten en el lector y den pie a que éste tenga más interés en ver que es lo que se dice sobre lo que está observando en las fotos. El siguiente valor encontrado en relación al origen de las imágenes es un porcentaje del 20% que comprende a tres imágenes de las portadas donde se hizo uso del diseño gráfico para darle sentido y complementar la información que el medio da. **“Once de altura”** es el titular acompañado de una imagen donde se aprecia al entrenador Sergio Markarián con un juego de fulbito donde las piezas son los jugadores de la selección peruana y aluden a que el entrenador tiene ya el equipo preparado para el siguiente partido. **“Ataque “Pa-Pá”** está complementado con una imagen diseñada que muestra dos fotografías editadas que fueron unidas para dar entender quienes son los jugadores que formarán el ataque del equipo nacional. **“La “Sele” se rompe”** es también una imagen con dos fotografías unidas y con efectos especiales que dan a entender una ruptura entre el mismo grupo.

Confirmamos que prácticamente no hay publicaciones que hagan análisis exhaustivos de las prácticas y dinámicas del periodismo deportivo relacionada a las portadas periodísticas, por lo que se estima que es un campo en el que aún queda mucho por descubrir y en el que por lo tanto es válido investigar.

## **Características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en los rasgos gramaticales del titular con las portadas periodísticas**

López (2009) “Condensa el contenido dominante en una información y sirve a su vez para atraer la atención del lector. En ese sentido, debe ser concreto, inequívoco y sugerente. El contenido del título debe apoyarse fundamentalmente en los elementos del lead, si se trata de una noticia”. (p. 29).

Además, Alarcos (2010) citado en López (2007) clasifica los titulares según su contenido, estos pueden ser **objetivos y subjetivos**. Entonces, si los titulares resumen el contenido de la noticia son llamados objetivos, por ello tienen la característica de ser **“neutrales”** con la información, no se **parcializan, respetan la exactitud y veracidad**, no favorecen a terceras personas. El porcentaje de noticias tituladas con orientación “neutra” fue del 7% representado por solo una portada la cual fue titulada **“Haremos seis puntos”**, que fueron textualmente las palabras que dijo el delantero de la selección peruana Paolo Guerrero al arribar a la capital limeña para sumarse a la selección. Esto quiere decir, que las 14 portadas restantes tuvieron un sentido otorgado por el diario. Los titulares fueron en su mayoría sensacionalistas con un 80% conformado por **“Once de altura”, “Cuiden el “bobo”, “Nos sobró altura”, “Gana, gusta y golea”, “Ataque “Pa-Pá””, “Rumbo a la hazaña”, “Hagan historia”, “Heroico”, “Van con todo”, “¡Contigo Perú!”, “¡A ganar carajo!” y “La “sele” se rompe”**. El lector recibía la noticia con mayor trascendencia del que tenía la información con el fin de sacar a flote sus sentimientos sobre el personaje principal que en este caso era la selección peruana.

Con un alto índice de sensacionalismo, Líbero valoraba exageradamente cada hecho sobre la selección peruana, colocando **verbos en tiempo presente** en un **90%** (“Cuiden”, “gana”, “golea”, “rumbo”, hagan”, “van”, “agarran”, murió”, “voy”, “rompe”) en los titulares estudiados como en la portada del 12 de octubre de 2012,

**“Hagan historia”**, donde el verbo **“hagan”** se encuentra en tiempo presente y textualmente es un pedido del medio impreso a la selección convertido en titular, que consiste en que el equipo pueda sumar puntos en su visita a la selección de Bolivia en La Paz, en una ciudad donde nunca se había podido sacar un resultado positivo. **“Van con todo”** del 14 de octubre de 2012 es otro titular donde el verbo **“van”** está en tiempo presente y se refiere a que el equipo quedó listo y ya está rumbo a disputar su compromiso deportivo. De todos los verbos detectados, solo el 10% del total está en tiempo pasado, es decir, solo un verbo fue utilizado en ese tiempo verbal en el titular **“Nos sobró altura”**, cuando la selección jugó un partido de entrenamiento ante un rival local en el Cusco y si bien es cierto el cuadro nacional obtuvo un resultado positivo, fue un trabajo de preparación que buscaba adaptar a los jugadores a ciudades de altura, lo cual no quiere decir que luego del resultado al equipo le sobren condiciones para jugar bien en cualquier ciudad, sino más bien que pueden realizar un buen trabajo y rindan porque un partido de preparación no es igual a un partido oficial.

**El tiempo verbal** utilizado en gran parte es el **presente** del total detectado en los **15 titulares de las portadas**, lo cual quiere decir que el diario informa el hecho como si estuviera ocurriendo en ese instante dándole un mayor énfasis de relevancia a la noticia.

La investigación evidencia la presencia de **titulares expresivos en un 33%** conformado por **“Nos sobró altura”**, que expresa superioridad y conformidad sobre el rendimiento de la selección peruana, **“Gana, gusta y golea”** que comunica perfección en el funcionamiento del equipo, **“Rumbo a la hazaña”**, que le otorga un trascendente papel al resultado que obtenga el equipo peruano, **“¡Heroico!”**, que expresa como una hazaña el empate obtenido de 1-1 de la Perú ante Bolivia., **“¡A ganar carajo!”** es otro titular que expresa fervor por parte del diario ante el partido de la selección frente a Paraguay en Asunción luego de haber obtenido un histórico resultado en su visita a Bolivia.

En cuanto a las figuras retóricas encontradas en los titulares el **75% contenían metonimia (10 titulares)**, **“Once de altura”**, que hace referencia a un equipo de once jugadores que está adaptado a la altura de una ciudad, **“Nos sobró altura”**, que hace referencia a un equipo que tiene jugadores a los que no les afecta en lo absoluto el jugar en la altura así estén acostumbrados a jugar en el llano, **“Haremos seis puntos”**, que si bien es cierto es una frase textual de las declaraciones de un de los jugadores, indica tácitamente que el mensaje es que espera ganar los dos partidos de la fecha doble de Eliminatorias para obtener los seis puntos, **“Gana, gusta y golea”**, que hace referencia a un equipo que rinde a la perfección, **“Ataque “Pa-Pá”**”, que se refiere a la delantera de la selección que según la perspectiva de Líbero estará conformada por Andy Pando y Paolo Guerrero, **“Hagan historia”** se refiere a la posibilidad que tiene el combinado nacional de obtener un resultado histórico en su visita a Bolivia porque siempre se perdió ante este equipo en La Paz, **“Van con todo”**, que hace referencia a que el equipo peruano va a disputar el partido con la máxima ilusión de obtener un buen resultado, **“Murióla ilusión”**, que alude a la probabilidad truncada que tiene la selección de ir al Mundial luego de haber caído derrotado ante Paraguay, **“Si quiren me voy”**, que hace referencia a las declaraciones del entrenador Sergio Markarián que se muestra incómodo ante la prensa por el momento que vive la selección y **“La “Sele” se rompe”**, que expresa un conflicto dentro del equipo el cual provoca la desunión del mismo.

El porcentaje restante es del **25%** que corresponde al uso de la **hipérbole en cinco titulares**. **“Cuiden el “bobo”**”, que alude a una exageración por parte del diario como si lo más importante para un equipo de fútbol sea cuidar su corazón, **“Rumbo a la hazaña”**, el diario entiende el partido ante Bolivia en La Paz como un acontecimiento que requiere de un esfuerzo fuera de lo normal, **“¡Heroico!”**, es como el diario llama al empate obtenido por el equipo peruano, sin ser aún una victoria o un triunfo ante equipo rival y el simple hecho de haber sumado un punto es para el medio un resultado superlativo, **“¡Contigo Perú!”**, da a entender que todos los peruanos estamos a la expectativa de lo que el equipo peruano haga y que existe un apoyo incondicional y **“¡A ganar carajo!”**, que es un titular que expresa un alto grado de fervor por parte del medio ante un partido de Eliminatorias.



Además, fueron subjetivos, que buscan llamar la atención del lector con titulares comillados (admiración), tienen expresiones de suposición o sugerencias, para valorar la información y darle un sentido más emotivo.

### **Características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en las fotografías periodísticas con las portadas periodísticas**

Tipe, V. & Castillo, H. (2000) mencionan que “un diario debe privilegiar la fotografía en todas sus páginas. Cuidar la calidad de la imagen, dando especial importancia a la fotografía eminentemente noticiosa”. (p. 94). Las fotografías son unos de los elemento impresos que más llama la atención de los lectores, más aún si se encuentran en la página principal, por lo que se convierten en un aspecto fundamental para incrementar o disminuir la atención del lector. La investigación determinó que según el género de las fotografías, el **70% son fotografías deportivas** tomadas por los enviados del diario, donde el elemento principal de la noticia son los jugadores y el director técnico del equipo. El porcentaje restante, **30%, es de fotografías con fotomontaje**, las cuales si bien es cierto están conformadas por fotografías reales, estas están manipuladas y diseñadas de acuerdo al sentido de la noticia.

Todas las imágenes presentadas en las portadas están a color, lo cual comprenden el 100% y le dan a la portada un atractivo visual al momento que el lector las observa y forma parte de los elementos que le permiten decidir al lector.

En relación a los tipos de planos que el diario Líbero hace uso en las fotografías relacionadas a las noticias sobre la selección peruana, se determinó que el **82% de las fotografías** fueron captadas en **plano conjunto** y aparecen en las portadas tituladas “**Cuiden el bobo**”, “**Gana, gusta y golea**”, “**Ataque “Pa-Pá**”, “**Rumbo a la haza**”, “**Hagan historia**”, “**¡Van con todo!**”, “**¡Contigo Perú!**”, “**¡A ganar carajo!**” y “**La “Sele” se rompe**”. En todas las fotografías se observó a más de un

solo personaje pero que relacionados por pertenecer a una misma familia, en este caso, fueron los jugadores de la selección peruana.

Se evidencia que el diario al hablar del equipo nacional, trata de incluir a la mayor cantidad de personajes o jugadores en sus imágenes con el fin de complementar con la foto lo que se dice en la noticia. Seguidamente se detectó un **6% (2 fotografías)** de imágenes en **plano Medio y Americano** en cada una, donde los portaginistas también fueron los jugadores de la selección peruana pero a diferencia del resto, aquí se le quería dar más énfasis en un desempeño o rendimiento personal sobre el personaje principal de la fotografía. El menor porcentaje pertenece al **2%** encontrado de **Primer plano y Plano busto**, con una fotografía de cada una, donde se quería dar más énfasis en las expresiones faciales del personaje principal que en este caso era el entrenador de la selección peruana Sergio Markarián.

El lector peruano de periódicos se caracteriza por ser, en su mayoría, eventual: solo adquiere el diario cuando sabe que encontrará contenido de su interés o cuando alguna noticia de la portada ha llamado su atención. Los diarios tendrán que aumentar su estrategia de venta a convertir a los lectores en permanentes. (El Comecio (2012 p.11).

En ese sentido, respecto a los niveles de relación aparición de personajes en las fotografías según los elementos informativos predominantes, se detectó que el **67%** de las imágenes son de **nivel proxémico** donde se destaca más lo que transmite en conjunto la selección peruana, es decir, prevalece la relación que tienen todos y de la cual es noticia lo que suceda con ellos. Con ello el diario busca darle un sentido de unidad y de trabajo en equipo a la mayoría de sus informaciones con el fin de mostrar siempre que el equipo representa desde todo punto de vista a todo un país. El **27%** de las imágenes fueron de **nivel kinésico**, donde 4 imágenes mostraban los sentimientos de los jugadores peruanos en sus expresiones corporales ya sea de alegría o de frustración ante los resultados obtenidos. El menor valor encontrado fue de una imagen en la portada con **nivel lingüístico** y representa el **6%**, correspondiente a la portada del 11 de octubre de 2012 titulada “**Rumbo a la hazaña**” donde el texto colocado encima de la foto resalta la noticia y es

complementada con la imagen de los jugadores peruanos sosteniendo con optimismo la bandera peruana.

### **Características del Periodismo Deportivo del diario LIBERO en la estructura del diseño con las portadas periodísticas**

Para Collazos (2011), el diseño periodístico está conformado por varios ítems que conforman la retícula base sobre la que se construye el diario. La retícula vendría a ser una plantilla sobre la que se ubican las noticias redactadas (al igual que la grilla editorial). A su vez, el estilo de los elementos ubicados refuerza la identidad del diario. Podemos apreciar que lo que permanece inalterable en las portadas de Líbero, son los estilos de caracteres tipográficos, la combinación de colores y el estilo de las imágenes. Estas reglas básicas generan una imagen y armonía visual en el lector que hacen que pueda sentirse identificado con el medio que lee y descubre día tras día. Sostiene Bhaskaran (2006) “las reglas establecidas por el diseñador no deben romperse”. (p. 111). Suarez (2006) remarca que el diseño periodístico que construye un medio es más que un maquillaje gráfico para la noticia. Se trata de darle una personalidad editorial al medio y revela “la identidad, la filosofía y el modelo del grupo editorial”. (p. 43).

Se pudo determinar que el diario Líbero en relación a su portada, hace uso de la tipografía **Arial Black Regular** en los colores amarillo, que posee subjetivamente el significado de aliento, inteligencia y precaución, y blanco, que expresa optimismo, pureza e inocencia. El mayor porcentaje de colores utilizados por el diario es el amarillo y blanco en el mismo mensaje. Son 12 los titulares que hacen uso de ambos colores que representan el **70%** del total y expresan una combinación de optimismo e inteligencia en relación a la preparación del equipo nacional para jugar los partidos con sus rivales de turno por la fecha doble de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014. En cuanto al color amarillo se ha detectado su uso en un **20%** que representan dos titulares: “**¡Heroico!**”, el cual es el título que se le pone al empate que consiguió por primera vez la selección peruana ante Bolivia en la ciudad de La Paz, y tiene la intención de ser un mensaje que exprese aliento, “**¡A ganar carajo!**”, es el segundo

titular con tipografía de color amarillo que tiene la intención de ser un mensaje alentador para el día en que la selección peruana enfrenta a Paraguay en un partido que es de vital importancia para las aspiraciones que tiene el equipo. Sobre el color blanco, solo se hace uso en un solo titular (**1%**), y ha diferencia de los demás, este se encuentra como noticia secundaria dentro de la portada pero que trata sobre el elemento de análisis de esta investigación que es la selección peruana de fútbol. El título fue: “**Cuiden el “bobo”**”, el cual expresa en este caso inocencia en el sentido que el diario alerta con un mensaje en su titular sobre el peligro que puede ser el realizar actividades físicas en una ciudad de altura como es el Cusco.

Todos los titulares encontrados en las portadas del diario Líbero fueron en negrita con la intención de marcar una diferencia y sobresalir sobre el texto que en este caso viene a ser la bajada de la noticia.

Kenne (1995) señala que “las fotografías, como los titulares, los gráficos y las áreas de texto en tipo bold y la publicidad, atraen la atención de los lectores. Debe diseñarse la página de forma que los contenidos queden distribuidos con armonía. Los lectores del periódico se supone que empiezan por la parte superior de la página – por tanto las fotografías de gran contenido visual tiene que aparecer en la mitad superior. En relación al diario, todas las imagen aparcan debajo del nombre del diario y a full color.

Sobre el tipo de imagen que se utiliza y el cual también forma parte de la estructura de la portada, la investigación evidencia que el **70% son fotografías propias del diario**, lo que equivale a 12 portadas donde la noticia relacionada a la selección peruana tuvo como imagen principal a los protagonistas de la noticia capturados en una foto y se convirtió en un medio por el cual el diario también quería expresar la información que publica y complementa el entedimiento de la noticia por parte del lector. El menor valor encontrado fue el **30% de gráficos**, que representa a tres titulares donde la imagen que los acompaña son imágenes que fueron diseñadas y construidas con másd de una fotografía y a las cuales se les agregó animaciones y efectos especiales. Estos fueron: “**Once de altura**”, donde se aprecia la imagen del DT Sergio Markarián y al costado un gráfico de un fulbito de mesa diseñado con los rostros once jugadores de la selección peruana aludiendo que ese es el equipo

titular que jugará frente a la selección de Bolivia, “Ataque “Pa-Pá””, es otro titular en la portada que está acompañado de una imagen que junta las fotografías de los dos delanteros de la selección peruana mediante el uso del diseño y donde el diario muestra, según la información que maneja, que esos dos jugadores serán los titulares en el ataque del equipo peruano, “La “Sele” se rompe” también está complementada con una imagen que junta nuevamente a dos jugadores de la selección peruana con un efecto de partición que serían quienes están en conflicto y hacen que el equipo se divida en la interna.

En cuanto a las técnicas de edición empleadas en las imágenes de las portadas sobre las noticias de la selección peruana, se determinó que por cada imagen en portada se hace uso de más de una técnica de edición, donde la más utilizada es la de “Diapo en foto”, es decir, sobre todas las imágenes se colocaron los títulos, recuadros de alineaciones y las bajadas de las noticias.

Se determina que el diario prevalece que los personajes principales de la noticia siempre sean mostrados para darle coherencia y sentido a la noticia de lo que se lee con lo que se ve.

## **Conclusión**

- Al término del análisis de las portadas de diario “**Libero**”, relacionada al desempeño de la selección peruana de fútbol durante la fecha doble de Eliminatorias al Mundial Brasil 2014 en el mes de octubre de 2012, comprobamos que sus titulares están orientados al sensacionalismo de manera subjetiva; sus textos son redactados como sumarios; sus imágenes tienen un alto grado de impacto, que atrae la atención del lector, en la que cobra importancia la parte gráfica y en la que se plasma el discurso que aparece fascinado, con la atención exagerada que se presta al evento, en este caso las noticias relacionadas a la selección; configurada con información **subjetiva y sensacionalista** en un 80%, por hacer uso de las figuras retóricas como la metonimia (75%) y la hipérbole (25%), las cuales sirvieron para magnificar el hecho principal de las noticias que el diario presentaba sobre la

selección, de las cuales no necesariamente tenían el grado de impacto que el hecho ameritaba pero servía para impactar al lector fanático del equipo nacional.

- La excelencia informativa de las portadas del diario *Líbero*, no se basaron en clara separación entre la información, opinión, la veracidad, la imparcialidad, y la objetividad, fueron prácticas que no fueron utilizadas, durante las Eliminatorias al Mundial Brasil 2014. Estas técnicas provocan que la ciudadanía no reciba una información fidedigna y veraz. La espectacularización de los contenidos prevaleció provocando deliberadamente el **morbo**.
- La redacción de sus **titulares y textos**, así como el contenido de sus imágenes, sin lugar a dudas lo han convertido en uno de los medios de comunicación impresos más vendido en Lima después de *Depor* y *El Bocón*. Ofrecen al lector noticias que no necesariamente tienen algo que ver con el mundo deportivo, sino que se espectacularizan los hechos con el fin de provocar la intriga y la curiosidad en el lector.
- La investigación evidencia que los titulares periodísticos aparecidos en el diario *Líbero* presentan una fuerte tendencia a emplear la **metonimia** como **recurso estilístico** y el tiempo verbal más utilizado es el verbo “**Presente**”, con la finalidad de brindar una sensación de actualidad. Además, los titulares principales de todas las portadas que fueron analizados en relación a la selección peruana son principalmente “**expresivos**” lo que significa que transmitían altas emociones sobre el contenido textual de la nota que encabezaban y no fueron conscientes de la polaridad de sensaciones que generaban sus informaciones como en la portada del 16 de octubre del 2012: “**¡A ganar carajo!**” en el día del partido de la selección; y al día siguiente en la portada del 17 de octubre: “**Murió la ilusión**”. Un claro **contraste** de alegría y tristeza que se reflejará en el comportamiento del lector que se complementa con el **estilo gráfico** del medio, el cual está conformado por los elementos del diseño que no varían diariamente (como el formato, la tipografía, o los colores), y que consolidan la identidad del diario; no se ciñe a

las tendencias actuales del diseño gráfico que buscan minimalismo, orden y monocromía de colores: es un diario colorido y sobrecargado de elementos gráficos. La elección de estos es similar a la mezcla que se emplea en los carteles urbanos de estética chicha. El color principal es amarillo y el blanco vinculado al aliento, optimismo e inteligencia, características que se relacionan con los deseos del diario de dirigirse al peruano emprendedor y emergente que es fanático del deporte y en particular del fútbol.


## **Recomendaciones**


- En la actualidad los diarios de prensa escrita continúan siendo, a pesar de la aparición y adaptación de diversos dispositivos de comunicación que están al alcance de todos, una importante fuente de información para la opinión pública, es necesario que se le brinde al público lector un contenido que le permita formarse una decisión u opinión consciente respecto a diferentes temas de interés público, dejando a un lado las especulaciones, imprecisiones o tergiversaciones que perjudique o beneficie a personas, colectivos o instituciones, que sean los protagonistas de la noticia.
- El principal interés de los medios de comunicación, en especial los que están dirigidos a cubrir información sobre hechos deportivos, deben contribuir al desarrollo del conocimiento deportivo en relación a los protagonistas de la noticia y los hechos en los que se ven involucrados, con la objetividad como un ideal presente en cada etapa del proceso comunicativo.
- La prensa deportiva ha logrado una importante presencia dentro de las preferencias de consumo de la sociedad, siendo así su labor una importante herramienta de información que tiene el poder de crear sensaciones y emociones en el público receptor sobre lo que lee u observa. Es por ello, que se recomienda al diario *Líbero* utilizar un lenguaje con uso moderado de elementos que evidencien su postura u opinión sobre los hechos, una cobertura informativa que considere de manera objetiva los noticias sin que sean magnificadas a través del

titular o los elementos que comprenden sus portadas. El medio debe respetar en el principio de imparcialidad informativa.




## **ANEXOS**


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 1: 05 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	ONCE DE ALTURA						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal			Negrita			
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	-						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	Once						

<b>Adyacente</b>	Altura			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	Relacional			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	4.25%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	58.5%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario		
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otra s
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	Se observa al DT de la selección peruana acompañado de un futbol mesa donde los elementos son los jugadores de un posible equipo titular del combinado nacional para el partido contra Bolivia.									
<b>Protagonistas</b>	Sergio Markarián, José Carvallo, Joel Herrera, Christian Ramos, Santiago Acasiete, Alvaro Ampuero, Edwin Retamoso, Juan Carlos Mariño, Edson Uribe, Paolo Hurtado, Andy Pando y Wilmer Aguirre.									
<b>Punto de interés</b>	Sergio Markarián y los jugadores de la selección peruana.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico		Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio		P. Conjunto	Primer plano	Primerísimo primer plano		Plano detalle	
<b>Tiempo de representación</b>										

<b>Instantaneidad</b>	Alineación del seleccionado peruano ante Bolivia.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Los jugadores seleccionados y aptos para jugar en la altura de La Paz.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	De liderazgo, seria, postiva		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo

<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 2: 06 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	CUIDEN EL “BOBO”						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal			Negrita			
<b>Tamaño de fuente</b>	18 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Cuiden						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	“bobo”						


<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole	Ironía	
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	4%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión	Construcción	
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	
<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	3.8%			

<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social	Fotografía deportiva			Fotografía de prensa	Fotomontaje				
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa	Fotoreportero del diario			Archivo del diario	De elaboración del diario				
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Silueteados	Apertura de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	La selección peruana continúa realizando sus trabajos de preparación en la ciudad del Cusco.									
<b>Protagonistas</b>	Andy Pando, Paul Cominges, Santiago Acasiete y Paulo Albarracín.									
<b>Punto de interés</b>	El trabajo arduo del equipo corriendo en la altura del Cusco.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico		Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano	Primerísimo primer plano	Plano detalle		
<b>Tiempo de representación</b>										
<b>Instantaneidad</b>	El autor del gol del equipo crema y su compañero de equipo celebran el gol convertido.									




<b>Tiempo simbólico</b>	Nueva fecha de la liga peruana.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Optimista, de concentración, positiva		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 3: 07 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	¡NOS SOBRÓ ALTURA!						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Sobró						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	

<b>Núcleo</b>	Altura			
<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	8.25%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				

<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía					Ilustración				
<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	59%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario		
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	La selección peruana obtuvo una victoria en un partido de preparación jugado en la altura del Cusco con jugadores que mostraron un buen rendimiento.									
<b>Protagonistas</b>	Andy Pando									
<b>Punto de interés</b>	El equipo nacional rindió en una prueba de altura de cara al partido frente a Bolivia en la Paz.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico		Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto	Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle	

<b>Tiempo de representación</b>			
<b>Instantaneidad</b>	Celebración del gol anotado por el jugador en partido jugado en la altura del Cusco que le da el triunfo al equipo.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Goleada del equipo nacional frente al Club Cienciano del Cusco.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	De compromiso, positiva, optimista		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 4: 08 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	“HAREMOS SEIS PUNTOS”						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Haremos						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	-						


<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Inferior	Media
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	4%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	59.5%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social			Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje	
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa			Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario	
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetado	Apertura de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	El delantero de la selección peruana Paolo Guerrero llegando a la capital para sumarse a la selección peruana.									
<b>Protagonistas</b>	Paolo Guerrero									
<b>Punto de interés</b>	Llegada del atacante peruano a la capital para jugar por la selección.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico	
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano		P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano	Plano detalle



<b>Tiempo de representación</b>			
<b>Instantaneidad</b>	Llegada del jugador peruano al aeropuerto Jorge Chávez.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Un jugador más de la selección peruana se sumará al equipo para hacer los trabajos previos al partido.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Optimismo, seriedad		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 5: 09 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	GANA, GUSTA Y GOLEA						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Gana - Golea						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	-						

<b>Adyacente</b>	Gana, gusta y golea			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	Calificativo			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	3.5%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	59.5%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario		
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Silueteados	Aperturas de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	Se aprecia a tres de los jugadores de la selección peruana festejando una de las anotaciones del equipo al Club Real Garcilaso que les dio la victoria por 4-0 jugado en la altura del Cusco.									
<b>Protagonistas</b>	Christian Ramos, Paulo Albarracín y Edson Uribe.									
<b>Punto de interés</b>	Victoria del seleccionado peruano en la altura del Cusco.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico		Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle

<b>Tiempo de representación</b>			
<b>Instantaneidad</b>	Celebración del gol del partido disputado entre la selección peruana y el Club Real Garcilaso.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Óptimo rendimiento del equipo peruano en la altura del Cusco.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Decidida, seria, de compromiso		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 6: 10 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	ATAQUE “PA-PÁ”						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	-						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	Pa-Pá						


<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	6%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	60%										
<b>Nivel contextual</b>											
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje			
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario			
<b>Parámetros técnicos</b>											
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro					
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otra s	
<b>Nivel morfológico</b>											
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	Los dos delanteros de área que tiene la selección peruana están aptos para jugar desde el inicio en el ataque peruano frente a la selección de Bolivia.										
<b>Protagonistas</b>	Andy Pando y Paolo Guerrero										
<b>Punto de interés</b>	El ataque de la selección peruana puede ser letal con dos delanteros que mostraron buen rendimiento y juntos pueden dar un buen resultado.										
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle	
<b>Tiempo de representación</b>											



<b>Instantaneidad</b>	Los dos delanteros peruanos está listos para el partido frente a Bolivia por las Eliminatorias.		
<b>Tiempo simbólico</b>	El esquema táctico del equipo podría incluir un ataque con dos delanteros, precisamente aquellos que aparecen en la imagen de portada.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Serie, de optimismo, de empeño		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 7: 11 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	RUMBO A LA HAZAÑA						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Rumbo						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	-						

<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	7.25%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	60.5%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario		
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otra s
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	La unión del grupo que quedó preparado y un desafío importante de sumar puntos en su visita a la selección de Bolivia en la altura de la ciudad de La Paz.									
<b>Protagonistas</b>	Juan Carlos Mariño, Santiago Acasiete y Andy Pando									
<b>Punto de interés</b>	El equipo está listo para lograr un resultado trascendente en su siguiente compromiso.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico		Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle
<b>Tiempo de representación</b>										

<b>Instantaneidad</b>	La selección peruana está unida y se muestra optimista de hacer historia en Bolivia.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Fecha de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Optimista, positiva, de compañerismo, de compromiso		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 8: 12 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	HAGAN HISTORIA						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Hagan						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	-						


<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	7.25%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	59.5%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario		
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	El equipo peruano se prepara intensamente para enfrentar a su próximo rival en partido por Eliminatorias al Mundial.									
<b>Protagonistas</b>	Selección Peruana de Fútbol									
<b>Punto de interés</b>	El equipo corriendo unido con actitud positiva y optimista.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico		Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle
<b>Tiempo de representación</b>										



<b>Instantaneidad</b>	Preparación del equipo para un nuevo reto.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Fecha de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Positiva, optimista, de compromiso, de preparación		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 9: 13 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	¡HEROICO!						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	-						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	-						

<b>Adyacente</b>	Heroico			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	Calificativo			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	4%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	70%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario		
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otra s
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	Celebración eufórica del gol que anota Juan Carlos Mariño en la visita de la selección peruana a su similar de Bolivia.									
<b>Protagonistas</b>	Juan Carlos Mariño									
<b>Punto de interés</b>	La figura de Juan Carlos Mariño celebrando el gol anotado a Bolivia.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico		Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto	Primer plano		Primerísimo primer plano	Plano detalle		
<b>Tiempo de representación</b>										

<b>Instantaneidad</b>	Gol peruano a la selección de Bolivia en partido de Eliminatorias.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Partido entre Bolivia y Perú por una nueva fecha de Eliminatorias al Mundial Brasil 2012.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	De festejo, postiva, eufórica		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo

<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 10: 14 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	¡VAN CON TODO!						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal			Negrita			
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Van						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	-						

<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	8.25%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	60%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario		
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble paso	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	Los jugadores más experimentados de la selección peruana reunidos con un semblante alegre en la previa al partido con Paraguay.									
<b>Protagonistas</b>	Juan Manuel Vargas, Jefferson Farfán, Paolo Guerrero y Claudio Pizarro									
<b>Punto de interés</b>	La unión de los cuatro jugadores con mayor jerarquía e influencia en la selección peruana.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico		Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle
<b>Tiempo de representación</b>										




<b>Instantaneidad</b>	Alegría y optimismo de seguir obteniendo resultados positivos.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Entrenamiento de la selección peruana previo a un nuevo duelo por las Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Amical, alegre, optimista, relajada		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 11: 15 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	¡CONTIGO PERÚ!						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	-						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	Perú						

<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole	Ironía	
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	4.25%			
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	67%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				

<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía					Ilustración				
<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>										
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario		Archivo del diario		De elaboración del diario			
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	La selección peruana llegando al hotel de concentración en Paraguay para enfrentar a su próximo rival.									
<b>Protagonistas</b>	Claudio Pizarro, Paolo Guerrero, Juan Vargas e hinchas peruanos									
<b>Punto de interés</b>	Acompañamiento de los hinchas peruanos en la llegada del equipo nacional a su hotel de concentración.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico		Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle

<b>Tiempo de representación</b>			
<b>Instantaneidad</b>	La selección nacional tiene todo el apoyo y respaldo del la afición peruana en todo momento y lugar.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Llegada del combinado nacional a su hotel de concentración en Asunción.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Seria, de sorpresa		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 12: 16 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	<b>¡A GANAR CARAJO!</b>						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	A ganar						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	-						


<b>Adyacente</b>	Carajo			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	Exclamativa			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	3.5%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	60%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social	Fotografía deportiva			Fotografía de prensa	Fotomontaje				
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa	Fotoreportero del diario			Archivo del diario	De elaboración del diario				
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	Los tres jugadores más representativos de la selección peruana celebrando de manera eufórica un gol peruano.									
<b>Protagonistas</b>	Paolo Guerrero, Claudio Pizarro y Jefferson Farfán.									
<b>Punto de interés</b>	Los tres jugadores más desequilibrantes celebrando juntos y abrazados.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico		Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano	Primerísimo primer plano	Plano detalle		
<b>Tiempo de representación</b>										




<b>Instantaneidad</b>	Unión y optimismo en el día que la selección peruana se enfrentará a su similar de Paraguay.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Día de partido frente a la selección de Paraguay en una nueva jornada de Eliminatorias al Mundial Brasil 2014.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Alegre, eufórica, de unión, emotiva		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 13: 17 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	MURIÓ LA ILUSIÓN						
<b>Fnción comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Murió						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	Ilusión						

<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	4%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	55%										
<b>Nivel contextual</b>											
<b>Género</b>	Fotografía social	Fotografía deportiva			Fotografía de prensa	Fotomontaje					
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa	Fotoreportero del diario			Archivo del diario	De elaboración del diario					
<b>Parámetros técnicos</b>											
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro					
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetado	Apertura de ventana	Otras	
<b>Nivel morfológico</b>											
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	El delantero de la selección peruana, Jefferson Farfán, tendido en el campo de juego del partido ante Paraguay.										
<b>Protagonistas</b>	Jefferson Farfán										
<b>Punto de interés</b>	La actitud de frustración del jugador peruano en el partido										
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano		P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle
<b>Tiempo de representación</b>											

<b>Instantaneidad</b>	El delantero peruano se tiende en el campo de juego boca arriba mostrando importancia y cansancio.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Partido entre la Perú y Paraguay por una nueva fecha de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	Desganada, de frustración, negativa		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo


<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 14: 18 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	SI QUIEREN ME VOY						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Voy						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	-						


<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole	Ironía	
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Inferior	Media
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	4.5%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	58.5%										
<b>Nivel contextual</b>											
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje			
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario			
<b>Parámetros técnicos</b>											
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro					
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otras	
<b>Nivel morfológico</b>											
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	El DT de la selección nacional brindando una conferencia de prensa tras los partidos jugados por la selección.										
<b>Protagonistas</b>	Sergio Markarián										
<b>Punto de interés</b>	El rostro de fastidio del entrenador peruano en la conferencia de prensa.										
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico			Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano		Primerísimo primer plano		Plano detalle	
<b>Tiempo de representación</b>											



<b>Instantaneidad</b>	El rostro de fastidio e incomodidad del entrenador nacional.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Post fecha de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	De fastidio, de molestia, incómoda		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo

<b>LÍBERO</b>	<b>Portada 15: 19 de octubre de 2012</b>						
							
<b>Del titular principal</b>	LA “SELE” SE ROMPE						
<b>Función comunicativa</b>	Designativo	Temático	Referencial	Evocador	Expresivo	Apelativo	Declarativo
<b>De estructura vinculada</b>	Antetítulo	Sí	No	Bajada	Sí	No	
<b>Estilo de fuente</b>	Normal				Negrita		
<b>Tamaño de fuente</b>	90 pt						
<b>Color de fuente</b>	Blanco		Amarillo			Ambos	
<b>Tipo de oración</b>	Simple		Compuesta			Frase nominal	
<b>Verbo</b>	Rompe						
<b>Tiempo verbal</b>	Pasado		Presente			Futuro	
<b>Núcleo</b>	“Sele”						

<b>Adyacente</b>	-			
<b>Tipo o grado del adjetivo</b>	-			
<b>Retórica</b>	Metonimia	Hipérbole		Ironía
<b>De la noticia</b>				
<b>Ubicación en la portada</b>	Parte	Superior	Media	Inferior
	Alineación	Derecha	Central	Izquierda
<b>Número de columnas</b>	1	2	3	4
<b>Orientación de la noticia principal en portada</b>	Sensacionalista	Neutra	Pesimista	Escéptica
<b>Porcentaje en superficie impresa</b>	8.7%			
<b>Estructura semántica</b>	Generalización	Supresión		Construcción
<b>De la imagen</b>				
<b>Elemento gráfico</b>	Fotografía		Ilustración	

<b>Porcentaje en la superficie impresa</b>	58.5%									
<b>Nivel contextual</b>										
<b>Género</b>	Fotografía social		Fotografía deportiva			Fotografía de prensa		Fotomontaje		
<b>Procedencia</b>	Archivo de empresa		Fotoreportero del diario			Archivo del diario		De elaboración del diario		
<b>Parámetros técnicos</b>										
<b>Uso del color</b>	Color					Blanco y negro				
<b>Técnicas de edición</b>	A línea	Sobre impresión	Diapo trama	Doble pase	Efectos especiales	Foto montadas	Diapo en foto	Siluetead o	Apertura de ventana	Otras
<b>Nivel morfológico</b>										
<b>Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración</b>	Dos de los jugadores más representativos del equipo peruano se separan									
<b>Protagonistas</b>	Claudio Pizarro y Juan Vargas									
<b>Punto de interés</b>	La línea que divide la imagen entre dos jugadores referentes de la selección peruana de fútbol.									
<b>Elemento informativo predominante</b>	Elemento proxémico			Elemento fisonómico		Elemento kinésico		Elemento lingüístico		
<b>Plano</b>	P. General	P. Americano	P. Medio	P. Conjunto		Primer plano	Primerísimo primer plano	Plano detalle		
<b>Tiempo de representación</b>										

<b>Instantaneidad</b>	Existe una discordancia entre los dos de los jugadores más resprentativos del equipo nacional.		
<b>Tiempo simbólico</b>	Críticas a la selección peruana por el desempeño mostrada en la última fecha doble de Eliminatorias disputadas.		
<b>Nivel enunciativo</b>			
<b>Actitud de los personajes</b>	De fastidio, incómoda, pensativa		
<b>Orientación</b>	Positiva	Neutra	Negativo

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Referencias bibliográficas:

**Alcoba, A.** (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Editorial Paraninfo, S.A.

**Alcoba, A.** (2005). *Periodismo Deportivo*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.

**Bhaskaran, L.** (2007) *¿Qué es el diseño editorial?* Barcelona: Index Book.

**Castañón, J.** (1993). *El lenguaje periodístico del fútbol*. Valladolid: Ediciones Universidad de Valladolid.

**Coakley & Wenner.** (1989). *Medios, Deportes y Sociedad*. California: Sage Publications.

**Com, S.** (2011). *Introducción a la comunicación*. Buenos Aires: Ediciones del Aula Taller.

**El Comercio** (2012). *Contra todo pronóstico: Prensa peruana rompe las tendencias*. Lima: Empresa Editora El Comercio S.A.

**Fernández, C.** (2009). *Teorías de la Comunicación*. México D.F: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

**Hernández, N.** (2003). *El lenguaje de las crónicas deportiva*. Madrid: Ediciones Cátedra.

**Gómez, Ll.** (1982). *Los Titulares en Prensa*. Barcelona: Editorial Mitre.

- Kenne, M.** (1995). *Práctica de la fotografía de prensa: Una guía para profesionales*. (1° ed). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Levinski, S.** (2002). *El deporte de informar*. (1° ed). Buenos Aires: Paidós.
- López, H.** (2009). *Géneros Periodísticos Complementarios*. Sevilla: Alfaomega Grupo Editor, S.A.
- López, J.** (2007). *Periodismo de Proximidad*. (1° ed). Madrid: Síntesis Editorial.
- Marín, A.** (2012). *La nueva comunicación*. Madrid: Editorial Trotta, S.A.
- Marqués, J.** (2016). *Política y propaganda: medios de comunicación y opinión pública*. Barcelona: Editorial UOC.
- Paniagua, P.** (2009). *Cultura y guerra del fútbol: análisis del mensaje informativo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Rojas, M.** (2003). *Manual para redactar titulares*. México. D.F: Editorial Trillas, S.A.
- Suárez F.** (2008). *Fundamentos del diseño periodístico: claves para interpretar el lenguaje visual del diario*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (Eunsa).
- Salinas, C.** (2015). *Prensa y Fútbol en el Perú*. Lima: Fondo Editorial- USMP.
- Tipe, V. & Castillo, H.** (2000). *Manual de periodismo*. (1° ed). Lima: Decisión Gráfica sac.
- Terrón, J.M. & Martínez L.** (2005). *Introducción a la comunicación periodística escrita*. Murcia: Diego Marín.

**Yuni, J.** (2014). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación Vol. 2*. Córdoba: Editorial Brujas.

#### **Referencias de tesis:**

**Collazos, G. (2011).** *Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural. Casos de estudio: La Nación de Argentina y El Tiempo de Colombia* (Tesis para optar el grado de master en Diseño y Comunicación). Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/1066.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/1066.pdf)

**Martín J. & Sanchís R. (2014).** *La jerarquía tipográfica en periódicos*. (Tesis de licenciatura). Universidad Técnica de Valencia, Valencia, España. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/293813121/download>

**Morales. F. (2012).** *La información deportiva incompleta y limitada de los diarios especializados: Los casos de El Bocón, Libero y Todo Sport*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Lima, Perú. Recuperado de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/397/Morales\\_rf.pdf?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/397/Morales_rf.pdf?sequence=1)

**Gutierrez, E. (2017).** *Características estructurales de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad. – Elecciones Presidenciales II vuelta Electoral 2016*. (Tesis de licenciatura). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

**Pardo, M. (2016).** *Construyendo nuevos héroes. La cobertura periodística, lo niños futbolistas y el negocio del fútbol*. (Tesis de licenciatura) Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias y Artes de la



Comunicación, Lima, Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6600>

**Rojas, J. (2014).** *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro.* (Tesis de licenciatura). Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6068722>

**Zorrilla, J. (1996).** *El titular de la noticia. Estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional.* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf>

### **Referencias hermerográficas:**

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 05 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 06 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 07 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 08 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 09 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 10 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 11 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 12 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 13 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 14 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 15 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 16 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 17 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 18 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

**Diario Líbero** (2012) *Portada del 19 de octubre de 2012*, Lima: Grupo La República.

#### **Referencias electrónicas:**

**Protecmedia (2018).** *El diseño de los periódicos: marcar la diferencia para contar historias.* [en línea]. Recuperado de <https://www.protecmedia.com/es/hemeroteca/el-diseno-en-los-periodicos-marcar-la-diferencia-para-contar-historias-IH71680>

**Melfi, J. (2013).** *Periódico: diseño y diagramación.* [en línea]. Recuperado de: <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/periodico-diseno-y-diagramacion-2/>

**Romeo, A. & Domenech, L (2006).** *Partes de una portada.* [en línea] Recuperado de [http://www.materialesdelengua.org/experiencias/prensa/prensa\\_portadas.pps](http://www.materialesdelengua.org/experiencias/prensa/prensa_portadas.pps)

**Rodriguez, A. (2018).** *Portadas periodísticas y sus diseños.* [en línea]. México D.F. Recuperado el 20 de agosto, de: <https://www.paredro.com/portadas-periodisticas-y-sus-disenos/>

**Webusable.** *El significado de los colores.* [en línea]. Recuperado de:  
<http://www.webusable.com/coloursMean.htm>