



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

UNIDAD DE POSGRADO

**EL MENSAJE PERIODÍSTICO EN PORTADAS DEL DIARIO
TROME SOBRE CRISIS NUCLEAR ENTRE ESTADOS UNIDOS Y
COREA DEL NORTE, PERÚ 2017**

PRESENTADO POR

MANUEL ANTONIO AMAYA CASQUINO

ASESOR

LIVINGSTON CRAWFORD

TESIS

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

LIMA – PERÚ

2022



Reconocimiento - No comercial
CC BY-NC

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

**EL MENSAJE PERIODÍSTICO EN PORTADAS DEL DIARIO TROME
SOBRE CRISIS NUCLEAR ENTRE ESTADOS UNIDOS Y COREA
DEL NORTE, PERÚ 2017**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAESTRO EN
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

**PRESENTADO POR
Bach. MANUEL ANTONIO AMAYA CASQUINO
(0000-0002-9544-0302)**

**ASESOR
MG. LIVINGSTON CRAWFORD
(0000-0001-9399-7580)**

**LIMA, PERÚ
2022**

DEDICATORIA

A mis maravillosos padres Manuel y Bertha, a quienes les debo la vida. A mi esposa Marina y a mis hijos Fabricio y Marcelo, por haber compartido con entusiasmo mi meta, con paciencia mis tensiones y ausencias, con mente positiva mis esperanzas y, sobre todo, con amor mi pasión por aprender y salir adelante. A mis queridos hermanos y a mi padrino Carlos Osorio, que en paz descanse.

AGRADECIMIENTOS

A mi Alma Máter, la Universidad de San Martín de Porres, que me dio los conocimientos para desarrollarme en mi carrera.

A mis profesores, a quienes hoy en día tengo la fortuna de llamar amigos.

A los miembros de la Redacción del diario El Comercio de antes y de ahora, así como a su equipo de Diseño, Infografía e Ilustración, grandes amistades con las que tuve el privilegio de trabajar y de quienes aprendí todo lo que hoy he plasmado en este trabajo académico.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	24
1.1. Antecedentes de la investigación	24
1.1.1 Antecedentes internacionales	24
1.1.2 Antecedentes nacionales.....	29
1.2 Bases teóricas	33
1.2.1 Unidad temática: La construcción del mensaje periodístico.....	39
1.2.1.1 Categoría: Cobertura en portadas de Trome durante el mes de mayo del 2017	40
1.2.1.2 Categoría: El “gatekeeper”	43
1.2.2 Unidad temática: Características narrativas del lenguaje gráfico.....	44
1.2.2.1 Categoría: Elementos icónicos.....	46
1.2.3 Unidad temática: Características narrativas del lenguaje escrito.....	47
1.2.3.1 Categoría: Elementos textuales	47
1.3 Definición de términos	50
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	53
2.1. Diseño metodológico	53
2.2. Unidades temáticas	56
2.5. Aspectos éticos	59

CAPÍTULO III: RESULTADOS	60
3.1. Análisis de contenido	60
3.1.1. La representación mediática de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en las portadas de los diarios más importantes del país.....	92
3.2. Entrevista a expertos	110
3.3. Resultados del <i>Focus group</i>	116
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	119
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES.....	131
REFERENCIAS	133
ANEXOS	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	95
Tabla 2	96
Tabla 3	97
Tabla 4	98
Tabla 6	99
Tabla 7	100
Tabla 8	101
Tabla 9	102
Tabla 10	103
Tabla 11	104
Tabla 12	105
Tabla 13	107
Tabla 14	108
Tabla 14	109
Tabla 16	111
Tabla 17	112
Tabla 18	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 La línea de tiempo de aparición de conflicto Estados Unidos versus Corea del Norte	60
Figura 2 Cronología de portadas sobre conflicto Estados Unidos-Corea del Norte .	61
Figura 3 Portada 1 del martes 2 de mayo.	63
Figura 4 Portada 2 del miércoles 3 de mayo.....	65
Figura 5 Portada 3, publicada el jueves 4 de mayo	68
Figura 6 Portada 4, publicada el martes 16 de mayo	3
Figura 7 Portada 5, publicada el miércoles 17 de mayo	4
Figura 8 Portada 6, publicada el jueves 18 de mayo	5
Figura 9 Portada 7, publicada el sábado 20 de mayo.....	6
Figura 10 Portada 8, publicada el lunes 22 de mayo.....	7
Figura 11 Portada 9, publicada el miércoles 24 de mayo	8
Figura 12 Portada 10, publicada el jueves 25 de mayo	9
Figura 13 Portada 11, publicada el sábado 27 de mayo.....	10
Figura 14 Portada 12, publicada el lunes 29 de mayo.....	11
Figura 15 Portada 13, publicada el martes 30 de mayo	12
Figura 16 Portada 14, publicada el miércoles 31 de mayo.....	13

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue describir las características narrativas del lenguaje gráfico y del lenguaje escrito en la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en la portada del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.

Se utilizó un tipo de investigación cualitativo, con diseño basado en el método de la Teoría Fundamentada. Se examinó el objeto de estudio para poder así descifrar los elementos del lenguaje gráfico y los elementos del lenguaje escrito que contribuyeron a la creación del mensaje de amenaza en las portadas del período de la muestra, la cual fue del 1 al 31 de mayo del 2017. Los instrumentos utilizados fueron el monitoreo de medios, análisis de contenido, focus group y entrevistas en profundidad.

De acuerdo con el análisis realizado se ha podido constatar que tanto los elementos gráficos como los textuales se complementan en un texto visual, produciendo expectativa en el lector, de manera que para la construcción del mensaje periodístico el medio toma en cuenta la repercusión de la portada y decide los contenidos siguientes, como es en este caso que convirtió a Kim Jong-un, apodado por el diario “chino loco”, en un personaje próximo. Se apeló al miedo del espectador y le dieron secuencialidad a la historia, sosteniéndose en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.

Palabras clave:

Portadas de periódicos, mensaje periodístico, Trome, crisis nuclear, Corea del Norte, chino loco.

ABSTRACT

The general objective of the research was to describe the narrative characteristics of this particular graphic language and written language in the construction of the journalistic message about the nuclear crisis between the United States and North Korea, on the front page of the Trome newspaper during the month of May 2017.

A type of qualitative research was used, with a design based on the Grounded Theory method. The object of study was examined in order to decipher the elements of graphic language and the elements of written language that contributed to the creation of the threatening message on the covers of the sample period, which was from May 1 to 31, 2017. The instruments used were media monitoring, content analysis, focus group and in-depth interviews.

According to the analysis carried out, I have been able to verify that both graphic and textual elements are complemented in a visual text producing an impact that generates expectation in the reader, so that for the construction of the journalistic message the medium takes into account the impact of the cover and decides the following contents. As in this case, it turned Kim Jong-un, nicknamed by the newspaper "crazy chinese", into a close character. The spectator's fear was appealed to and the story was sequentially given, holding onto the covers of the Trome newspaper during the month of May 2017.

Keywords:

Newspaper covers, newspaper message, Trome, nuclear crisis, North Korea, United States, Crazy Chinese.

NOMBRE DEL TRABAJO

tesis-maestria-manuel-amaya-100822-b
aja-compress_1660177150- informe turn
itin.pdf REPORTE

AUTOR

MANUEL ANTONIO AMAYA CASQUINO

RECuento DE PALABRAS

52349 Words

RECuento DE CARACTERES

277215 Characters

RECuento DE PÁGINAS

225 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.9MB

FECHA DE ENTREGA

Sep 17, 2022 10:39 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 17, 2022 11:09 AM GMT-5

● **20% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 19% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación ponen permanentemente en evidencia los sucesos locales, nacionales e internacionales, los cuales, sin tener en cuenta su trascendencia pueden cobrar significancia en los espacios periodísticos, con el fin de capturar la atención de sus usuarios y generar audiencia.

Uno de los medios de mayor alcance son los diarios o prensa escrita, siendo la portada la que conecta al público objetivo, por lo tanto, la representación discursiva de un mensaje no solo se verá reflejada en sus textos, sino también en su diseño, el cual posee características de color y forma.

Es importante mencionar que la magnitud del impacto visual se debe a que cuando vemos una imagen no percibimos solo su estructura visual, sino que indefectiblemente la interpretamos, como si fuese un texto. En ese sentido Bonete (2000), citado por Torres (2006), acota que “Lo que creemos, pensamos y afirmamos de la realidad y de nosotros mismos está condicionado por aquello que se oye, se escribe y se ve a través de los medios de comunicación” (p. 9).

Pero no solo la fotografía causa impacto visual en alguna portada, independientemente del hecho que se plasme en ella como nota principal: las palabras adecuadas, la tipografía y los colores condicionan un clima que crea un mensaje. Al respecto, Torres (2006) cita a Keen (1995), quien refiere que “[...] debemos apuntar la capacidad de la fotografía para captar la atención del lector. Las

fotografías, como los titulares, los gráficos, las áreas de texto tipo bold y la publicidad atraen la atención de los lectores” (p. 11).

El tema para tratar en esta tesis es el de una nueva versión de la Guerra Fría entre dos bandos: el capitalismo representado por Estados Unidos y una nueva forma de comunismo representada por Corea del Norte. Y es en este contexto que aparece Kim Jong-un, líder del país asiático, como un personaje enigmático que empezó a llamar la atención por sus constantes exabruptos y animadversión contra todo lo que representara el capitalismo. Y el capitalismo en su máxima expresión es Estados Unidos.

En el despliegue noticioso internacional, Bloomberg News publicó el 1 de mayo del 2017, en medio de la creciente tensión entre Estados Unidos y Corea del Norte por el programa nuclear desarrollado por el país asiático, que el presidente de la nación norteamericana en ese año, Donald Trump, mostró su disposición de reunirse con el líder norcoreano Kim Jong-un, aunque mencionando luego que “no tiene idea” si Kim está estable mentalmente. Estas declaraciones se dieron unos días después de que Pyongyang realizara su segunda prueba fallida de misiles en el transcurso de 2 semanas.

Solo cuatro días después, BBC News (2017, 5 de mayo) indicó que medios de comunicación oficiales de Corea del Norte reportaron que la CIA y Estados Unidos intentaron asesinar a su líder Kim Jong-un a través del uso de sustancias bioquímicas. Asimismo, BBC News (2017) refirió que “... el Ministerio de Seguridad Estatal afirma que un grupo terrorista, apoyado por la CIA estadounidense y la agencia de

inteligencia de Corea del Sur entró al país para atacar al mandatario con una sustancia bioquímica”. (pár. 2). Incluso hacen mención que las circunstancias en que su líder supremo iba a ser atacado: en un desfile militar y una procesión pública.

Hacia finales de este mes, la agencia Reuters Staff (2017, 24 de mayo) reportó que “... Donald Trump describió a Kim Jong-un como ‘un loco con armas nucleares’ que no puede andar suelto.” (pár. 1), en una conversación con su par de Filipinas Rodrigo Duterte. La transcripción de estas declaraciones se filtró de una llamada realizada el mes anterior, en la que el presidente de Estados Unidos dijo además que se encargará de Corea del Norte y que tiene mucho poder bélico en esa región, pero prefiere no usarlo. Mencionó además que Washington envió dos submarinos nucleares a las aguas de la península coreana.

En Latinoamérica, el diario mexicano El Economista (2017, 3 de mayo) tituló ¿Cómo sería una reunión entre Trump y Kim Jong-un?, especulando con las características de una eventual reunión entre estos líderes mundiales, haciendo hincapié en que Donald Trump apenas tiene poco más de 100 días en el cargo y que es lenguaraz. El Economista (2017) describe a Kim Jong-un como “...el impredecible dictador, el líder de tercera generación cuya nación tiene una reputación de siete décadas de ser errática, de fácil resentimiento y que insiste en que es suficientemente poderosa para poner de cabeza al planeta”. (pár. 2).

En el Perú la primera vez que una noticia sobre Corea del Norte abarcó la imagen principal de portada fue el 16 de abril, simultáneamente en los diarios El Comercio y Trome. En la foto de El Comercio se pueden ver misiles que lucieron los

militares norcoreanos en un desfile, alardeando sobre su supuesto poderío. En Trome en cambio se publicó un fotomontaje de una bomba estallando y las caras silueteadas de los líderes de cada país. Todo esto en el marco del lanzamiento por parte del régimen de Kim Jong-un de un misil que, aunque fue fallido, ayudó a incrementar las tensiones con Estados Unidos.

En mayo del 2017 el diario La República, uno de los diarios peruanos considerados serios, basó su agenda mayormente en temas políticos. Solo una vez apareció Donald Trump: acusado de entregar un informe clasificado sobre el ISIS a Rusia. El conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte no se tocó en mayo del 2017 en su portada. El caso Lava Jato, con Marcelo Odebrecht declarando en Brasil y dando nombres de funcionarios vinculados a coimas para ganar licitaciones por obras en el Perú, fue el tema más tocado, seguido del caso Madre Mía, donde el acusado era el expresidente Ollanta Humala. El pedido de Hábeas corpus a favor de Alberto Fujimori de parte de su hija Keiko, el pedido de indulto y respuesta negativa del presidente PPK fueron los otros también fueron tocados.

También en mayo del 2017, el diario El Comercio, decano de la prensa peruana, colocaba en su primera página primordialmente temas políticos, como: la denuncia contra el expresidente Ollanta Humala por desapariciones y muertes cuando era capitán del Ejército en 1992, en la base de Madre Mía. La denuncia de “reglaje” por parte del gobierno de Pedro Pablo Kuczynski a sus propios ministros. Fuerza Popular, empieza a presionar para conseguir el indulto a su líder histórico y expresidente del Perú Alberto Fujimori. El caso Madre Mía, las en Brasil que implicaban a Nadine Heredia, en ilegales aportes para su campaña política antes de

ser presidente. El 22 la noticia principal mencionó al ministro de Transportes y segundo vicepresidente de PPK, Martín Vizcarra, desistiendo de su plan de construir un aeropuerto en Chinchero, plan cuestionado por su cercanía a restos arqueológicos protegidos por la Unesco como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Un día después renunció ante la presión de la bancada de oposición en el Congreso.

Sin embargo, casi la mitad de los días de ese mes, el diario Trome presentó en sus portadas el conflicto internacional ocurrido entre Estados Unidos y Corea del Norte, cuyos principales protagonistas fueron Donald Trump y Kim Jong-un, respectivamente. Esto detallando y destacando los elementos del lenguaje gráfico y escrito que contribuyeron a la construcción del mensaje amenazador.

El tratamiento que se le dio a la secuencialidad de lo acontecido en torno a este conflicto lo convirtió casi en una novela por capítulos. La cobertura que le dio el diario Trome convirtió a un personaje tan alejado geográficamente en uno de tanta relevancia, pasando a tener un espacio propio y recibir el apelativo de “chino loco” que luego se hizo popular.

De allí que el análisis de contenido apoyado en el control del uso de titulares, bajadas, fotografías, colores, infografías y el contexto en el que se desenvuelven estos elementos, permitieron realizar el análisis de los elementos que ayudaron a construir el mensaje de amenaza en el marco del conflicto entre Kim Jong-un y Donald Trump en el periódico popular peruano Trome, el de mayor circulación en el Perú (en mayo del 2017, Trome tuvo una circulación de 452 878 ejemplares en Lima y 150 416 en provincias, los cuales sumados dieron un total de 612 929 a nivel nacional, según

Ecomedia), basándose en un período de tiempo en el que se evidenciaba en su portada la idea de un inminente conflicto nuclear, dado que permanentemente se reportaba amenazas de uno y otro lado.

Lo expuesto permite formular el problema de investigación de la siguiente manera:

¿Cuáles son las características de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?

Desprendiéndose los siguientes problemas específicos:

¿Qué características narrativas del lenguaje gráfico y del lenguaje escrito contribuyen en la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?

¿Qué información primaba en la agenda periodística del diario Trome y qué información primaba en la agenda periodística de otros diarios de circulación nacional durante la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte durante el mes de mayo del 2017?

¿Cuáles son las percepciones ciudadanas acerca de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del

Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?

Con el fin de analizar las agendas noticiosas y desestimar el argumento de la creación de una llamada “cortina de humo” en el segundo problema específico mencionado líneas arriba, se realizó un ejercicio de contraste de las portadas del diario Trome, un periódico popular, con las portadas de los llamados “diarios serios” de la gran prensa peruana en el mes de mayo del 2017.

De manera que, para el logro de la investigación se planteó el siguiente objetivo:

Analizar las características de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.

Teniendo como objetivos específicos los siguientes:

Describir las características narrativas del lenguaje gráfico y del lenguaje escrito en la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.

Caracterizar la representación mediática de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte durante el mes de mayo del 2017 en las portadas de los diarios más importantes del país.

Evaluar las percepciones ciudadanas acerca de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.

El estudio se justifica por cuanto las representaciones discursivas que emplean los medios nos pueden mostrar el mismo personaje, pero con diferente mensaje dependiendo del enfoque que se le dé a la noticia. Un contrato de lectura que tienen implícitamente los lectores de un diario con sus periodistas da pie a la confianza en que todo lo que les dicen es cierto, por lo cual estos datos percibidos como fiables van a ser utilizados por los receptores para construir su propia versión de la realidad. El realizar el análisis de la construcción del mensaje periodístico en la primera plana de este diario dio pie a descubrir un mensaje con sentido apocalíptico a través del miedo y la amenaza, siendo posibles estos resultados en base a la revisión del enfoque de los titulares, bajadas, fotografías, infografías y colores.

El leit motiv de esta investigación surge a partir de mi experiencia como diseñador gráfico y periodista que trabaja en medios de prensa desde 1999, diagramando la portada del diario El Comercio y participando en reuniones de editores desde el año 2005 hasta junio del 2020; a partir de esta experiencia de toma de decisiones editoriales y teniendo en cuenta que en la opinión pública se suelen interpretar los fenómenos informativos de la esfera mediática peruana bajo el argumento de “teorías de la conspiración” (cortinas de humo, ocultamiento de la información, distracciones, etc.) surge la idea de revisar el fenómeno de las portadas del diario Trome referidas a un tema tan lejano a la cultura popular peruana, como es

el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, para conocer cuáles fueron los motivos de esta decisión editorial, más allá de suponer una teoría de la conspiración.

Cabe mencionar que algunos autores sostienen que la investigación cualitativa solo puede ser exploratoria y que los métodos cuantitativos prueban la potencialidad de fenómenos de forma numérica, viendo de esta manera a los abordajes cualitativos como meras metodologías exploratorias. Lo anteriormente mencionado también es una mirada imperfecta de la investigación cualitativa, tomándola como aquella que solo tiene un rol de soporte a la investigación cuantitativa. Es por ello que diversos académicos, como Spanjaard y Freeman (2006), así como John W. Cresswell (2014; Cresswell & Cresswell, 2005), argumentan que los métodos cualitativos no solo continúan descubriendo conceptos no obvios, sino que también presentan la oportunidad de elucidar, desde el análisis, relación y reflexión, nuevas perspectivas a situaciones complejas, las cuales revelan reflexiones significativas en todos los fenómenos sociales.

La presente investigación servirá como antecedente para otras investigaciones y los resultados servirán como material de consulta al hacer un análisis de los personajes que surjan y atraigan las miradas de los lectores de diarios populares, actores con características de “poner en peligro el orbe”. En ese momento surgirán las comparaciones y se podrá ver anteriores personajes que ocuparon las portadas de los diarios impresos con una amenaza igual o parecida. Antes fue Saddam Hussein, luego Osama Bin Laden, ahora el llamado “chino loco” Kim Jong-un. El personaje pasa, pero el enfoque de miedo y amenaza siempre tendrá un nicho en los medios acostumbrados a tener una agenda sensacionalista (la Real Academia

Española define sensacionalismo como “Tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.). Cada vez que aparezca un personaje con estas características será un candidato para ser utilizado por los medios masivos como bandera para crear una “novela por capítulos”.

La tesis está contenida en cuatro capítulos, siguiendo el esquema que la USMP tiene en vigencia para las tesis de Maestría al 2021, y se ha tomado en cuenta las recomendaciones realizadas por el asesor de la tesis, para que cumpla con los estándares que solicitan en la Escuela de Posgrado de la FCCTyP. A continuación presento el contenido:

Capítulo I: Marco teórico

Se listan los antecedentes de la investigación tanto nacionales como internacionales, así como las bases teóricas Teoría de la acción comunicativa, Análisis crítico del discurso periodístico, Teoría del Framing y Teoría de la Gestalt. Además de definiciones importantes como La construcción del mensaje periodístico, Portadas de diarios, el “Gatekeeper”, las características narrativas del lenguaje gráfico, del escrito y una definición de términos que ayudarán a entender el lenguaje que se usa en la redacciones periodísticas.

Capítulo II: Metodología

Se describe el diseño metodológico, el cual define el tipo y diseño de la presente investigación, además de las categorías usadas, la técnica de recolección de información y los aspectos éticos tomados en cuenta.

Capítulo III: Resultados

Se presenta los frutos de la investigación, basado en el análisis de contenido, las entrevistas a profundidad y el focus group.

Capítulo IV: Discusión

Aquí se muestran los aspectos más relevantes hallados a través de la constante investigación basada en tres instrumentos de investigación, refrendadas con las reflexiones del autor basadas en su experiencia en el campo.

Conclusiones y recomendaciones:

Finalmente se presentan las ideas finales y lo que se sugiere a partir de la reflexión pormenorizada basada en la investigación y hallazgos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes internacionales

Adum (2018) elaboró su tesis doctoral denominada *La construcción de los mensajes y su influencia en los receptores* en la Universidad Complutense de Madrid en España con el objetivo de revisar la construcción de los mensajes de los medios de comunicación y su influencia en los receptores, se centró en el análisis de conocimiento reflexivo como sucesivo acerca de la Construcción de los Mensajes y la Influencia de los Receptores en los medios de comunicación, para dar respuestas sobre la realidad de la percepción objetiva que transmiten las noticias para poder encontrar un enfoque metodológico estructural. Asimismo, se cuestiona sobre el posicionamiento de la realidad virtual como proceso informativo actual -a través de la prensa y los medios audiovisuales- en la construcción de los mensajes que van dirigidos a grandes audiencias cada vez más globalizadas. Llevó a cabo un Focus Group con seis catedráticos de diferentes universidades para tener información desde el campo de experiencia de la comunicación social. Además, se analizaron cinco noticias de los diarios El País, La Vanguardia, El Mundo, ABC y La Razón.

Llegando a la conclusión que los medios de comunicación construyen mensajes con llegada a grandes audiencias utilizando elementos narrativos como la obscenidad, el dolor, la muerte, entre otros, afectando la racionalidad de la comunicación; que, existe una percepción objetiva de la comunicación en la que cada medio de comunicación interpreta y contextualiza un hecho periodístico de acuerdo a

sus intereses; que, las audiencias necesitan ser investigados con mayor profundidad para poder realizar la elaboración de productos que ensanchen el conocimiento y abran un debate en la sociedad; y que, se debe tener mayor cuidado al momento de construir la información y elaborar el mensaje que se van difundir en los medios de comunicación, ya que esto puede trastocar los hechos que se han recogido para elaborar una noticia.

En Nicaragua, Maldonado (2017) desarrolló su investigación llamada *Semiótica de las fotografías y discurso de las notas informativas sobre feminicidio publicadas en las versiones digitales de los periódicos La Prensa y El Nuevo Diario durante el segundo semestre de 2014 y el primer semestre de 2015*, tesis de maestría en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, buscando revisar la semiótica de las fotografías y el discurso de las notas informativas sobre feminicidio publicadas en las versiones digitales de los periódicos La Prensa y El Nuevo Diario durante el segundo semestre del 2014 y el primer semestre del 2015. Tuvo como objetivo analizar la semiótica de las fotografías y el discurso de las notas periodísticas sobre feminicidio publicadas en las versiones digitales de estos diarios de su país. Para esto seleccionó notas informativas y fotografías estableciendo la morfología de las fotografías periodísticas sobre feminicidio desde el plano, el encuadre y el color. Además, buscó identificar quiénes eran los actores sociales presentes en estas fotografías periodísticas. Revisó la relación entre el pie de foto y el contenido semiótico de las fotografías y aplicó las nociones de ideología, poder y manipulación formuladas por Van Dijk (2004). La metodología usada fue descriptiva, ya que no se profundizó en el feminicidio en Nicaragua, pero sí se estudiaron las estructuras de los

discursos escritos y fotográficos empleados por los periodistas nacionales para informar sobre dicha problemática.

El análisis fue cuantitativo de 7 notas informativas y 8 fotografías periodísticas de la web de los diarios antes mencionados, además del análisis cualitativo de la morfología y la fotografía, describiendo la publicación fotográfica según los parámetros de Simón Balzert y asignándole una categoría periodística, así como la ideología, poder y manipulación, según lo propuesto por Van Dijk (2004).

Se llegó a la conclusión que se debe ahondar en esta problemática para poder estudiar con mayor rigurosidad el uso de las fotografías en la lucha por la violencia contra la mujer en los medios de comunicación; que, las teorías propuestas por Van Dijk (2004) ayudan en el análisis de notas informativas publicadas en la prensa para descubrir la intención comunicativa del autor; que, estudiar los principios periodísticos de Simón Balzert sobre el uso de la fotografía periodística ayudarían a entender mejor el grado de morbo y sensacionalismo de los medios de comunicación en Nicaragua; que, el uso de imágenes de violencia contra la mujer podría ser publicado solo si esta tiene valor noticioso; y que, el plano fotográfico utilizado en las fotografías y notas analizadas es el de “plano general conjunto”.

Marín (2017) realizó la tesis doctoral *La representación mediática del escándalo de corrupción política en España (2009-2014) desde la Teoría del encuadre (Framing)* en Universidad Católica de Murcia en España, con el objetivo de develar el nivel mediático de los escándalos de corrupción política en España en tres niveles: explorando la relación que existe entre las fuentes utilizadas por los medios

y la ponderación de determinados encuadres en las informaciones periodísticas, además, de los factores que condicionan el tratamiento periodístico de los casos de corrupción y el nivel de influencia del sesgo partidista del medio en la utilización de determinados enfoques. Para esto buscó, entre otras cosas, identificar y recomponer los encuadres de carácter narrativo con los que se construye el relato periodístico de los escándalos de corrupción política y medir su preeminencia en el contenido de los medios, además de observar el tipo de discurso que predomina en la narración periodística de los escándalos de corrupción a partir del uso de determinados términos lingüísticos. Exploró si la prevalencia de ciertos encuadres en la cobertura periodística de los escándalos de corrupción puede contribuir al desarrollo de repercusiones sociales como el aumento de la desafección política. Se realizó un análisis cualitativo exploratorio previo con el fin de obtener algunas categorías y variables que posteriormente se examinaron en la fase de investigación cuantitativa.

La investigación concluye: se constata que la polarización partidista es un factor de influencia en la cobertura mediática de los escándalos de corrupción política, de modo que el sesgo ideológico del medio condiciona fuertemente tanto el grado de visibilidad que se da a cada caso como los encuadres que se proyectan en las informaciones sobre estos. La asignación de roles arquetípicos a los personajes varía en función del sesgo partidista de cada medio, lo que tiene reflejo incluso en la descripción de jueces y fiscales, que suelen ser representados como héroes o villanos según la afinidad del respectivo medio con los afectados por la actuación judicial.

Subiela-Hernández y Gómez-Company (2018) en su investigación conjunta “Influencia del diseño periodístico en la comprensión de la información”, publicada en

la revista indexada “Profesional de la Información” analizan el diseño de la información impresa a partir de 2 pilares: el diseño estructural y el diseño discursivo, teniendo en cuenta que la función principal del diseño para impresos es el de organizar, jerarquizar y ordenar las distintas noticias en una página basándose en elementos gráficos y tipográficos. Los autores definen el diseño estructural al que estructura la información para garantizar su legibilidad, el cual es encontrado de manera generalizada en páginas clásicas de periódicos o revistas impresas. El diseño discursivo es, en contraparte, el que se muestra como disruptivo, yendo más allá de su función estructural clásica, considerándose como característico de la prensa sensacionalista, “incompatible con los usos de los diario más rigurosos del modelo informativo” (Martínez-Fresneda, 2008; González-Díez et al. 2015).

Los autores concluyeron, según los resultados obtenidos en sus pruebas, que el diseño discursivo no facilita una comprensión más rápida al inicio de la lectura, aunque en contraparte sí logra que se sienta más ineteresante por lo menos al inicio. Su principal hipótesis, la cual menciona que el diseño discursivo facilita una comprensión mayor de la información, fue confirmada basándose en que la comprensión del reportaje tras su lectura ha sido relevantemente superior en el grupo de lectores de la página diagramada con el diseño discursivo. Basándose en Gamonal y García-García (Gamonal-Arroyo; García-García, 2015), los autores concluyen que “cuando el diseño es capaz de aportar sentido al relato verbal se convierte en discurso que complementa al texto. Frente al diseño estructural, que se limita a ordenar y embellecer, el diseño discursivo aporta sentido al relato”.

1.1.2 Antecedentes nacionales

Dancourt (2018) realizó su tesis de maestría denominada *Las portadas del diario Líbero según el análisis del discurso* en la Universidad de San Martín de Porres, investigando cualitativamente las portadas del diario Líbero según el análisis del discurso, buscando responder la interrogante de la realidad que construyen los titulares y las imágenes (como fotografías, ilustraciones y gráficos) de este periódico deportivo peruano. Para esto realizó una investigación cualitativa utilizando el método del análisis del discurso y el giro lingüístico, además de un tipo de investigación longitudinal o aplicada que aporta indicadores para utilizar métodos particulares y entender el sistema de signos y códigos, realizando además entrevistas a expertos en el tema. Su muestra estuvo integrada por 61 portadas del mencionado tabloide deportivo. Analizó las portadas en su aspecto denotativo y connotativo.

Luego de su investigación, el autor concluye que: Las portadas del diario deportivo Líbero, a través de sus titulares, imágenes, fotos, ilustraciones y gráficos, construyen realidades con un mensaje basado en estereotipos interiorizados por sus lectores. Además, que utiliza titulares en gran tamaño de letra y en colores blanco y negro, mayormente, siempre sobre grandes bloques de fondo amarillos o rojos, para crear realidades hostiles. El uso de los colores no es casual, se relaciona con las sensaciones. Que los titulares con carácter exclamativo denotan fuerza, convicción, impacto, polémica, ilusión. Las portadas de Líbero contienen palabras, verbos, términos, que apelan directamente a los estados emocionales del lector, coadyuvándolo a “ver” una determinada realidad.

Pedrerros (2018) elaboró su tesis de maestría que tituló *Los titulares de la portada de Perú 21 en la percepción de la marca y la decisión de compra de los lectores de las universidades de Lima Sur* en la Universidad de San Martín de Porres, buscando resolver la interrogante de cómo los titulares de portada de un medio periodístico impreso funcionan como estructuras no solo comunicativas, sino comerciales, creando ambas un solo producto que unifica ambos criterios y motivando de esta manera en sus lectores la acción de consumir este producto impreso. Y no solo se pregunta por el contenido de los titulares, sino por cómo influyen además el color y las imágenes. Analizó la influencia de los titulares de Portada de Perú 21, en la percepción de marca en la decisión de compra. Con un enfoque mixto, usó como instrumentos el análisis de estructura morfológica externa y el análisis de contenido, un cuestionario a 350 estudiantes de Ciencias de la Comunicación y entrevista a profundidad a 4 expertos elegidos por conveniencia.

Concluyendo que: los titulares de portada de Perú 21 influyen de manera positiva en la percepción de marca y en la decisión de compra de los lectores de las universidades privadas de Lima Sur. Se destaca la síntesis informativa; el color de los titulares de portada influye en la identidad de marca y motiva la compra. Además, que las imágenes de portada influyen en la percepción de calidad de la marca por los usuarios.

Bejarano (2020) realizó su tesis de maestría denominada *La incertidumbre, el miedo y el caos social que vive el Perú, y el trabajo del periodismo en tiempos de ciberespacio* en la Universidad San Martín de Porres, buscando responder cuál es la responsabilidad de la prensa en la creación de un clima de miedo, caos e

incertidumbre que se vive en el Perú. Su hipótesis es que las noticias que se presentan en portada del diario popular más leído del mundo, el diario Trome, contribuyen a amplificar el clima de inseguridad. Se pregunta hasta qué punto esos titulares de escándalos y violencia influyen en el caos, miedo e incertidumbre que vive nuestro país. El objeto de estudio lo integraron 30 portadas del diario Trome aparecidas entre el 1 y el 15 de octubre del 2019 y entre el 7 y 21 de marzo de 2020. Se trató de una investigación no experimental de enfoque cualitativo del tipo descriptivo. Para explicar el contenido de las portadas el autor usó el análisis del discurso. El método de investigación fue inductivo, deductivo y analítico.

Llegó a las conclusiones siguientes: que la mayoría de las portadas presentaron malas noticias, aunque el contexto no necesariamente presentaba ese panorama; que, la primera página que genera miedo y tiene un objetivo económico; que, algunos hechos publicados en primera plana de Trome son exageraciones, supuestos y/o trascendidos; finalmente que, a partir de este tema se plantea la interrogante sobre si el porcentaje de malas noticias que publica un medio son excesivas.

Rivera (2019) realizó una investigación titulada *Tratamiento del fotoperiodismo y la calidad informativa en las primeras planas y otras secciones en los diarios, La República y El Comercio, respecto a la corrupción en los meses de junio y julio, Arequipa 2019*, tesis de maestría en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, buscando revisar cómo fue el tratamiento de la fotografía periodística y la calidad informativa (tanto en las portadas como en las páginas interiores) de los diarios La República y El Comercio, respecto a la corrupción en junio y julio del 2019

en Arequipa. El investigador consideró que la manipulación de la información en la prensa fue afectada por el uso incorrecto del tratamiento del contenido de las informaciones y la fotografía también se ha visto afectada por esta manipulación, lo cual fue una falta ética. Para esto describe el tratamiento de la fotografía periodística y la calidad informativa de los diarios impresos antes mencionados, respecto a la corrupción que azota a nuestra sociedad, presentada en los titulares, personajes, géneros periodísticos, partidos políticos difundidos en la ciudad de Arequipa.

Se aplicó un análisis de contenido de los medios analizados que fueron materia de esta investigación. El alcance de la investigación es descriptivo y el enfoque de la investigación cuantitativa. El diseño de la investigación es no experimental transeccional descriptiva, ya que se recolectó datos en un solo momento y lugar determinado, con el objetivo de indagar las incidencias y los valores en que se manifiestan las variables.

El autor concluyó que los medios en los cuales presentan sus fotografías ubicadas en la derecha con mayor peso, lo cual facilita una rápida visualización por parte del lector, sin embargo, no cumplen con las reglas básicas de composición, como la regla de tercios (que consiste en dividir una foto o el visor de una cámara en 9 partes iguales usando líneas horizontales y verticales, lo cual va a servir como guía de composición para realizar fotografías atractivas.) que dan puntos de interés en una imagen, y que las fotos se relacionan con el texto lo que denota entonces que los medios se preocupan en una correcta relación y concordancia imagen-texto.

1.2 Bases teóricas

Teoría de la acción comunicativa, de Jürgen Habermas

El autor de la teoría de la acción comunicativa refiere que “La acción comunicativa: Es la interacción entre dos sujetos capaces de comunicarse lingüísticamente y de efectuar acciones para establecer una relación interpersonal.” (Habermas, 1987b, p. 225).

Además, Habermas (1987) refiere que la acción comunicativa en primer lugar se trata de un concepto de racionalidad, en segundo lugar, se refiere a una concepción social, asociando la vida y los sistemas no solo retóricamente. Por último, se asocia con la teoría de la modernidad donde se estudia las patologías sociales, las cuales se someten a la acción comunicativa y son cada vez más comunes. En consecuencia, se entiende que dicha teoría permite categorizar la vida social, donde se aplica a las paradojas modernas.

Habermas (1989) hace mención al uso del lenguaje como acción y lo propone cuando menciona actos del habla a través de lo que él denomina “pragmática universal”. Además, el autor considera que el acto de hablar está siempre presente en la vida humana, ya que todo proceso comunicativo está mediado por el habla. Se pregunta para qué sirven los actos de hablar y toma como precepto que si se analiza el uso del lenguaje se puede determinar los alcances y sobre todo los efectos del habla en las personas tanto individual como colectivamente. Asimismo, las dimensiones del lenguaje, el significado y la validez del mismo, se interrelacionan entre sí.

Esta teoría de la acción comunicativa responde a la variable general de este estudio, dado que los contenidos de los mensajes ya sean hablados o escritos, están

basados en procesos comunicativos que denotan una intencionalidad del discurso de acuerdo con el contexto en el que se publiquen. En consecuencia, Habermas (1987c) indica sobre la capacidad de acceder a los medios de comunicación masiva para tener injerencia en la esfera pública como un espacio abstracto, donde los individuos pueden debatir y generar lo que es conocido como opinión pública.

Análisis crítico del discurso periodístico, Van Dijk

Van Dijk (2004) propone su teoría basada en el discurso como medio de poder, dando la relevancia al uso de la palabra en los discursos para lograr conocimiento y evitar así discriminar a través de lo que expresamos. Refiere que el poder de las palabras sobre la gente es inmenso y que cuando los poderes dominantes dan un discurso extremista, la gente violenta se siente legitimada para actuar de esta manera. Sostiene que cualquier discurso público no es inocente: tiene un trasfondo que es camuflado por quien está emitiendo el mensaje.

Para apuntalar su pensamiento refiere lo que “Cuando el ejercicio de poder no solo se basa en el interés de aquellos que ejercen dicho poder y contra los más altos intereses de quienes son controlados por dicho poder, podríamos hablar de abuso de poder o dominación” (Van Dijk, 2004, p. 11).

Esta teoría respalda a la variable general porque da luces acerca de cómo el discurso empleado por el poder dominante (llámese en este caso los medios de comunicación) impone los textos y por ende los mensajes, ya que están muy interesados en dominar la agenda pública creando sus propias realidades. Van Dijk (2004) menciona que no lo lograrían si no fueran parte de una élite, definida por él

como un grupo que tiene acceso privilegiado a los espacios (yo agregaría, además, herramientas) para lograrlo.

Teoría del Framing

Chihu (2012) hace mención que, en 1954, Gregory Bateson utiliza por primera vez el término *frame* (marco) y *framing* (enmarcado) en psiquiatría para enmarcar o delimitar un enfoque de la realidad y de las percepciones; posteriormente, Erving Goffman tomaría en referencia este enfoque de Bateson. En la actualidad, la teoría del framing se aplica en trabajos de investigación de diversas áreas, entre ellas está la psicología y psiquiatría, la comunicación, política, noticias, ciencias sociales y humanidades, entre otros.

Aruguete (2011) menciona que diversas disciplinas aportaron al origen de la teoría del framing, dentro de las principales disciplinas que contribuyeron a su conformación se encuentran la psicología, sociología, la comunicación y los estudios sobre movimientos sociales y la comunicación.

Además, Chihu (2012) indica que la teoría de *framing* sirve como modelo de la teoría social ya que fusiona diferentes enfoques disciplinarios. Estos criterios teóricos interdisciplinarios han tenido un gran apogeo en los últimos cuarenta años; ya que otras disciplinas han utilizado esta herramienta interpretativa en asuntos relacionados a temas sociales, culturales e incluso se aplican en la política. Sin embargo, el autor refiere que Entman (1993) indica que este modelo de encuadre se considera fraccionado, ya que no establece un canon teórico que funcione como guía general en ciertas investigaciones, incluso otros investigadores y especialistas hacen hincapié

en que la teoría del *framing* posee cierta imprecisión teórica y empírica que sustente la investigación que propone la misma teoría del encuadre.

La teoría del *framing* tiene establecido un espacio destacado en los estudios de los mensajes en los medios de comunicación, pero no nace específicamente para analizar sus fundamentos conceptuales que están basados específicamente en tres campos de la sociología interpretativa: el interaccionismo simbólico, la fenomenología y la etnometodología, disciplinas que estudian la construcción social de la realidad y la producción de sentido en la interacción o intercambio comunicativo. Este encuadre busca que los individuos desarrollen, mediante la experiencia de estímulos y situaciones externas, una percepción propia.

Teoría de la Gestalt

La palabra Gestalt proviene del alemán y significa totalidad o proceso, este término se utiliza por primera vez a principios de siglo en respuesta a otras teorías de la psicología. La teoría de la Gestalt o de la forma surge a principios del siglo XX en Alemania, sus principales representantes son Wertheimer, Köler y Koffka. Su objeto de estudio principal es la percepción, siendo esta un proceso fundamental para otras actividades como el aprendizaje, pensamiento, etc.

Universitat de Barcelona (s/f.) refiere que:

la Gestalt estudia la incidencia en los sistemas totales, en las estructuras en las que las partes están interrelacionadas dinámicamente de manera que el todo no puede ser inferido de las partes consideradas separadamente. Los primeros estudios sobre el movimiento aparente de la

luz (el fenómeno phi) o el análisis de la percepción de las películas cinematográficas muestran como, por ejemplo, si analizamos fotograma a fotograma tendremos una idea muy diferente e imprecisa que, si vemos la secuencia en conjunto, es decir, si miramos la película como una totalidad. Estas totalidades se llaman, precisamente, gestalts (forma, pauta, configuración o conjunto total). De aquí se desprende el principio general de esta corriente: "el todo es más que la suma de las partes". (pár. 2).

La Gestalt tiene una gran relevancia debido a que ha contribuido al estudio de la percepción, estableciendo principios de organización perceptiva que posibilita entender las gestalts (totalidades). Asimismo, se define la percepción como un método donde se extrae y selecciona cierta información importante para crear un concepto mental coherente; es decir, la percepción no proviene de los sentidos, sino la comprensión y entendimiento propio sobre lo que se observa creando un juicio propio e individualista.

Oviedo (2004) indica que la percepción, desde el punto de vista de la Gestalt, procesa la realidad de forma directa e inmediatamente le atribuye ciertas cualidades que definen el objeto y establecen claramente cuál es su naturaleza y como está constituido. En general, se entiende que la percepción es abstracta, ya que cada persona agrupa la información externa como una totalidad y la procesa dentro de unidades simples que le permiten a la conciencia obtener conceptos sobre los objetos observados.

Los datos visuales en la investigación cualitativa

Vivimos rodeados de imágenes que nos invaden en nuestra vida diaria, desde que abrimos los ojos al despertar percibimos cosas con nuestra vista: al asomarnos por la ventana, cuando vemos el noticiario en la televisión, cuando revisamos nuestras redes sociales en nuestro teléfono móvil, etc.

En ese sentido, Banks (2010) se pregunta por qué un investigador social debe incorporar el análisis de imágenes -fotografías, dibujos, diagramas o imágenes de otro tipo- en su investigación. Y se responde partiendo de dos premisas: la primera es que, efectivamente, las imágenes están presentes en todas partes, razón por la cual se pueden incluir estas representaciones visuales en todos los estudios de la sociedad, dada su omnipresencia. La segunda premisa es que un estudio que incorpore imágenes en la creación o recolección de datos tendría una mejor posibilidad de revelar alguna comprensión sociológica que no fuera accesible por ningún otro medio.

El referido autor menciona que si bien es cierto existen libros y manuales sobre métodos de investigación social, los investigadores usan en la práctica distintos métodos que van “desde los muy formalizados (ciertos tipos de análisis del contenido de la imagen, esquemas cerrados de entrevistas que contiene preguntas de control de coherencia interna) hasta los muy informales (charlar con personas, observar la actividad diaria)”. (p.22).

Un detalle importante es que no debemos de dejar de tener en cuenta que el significado de las imágenes cambia con el tiempo, dependiendo del público objetivo que las ve, además que el contexto en que se ubican los elementos visuales terminan

dando un mensaje: la interacción de las imágenes y su contexto son mutuamente constitutivos.

1.2.1 Unidad temática: La construcción del mensaje periodístico

El periodista es un profesional de las ciencias de la comunicación que se especializa en la presentación de la información y por ello debe manejar los recursos del mensaje que el público objetivo necesita para estar informado de manera correcta.

En este sentido se tiene que Mapelli (2007) hace referencia a que el lenguaje utilizado por la prensa, acotando que es el mensaje periodístico, es la materia prima básica y fundamental del periodismo. Por lo que hace hincapié en la prensa escrita y habla de la secuencia de signos y significados transmitidos por un emisor y recibidos por un receptor a través de un canal de comunicación por el cual se transmite este mensaje. Pero para la autora hay una serie de valores que convierten un hecho en una noticia: debe ser actual, novedoso, verdadero y de interés público.

En el mismo sentido, Ballesteros (2015) indica que, para Berger y Luckmann (1972), Alsina (1993) o Gómez Patiño (2014), “La sociología entiende la realidad informativa como una construcción particular de ‘lo público’”. (p. 44), porque ejerce el poder de poner de manifiesto o ignorar algún suceso. Menciona que los medios deciden qué es noticia y qué no lo es y comunican, según su punto de vista, esa información.

Hernando (1995) asocia al mensaje periodístico el término formas de expresión, explicando que estas formas son equivalentes a cada uno de los medios

de comunicación de masas como la prensa, la radio y/o la televisión. Esto desencadena en algo que menciona con especial particularidad: "... el mensaje periodístico o informativo sería la sustancia o contenido expresado en diversas formas. Lo que significa que un mismo mensaje o contenido puede adoptar diversas formas". (p. 28). La forma de expresión del referido mensaje se vuelve igual de importante como el mensaje en sí, ya que juntos constituyen la información.

1.2.1.1 Categoría: Cobertura en portadas de Trome durante el mes de mayo del 2017

Se considera que las portadas de los diarios tienen el objetivo de ganar un lector para el resto de las notas del interior de la publicación impresa. La primera página no solo es importante por eso, sino además porque da luces acerca del mensaje de la marca editorial de la publicación. Cadwell y Zapatterra (2014) se preguntan acerca de quién se puede resistir al impulso de tomar en sus manos una revista o periódico que tiene una imagen de portada y una cabecera atractivas visualmente.

En este sentido las autoras mencionan que la portada de un medio lleva sobre sus hombros una gran responsabilidad: la cantidad de ejemplares de ese periódico que se venderán cada día, razón por la cual debe ser llamativa para poder ganar diariamente a su competencia. Todo esto tratando de ser distinto al día anterior, pero no tanto como para hacer que el lector pierda familiaridad con la marca. La portada debe tener esa cuota de creatividad para atraer también a nuevos lectores, no solo a los habituales. Es por eso por lo que los medios le dan tanta importancia y recursos a esta única página.

En este contexto, los diseñadores de periódicos no tienen los mismos instrumentos con los que cuenta un diseñador de revista, quien tiene mejores fotos, mejor papel para imprimir y mejores máquinas impresoras para su producto. Los diseñadores de periódicos deben lograr que un titular sea atractivo con otras herramientas, como el uso adecuado de las tipografías y la paleta de colores.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expresado, la cobertura en portadas de Trome del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte se basa en dos indicadores principales: los tipos de titular (informativos o interpretativos) y cantidad de estos con mensaje amenazante, además de las apariciones constantes en esta primera página: la que lleva al lector promedio que aún ve en los quioscos o entre los ofrecimientos de los llamados “canillitas” qué periódico escoger para leer.

- **Subcategoría: Los titulares en portada.** Pueden ser de periódicos o revistas que se venden exclusivamente en quioscos, exhibiendo titulares que intentan demostrar que ofrecen más y mejores contenidos que su competencia (la cual figura al lado). El titular vde mayor tamaño suele estar relacionado con la imagen principal de la portada. El contenido y ubicación suelen ser decisión del director de contenidos y del director de arte. (Cadwell y Zapatterra, 2014).

Para reforzar el sentido de relevancia que tiene la primera página en la publicación de un medio periodístico impreso podemos citar que “El sitio principal y más importante en el que hay que estampar la imagen de marca de una publicación -y sus valores asociados- es la portada” (Cadwell y Zapatterra, 2014, p. 44). Ellas

refieren que es la parte del periódico que dará la cara en beneficio de la empresa editora que la pública, ya sea en los quioscos donde se expongan para que el público conozca su contenido (donde intentará distinguir su mensaje por encima de su competencia); o incluso después de ser adquirido por el lector, ya que continuará vendiendo los valores de la marca en un espacio más reducido: el del que compró el ejemplar y los otros posibles lectores que son parte de su círculo.

Respecto al diseño de publicaciones impresas, específicamente de periódicos, Cadwell y Zapatterra (2014) mencionan que las noticias ya no venden periódicos, que Internet alberga ahora a nuevos medios de comunicación que nos hacen llegar las noticias a través de nuestros dispositivos celulares, lo cual ha relegado a la prensa escrita tradicional como principal proveedor de información. Esto la ha obligado a adaptarse a esta nueva realidad. Yo agrego que esto se ve reflejado en el diseño de las portadas, las cuales no son diseñadas con el mismo criterio de años atrás.

La portada de un periódico es fundamental, pues es la que sintetiza el contenido y el peso informativo que tendrán las informaciones, lo cual es determinante para atraer lectores. Mencionan que es un espacio privilegiado donde se construye una identidad. Tal como lo afirman Peñarrieta, Rodríguez y Ramos (2014) “La portada de un diario es la página principal, y representa la cara de este medio de comunicación; los editores ponen especial interés en elaborarla pues es determinante en sus ventas” (p. 60). El contenido de una primera plana es definido por editores, quienes son los encargados de seleccionar las fotos, textos y titulares que utilizarán, proveyéndolos de jerarquías de acuerdo con su tendencia informativa.

1.2.1.2 Categoría: El “gatekeeper”

Es el periodista que se encarga de seleccionar las noticias del día. El término nace por su similitud con el “goalkeeper”: el arquero de un equipo de fútbol, quien se encarga de evitar que el balón entre a su portería. Según Busquet y Medina (2017) La tarea profesional del llamado “gatekeeper” se puede entender a partir de los 3 puntos siguientes:

- 1) Separar los temas que son periodísticamente interesantes de los que no lo son.
- 2) Determinar el tiempo y el espacio que cada medio dedicará a un tema concreto.
- 3) Establecer el género periodístico con el que deberá ser tratado.

Dicen también Busquet y Medina que “el gatekeeper, sea profesional de la comunicación o no, es alguien que tiene el poder para decidir de qué se hablará. Así, el gatekeeper selecciona, por un lado, el temario: el conjunto de contenidos informativos; y por otro, el texto: la noticia” (p. 124). En el caso de los medios peruanos, la labor del “gatekeeper” la realizan los editores de cada sección, quienes se encargan de generar su agenda diaria presentando sus temas en una reunión de editores, donde cada tema es expuesto y puesto a consideración de sus colegas, el Jefe de Redacción y el Director del medio.

Para seleccionar el conjunto de contenidos informativos pueden influir el público objetivo del medio, sus estrategias para comunicar, el profesionalismo e incluso la ideología del periodista, pasando además por las presiones que pueda recibir de personas vinculadas al poder de turno. Luego de seleccionar los contenidos

informativos pasará a redactarlos, y redactará solo lo previamente seleccionado. Por eso, el “gatekeeper” es primordial tanto en el inicio como en el establecimiento de la agenda temática. Ahora estamos en pleno boom de Internet, razón por la cual esta figura ha perdido poder, ya que ahora cualquier ciudadano con un teléfono inteligente puede convertirse en un “cronista de la realidad”

1.2.2 Unidad temática: Características narrativas del lenguaje gráfico

Aparici, García, Fernández y Osuna (2006) exploran la interacción entre texto y fotografías cuando hablan de imágenes que nos dan una idea de la realidad, pero que a su vez son absorbidas por el usuario a través de su propia percepción. En este caso específico se refieren al sistema visual, al mostrar portadas de periódicos europeos con diferentes encuadres noticiosos basados en la misma fotografía (p. 180), quedando evidenciado que de acuerdo con la edición fotográfica y sobre todo a los textos acompañantes de esta imagen, se reproduce una realidad que deja ver la tendencia informativa del periódico en mención.

Aparici et al. (2006) cuando tocan el tema de la relación imagen-texto, mencionan que pueden relacionarse de varias maneras, pero que las más frecuentes son (1) Acontecimiento en la imagen y acontecimiento en el texto, (2) Acontecimiento en la imagen y comentario en el texto, (3) Comentario en la imagen y comentario en el texto. (4) Comentario en la imagen y acontecimiento en el texto. (p. 182).

De la forma en que se redacten los textos que acompañan las fotografías se deduce el tratamiento informativo, el enfoque que le da cada medio periodístico, esto teniendo en cuenta que muchas veces las imágenes son las mismas (de agencias

noticiosas o de fotografías propios de los medios) para una cobertura informativa de un hecho específico.

“Estas conclusiones se obtienen después de visualizar la misma imagen en portadas de distintos medios periodísticos impresos, dando la relevancia al término *texto visual*, que no es otra cosa que “una composición de signos con una intención comunicativa que adquiere sentido en un contexto determinado” (Aparici et al. 2006, p. 178).

Se exploran varios aspectos de la representación de la realidad por parte de los medios de comunicación, dando un lugar relevante en este análisis a la imagen, Aparici et al. (2006) refieren lo siguiente:

“El tratamiento de la información que realizan los medios sobre una misma fuente visual, fotográfica en la prensa o Internet o bien videográfica en televisión o Internet, está íntimamente ligado a sus normas de estilo, a sus principios económicos, sociales, éticos y políticos”. (p. 199).

Y es que una imagen sola puede mostrar un mensaje, pero una imagen (llámese fotografía) acompañada de un texto como un titular, una leyenda o una bajada, tendrá una lectura diferente, y para leerla adecuadamente no solo debemos observar, debemos saber sus estructuras, reconocer y entender sus contenidos para tener la capacidad de analizarla y, finalmente, entenderla.

1.2.2.1 Categoría: Elementos icónicos

Subcategoría: Colores. La elección del color o los colores de portada es importante... el rojo vende. Lo más recomendable que pueden hacer editores y diseñadores es confiar en su instinto con respecto a la elección del color y su respectivo impacto emocional (Cadwell y Zapaterra, 2014).

Subcategoría: Tipografía. El diseño de tipos (tipos de letra) sirve como hilo conductor, como columna vertebral (Cadwell y Zapaterra, 2014) en la publicación y todo diseñador serio debe tener conocimientos básicos al respecto. En el caso de la tipografía para titulares, este crea un vínculo poderoso entre la publicación y el lector.

Subcategoría: Fotografías. “Las imágenes, y lo que el diseñador hace con ellas, tiene un impacto tremendo en las sensaciones que transmite una publicación. Los periódicos confían cada vez más en ellas a la hora de contar una historia (...) La fotografía es una forma de realizar reportajes y narraciones visuales. (Cadwell y Zapaterra, 2014).

Subcategoría: Infografías. “Infografía es una representación visual multi-sección de la información que intenta comunicar uno o más mensajes específicos (...) Lo que define a una infografía es que el diseñador no enseña toda la información que ha juntado, solo una porción de esta que es relevante para el punto (o los puntos) que está tratando de abordar” (Cairo, A. 2016).

1.2.3 Unidad temática: Características narrativas del lenguaje escrito

En este acápite se mencionan las características narrativas que se usa en el medio escrito para entender el lenguaje utilizado, con el fin de llegar al lector.

1.2.3.1 Categoría: Elementos textuales

Pasando a la relevancia del diseño con especialidad en *periodismo*, Subiela (2018), en su ficha de análisis para recoger información de las portadas que son objeto de su estudio, busca identificar los sintagmas que trabajando juntos terminan dando un sentido a estas portadas. Y aquí incluye no solo imágenes, sino también los titulares y las leyendas que acompañan a las fotografías. Una vez que identificaron estos sintagmas pasaron a establecer relaciones las relaciones existentes entre ellas.

Para entender la importancia de los elementos gráficos de una portada es importante también comprender el concepto de retórica, la cual en su origen se encargó del estudio de la persuasión en la oratoria. Subiela (2018) cita a Aristóteles (1999), el cual indica que “Entendemos por retórica la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer (p. 173). Se entiende que la retórica es como el arte de persuadir a través del lenguaje. Aplicado a nuestro estudio, el uso de la retórica persuadirá a nuestro lector para que, efectivamente lea los contenidos de los diarios.

Aplicado al diseño, la retórica es estudiada a partir de la capacidad que tienen sus signos para producir un sentido al unificar y asociar estos elementos. Al combinarse crean un significado añadido al semántico, con conceptos abstractos pero

inherentes al mensaje, como pueden ser la belleza, la tensión, la tristeza y más.

Subiela (2018) hace hincapié al respecto:

Los titulares suelen especificar el significado de la imagen, de modo que se produce una acumulación de proposiciones (titular e imagen global) por similitud en su significado. De este modo, titular e imagen se suman con un significado similar. Lo que da lugar a la figura retórica del símil. (p. 19).

El autor, para analizar la utilización de la retórica de la imagen en el diseño de periódicos, basa su hipótesis en que esta es similar a la de la publicidad. Para esto canalizan su investigación en portadas de revistas utilizando el análisis de contenido, instrumento que estoy utilizando yo también para mi investigación.

Cabe mencionar que en la redacción de los titulares de una publicación se utilizan palabras impactantes que cohesionan entre sí un mensaje, el mensaje que quieren ser los creadores de ese contenido. Para ellos utilizan principalmente los siguientes elementos:

- **Subcategoría: Verbos.** Sonido o sonidos que expresan una idea. Clase de palabras cuyos elementos pueden tener variación de persona, número, tiempo, modo y aspecto (RAE, 2021). Implica la acción desarrollada por el sustantivo.
- **Subcategoría: Adjetivos.** Que expresa cualidad o accidente. Clase de palabras cuyos elementos modifican a un sustantivo o se predicán de él, y

denotan cualidades, propiedades y relaciones de diversa naturaleza (RAE, 2021).

Verón (1976), citado en Peltzer (1991), señala que “si tomamos los medios masivos impresos, encontramos que sobre la base de una sola materia significativa (visual) se constituyen varias series informacionales” (p. 63):

1. La serie visual lingüística, que equivale a la transcripción del habla.
2. La serie visual paralingüística, la cual utiliza recursos gráficos como el diseño tipográfico para resaltar esas palabras. Le da atributos morfológicos y compositivos como el tamaño y la jerarquía visual.
3. La serie visual no lingüística, la cual está conformada por fotografías e ilustraciones presentes en la página.

El lenguaje periodístico es por la tanto la suma de todos estos elementos.

El texto narra los acontecimientos, mientras que la fotografía muestra la imagen de lo acontecido. De acuerdo con su función, las imágenes pueden clasificarse en Documentales y Sensacionalistas. Es documental si muestra los detalles de un hecho o del protagonista de este, puede convertirse en un medio de autenticación de lo que se menciona en un texto. Es sensacionalista si muestra los aspectos más llamativos de un hecho buscando generar una reacción emotiva, tiene ribetes de falta de ética al pretender aprovecharse de los malos momentos de las personas para así lograr mayores ventas.

Peñarrieta et al. (2014) refieren que la separación entre información y opinión es fundamental en las portadas de una publicación periodística diaria, y que esto debe verse plasmado en la veracidad, imparcialidad, objetividad y cercanía con temas sociales como pilares. Estas prácticas no fueron tomadas en cuenta durante todo el año 2012 por el diario Correo en la región Puno, por lo que se rescata de las conclusiones de este artículo. Esta conclusión da luces de lo que se juega en la intencionalidad de una portada, aseverando que “La asignación del espacio a cada uno de los elementos de la portada (titulares, los textos, ventanas, publicidad y créditos del medio de comunicación), permiten establecer características formales del medio.” (Peñarrieta et al., 2014, p. 62).

El diseño de la portada de un diario representa un desafío mayor, dado que por lo general es la última página que se diagrama en la edición diaria, contra el reloj y considerando que su contenido debe ser distinto cada día.

1.3 Definición de términos

- **Bajada.** Es el complemento del titular de la nota periodística. Contiene detalles que dan contexto al título principal, resumiendo los puntos principales que vamos a encontrar en el desarrollo de la noticia.
- **Infografía.** Es una herramienta visual de la comunicación, la cual narra a través de una representación gráfica uno o más mensajes específicos, utilizando para esto ilustraciones, mapas y diagramas, además del lenguaje verbal.

- **Plano fotográfico.** Es la proporción que tiene el objeto o sujeto dentro del encuadre de la imagen. El plano fotográfico puede ser: general, entero, americano, medio, medio corto, primer plano y plano detalle.

- **Portada de periódico.** Es la primera página de una publicación periodística, la cual busca capturar la atención del lector al ofrecerle las noticias más impactantes de su edición.

- **Prensa popular.** Es el medio periodístico impreso dirigido a un público objetivo numeroso. En palabras del Grupo El Comercio, está dirigido a “hombres y mujeres progresistas de 20 años a más de los NSE CDE.

- **Serif.** Las fuentes Serif tienen pequeños trazos pegados en la parte principal de la letra, llamados serifas. Denotan un aspecto clásico y son comunes en periódicos. Ejemplo: Times New Roman.

- **Sans serif.** Las fuentes Sans serif no tienen ese trazo extra, por eso son llamadas también "sin serifas" o “palo seco”. Son consideradas más limpias y modernas ya que son más fáciles de leer. Ejemplo: Arial.

- **Tabloide.** Es el formato más utilizado para periódicos impresos actualmente en el Perú, tradicionalmente asociado al sensacionalismo en otros países. Mide 25 cm de ancho por 35 cm de alto.

- **Tipografía.** Es el recurso por excelencia para la comunicación escrita, pues el tipo de letra que se utilice para expresar algo es sumamente importante, ya que cada tipo esconde un sentido. Se dividen en dos tipos: serif y sin serif.

- **Titular.** Es el elemento principal dentro del primer nivel de lectura textual en una nota periodística. Introduce al lector a la noticia que se está desarrollando sin dejar de lado la rigurosidad informativa.

- **Volada.** Siempre se ubica encima del titular. Tiene un tamaño de letra menor a éste y posee dos funciones principales: introducir al tema del título y complementarse con este para que no sea tan largo.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Diseño metodológico

La investigación es de enfoque cualitativo, porque se examina el objeto de estudio para así poder descifrar los elementos del lenguaje gráfico y los elementos del lenguaje escrito que contribuyeron a la creación del mensaje de amenaza en las portadas del diario Trome, en el marco del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, representados por sus líderes Donald Trump y Kim Jong-un y sus dos maneras de ver el mundo desde el capitalismo y el comunismo, respectivamente.

El alcance de la investigación es de tipo cualitativo, con diseño basado en Teoría fundamentada. En este sentido se hace una descripción de los elementos encontrados en las portadas del diario Trome, lo cual permite un análisis de cada componente de la información recabada y a nivel explicativo, ya que a raíz de la descripción busca una explicación al fenómeno, en este caso al seguimiento que le hizo el público a una noticia internacional.

Se utilizó la Teoría Fundamentada al recolectar, codificar y analizar los elementos textuales y visuales de las portadas de Trome en mayo del 2017, categorías surgidas a partir de los datos con la generación teórica en paralelo, como mencionan Lúquez y Fernández (2016), los cuales refieren que tiene su origen en el año 1967 a partir de la publicación del libro “The Discovery of Grounded Theory” de Glaser y Strauss. Mencionan que esta metodología se basa dos estrategias: el Método Comparativo Constante y el Muestreo Teórico. A través del primero el

investigador recolecta, codifica y analiza los datos con la generación teórica en paralelo, teniendo en cuenta que las categorías deben surgir de los datos para poder ser aplicables a los mismos, además de ser lo suficientemente apropiadas para lograr explicar el objeto de estudio. Y en cuanto al Muestreo Teórico, se realiza para descubrir categorías y sus propiedades, sugiriendo sus interrelaciones dentro de una teoría. Las autoras profundizan en que la teoría surge de la interacción con los datos aportados a partir del trabajo de campo. “En este contexto, el análisis cualitativo de los datos es un proceso no matemático, de interpretación, llevado a cabo con el propósito de descubrir conceptos, sus relaciones y de organizarlos en esquemas teóricos explicativos”. (p. 106).

En 2002, acerca de la Teoría Fundamentada, Strauss y Corbin afirman:

La importancia de esta metodología es que proporciona un sentido de visión, de adónde quiere ir el analista con la investigación. Las técnicas y procedimientos (el método), por otra parte, proporcionan los medios para llevar esa visión a la realidad. ¿Para qué proporcionar un conjunto de procedimientos y técnicas si estos no se van a manejar paso a paso? (p. 9).

Igualmente, hemos utilizado las categorías de Markus Banks, quien propone recoger y escoger datos visuales en la investigación cualitativa, ya que considera que al centrarse en este tipo de datos, “aporta una nueva perspectiva a la colección, ya que la mayoría de los debates en los otros volúmenes se concentra en la palabra hablada o en la observación de prácticas” (Banks, 2010). El autor toca además el tema de cómo presentar los hallazgos obtenidos mediante el uso de métodos visuales

a audiencias académicas, teniendo en cuenta además a los propios participantes de la investigación. Y es en este contexto que da su propia perspectiva de la investigación cualitativa. En 2010, Banks presenta este argumento:

La investigación cualitativa no es ya simplemente “investigación no cuantitativa”, sino que ha desarrollado una identidad propia (o quizá múltiples identidades propias). A pesar de la multiplicidad de enfoques para la investigación cualitativa, es posible identificar algunos rasgos comunes. La investigación cualitativa pretende acercarse al mundo de “ahí afuera” (no en entornos de investigación especializada como los laboratorios) y entender, describir y algunas veces explicar fenómenos sociales “desde el interior” de varias maneras diferentes. (p. 11).

Teniendo en cuenta entonces todo lo anteriormente expresado, y si bien es cierto existen investigaciones sobre la construcción del mensaje, no hay casi antecedentes del estudio de esta construcción basada en elementos tanto textuales como visuales en el ámbito periodístico, como plantea esta investigación.

El uso de método es inductivo, se analiza el fenómeno utilizando semiótica, con observación directa e indirecta. Se eligieron las portadas de Trome de mayo del 2017 porque fue un mes en el que particularmente se dio un incremento en la cobertura de este tema por parte de este diario, ascendiendo sus ventas a 453 201 ejemplares. Además, tuvo un promedio de lunes a viernes de 2 412 170 lectores, lo cual significó un repunte con respecto a los 2 094 414 del mes anterior: abril. Recordemos que Trome es líder en el segmento de diarios populares, ofreciendo a

sus lectores un lenguaje sencillo y directo. Al realizar un monitoreo de medios para conseguir estas primeras planas, también se identificó otras de meses anteriores y del mismo mes de mayo tanto de otros medios extranjeros como peruanos.

Las portadas fueron sometidas a un criterio de análisis de contenido, basándome en investigación y observación minuciosa.

2.2. Unidades temáticas

Unidad temática 1:

La construcción del mensaje periodístico

Unidad temática 2:

Características narrativas del lenguaje gráfico

Unidad temática 3:

Características narrativas del lenguaje escrito

Unidad temática 4:

Agenda periodística

Unidad temática 5:

Las percepciones ciudadanas

Para el contexto histórico del mes de mayo del 2017 se realizó un monitoreo de medios para buscar las agencias internacionales que le dieron cobertura a este acontecimiento, para así saber qué espacio le dieron en sus agendas noticiosas.

2.3. Técnicas de recolección de información

Se realizó como primera técnica de recolección de información el análisis de contenido mediante la observación, para ello se construyó como instrumento una Hoja de registro, la cual permitió organizar la información de acuerdo a las categorías y subcategorías de estudio, realizando además un análisis comparativo de las portadas del diario Trome con los diarios El Comercio y La República en el mismo espacio temporal, desde el 1 al 31 de mayo del 2017, fechas en las cuales se publicó de manera habitual como nota principal en las portadas del Trome el conflicto entre Corea del Norte versus Estados Unidos, personificados por la guerra verbal entre Kim Jong-un y Donald Trump.

Otra técnica aplicada fue la entrevista a profundidad, para ello se usó como instrumento la guía de entrevista basado en el conocimiento de cada profesional. Desde tres miradas distintas los especialistas aportaron desde su experiencia a nivel de diseño y diagramación de páginas de periódico, de creación de contenidos periodísticos y desde una mirada antropológica de los receptores de los mensajes. Los entrevistados fueron realizadas a:

- (1) Billy Cassalli, editor de Diseño y Web del diario Trome
- (2) José Castillo, Editor General del diario Trome
- (3) Raúl Castro Pérez, experto en medios de comunicación y opinión pública, antropólogo y Máster en Comunicación, Cultura y Sociedad por Goldsmiths University of London y decano de la carrera de Comunicación y Publicidad de la Universidad Científica del Sur.

La técnica del *focus group* fue aplicada mediante una guía elaborada con el fin de conocer las percepciones ciudadanas acerca de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear, en donde se tomó énfasis particular en las opiniones de los evaluados acerca de las agendas noticiosas en la portada del diario Trome, además de sus pareceres sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte. Se llevó a cabo de manera virtual por el estado de emergencia producida por la COVID-19, con 8 estudiantes de la carrera de Comunicación y Periodismo de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

2.4. Técnicas de procesamiento de la información

Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008, p. 28) refieren, parafraseando a Cohen & Swerdik, que la validez de contenido consiste en qué tan adecuado es el muestreo que hace una prueba del universo de posibles conductas, de acuerdo con lo que se pretende medir. Por otro lado, y en paralelo, el juicio de expertos es definido en esta misma publicación como una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008, p. 29).

Para esta investigación se realizó una validez de contenido por juicio de expertos, los cuales figuran en la sección Anexos en sus páginas 17, 18 y 19. Los profesionales convocados fueron Jaime Cordero, Bachiller en Ciencias de la Comunicación de la UPC y Magíster en Ciencias Políticas, además de Jessica Cruz, profesora de la Facultad de Comunicación y Periodismo en la UPC con 20 años de experiencias en diseño y diagramación de periódicos, la gran mayoría en el diario El

Comercio. También tuvo la gentileza de participar la doctora Luydmyla Yezers'ka, doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra y profesora de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Piura.

2.5. Aspectos éticos

En la realización de la presente investigación se ha recopilado información proveniente de los diferentes repositorios académicos que le han dado el sustento al marco teórico, además de fuentes secundarias de repositorios institucionales que han servido al análisis de los contenidos que son base de este estudio. La información contenida ha sido debidamente citada y referenciada respetando las ideas de las fuentes consultadas, cumpliendo con la ética de la investigación de la USMP y de la norma APA7.

Para realizar las entrevistas a los expertos y el *focus group* los colaboradores asintieron el “Consentimiento informado”, autorizando el uso de sus nombres y de todos los contenidos de la información brindada. Previamente recibieron la información respecto del objetivo académico de este estudio, cuyo fin es obtener el grado de Magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia en la Universidad San Martín de Porres.

Finalmente, esta investigación se ha basado en la honestidad, dado que ningún dato aquí recolectado e investigado se ha conseguido con sin tener en cuenta este valor fundamental.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

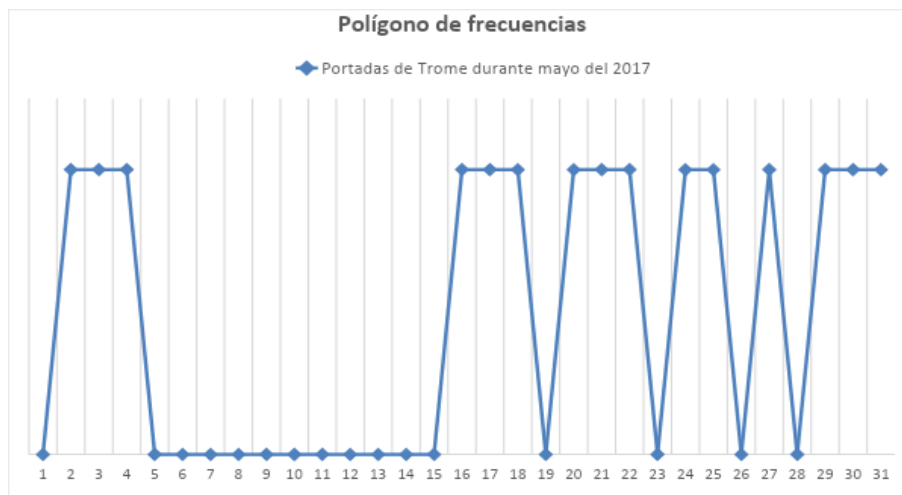
Una vez recolectada la información mediante los instrumentos de análisis de contenido, entrevistas y *focus group*, se determinaron las características de la construcción del mensaje periodístico.

3.1. Análisis de contenido

En base a las portadas aparecidas en el mes de mayo del 2017, de los 31 días se analizaron 14 que fueron ocupadas por el tema del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte en el diario Trome.

Figura 1

Línea de tiempo de aparición de conflicto Estados Unidos versus Corea del Norte



Nota: se muestra la frecuencia con la que se trató la noticia en el diario Trome durante mayo de 2017.

Figura 2

Cronología de portadas sobre conflicto Estados Unidos-Corea del Norte

<p>Portadas del diario Trome en mayo del 2017</p>		
	<p>Portada 1: Martes 2 de mayo</p>	<p>Portada 2: Miércoles 3 de mayo</p>
		
<p>Portada 3: Jueves 4 de mayo</p>	<p>Portada 4: Martes 16 de mayo</p>	<p>Portada 5: Miércoles 17 de mayo</p>
		
<p>Portada 6: Jueves 18 de mayo</p>	<p>Portada 7: Sábado 20 de mayo</p>	<p>Portada 8: Lunes 22 de mayo</p>

<p>Portada 9: Miércoles 24 de mayo</p>	<p>Portada 10: Jueves 25 de mayo</p>	<p>Portada 11: Sábado 27 de mayo</p>
<p>Portada 12: Lunes 29 de mayo</p>	<p>Portada 13: Martes 30 de mayo</p>	<p>Portada 14: Miércoles 31 de mayo</p>

Nota: Trome es el diario de corte popular más vendido en el Perú. En el 2017 ocupó el 69% del segmento de este mercado, seguido por Ojo 16% y El Popular con 7%. (Fuente: Eco Media).

La expresión, en la parte estética, refleja el uso excesivo de colores, tipografías y recursos visuales tales como fotomontajes o infografías; mientras que en su parte textual manifiesta sus contenidos a través de adjetivos e hipérbolos.

A continuación, se describe el contenido de cada una de las portadas publicadas presentadas:

Figura 3

Portada 1 del martes 2 de mayo.



Nota: El segundo día del mes de mayo del 2017 aparece por primera vez una nota en portada acerca del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	
			Informativos	Sí
		Ubicación en portada	Lado inferior	20%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: naranja	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores				
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	
			Calificativos	Sí
			Exclamativos	

		Adjetivos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	
		Adjetivos		

Interpretación:

Si bien es cierto se ubicó en el lado inferior central sin ser nota abridora, fue la segunda en importancia, ocupando el 20% de espacio total de la primera página de este diario popular. El uso del color rojo de fondo (combinado en un degradé hacia el color naranja) busca tomar posición como segunda nota en importancia dentro de la portada. La tipografía usada es una sin serif, es decir, sin remates, también llamadas “palo seco”.

En esta portada podemos observar que el titular “Rodean al ‘Chino Loco’” es de tipo informativo, aunque se refiere al personaje protagonista con un apelativo referente a sus rasgos raciales, los cuales no necesariamente concuerdan con su nacionalidad: Kim Jong-un no es natural de China, sino de Corea del Norte.

Las imágenes que acompañan a la noticia son fotos de agencias noticiosas internacionales, dos de ellas en formato silueta: la del líder norcoreano y la de un avión que no necesariamente es de Japón, nación asiática ubicada cerca geográficamente y aliada estratégica de Estados Unidos, por lo cual le ha enviado refuerzos.

Es importante mencionar este detalle, ya que el rigor periodístico debe estar presente tanto en los textos como en las imágenes. Demás está decir que la

representación noticiosa apunta a lo bélico, apoyada en el barco calificado como “poderoso” que es enviado por el aliado de Estados Unidos para combatir las fuerzas norcoreanas, representadas por Kim Jong-un en posición de pedir explicaciones sobre lo que está sucediendo. No es casual que sus manos apunten al trasatlántico que lo va a atacar.

El adjetivo “poderoso” que aparece en la bajada (la cual está en minúsculas para que se subordine al titular en mayúsculas) es un adjetivo calificativo que remarca la importancia de la fuerza bélica de Japón, aliada de Estados Unidos en este conflicto geopolítico. Podemos dar cuenta de esta manera cómo establecen un juego de aliados y enemigos distribuidos en 2 bandos.

Figura 4

Portada 2 del miércoles 3 de mayo



Nota: El miércoles 3 de mayo, al día siguiente de la primera vez en el mes en que aparece el líder norcoreano Kim Jong-un, este gana el protagonismo de la portada de “Trome”.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	
			Con adjetivos exclamativos	Sí
			Interpretativos	Sí
			Informativos	
		Ubicación en portada	Lado central, a la derecha	70%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: naranja	
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
			Mapas ubicadores	
		Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos
Con función apelativa	Sí			
Calificativos				
Exclamativos				
Adjetivos	Informativos			Sí
	Con función apelativa			Sí
Elementos textuales en bajadas	Verbos		Calificativos	
			Exclamativos	
	Adjetivos			

Interpretación:

El tema en portada toma 70% de su espacio total, publicándose en su lugar principal en el lado central, a la derecha. Tomando un hecho lejano a nuestro contexto geopolítico se construye un mensaje periodístico a partir de elementos textuales y visuales, generando esto en conjunto el llamado “texto visual”, el cual es el mensaje total representado. No hay infografías en esta edición que ubiquen al lector en el espacio geográfico donde se realiza el conflicto.

Los 3 elementos principales jerárquicamente representados en esta nota abridora de portada son:

- El titular, colocado en color rojo (que denota peligro) y en mayúsculas. Al decir “Listos para atacar” denota un estilo interpretativo, dando la idea de un inminente

inicio de conflicto bélico, pero no menciona de quién: Estados Unidos o Corea del Norte. Para terminar de apuntalar su mensaje se apoya en la bajada. El verbo con función apelativa “atacar” tiene una gran carga emocional.

- La bajada, colocada en letras de menor tamaño en el lado superior izquierdo de la página, está también en mayúsculas y en formato Bold. Pone en relevancia el nombre de los países en conflicto creando así una sublectura, apuntando a que Estados Unidos es el que tomará la iniciativa al “prepararse para destruir misiles de Corea del Norte”. Se condice con la imagen del soldado apuntando un arma de guerra, llegando incluso a invadir al titular de la nota. El verbo con función apelativa “destruir” tiene gran carga emocional, buscando que el lector reaccione a esta amenaza de guerra.
- La leyenda, colocada en la parte superior derecha, se muestra al lado del denominado “chino loco” (apelativo lanzado por “Trome” que se volvió popular) y también está en formato Bold. El mensaje textual se apoya en la fotografía que retrata una actitud de respuesta del líder norcoreano, en clara alusión a la amenaza norteamericana. No es un dato menor que Donald Trump no aparezca más que textualmente, apuntalando el protagonismo del líder norcoreano en este enfrentamiento.

Aparece una imagen que deja entrever que hubo una explosión en el mar, dando la impresión de actos hostiles en el Océano Pacífico, además de un misil que cruza la página en primer plano dirigiéndose hacia la bajada que resalta el nombre de Estados Unidos. El avión que ingresa a la escena en sentido contrario representa la fuerza bélica adversaria. Todos estos elementos en conjunto (las fotos y los textos) están superpuestos y terminan creando en el imaginario del lector la idea de una

amenaza de guerra nuclear inminente, contada a través del carácter de lo popular, que es representado a través de un mensaje de caos en el que todo está mezclado.

Figura 5

Portada 3, publicada el jueves 4 de mayo



Nota: En esta tercera aparición del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte en portada de “Trome” se construye el mensaje utilizando un titular interpretativo que denota preocupación cuando presenta en el titular el sustantivo “tensión”.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	
			Con adjetivos exclamativos	Sí
			Interpretativos	Sí
			Informativos	
		Ubicación en portada	Lado central, a la izquierda	60%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: naranja	
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
Silueteadas	Sí			

		Infografías	Descriptivas	
			Mapas ubicadores	Sí
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	
			Exclamativos	
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	

Interpretación:

Esta portada transmite al lector la idea de un conflicto en el que inminentemente está amenazada la paz. Esta vez utilizaron el 60% del espacio disponible en portada, además de ubicar la nota en el lado central, esta vez pegada a la izquierda. Para sostener esta situación se utilizan en las bajadas los verbos “manda” y “amenaza”, los cuales tienen una función apelativa, ya que buscan influir en el lector a fin de que crea en este mensaje. El adjetivo “furioso” con el que se califica a Kim Jong-un denota amenaza. El color rojo en el titular principal transmite energía y osadía, basándonos en el conocimiento de La psicología del color, que estudia cómo este afecta el comportamiento humano, ya que puede estimular, deprimir o crear alegría o tristeza. El rojo transmite pasión, fuerza, calor, estimulación, masculinidad y osadía, y es parte de la paleta de colores de esta popular publicación periodística impresa.

En esta oportunidad se apoyan además en una infografía: un mapa donde se ubica la zona geográfica que comparten Japón y Corea del Norte en el continente asiático. El elemento clave de este mapa ubicador es la existencia de las Islas Marshall, que se encuentran bajo el protectorado de Estados Unidos, por lo cual se

levantan como un elemento geográfico importante en el sistema geopolítico de esta zona de Asia donde pretende dominar el régimen norcoreano.

Como podemos visualizar, en esta edición utilizaron nuevamente fotografías con sentido bélico, teniendo como elemento principal en su fotocomposición la explosión de una bomba atómica clásica, la cual aparece por primera vez en esta narrativa y denota el mensaje de hecatombe inminente si no se resuelve este conflicto. Los tonos rojos y naranjas dan la idea de explosión, fuego e infierno.

En segundo término, aparece el llamado “chino loco” en actitud todopoderosa de supervisión de los acontecimientos confrontacionales al tener los binoculares en su mano izquierda, lo cual denota su conocimiento de los hechos ocurridos: el lanzamiento de un misil cerca de territorio norcoreano por parte de Estados Unidos, su mano derecha apoyada en los hechos crea la apariencia de poder, el avión bombardero y el misil crean el imaginario de desborde armamentístico.

Figura 6

Portada 4, publicada el martes 16 de mayo



Nota: Luego de 12 días, vuelve a aparecer el llamado “chino loco” esta vez a bordo de un barco de guerra.

Interpretación:

Se observa que la mano derecha ayuda a mostrar una imagen de comandante de este navío, inclusive por encima del tripulante del cuerpo marino de Corea del Norte que aparece detrás del líder norcoreano.

No es un dato menor que las imágenes que se conocen de Kim Jong-un son proporcionadas por el hermético gobierno de este país asiático considerado como dictadura.

Si bien no es la primera vez que aparece un misil en portada específicamente en este tema de conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, en esta oportunidad se muestra en primer plano y con un color rojo que denota peligro. Esto se complementa con la leyenda (que en esta oportunidad se ubica en el lado izquierdo de la página) en que nuevamente mencionan a Donald Trump sin mostrar su imagen.

El avión que sobrevuela la explosión le da un equilibrio no solo en la composición sino también en la correlación de fuerzas.

Es la primera oportunidad en que aparece una infografía de mayor tamaño, la cual muestra no solo la ubicación de los países en conflicto, sino que explica con detalle el posible recorrido que tendría el misil intercontinental que Corea del Norte aseguraba podría llegar hasta Los Ángeles, Estados Unidos. En anteriores ediciones solo se publicaron mapas ubicadores.

Por esto se ubica cerca a la bajada, donde Corea del Norte no solo está resaltada con el color rojo, sino que aparece en tipografía Extrabold. El verbo “apunta” del titular da la idea de un direccionamiento del poderío bélico (representado en el misil que aparece en portada) hacia territorio norteamericano, fuera del continente asiático. En esta oportunidad utilizaron el 80% del espacio disponible en portada, además de ubicar la nota en el lado central.

Figura 7

Portada 5, publicada el miércoles 17 de mayo



Nota: El miércoles 17 de mayo aparece por primera vez un titular exclamativo.

Interpretación:

Nótese que a partir de la segunda quincena es que se publicaron la mayoría de las portadas referentes a esta amenaza nuclear.

Es la segunda vez que aparece una bomba atómica explotando en el mar del Océano Pacífico, pero no la primera en que Kim Jong-un aparece con expresión beligerante no solo en su rostro, sino en sus movimientos manuales: su mano izquierda denota actitud de firmeza y mandato.

El titular en Bold y encerrado entre signos de admiración ayuda a construir un clima de inestabilidad a través también del mensaje que da el sustantivo “peligro”. No

es usual un titular de una sola palabra, pero al usarla en esta oportunidad se aprovecha las circunstancias para crecer el tamaño de letra, lo cual incrementa el impacto visual que de por sí ya es importante al estar en mayúsculas y en color rojo.

La bajada muestra un uso de doble lectura, resaltando palabras clave como “chino loco”, “usará armas” y “químicas”. Sin embargo el verbo “desafía” es el que tiene mayor carga emocional, ya que busca influir en el lector al construir un mensaje de conflicto.

Es la segunda vez que aparece una infografía de mapa ubicador, esta vez resaltando la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur, países separados luego de la Segunda Guerra Mundial y con regímenes políticos opuestos.

Nuevamente la leyenda juega un papel complementario con la infografía, aunque en esta oportunidad se muestra en otro formato, apuntando más a resaltar una cifra y utilizando por primera vez desde que apareció el “chino loco” el color amarillo. En esta oportunidad utilizaron para el tema el 70% de la portada.

Figura 8

Portada 6, publicada el jueves 18 de mayo



Nota: El jueves 18 de mayo, aparecen nuevos tipos de fotos. Se utiliza por primera vez la palabra "terror".

Interpretación:

No se utilizan imágenes de explosiones por primera vez desde que el conflicto apareció como noticia abridora de portada. Las fotos son de agencia noticiosa internacional y muestran ensayos de armas norcoreanas.

Una imagen de Kim Jong-un en actitud de supervisión de las armas con las que cuenta su ejército, busca crear en el imaginario popular la idea de que el líder norcoreano tiene todo bajo control y que está en permanente seguimiento de cómo va esta escalada armamentista.

El titular “Terror por misiles” es interpretativo y denota miedo a lo que pueda suceder, por lo que transmite al lector este mensaje. El uso de tipografía sin serif como parte de su paleta tipográfica le da una relevancia al título, acrecentada además con el uso del color rojo, esta vez acompañado por fotografías con tonos de color tierra, lo cual denota campo abierto.

La bajada hace hincapié en las palabras clave “chino loco” y “conflicto atómico”, usando el rojo para generar una doble lectura con palabras clave dentro del mensaje principal, además de colocarlas en Extrabold. No deja de tener protagonismo en este mensaje el verbo “iniciar”, el cual viene de la mano con la posibilidad de la apertura de un conflicto bélico. La leyenda que informa acerca de los proyectiles nucleares que llegarían a Japón no se ubican cerca al mapa ubicador como usualmente se han diagramado en portadas anteriores, lo cual lleva a pensar que ese texto no encajaba encima de la foto o que generaba mucho ruido visual, hecho que llevó a tomar la decisión de colocarla debajo (incluso al lado de una nota de farándula que invade su espacio).

Retomando el tema de la infografía, es la tercera vez que aparece un mapa ubicador, nuevamente resaltando (al igual que en la edición del día anterior) la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur. La imagen del soldado manipulando esa imponente arma es obra del gobierno norcoreano, el cual distribuye imágenes bélicas a los medios internacionales. Al ser un régimen totalitario, controlan los medios y la imagen que ellos dan de su gobierno. Nuevamente un misil sale disparado y un avión ingresa en dirección contraria, hecho que refuerza la idea de enfrentamiento. En esta oportunidad utilizaron para el tema el 70% de la portada.

Figura 9

Portada 7, publicada el sábado 20 de mayo



Nota: El sábado 20 de mayo repiten el titular del miércoles 3, “Listos para atacar”, siendo Estados Unidos nuevamente el país que amenaza con su desplazamiento de armamento rumbo al mar de Corea.

Interpretación:

La amenaza se evidencia desde el titular, donde el adjetivo “listo” unido al verbo “atacar” denota inminente enfrentamiento bélico. En la bajada, que esta vez se ubica encima del titular, se muestra un estilo de diagramación con doble lectura a través del uso de colores rojos y negros: las palabras clave en esta oportunidad son “Estados Unidos”, portaaviones”, “5 mil 500” y “helicópteros”.

En la leyenda que aparece al lado de la foto silueteada del líder norcoreano Kim Jong-un se apuntala la idea de que es conocido como “chino loco” resaltando en rojo ese apelativo, además de las palabras clave “bombardean”, “desatará” y “catástrofe infernal”. La actitud del líder norcoreano nuevamente denota supervisión de los hechos, aunque muestra preocupación al bajar sus binoculares para ver con

sus propios ojos la amenaza del soldado norteamericano. El diseñador de la página ha colocado en lugares opuestos al líder norcoreano y al soldado estadounidense, quien se muestra listo para disparar.

La foto en medio del océano, donde se muestra un portaaviones y otros navíos, da muestras del poderío estadounidense. Las imágenes de un avión sobrevolando la zona y el águila representativa norteamericana con las alas talladas con la bandera de ese país dan una muestra inequívoca de que el protagonista de esta portada y los que están listos para atacar son los Estados Unidos. En esta oportunidad utilizaron para el tema el 70% de la portada, en el lado central y a la izquierda.

Figura 10

Portada 8, publicada el lunes 22 de mayo



Nota: En la octava portada del mes, el lunes 22 de mayo, se publica por segunda oportunidad un misil de esa dimensión en primera página: a lo alto de todo el tabloide e incluso saliendo de la diagramación clásica.

Interpretación:

La imagen del misil está en plano general. El titular “‘Chino loco’ es un peligro” en letras rojas y en mayúsculas es parte del mensaje de amenaza que se está construyendo a lo largo de esta segunda parte del mes, apoyándose en que nuevamente aparece Kim Jong-un en un corte de primer plano en actitud de vigilancia y supervisión de lo que está sucediendo, tomando los binoculares con su mano derecha, lo cual denota una posición de dominio de la acción.

El término “chino loco” aparece por tercera vez en lo que va de mayo. El avión que sale del titular y se dirige hacia el misil que está a punto de despegar aparece en un ángulo picado, dando la sensación de altitud y velocidad.

La bajada que se coloca al lado izquierdo del líder norcoreano tiene una doble lectura, aterrizada en el resaltado en color rojo de las palabras “nuevo misil” y el sustantivo común “japonés”. Este mensaje textual, en complemento con el titular, denotan que en cualquier momento puede ocurrir un enfrentamiento con circunstancias de hecatombe. A diferencia del titular, no usan adjetivos.

Es la primera vez que se publica una fotografía de Donald Trump, quien en anteriores ediciones había sido mencionado como presidente de Estados Unidos, pero nunca mostrado en imágenes. No es un detalle menor que aparezca en la parte inferior de la composición gráfica, ya que el dominador de la acción es el líder de Corea del Norte, amplio protagonista desde el inicio del mes en las primeras páginas del diario “Trome”. El líder norteamericano aparece también en plano medio y se le muestra beligerante y exaltado al lado de la flota de su país, cuya fotografía había

sido la abridora del día anterior, solo que esta vez aparece en menor tamaño y subordinada a la imagen del misil nuclear. La leyenda señala los nombres de los países aliados de Estados Unidos, quienes se unen al pedido de frenar el lanzamiento de misiles y cesar todo comportamiento hostil.

En esta oportunidad utilizaron para el tema el 70% de la portada, pero con una salvedad: las notas que se ubican en segundo plano fueron llevadas en bloque a la izquierda por un tema de composición, ya que el misil y la foto del barco están creando una L en este diseño, razón por la cual el espacio en blanco detrás del titular iba a evidenciar esta rara diagramación, haciendo además que todos los titulares se junten. Mejor fue separar los textos con la imagen del misil en vertical.

Figura 11

Portada 9, publicada el miércoles 24 de mayo



Nota: En la novena portada del mes aparece en primer plano un soldado apuntando con su arma directamente al lector.

Interpretación:

Si se analiza minuciosamente el uniforme del soldado, hay suficientes motivos para sospechar que no es estadounidense necesariamente: primero por el traje de camuflaje, el cual es visto en otros ejércitos; no hay tampoco algún parche o escudo identificatorio que certifique su nacionalidad. Y aquí aparece una pregunta: ¿se puede tomar una imagen y colocarla en otro contexto para conseguir un efecto intimidante? Dejando de lado este detalle, el hecho de apuntar con un arma a quien se acerca a mirar la primera página crea un imaginario de amenaza, sustentada en armamento bélico manipulado por personal entrenado.

Es la cuarta vez que aparece un mapa ubicador, nuevamente resaltando la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur, zona del conflicto. Esta vez Corea del Sur disparó contra un dron espía norcoreano, hecho que inicia la lectura expresándose en una volada con fondo amarillo. Y aquí se manifiesta una libertad en el diseño: el mismo formato que antes fue utilizado para representar las leyendas (letras negras sobre fondo amarillo), pasa a ser ahora una volada, elemento que no apareció en ediciones anteriores.

Así las cosas, el formato textual que antes funcionaba como leyenda ahora toma la posición de una bajada: “Gringos temen que misiles norcoreanos llegue a Estados Unidos”, siempre resaltando una palabra en color rojo, en este caso el sustantivo “norcoreanos”. El dron que se menciona en la volada aparece cerca a la bajada, lo cual genera una sensación de desorden que abigarra todos los elementos del texto visual, no dejando mucho espacio en blanco que le dé un respiro al diseño.

El titular, que contiene el verbo “atacar” tiene una función apelativa y vuelve a utilizar el apelativo “chino loco”, quien a esta alturas del mes ya es un personaje reconocido por las masas, quienes no necesariamente saben su nombre de pila, es por eso por lo que colocan un pequeño texto a manera de leyenda en la base de su fotografía escribiendo su nombre: Kim Jong-un. Esta imagen en primer plano nuevamente muestra su mano dominante (la derecha) en actitud de supervisión de los hechos narrados a través de toda la composición y es la primera vez que aparece con lentes. Los elementos del texto visual descansan sobre una explosión nuclear que da una sensación de dantesco incendio como resultado de las decisiones bélicas tomadas, llevando al lector a crear un imaginario de amenaza casi apocalíptica si es que se llega a dar la situación del disparo del mencionado misil interoceánico norcoreano contra Estados Unidos.

En esta edición utilizaron para el tema el 70% de la portada.

Figura 12

Portada 10, publicada el jueves 25 de mayo



Nota. Al día siguiente, el jueves 25 de mayo, aparece nuevamente como protagonista un portaaviones.

Interpretación:

El navío que aparece como elemento principal ya no salió en plano general como el día anterior, sino en primer plano, mostrando detalles de su poderío: un cañón apuntando directamente al lector que mira la página, compuertas blindadas y torres de control de diferentes niveles que lanzan misiles nucleares. En esta ocasión el tema referido ocupa el 70% del espacio de portada.

La posición de este barco lleva a que Kim Jong-un tenga una mirada de ángulo picado, dejando en claro que está observando no solo el trasatlántico, sino el poderío de sus misiles disparados, además de los aviones que vienen de picada contra él. Pero no solo la imagen principal da luces de esta amenaza hacia el líder norcoreano,

pues la bajada deja en claro que Estados Unidos es quien está preparado para atacar el país asiático en cualquier momento.

El titular está narrado en primera persona, tomando una cita textual del presidente norteamericano Donald Trump, quien aparece por segunda vez y en un momento menciona que Kim Jong-un “es un loco con bombas atómicas”. Bastaron esas declaraciones para lograr ese titular que ya no es interpretativo, sino informativo.

La leyenda, en esta oportunidad en letras blancas al igual que la bajada aprovechando el cielo azul que ayuda al contraste, apuntala la idea de que Trump es quien amenaza en esta oportunidad.

Sin embargo, el que se lleva el mayor peso visual de estos dos líderes mundiales es el norcoreano, quien se presenta en primer plano, pero nuevamente con un pequeño texto en que aparece su nombre, como para que el lector no se olvide que “chino loco” es su apelativo, pero se llama Kim Jong-un.

Figura 13

Portada 11, publicada el sábado 27 de mayo



Nota. Dos días después, el sábado 27 de mayo, este tema aparece por segunda vez en una edición de fin de semana, dato no menor ya que, como sabemos, los sábados y domingos se incrementa la venta de los periódicos impresos.

Interpretación:

Con un porcentaje del 70% de la página, el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte ha salido publicado un día de fin de semana, razón que corrobora que los lectores se identifican con el tema. Por quinta vez aparece una infografía en forma de mapa ubicador, donde se ubica la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur, aliada de Estados Unidos en este conflicto intercontinental.

Como en otras oportunidades, Kim Jong-un aparece en la parte superior de la página y Donald Trump (cuya fotografía aparece por tercera vez en este mes) en el lado inferior. Las actitudes que muestran ambos son contrapuestas: mientras que al

líder norcoreano se le nota en actitud de observación y preocupado, al presidente norteamericano se le representa exaltado y amenazante, hecho que se apoya en el titular que menciona que el ‘chino loco’ está “en la mira”. Y esta expresión no es gratuita, ya que efectivamente Kim Jong-un tiene una mira apuntando a su rostro.

La imagen principal que crea el clima bélico es la de un soldado norteamericano, que tiene un uniforme parecido al recluta de la edición del miércoles 24 de mayo. El solo hecho de mostrarlo con tantos equipos adheridos a su cuerpo da la sensación de que este ejército está preparado para una guerra en todos sus frentes. El diseño juega un papel clave en la creación de este imaginario, ya que en la búsqueda del equilibrio termina llenando todos los espacios, dejando pocos claros que den un respiro al mensaje: esto es característico de los periódicos populares.

Como en las anteriores portadas, la bajada termina ocupando un lugar en que no se sabe si es bajada o volada. Pero si leemos su contenido textual podremos comprobar que es un texto complementario del titular principal, por lo cual cumple con todas las características de una bajada informativa. Nuevamente la amenaza a estas alturas del mes viene desde Estados Unidos, dejando a Corea del Norte como segundo protagonista en esta historia donde comenzó como actor principal. Sin embargo, esto no hace que le quiten un lugar importante al denominado “chino loco”, pues el titular habla de él y toda la narrativa de esta primera página gira en torno de él: la bajada con doble lectura apoyada en palabras resaltadas en rojo destaca el sustantivo propio “Estados Unidos”, el verbo “eliminar”, el sustantivo “líder” y la acción “preparando ataque”. La leyenda por su parte, si bien se ubica al lado del presidente norteamericano Donald Trump, destaca declaraciones del embajador de Corea del

Norte en el Perú aduciendo que, si los norteamericanos los atacan, ellos responderán. Casi terminando el mes de mayo, esta es la primera vez que se publican declaraciones de una fuente cercana al contexto nacional y no solo se recogen noticias de agencias internacionales.

Figura 14

Portada 12, publicada el lunes 29 de mayo



Nota: Dejando el domingo para otro tema, Trome retoma el tema del conflicto 2 días después, el lunes 29 de mayo.

Interpretación:

En esta oportunidad, en medio de los dimes y diretes entre ambos bandos, las fuerzas bélicas de Corea del Norte lanzaron un nuevo misil que cayó en las costas de Japón, aliado norteamericano en este conflicto geopolítico.

Nuevamente el formato utilizado casi siempre como bajada lo utilizan a lo largo de toda la escena, mutando hacia una volada tanto por su posición como por su contenido. Al ubicarse en la parte superior del titular pasa a ser un texto introductorio que lleva al titular principal "Asusta al mundo". Pero ¿quién asusta al mundo? La respuesta es Corea del Norte, quien desafía a Estados Unidos con el lanzamiento de este misil. La foto de Kim Jong-un en actitud desafiante y viendo el horizonte denota un mensaje de supervisión y amenaza acerca del acontecimiento sucedido, el cual se ha realizado por decisión exclusivamente suya, ya que el régimen norcoreano es comunista y se basa en la imagen de su líder, quien es heredero de una larga dinastía con la misma posición política.

Es la segunda oportunidad que se publica en portada una infografía descriptiva con mayor detalle que solo un mapa con ubicaciones geográficas: quieren explicar la trayectoria del misil que fue lanzado por Corea del Norte hacia Japón. En ediciones anteriores, cuando se utilizó este recurso gráfico (la infografía) mayormente se realizaron mapas ubicadores. Hacen hincapié en la zona económica exclusiva de Japón, la cual está ubicada en su parte norte y donde se pudo percibir la prueba nuclear.

El misil que asusta al mundo se coloca efectivamente apuntando a la palabra "mundo" del titular. Si se ve desde el punto de vista del diseño, su proporción no tiene sentido en la composición, porque un armamento de estas características no presenta estas dimensiones si lo comparamos con la escala humana. Sin embargo, las características de lo popular se toma estas licencias para representar el imaginario que quieren transmitir a su público lector. Ocupa un 80% de toda la primera página.

Figura 15

Portada 13, publicada el martes 30 de mayo



Nota: Al día siguiente, el martes 30, se rompe con todas las portadas anteriores y apuestan por un fotomontaje que denota trastorno mental en el líder norcoreano.

Interpretación:

Si antes lo habían llamado “chino loco” y lo mostraban amenazante y todopoderoso, esta vez, casi al final del mes de mayo, lo presentan en plano medio, como un orate atrapado en una camisa de fuerza. Si bien está aparentemente amarrado, su locura se rebalsa a través de la expresión de su rostro, dando la impresión de que es incontrolable.

Presentado dentro del contexto de una gran ciudad que sería arrasada si se llegasen a disparar estos misiles, Kim Jong-un es acompañado en esta

representación caótica de lo bélico por un hongo nuclear, elemento que aparece por tercera vez (la última oportunidad fue el miércoles 17). Esta explosión atómica denota tal destrucción que incluso invade el logotipo del periódico, que se ve invadido por este humo lleno de destrucción.

La bajada se coloca encima del titular que termina de cerrar la idea: “Amarren al ‘chino loco’”. Amárrenlo porque está demente y va a desatar una catástrofe si lanza sus misiles. Esta bajada se apoya en la foto de pruebas de disparos nucleares, los cuales están en un tamaño poco protagonista, pero que sin embargo termina representando la realidad descrita incluso con una doble lectura: el hecho de una inminente catástrofe, resaltada en color rojo.

La leyenda también utiliza una doble lectura para resaltar palabras clave: “Estados Unidos”, “Corea del Sur”, el verbo “atacar” y el sustantivo propio “Kim Jong-un”, como para que el lector no se olvide de quién estamos hablando. Se utilizó el 70% de la portada para esta noticia.

Figura 16

Portada 14, publicada el miércoles 31 de mayo



Nota. El último día de mayo del 2017, el 31, se publicó la portada número 14 de esta novela por capítulos que atrapó lectores especialmente en la segunda parte del mes.

Interpretación:

Como hecho anecdótico, nótese que la misma nota que abrió la portada de Trome el día que apareció por primera vez en el mes el tema del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, es la que abre ahora el último día. La farándula vuelve a tener protagonismo en la primera página de Trome, dejando reducido al 20% de espacio al tema del conflicto narrado en ediciones anteriores.

Ubicado en el lado superior derecho de la primera página, esta vez ya no sale ni Kim Jong-un ni Donald Trump, quien ni siquiera es mencionado, ya que al hablar

del enemigo de Corea del Norte se utiliza el nombre del país: Estados Unidos. Sin embargo, sí mencionan al “chino loco” en el titular (el cual ya no está de color rojo), creando el imaginario de que la potencia norteamericana debe cuidarse de las decisiones del líder norcoreano.

No dejan de colocar un misil, representación icónica que apuntala la idea de alerta ante un inminente ataque. Al ser una nota más pequeña ya no tiene tantos elementos, así que el titular solo tiene una pequeña bajada que funciona como complemento en toda la representación pictórica: el misil sale disparado y al costado la bajada refiere que Estados Unidos prueba un destructor de estos misiles. La silueta del soldado norteamericano si bien ocupa poco espacio, funciona como complemento para mostrar las fuerzas bélicas norteamericanas.

3.1.1. La representación mediática de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en las portadas de los diarios más importantes del país

Para analizar las agendas noticiosas en el Perú durante mayo del 2017 e intentar encontrar coincidencias y diferencias con la agenda propuesta por Trome, además de desestimar la idea de la creación deliberada de una llamada “cortina de humo”, se decidió contrastar sus portadas -teniendo en cuenta que es el diario popular más vendido del Perú y Latinoamérica- con las primeras páginas de El Comercio y La República, los otros dos periódicos referentes en la agenda noticiosa nacional y considerados “diarios serios” en la gran prensa peruana. El Comercio es llamado “Decano de la prensa nacional”, fundado en 1839 e integrante principal del Grupo El Comercio, que agrupa otros diarios de formato tabloide para distintos públicos

objetivos cuyas agendas son diferentes, incluido el diario Trome. Por su parte La República pertenece a otro grupo informativo que también agrupa, aunque en menor escala, otros diarios de circulación nacional, incluido un tabloide competencia directa de Trome llamado El Popular.

En mayo del 2017, mientras en Trome se marcaba una agenda de portada con temas alejados de la política, el diario El Comercio, de formato berlinés (ligeramente más grande que un tabloide) colocaba en su primera página mayormente temas políticos, como la denuncia contra el expresidente Ollanta Humala por desapariciones y muertes cuando era capitán del Ejército en 1992, en la base de Madre Mía. Otro caso presentado en portada en el transcurso de este mes fue la denuncia de “reglaje” por parte del gobierno de Pedro Pablo Kuczynsky a sus propios ministros. Alrededor del 10 de marzo una facción de la bancada de oposición, Fuerza Popular, empezaba a presionar para conseguir el indulto a su líder histórico Alberto Fujimori, expresidente del Perú, lo cual generó una nueva agenda tanto nacional como noticiosa que se vio reflejada en las portadas de los principales periódicos. Esta noticia polarizó el país, ya que incluso se realizaron marchas de protesta ante los crecientes rumores que aseguraban la inminente decisión del presidente Pedro Pablo Kuczynsky de dar el indulto a Alberto Fujimori, expresidente del Perú y padre de la líder de la oposición Keiko Fujimori, quien se encontraba además en medio de un cisma dentro de su bancada congresal, donde su hermano Kenji lideraba una facción disidente conocida como “Los Avengers” (personajes del llamado “universo Marvel” que combaten por la justicia. Son superhéroes como el Capitán América, el Increíble Hulk, Ironman y otros. Kenji Fujimori denominó así a su bancada en el Congreso).

En el caso del expresidente Humala, no solo el caso Madre Mía lo tenía preocupado, también las palabras de Marcelo Odebrecht en Brasil, quien lo implicaba junto a su esposa Nadine Heredia en ilegales aportes para su campaña política antes de ser presidente. El 22 de mayo la noticia principal mencionó al ministro de Transportes y segundo vicepresidente de Kuczynski, Martín Vizcarra, desistiendo de su plan de construir un aeropuerto en Chinchero, plan cuestionado por su cercanía a restos arqueológicos protegidos por la Unesco como Patrimonio Cultural de la humanidad. Un día después renunció ante la presión de la bancada de oposición en el Congreso.

A continuación, se describe el contenido de cada una de las portadas publicadas por estos 3 medios impresos en los días en que Trome colocó en portada el tema del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte:

Tabla 1
Comparación de portadas día 1, publicadas el martes 2 de mayo.

Trome	El Comercio	La República
		

Nota: El diario El Comercio, considerado el decano de la prensa peruana, tiene como nota principal un hecho de presunto espionaje a ministros dentro del gobierno de Pedro Pablo Kuczynski. La República, por su parte, colocó como nota abridora la noticia acerca de nuevas rutas de drogas con destino hacia Brasil por el altiplano puneño y boliviano.

Trome iniciaba el mes de mayo del 2017 con una nota de espectáculos en su espacio principal, pero como nota secundaria mostraba el inicio de su narrativa respecto al conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte. El Comercio por su parte abre su portada con el anuncio del Poder Ejecutivo negando un supuesto seguimiento al ministro de Defensa, luego de una denuncia periodística. Mientras, el diario La República le dio su espacio principal a la noticia acerca de nuevas rutas de drogas con destino hacia Brasil por el altiplano puneño y boliviano. Ambos coincidieron en su imagen principal: una nota internacional de disturbios en Venezuela por protestas contra su gobierno.

Tabla 2
Comparación de portadas día 2, publicadas el miércoles 3 de mayo



Nota: El Comercio y La República abrieron sus portadas con el tema de la minería ilegal. Mientras El Comercio mencionó el tema por el lado de un proyecto de ley en el Congreso que favorecería a esta, La República publicó que un “capo” exportó \$47 millones de oro ilegal a Estados Unidos.

En el segundo día de mayo Trome abre su portada por primera vez en el mes con la inminente amenaza de ataque por parte de Estados Unidos si Corea del Norte continuaba con su actitud bélica. En el diario El Comercio figura también este tema, pero no como nota abridora, sino en un espacio inusual para una nota internacional: en el llamado “friso” o cabecera, el cual está destinado generalmente para noticias de deportes o espectáculos, titulado: “Se está al borde de la guerra nuclear” en palabras de Kim Jong-un. Esta fue la única oportunidad en que se trató el tema durante este mes en el diario decano de la prensa peruana.

La República, por su parte, publicó que un narcotraficante exportó \$47 millones de oro ilegal a Estados Unidos, haciendo hincapié al contar la historia en que existía un vínculo con un congresista de Fuerza Popular, bancada mayoritaria en ese momento en el parlamento peruano.

Tabla 3

Comparación de portadas día 3, publicadas el jueves 4 de mayo

Trome	El Comercio	La República

Nota: Un día después, Trome abre titula: “Tensión en el mundo” con una bajada informativa que denota amenaza. El Comercio le da su espacio abridor de portada a la firma del presidente Kuczynski a la Declaración de Chapultepec sobre la libertad de prensa, hecho que es también destacado por La República, que muestra en su nota principal 4 procesados del caso Lava Jato.

En el tercer día consecutivo con el tema del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, Trome titula su portada con letras en mayúsculas a gran escala, con una bajada informativa que denota amenaza: Estados Unidos ha enviado un misil desde California que estará posicionado en aguas cercanas a Corea del Norte para actuar cuando sea necesario. El Comercio le da su espacio abridor a la firma del presidente Kuczynski a la Declaración de Chapultepec, sobre el compromiso de su gobierno con la libertad de prensa, hecho que es también destacado por La República, solo que en su espacio fotográfico. El diario de la familia Mohme da cuenta en su nota principal sobre 4 procesados en el caso Lava Jato, el cual implica al expresidente Alan García, mencionando que era clave para sus negocios.

Tabla 4
Comparación de portadas día 4, publicadas el martes 16 de mayo

Trome	El Comercio	La República

Nota: Luego de 12 días desde la última portada en Trome mencionando el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, el tema retoma su protagonismo esta vez personalizando al líder norcoreano como amenaza. Por su parte, El Comercio y La República coinciden en el tema de las supuestas entregas de dinero a Nadine Heredia, esposa del expresidente Ollanta Humala por parte de Odebrecht. Se inicia la escalada de portadas continuas de Trome con el tema del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte.

El martes 16 de mayo, aparece nuevamente en la portada de Trome el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, esta vez con una infografía que destaca la posible ruta de un misil intercontinental que podría destruir la ciudad de Los Ángeles en Estados Unidos; esta vez posicionan al “chino loco” como personaje principal y principal responsable de un conflicto nuclear inminente. Por su parte, El Comercio y La República coinciden en sus noticias abridoras en el tema de las supuestas entregas de dinero a Nadine Heredia, esposa del expresidente Ollanta Humala por parte de Marcelo Odebrecht, directivo principal de la constructora Odebrecht, quien se encuentra como colaborador eficaz de la fiscalía brasileña en el caso Lavajato. Se inicia la escalada de portadas seguida con el tema del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte.

Tabla 5
Comparación de portadas día 5, publicadas el miércoles 17 de mayo

Trome	El Comercio	La República
 <p>The front page of Trome features a large image of Kim Jong-un in a blue military-style jacket, pointing forward. To his right is a large, fiery nuclear explosion. The headline reads "¡PELIGRO!" in large, bold, red letters. Other text includes "NOY CUPÓN PARA TELEVISORES SÉRIANTES", "CHINO TROPICANO DESAFÍA A GRUPOS Y SE LO ATACA CON ARMAS ATÓMICAS Y QUÍMICAS", and "TIENE 5 MIL CANONES APUNTANDO A GORCIA DEL SUR".</p>	 <p>The front page of El Comercio has a yellow header with the newspaper's name. The main headline is "Marcelo Odebrecht complica situación de los Humala". Below it, there are several smaller articles and a cartoon illustration of three men in suits. The text includes "Fiscal señala que policía que visitó a los esposos habría tenido cómplices" and "Conexión rusa encierra otra vez a Trump".</p>	 <p>The front page of La República has a red header with the newspaper's name. The main headline is "Subirán las pensiones en FFAA y PNP". Below it, there are several smaller articles and a photograph of a man in a suit speaking. The text includes "CON VOTACIÓN APROBADA EN EL CONGRESO: ENTRE S/ 250 Y S/ 730" and "EL INTERMEDIARIO DE LOS US\$ 3 MILLONES A HUMALA".</p>

Nota: Al día siguiente aparece la quinta portada de esta serie de publicaciones de Trome. En esta oportunidad Kim Jong-un nuevamente figura como tema principal, mientras que El Comercio continúa con el tema que trató el día anterior: la situación jurídica complicada del expresidente Ollanta Humala y su esposa Nadine Heredia por el caso Odebrecht, tema que también es tratado por La República, pero en su segundo espacio importante: la foto principal.

Trome ya personalizó el conflicto con el “chino loco” como protagonista, remarcando que desafía permanentemente al poder del ejército norteamericano, amenazando que usará armas atómicas y químicas. Por su parte, El Comercio continúa con las declaraciones de Marcelo Odebrecht, quien con sus testimonios complica la situación jurídica del expresidente Ollanta Humala y su esposa Nadine Heredia. Es tal la importancia que le da a esta noticia que le ha creado un llamado “cintillo” (elemento de diseño para las noticias que tienen un despliegue que ocupa varios días.) en la volada de esta nota, dándole una importancia especial que no tienen todas sus notas abridoras. La República menciona también el tema, pero en su espacio para fotos, el cual es destinado por lo general para imágenes más vistosas que un retrato. Sin embargo, abre su portada con la elevación de las pensiones en las Fuerzas Armadas y Fuerzas Policiales luego de una votación en el Congreso.

Tabla 6

Comparación de portadas día 6, publicadas el jueves 18 de mayo

Trome	El Comercio	La República
 <p>Front page of Trome newspaper. The main headline is "TERROR POR MISILES" in large red letters. Above it, there is a photo of a soldier in full combat gear holding a rifle. Other smaller headlines include "COREA DEL NORTE ALERTA QUE PUEDE INICIAR UN CONFLICTO ATÓMICO" and "PROYECTILES NUCLEARES LLEGARÁN EN 10 MINUTOS".</p>	 <p>Front page of El Comercio newspaper. The main headline is "Ex gobernador del Cusco cae por Odebrecht" in large black letters. Above it is a photo of a man in a white shirt and red sash. Other headlines include "Alan García se reunió 5 veces con Marcelo Odebrecht" and "Una revelación de Temer".</p>	 <p>Front page of La República newspaper. The main headline is "Ex gobernador del Cusco recibió US\$ 1250,000 de Odebrecht" in large black letters. Above it is a photo of a man in a suit. Other headlines include "DETENEN A JORGE ACURIO: EL PAGO TOTAL DEL SOBORNOS POR US\$ 3 MILLONES" and "Vizcarra se juega hoy su cargo con interpelación".</p>

Nota: Un día después, el jueves 8 de mayo, el tema Odebrecht seguía en la agenda de los 2 principales diarios peruanos: tanto El Comercio como La República resaltan el hecho de que el ex gobernador del Cusco recibió un soborno de parte de la constructora brasileña. Trome por su lado no menciona el tema en portada: continúa con el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte haciendo hincapié en que existe terror por el uso inminente de misiles.

El diario Trome continúa con el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, haciendo hincapié en que existe terror por el uso inminente de misiles. Sin embargo, el tema Odebrecht seguía en la agenda de los 2 principales diarios peruanos: tanto El Comercio como La República resaltaron el hecho de que el ex gobernador del Cusco Jorge Acurio recibió dinero como soborno de parte de la constructora brasileña, que tuvo múltiples contratos en el Perú. No dejan de lado tampoco el anuncio de la presentación de la interpelación al ministro de Transportes Martín Vizcarra por el caso del aeropuerto de Chinchero en el Cusco.

Tabla 7

Comparación de portadas día 7, publicadas el sábado 20 de mayo

Trome	El Comercio	La República

Nota: Dos días después, Trome continúa con su narrativa de inminente conflicto nuclear, mientras El Comercio abre su portada con una noticia internacional, lo cual denota que en su apuesta editorial no consideraron que algún tema nacional merezca ese lugar, incluso siendo fin de semana. La República por su lado continuó con el tema de las los dichos de Marcelo Odebrecht y sus declaraciones al fiscal peruano en Brasil.

Mientras Trome continuaba con su narrativa de inminente conflicto nuclear con la creciente tensión entre Estados Unidos y Corea del Norte, El Comercio daba su espacio principal en portada a una noticia internacional: las protestas contra el presidente brasileño Michel Temer, quien tenía una denuncia por corrupción y se mantenía en el poder pese a su escasa aprobación popular. La República por su lado continuó con el tema de Odebrecht y sus pedidos al fiscal peruano enviado a Brasil, a quien pedía garantías para dar más nombres de implicados en actos de corrupción, lo cual haría caer a muchos políticos peruanos que estaban solo bajo sospecha.

Tabla 8

Comparación de portadas día 8, publicadas el lunes 22 de mayo

Trome	El Comercio	La República
 <p>Front page of Trome newspaper. The main headline is "CHINO LOCO ES UN PELIGRO" (Chino loco is a danger). The image shows a missile being launched from a ship. Other headlines include "AYER LANZÓ MISIL QUE CAYÓ EN MAR JAPONÉS" (Yesterday launched missile that fell in the Japanese sea) and "HASTA 19 AÑOS DE CARCEL A CHOCHER QUE MATO A TRES" (Up to 19 years in prison for Chochoer who killed three).</p>	 <p>Front page of El Comercio newspaper. The main headline is "Vizcarra anuncia que el contrato de Chinchero no va" (Vizcarra announces that the Chinchero contract is not going). The image shows a man, likely the minister, speaking. Other headlines include "Declarar en 22 meses en último momento con negociaciones" and "13 A la construcción de transporte" (13 to the construction of transport).</p>	 <p>Front page of La República newspaper. The main headline is "Aeropuerto de Chinchero en manos del gobierno" (Chinchero airport in the hands of the government). The image shows a group of people. Other headlines include "MTC rescinde contrato y adenda con KUNTUR" and "DESINTEGRACIÓN AJUDA EN PIURA".</p>

Nota: Dos días después, mientras Trome seguía con el tema del “chino loco”, La República y El Comercio abrieron sus portadas con el tema de la rescisión de contrato para realizar el aeropuerto de Chinchero en el Cusco.

Al inicio de esa semana, mientras Trome ensayaba una portada diagramada en otro formato, vertical en este caso para mostrar el lanzamiento de un misil que cayó en mar japonés, La República y El Comercio abrieron sus primeras páginas con el tema de la rescisión del contrato del aeropuerto de Chinchero en el Cusco, hecho que fue anunciado por el entonces ministro de Transportes y Comunicaciones Martín Vizcarra. El hecho sucedió luego de pugnas entre el Gobierno y la oposición del Congreso, lo cual desencadenaría en la renuncia del ministro por la firma de un contrato con adendas cuestionadas, además de estar en una zona cercana al patrimonio nacional.

Tabla 9
Comparación de portadas día 9, publicadas el miércoles 24 de mayo

Trome	El Comercio	La República
 <p>The front page of Trome newspaper features a large image of a soldier in military gear holding a rifle. The main headline reads "ATACAN A 'CHINO LOCO'" in large, bold, red letters. Above it, smaller text says "COREA DEL SUR DISPARA CONTRA DRON ESPÍA EN LA FRONTERA". Other headlines include "CULPAN A MILITARES POR DESEMPEÑO DE LA MISIÓN" and "PREMIAN LECTURA DE LA MISIÓN".</p>	 <p>The front page of El Comercio newspaper has a yellow header with the title "El Comercio". The main headline is "PPK respalda a Vizcarra como su vicepresidente" in bold black text. Below it, a sub-headline reads "Defensa: PPK respalda a Vizcarra como su vicepresidente". A large photograph shows a crowd of people, some holding flowers. Other headlines include "Manchester llora sus muertos y heridos" and "Ministerio de Defensa: 460 hectáreas de bosques en Madre de Dios".</p>	 <p>The front page of La República newspaper has a red header with the title "La República". The main headline is "Contraloría se contradice sobre Chinchero" in bold black text. Above it, a sub-headline reads "HOY PIDE VOLVER AL CONTRATO ORIGINAL QUE CUESTIONÓ EL 2014". A large photograph shows two young women smiling. Other headlines include "El terrorista, una de sus 22 víctimas y asiana" and "El terrorista, una de sus 22 víctimas y asiana".</p>

Nota: Dos días después continúa en la picota el tema del aeropuerto de Chinchero. Los dos diarios más importantes del país, El Comercio y La República, le dan espacios principales en portada.

Dos días después aparece la novena portada de Trome dedicada al conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, donde es protagonista hace días el llamado “Chino loco”. Mientras, en el ámbito político, el desenlace del contrato y agendas para construir el aeropuerto de Chinchero ocupa las primeras planas de los dos diarios más importantes del país: El Comercio y La República. El Comercio abre el tema por el lado del respaldo del presidente Kuczynski a la labor de renunciante ministro de Transportes y primer vicepresidente Martín Vizcarra, mientras que La República trata el tema desde la mirada de la Contraloría de la Nación, a la cual acusa de contradecirse en este caso recordando su posición contraria solo 3 años atrás, cuando cuestionó el referido contrato al cual pide ahora volver.

Tabla 10

Comparación de portadas día 10, publicadas el jueves 25 de mayo

Trome	El Comercio	La República

Nota: Al día siguiente seguía la crisis creada por el contrato para construir el aeropuerto de Chinchero, hecho que tuvo su máxima consecuencia en la salida del ministro de Transportes Martín Vizcarra para evitar la interpelación congresal. Este tema fue abordado en las portadas de El Comercio y La República con distintos espacios.

Al día siguiente se veían secuelas del enfrentamiento de poderes entre el Ejecutivo y el Legislativo, con la cobertura de El Comercio dándole el titular principal de su portada a las declaraciones del primer ministro Fernando Zavala, quien se quejó de lo que llamó “abuso de poder” por parte del Congreso, mayormente de oposición. La República por su parte no solo daba cuenta de lo ocurrido, sino que anunciaba a los cambios y nuevos integrantes en el gabinete ministerial, que tuvo que ser recompuesto por la salida de Martín Vizcarra del Ministerio de Transportes y Comunicaciones. La queja de Zavala pasó a segundo plano, a diferencia de El Comercio que la dio como noticia abridora.

Trome, por su parte, incluía al presidente de Estados Unidos Donald Trump dando declaraciones, pero siempre poniendo como protagonista a Kim Jong-un.

Tabla 11

Comparación de portadas día 11, publicadas el sábado 27 de mayo

Trome	El Comercio	La República

Nota: Dos días después, el sábado 27 de mayo, El Comercio en su edición estándar coloca como nota principal el pedido de la Comisión de Fiscalización del Congreso, que solicita acusación constitucional contra el expresidente Ollanta Humala por usurpación de funciones, caso que implica también a su esposa Nadine Heredia. La República, por su parte, abre con una entrevista al presidente del Jurado Nacional de Elecciones.

Trome coloca nuevamente a Donald Trump en portada enfrentándose verbalmente a Kim Jong-un, el llamado “chino loco”, siempre bajo la sombra de la amenaza de enfrentamiento nuclear. El Comercio, por su parte, siendo sábado, publica en formato estándar (más grande que el berlinés) en su nota abridora el pedido de acusación constitucional contra el expresidente Ollanta Humala y su esposa Nadine Heredia por usurpación de funciones, acompañando la nota con una imagen de un evento oficial donde la entonces primera dama participó de una actividad oficial donde dejaba entrever el poder que ejercía a través de su esposo el presidente del Perú. La República recoge las declaraciones del presidente del Jurado Nacional de Elecciones, quien habla sobre la necesidad de la aprobación de un código

electoral que pueda ser aplicado en las elecciones regionales y municipales del año siguiente.

El Comercio en su edición estándar abre con el pedido de la Comisión de Fiscalización del Congreso, que pide acusación constitucional contra el expresidente Ollanta Humala por usurpación de funciones, caso que implica también a su esposa Nadine Heredia. La República, por su parte, abre con una entrevista al presidente del Jurado Nacional de Elecciones, quien habla sobre la aprobación de un código Electoral que pueda ser aplicado en la elecciones regionales y municipales del año siguiente.

Tabla 12
Comparación de portadas día 12, publicadas el lunes 29 de mayo

Trome	El Comercio	La República

Nota: El lunes 29, mientras Trome seguía con la narrativa de amenaza de crisis nuclear, El Comercio abrió su portada con nuevas acusaciones al expresidente Ollanta Humala. La República dio su espacio principal al tema de supuestos vínculos entre la bancada de Fuerza Popular y el contralor Édgar Alarcón.

Mientras el diario Trome seguía con el tópico de amenaza de crisis nuclear, El Comercio abrió su portada con nuevas acusaciones al expresidente Ollanta Humala, esta vez por parte de dos exsoldados en el caso denominado “Madre Mía”, quienes lo acusaban de dar las órdenes para realizar crímenes cuando era capitán del Ejército. La República da su espacio principal al tema de supuestos vínculos entre la bancada de Fuerza Popular y el cuestionado contralor Édgar Alarcón, tema que es tratado también en El Comercio, pero en su llamada “nota cerradora”.

Tabla 13

Comparación de portadas día 13, publicadas el martes 30 de mayo

Trome	El Comercio	La República

Nota: Al día siguiente, habiendo explotado el escándalo del contralor Alarcón, El Comercio le da su nota principal de portada titulado que este no renunciará. En ese mismo camino, La República titula en su primera página que la Fiscalía de la Nación abre una investigación a este funcionario del Estado, quien fue denunciado previamente por un auditor, quien aseguró que el contralor le pidió que retire una denuncia que lo involucraba.

En el penúltimo día de mayo, Trome lanza su portada número 13 cubriendo el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte. Por su lado El Comercio abre con un titular a todo lo ancho de su página principal con la noticia del contralor Édgar Alarcón, quien pasó de cuestionado a denunciado por compras vehiculares irregulares y presiones a auditores para su beneficio. En ese mismo camino, La República titula en su primera página que la Fiscalía de la Nación abre una investigación a este funcionario del Estado, quien fue denunciado previamente por un auditor, quien aseguró que el contralor le pidió que retire una denuncia que lo involucraba.

Tabla 14

Comparación de portadas día 14, publicadas el miércoles 31 de mayo

Trome	El Comercio	La República
 <p>HOY MÁS CUPONES PARA SMART TV</p> <p>VENEZOLANA FUE EL TRIBUNAL DE ESTOS GUERRA Y HART DICE NO PUEDE MÁS</p> <p>BOTAN A KORINA Y 'CHATO' LLORA</p> <p>PIRATO TEME QUE SU ESPOSA SEA REPORTERA DEL PAÍS</p>	 <p>El 68% de mujeres han sido agredidas por sus parejas</p> <p>Penosa realidad. La violencia familiar es más frecuente, en las regiones de la sierra y en las zonas de alta montaña.</p> <p>Impunidad. Solo el 14% de los casos son investigados y el 4% son juzgados.</p> <p>PNP alerta que 80% de reos con arresto domiciliario en Lima vuelve a delinquir</p> <p>Problemas. 18% de los delincuentes reportan problemas de salud mental y 30% de ellos consumen drogas.</p> <p>La fiscalía aguarda el testimonio de Malman</p> <p>El fiscal general, Carlos Malman, espera el testimonio de la fiscalía para continuar con el proceso de investigación.</p>	 <p>Contralor compró auto a proveedor de Contraloría</p> <p>PESE A QUE CÓDIGO DE ÉTICA DE ÓRGANO DE CONTROL LO PROHIBE</p> <p>Eligir alquilador para el edificio de la Contraloría General del Perú. El contrato fue firmado por el Contralor General, Carlos Alarcón, con un proveedor de la Contraloría.</p> <p>VENEZUELA: 60 DÍAS DE PROTESTAS CONTINUAS</p> <p>El gobierno venezolano sigue recibiendo apoyo internacional para continuar con el proceso de negociación.</p>

Nota: Al día siguiente, cerrando el mes de mayo, el tema del contralor pasa a segundo plano para El Comercio, que le da su espacio principal a un estudio del INEI. La República, por su parte, sigue dándole la nota más importante de su portada al tema del contralor adicionando un enfoque nuevo: la compra de un auto a un proveedor de la Contraloría, hecho que está prohibido.

Cerrando el mes de mayo, Trome colocó la noticia del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte en segundo plano, pues le dio el espacio principal a una nota de farándula, coincidentemente la misma con la que abrió al inicio del mes. El Comercio, si bien le dio espacio al tema del contralor Alarcón, cuestionado por malos manejos, dio su espacio principal a un estudio del Instituto Nacional de Estadística e Informática que muestra que el 68% de mujeres en el Perú han sido agredidas por sus parejas. La República, por su parte, siguió cubriendo en su espacio principal el hecho de que el contralor Alarcón comprara un auto a un proveedor de la Contraloría, hecho que está prohibido y ofreció nuevas aristas para seguir cuestionándolo. Otro expresidente empezaba a ocupar las portadas de El Comercio y La República: Alejandro Toledo, quien se encontraba en Estados Unidos a la espera de su extradición para ser juzgado por la justicia peruana.

3.2. Entrevista a expertos

Se entrevistó a tres especialistas ligados al diseño y edición de periódicos impresos, los expertos asintieron el permiso para poder hacer público su nombre y su opinión con fines académicos, estando perfectamente informados del objetivo y alcance de esta investigación. Para su elección se tomó en cuenta que representaran áreas que fuesen complementarias en una Redacción periodística, buscando que sus conocimientos desde la propia experiencia interna del medio nos diesen luces acerca de las preguntas que nos formulamos.

Los especialistas fueron:

- Billy Cassalli, Editor de Diseño y Web del diario Trome.
- José Castillo, Editor General del diario Trome
- Raúl Castro Pérez, es experto en medios de comunicación y opinión pública, antropólogo y Máster en Comunicación, Cultura y Sociedad por Goldsmiths University of London, además de decano de la carrera de Comunicación y Publicidad de la Universidad Científica del Sur.

Los elementos más relevantes que aportaron estas entrevistas fueron los siguientes:

Tabla 15
Entrevista a Billy Cassalli

Billy Cassalli	
Unidad temática “La construcción del mensaje periodístico”	“El público objetivo de Trome es netamente popular. Sus contenidos están dirigidos al nivel socioeconómico C y D, teniendo presencia (en contra de lo que muchos piensen) en los niveles A y B.
Público objetivo de Trome y criterios para elaborar su portada	La primera página de la versión impresa lleva como nota principal la noticia más importante del día, la cual debe estar desarrollada en extenso en las páginas interiores. Esto solo cambia si se cuenta con una noticia de agenda propia”.
Criterios para elaboración de portada	“En Trome todos los temas son tratados con rigurosidad periodística, dado que no consideran que un tema tenga menor relevancia que otro: desde los llamados “duros” hasta los más populares y alegres. No solo el tema a desarrollar en portada es primordial, sino también la imagen para ilustrarla: consideran que, si no hay foto, no se publica la noticia”.
Unidad temática “Características narrativas del lenguaje gráfico”	“La participación del diseñador en la edición de la portada es tanto o más importante que la de los demás participantes, sin dejar de lado al director, quien es el que toma la última decisión. Este siempre consulta además con el editor fotográfico para comprobar si tiene la imagen impactante que se necesita”.
Categoría “Elementos icónicos”: Fotos, fotomontajes o infografías	“En cuanto al uso de imágenes, fotomontajes o infografías, en Trome se caracterizan por utilizar siempre una en portada, así sea una nota pequeña”.
Subcategoría “Colores”: Colores cálidos en portada de Trome	“Los colores utilizados tanto en portada como en páginas interiores pertenecen a una paleta que ha evolucionado a través de los años, siempre basada en colores cálidos. Además de sus colores de marca, que son el negro y el naranja, apuestan por utilizar colores identificatorios con aspectos culturales de los peruanos como el morado (por el Señor de los Milagros), el amarillo y el naranja por la comida y el rojo en los titulares por el color de la bandera nacional”.
Subcategoría “Tipografía”: Tipografía sans serif	“El uso de la tipografía sans serif, la cual carece de remates y detalles, se debe a que es recomendable usar este tipo de letra cuando las oraciones son cortas, porque su mensaje es directo”.
El diseño constructor del mensaje periodístico	“El diseño como constructor del mensaje periodístico en la portada de Trome se basa en el dinamismo. Tratan de capturar la atención del lector sin que éste lea necesariamente el titular: a través de las imágenes. Y esta elaboración, contrario a lo que muchos creen por ser un diario popular, requiere de mucha dedicación y profesionalismo”.
Unidad temática “Características narrativas del lenguaje escrito”	“El conflicto entre Corea del Norte y Estados Unidos tuvo un enfoque diferente en Trome por tratarse de un diario popular, usando un lenguaje coloquial. La primera vez que se decide poner en portada este hecho el director del diario dio el titular utilizando el término “chino loco”, quien a pesar de no ser oriundo de China iba a ser mejor identificado con ese apelativo porque en el Perú usualmente se les conoce así a las personas que tienen rasgos orientales. Para complementar la idea se utilizaron

Conflicto Corea del Norte vs. Estados Unidos: Kim Jong-un	imágenes de referencia, como las de Kim Jong-un, Donald Trump y armamento sin dejar de ser rigurosos ni excederse periodísticamente”.
---	---

Tabla 16
Entrevista a José Castillo

José Castillo	
Unidad temática “La construcción del mensaje periodístico”	“El mensaje periodístico es lo que ve publicado el lector: una interacción entre texto e imagen. Y dentro de ello lo que considere más interesante”.
Público objetivo del diario Trome	“El público objetivo del diario Trome está conformado por lectores de 30 años a más: comerciantes, estudiantes y amas de casa que aspiran a mejorar su nivel de vida a través del estudio y el trabajo”.
Criterios para hacer la portada de Trome	“Los criterios para hacer la portada principalmente son que la noticia sea importante, pero que también sea interesante. Un hecho puede ser relevante, pero se volverá interesante para el lector de Trome si se logra identificar las consecuencias para su vida diaria y para su economía personal. Existen también las noticias interesantes que a veces carecen de tanta importancia, pero que llaman a atención de sus lectores”.
Criterio principal para hacer la portada de Trome	<p>“El criterio principal para hacer la portada de Trome es entender qué le interesa a la persona llamada “de a pie”. Los editores y el director están en constante búsqueda de ese elemento y se basan en su intuición y experiencia. El director es quien finalmente determina el contenido de la primera página.</p> <p>El contenido de esta no tiene necesariamente que ver con lo que se ve en las redes sociales, el cual es otro público”.</p> <p>“Un tema puede funcionar un día y a la siguiente semana ya no, y esto depende de varias circunstancias.</p> <p>Si bien es cierto las encuestadoras realizan preguntas basadas en parámetros y métricas, lo hacen sobre temas generales en un tiempo diferente al de la elaboración de una portada. Para hacer la primera página hay que tomar decisiones a veces en minutos y para esto es clave la experiencia”.</p>
El director y el diseñador de portada en Trome	<p>“Los redactores son quienes están en contacto con la calle, con los personajes protagonistas de las noticias.</p> <p>Los editores ayudan a interpretar lo que recogen los redactores y se reúnen con el director. De esta conversación nacen los ángulos con los cuales serán abordados los hechos en la edición a publicarse al día siguiente.</p> <p>Los fotógrafos son importantes también, pues se busca que no solo retraen lo obvio, sino que vayan más allá: que descubran y sienten el lado humano de los hechos: el sentimiento, el dolor, la alegría: elementos que deben verse reflejados en las imágenes.</p> <p>En el tramo final, una vez que se han definido los contenidos de las páginas interiores, se pasa a ver la portada, en la cual el diagramador se convierte en una pieza fundamental al proporcionar ideas y sugerir soluciones gráficas, siendo el director quien toma la decisión final. Es un trabajo en equipo”.</p>

<p>Categoría</p> <p>“Cobertura en portadas de Trome durante el mes de mayo del 2017”</p> <p>Elección de Kim Jong-un, lejano a la realidad peruana, en portada de Trome</p>	<p>“La elección de Kim Jong-un, un personaje alejado de la realidad geopolítica peruana, en la portada del diario más vendido de Latinoamérica obedece a que es un personaje con características estrambóticas y carácter inestable, contrario al clásico presidente de un país con imagen de estadista. Además, el misterio que lo envuelve lo convierte en interesante: es un personaje exótico y lejano.</p> <p>El principal factor fueron las constantes amenazas al poderoso Estados Unidos al enfrentarse al mismísimo Donald Trump, siendo el llamado “chino loco” líder de un país en teoría en inferioridad de condiciones bélicas. Esto, sumado a la amenaza constante del inicio de una guerra nuclear dieron pie a este protagonismo. Los expertos señalaban que el avance de Corea del Norte estaba bien acelerado.</p> <p>Ni siquiera en la Guerra Fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética se lanzaban amenazas de ese calibre, sin embargo, esta vez Kim Jong-un lo hacía casi a diario.</p> <p>El líder norcoreano era considerado un líder, un dictador inestable y arrogante, poco serio. Y entre esa escalada de amenazas entre él y Trump se podía cometer un error y desencadenar un ataque nuclear: la posibilidad estaba latente. Y esa noticia no solo la recogió Trome, estaba en todos los medios internacionales, solo que Trome lo tomaba por el lado del “chino loco” por el carácter inestable de este personaje”.</p>
<p>Momento y motivos de la elección de Kim Jong-un como personaje de portada</p>	<p>“El momento y motivo de la elección de Kim Jong-un como protagonista de la portada se basa en que el personaje llamaba la atención principalmente por su apariencia, además de la creciente amenaza hacia Estados Unidos.</p> <p>Es importante tener en cuenta que no es que Trome haya apostado por este tema sin tener un sustento noticioso: todos los días llegaban por agencias de noticias internacionales los movimientos bélicos tanto de Corea del Norte como de Estados Unidos. Incluso Corea del Norte empezó a construir un misil de dimensiones inusuales.</p> <p>Si bien es cierto que el desarrollo de armas nucleares por lo general está envuelto en un halo de misterio, se vivieron momentos de temor en la comunidad internacional dado que no se sabía a ciencia cierta qué curso iba a tomar este enfrentamiento. Si no hubiera habido armas nucleares de por medio tal vez la noticia no habría tenido el impacto que generó”.</p>
<p>Decisión editorial de mostrarlo de manera estrambótica</p>	<p>“La decisión de mostrar a Kim Jong-un con elementos gráficos estrambóticos no estuvo reñida con la objetividad, dado que, si bien lo empezaron a llamar “chino loco”, el desarrollo de la noticia estaba basado en hechos concretos.</p> <p>El hecho de decirle “chino” viene de la costumbre peruana de llamar así a las personas con rasgos orientales, por lo cual vieron que iba a ser más reconocible que diciéndole “coreano”. En cuanto a “loco” se tomó la decisión de ponerle ese apelativo porque se mostraba peligroso y era una locura enfrentarse a Estados Unidos”.</p>
<p>Formas de medición del impacto noticioso en sus lectores</p>	<p>“La forma de medición del impacto que tiene su publicación en sus lectores no se basa en focus group, sino en la venta de diarios. Al día siguiente de la publicación se revisa el número de devoluciones que se hicieron en los quioscos: si de 50.000</p>

	ejemplares -que es lo usual que se imprima- solo regresan 1.000 el tema fue un éxito. Esto influye directamente en la decisión del tema abridor de portada del día siguiente”.
Elección de tema principal en portada	“Elegir como tema principal en portada el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte en vez de temas de coyuntura nacional tiene que ver con que las noticias nacionales en esos días tenían que ver con política y Trome no es un diario que priorice las informaciones de corte político. El público objetivo encuentra esas notas en páginas interiores, pero no necesariamente en portada, porque son temas más ‘duros”.

Tabla 17
Entrevista a Raúl Castro

Raúl Castro Pérez	
Unidad temática “La construcción del mensaje periodístico”	“El mensaje periodístico desde la perspectiva sociológica es un recuento de la realidad realizado por un grupo de especialistas que desarrollan una disciplina llamada Periodismo. Estos especialistas, a través de conocimientos y normas, codifican la realidad, la registran y ofrecen una versión a grandes audiencias, a personas comunes, quienes leen estos registros que hacen”.
Cuándo un hecho es noticia	“Los investigadores entrevistan a profesionales periodistas y también a las audiencias que reciben las noticias. A partir de este trabajo de campo concluyen que para que una noticia sea tal tiene que ser algo concebido como un evento, para ser evento debe tener el acuerdo de mucha gente de que es un hecho o acontecimiento importante en la vida de la gente. Para que tenga importancia tiene que estar relacionado fundamentalmente a aspectos del poder, a aspectos de capacidad de influencia en el comportamiento de las personas. Esto se da cuando hay relación con hechos alrededor de autoridades (gente que ejerce el poder) y también de eventos donde se rompen las normas, como en el caso de robos y asesinatos. También se da en casos de eventos inusitados que generan crisis (como guerras, o epidemias). Si lo llevamos al aspecto cultural y deportivo tiene que ver con que lo que los autores llaman “elementos dramáticos”: conquistas, coronaciones y competencias”. “Dayan y Katz, autores del libro “Media Events: The Live Broadcasting of History”, mencionan que los eventos mediáticos son aquellos que refieren a la construcción de competencias: el relato presenta una competencia que puede ser un campeonato o un concurso y su respectiva coronación: alguien que asume un campeonato, un rey que es coronado o un presidente que es elegido. Lograr una conquista: un récord, un músico popular cuya obra tiene impacto en la gente cuando lanza algo nuevo indica que va a lograr el hit en el sentido del registro de su consumo”.
Criterios para elegir abridora de portada en un medio impreso	“Depende del medio y su público objetivo. Trome tiene su agenda particular, muy distinta. La agenda de Gestión, Depor y El Comercio van a ser diferentes. Y la agenda de El Comercio va a ser diferente a la de La República pues cada uno va a dar un enfoque distinto.

	<p>Los criterios tienen que ver con que sean hechos que vengan del poder, de las autoridades y que determinen un impacto radical en la vida de las personas. Por ejemplo, si el presidente Castillo decide nacionalizar Camisea, ese es un anuncio del poder del más alto nivel que va a afectar la vida de las personas radicalmente. Las excepciones vienen por ese lado, pues cada diario tiene su agenda y Trome tiene la suya propia, lo más probable con temas de farándula si hacemos el ejercicio de revisar una semana sus portadas”.</p>
<p>Apuesta editorial de medios informativos</p>	<p>“Trome tiene un modelo editorial asociado a lo que los estudios de medios llaman hiperrealidad. La hiperrealidad es una realidad vinculada a tres tipos de situaciones, según Gérard Imbert, semiólogo español:</p> <p style="padding-left: 40px;">Lo que les pasa a personajes de la farándula.</p> <p style="padding-left: 40px;">Lo que sucede en las agendas policíacas.</p> <p>Lo que sucede en el campo de los escándalos (ahí entra lo político, por ejemplo). Este mundo paralelo es un “multiverso”, como está de moda decir ahora y responde a un tipo de consumo de lectores que disfruta de conocer la vida de las celebridades como entretenimiento: entienden la noticia como entretenimiento. Otros también lo pueden entender como aspectos de la vida cotidiana que le son importante saber, por ejemplo, si se trata de cuestiones policiales, le resulta importante saber que hay cierta recurrencia a cierto tipo de robo y dónde ocurren, es decir, le encuentran una utilidad social también a eso”.</p>
<p>La construcción del personaje. Por qué alguien tan lejano geopolíticamente ocupa la portada del diario popular más importante del Perú</p>	<p>“Basado en la aparición periódica de Kim Jong-un en las portadas de Trome lo que se está investigando en esta tesis es la construcción de un personaje referencial. Ya no tanto por el efecto que pueda tener su comportamiento en el destino de los peruanos, sino principalmente como un personaje de entretenimiento. Y el “chino loco” es una construcción narrativa que lo caracteriza, literalmente, como un personaje de ficción, pero que pertenece a la realidad, y en este caso la realidad supera a la ficción. Entonces construyen este personaje y lo dotan de características de Rambo: un loco con determinado peinado, con determinado comportamiento que tiene en la punta de su dedo la posibilidad de detonar una guerra mundial.</p> <p>Este último elemento sí tiene una cierta relación con lo que le podría interesar a un peruano, es decir, el poder que tiene en su dedo para detonar una guerra mundial. Entonces “Trome” recurre, por un lado, a la meta narrativa de la hiperrealidad, del entretenimiento, del sujeto real convertido casi en personaje de ficción: convertido en un personaje de cómic, por un lado, pero por otro también apela al registro del miedo de que este personaje podría detonar una guerra mundial”.</p>
<p>El miedo</p>	<p>“El lector siente. Y no es que se trate de gente con menor competencia lectora, son sumamente competentes y entran en el código por el lado del entretenimiento.</p> <p><i>(Nota de Redacción): Cuando Raúl Castro realizó el primer plan editorial para Trome en el año 2001 encontró una especie de acuerdo subjetivo entre el medio y el lector, por el cual el lector disfruta del entretenimiento que se le ofrece y aprecia la oferta de la narración de la realidad hiperdramatizada. “En teoría social y en teoría estética lo hiper tiene que ver con una intensificación”.</i></p>

La exacerbación de la realidad: la hiperrealidad	<p>“El lector de Trome aprecia esa exacerbación del mundo... y le gusta. La gente aprecia eso, aprecia conocer un poco de la realidad a partir de un filtro o de un prisma: un encuadramiento festivo de la realidad.</p> <p>Celebran, pero claro, en toda celebración (como lo decían los griegos antiguos) hay un poco de agonía siempre. Siempre hay una celebración con felicidad máxima, pero por ratos también hay espacio para llorar, para recordar, conmemorar o dramatizar. La festividad en términos dionisiacos es una festividad que tiene emociones intensas”.</p>
--	--

Teniendo en cuenta la experiencia de estos 3 profesionales de los medios de comunicación es importante mencionar que cada uno ofrece una visión acerca de lo que significa la construcción del mensaje periodístico, ya que este constructo de la realidad lo realiza cada uno desde su especialidad y su lugar: Billy Cassalli desde el diseño y diagramación de la portada de Trome, José Castillo desde la sala de Redacción de este diario y Raúl Castro desde los estudios antropológicos que le permiten conocer el pensamiento tanto de los que construyen el mensaje como de los que lo reciben, miembros ambos de este contrato de lectura que es un acuerdo intrínseco entre ellos. Es importante mencionar, además, que Castro realizó el primer plan editorial para Trome en sus inicios, en el año 2001.

3.3. Resultados del *Focus group*

Se realizó un *focus group* a ocho estudiantes de la carrera de Comunicación y Periodismo de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: Alejandro de Jesús Gonzales Medina, Alexandra Lucía Quesnay Guevara, Antuanet Rodríguez Esteves, Baldwin Alec Albán Rivero, Kassandra María del Pilar Payahua, Molvina Sofía Rodríguez Zeballos, Sebastián Alejandro Meza Zelada y Valeria Naomi Kamimoto Sandoval. Ellos refirieron que se mantienen informados de los contenidos noticiosos, siendo tres los que hicieron un seguimiento como lectores al tema en ciernes.

A continuación, describiremos los aspectos más relevantes de esta reunión:

UNIDAD TEMÁTICA	RESUMEN
Lectura del diario Trome y conocimiento sobre Kim Jong-un	<ul style="list-style-type: none"> • Dos personas manifestaron leer el diario Trome, mientras que el resto reconoció no leer este medio informativo. • La totalidad de los participantes conocen quién es Kim Jong-un, lo cual dejó claro que no solo se enteraron de su existencia a través de medios escritos. Al realizarles la pregunta la mayoría mencionó que fue a través de redes sociales.
Conocimiento de la crisis nuclear desatada en mayo del 2017 entre Estados Unidos y Corea del Norte	<ul style="list-style-type: none"> • Siete conocían el tema, aunque de manera superficial: recuerdan haberle hecho seguimiento a través de Twitter y Facebook.
Percepción que causan las portadas de Trome en mayo del 2017	<ul style="list-style-type: none"> • La percepción fue mayormente de gracia y sorpresa. Mencionaron que gracia porque se nota que buscan llamar la atención a través de montajes y sorpresa porque es inusual que Trome tenga primeras páginas con temas internacionales ni bélicos, dado que a su público objetivo mayormente le llama la atención los temas de escándalos y farándula. • Otra participante menciona que percibe un poco de racismo, ya que denominan "chino" a una persona que tiene rasgos orientales. Considera que el tema fue tocado en portada por el morbo que se crea alrededor. • En el caso del apelativo "chino loco", percibe que como el nombre de Kim Jong-un no es un nombre común ni resuena como el de Donald Trump, en Trome decidieron ponerle un apelativo que lo acerque más a su público.
Relación entre todas las portadas	<ul style="list-style-type: none"> • Mencionan que se utiliza de manera exagerada referencias hacia la violencia, tratando de poner en evidencia que Kim Jong-un va a disparar misiles. Perciben que esta narrativa es creada adrede. • Perciben llamativos los colores y la tipografía. Notan como primer nivel de lectura titulares con palabras como "Ataque", "Crisis nuclear" o "chino loco".
Construcción del mensaje	<ul style="list-style-type: none"> • La división de 2 bandos: el bueno contra el malo. En este caso el malo es Kim Jong-un, mostrado como "loco" y siempre en actitud agresiva y con el apelativo "chino loco", buscando enfrentamiento con los buenos que son Estados Unidos. • En cuanto al uso de fotografías, resaltan que utilizan imágenes que no favorecen al líder norcoreano, dando coherencia con esto a la narrativa de locura, violencia y búsqueda de enfrentamiento bélico. • El hecho de sembrar la idea de la inminencia de una guerra nuclear es un tema que vino a la conversación también.
Presentación de este tema como nota principal de portada en mayo del 2017	<p>Las razones que consideraron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tema alarmante • Novedoso • Atípico. <ul style="list-style-type: none"> • No es común en la actualidad que se toquen temas de enfrentamiento entre 2 potencias que tienen arsenal nuclear. • La idea de que el tema fue utilizado para impactar fue mencionado también. Se sostuvo que se buscó crear esta sensación en los lectores de Trome, ya que el tema de una guerra siempre llamará la atención. • El hecho que el enfrentamiento sea lejano geográficamente a nuestra realidad hace que se muestre de manera espectacular.

Efectos que produce el mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte durante mayo del 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Gracia, mencionando que perciben que se informa sobre un tema serio de manera jocosa adrede. • Mencionan además que no todo el público lo va a tomar de esta manera, ya que muchos creerán que es un tema serio.
Tipos de contenido, símbolos o mensajes	<ul style="list-style-type: none"> • Consideran que se hacen montajes mostrando hechos que no han sucedido en la realidad, mostrando mayormente misiles, explosiones y aviones, lo cual crea un panorama bélico que causa impacto. • El color es un símbolo que resalta también, al verlo utilizado en los titulares y en las palabras que quieren resaltar en las bajadas complementarias. Tienen la percepción que el color negro es utilizado en un segundo nivel de importancia, al igual que el color amarillo.
El uso de las fotografías, infografías y colores en la creación del mensaje periodístico	<ul style="list-style-type: none"> • Las explosiones, los misiles y las distintas imágenes de Kim Jong-un contribuyen a generar la idea de un inminente enfrentamiento bélico. • Consideran relevante el lado visual, mencionando que en la psicología del color el rojo representa alarma y alerta, lo cual lleva a concluir que los titulares y bajadas llevan este mensaje. • En cuanto a las fotografías, consideran que por sí solas no aportan a la construcción del mensaje, pero mostradas en conjunto y en montajes contribuyen a la creación de una narrativa, la cual se suma a los textos mostrados en los titulares y bajadas.
El porqué de tener como referente a Kim Jong-un y no a Donald Trump	<ul style="list-style-type: none"> • El tener como referente a Kim Jong-un es consecuencia de que pertenece al bando de los malos, tomando en cuenta también que viene de una ideología comunista y por lo general este pensamiento es visto como que no es correcto. • Donald Trump ya es conocido, en cambio el líder norcoreano tiene un nombre difícil de pronunciar, por lo cual es más fácil que se le reconozca a través de un apelativo, y el de "chino loco" funcionó muy bien.

Los resultados obtenidos y detallados en este capítulo han permitido realizar un análisis y someter a discusión los contenidos, desarrollando un cruce de información con investigaciones previas, teorías y conceptos que han permitido explicar las causas del fenómeno ocurrido alrededor de una noticia internacional, cuyo tratamiento en el diario Trome a través del impacto visual y contenidos del mensaje provocaron expectativa en el lector objetivo, logrando subir sus ventas.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

A partir de los hallazgos encontrados en la realización de esta tesis se ha podido encontrar evidencia que permite el análisis de las características de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.

Se ha evidenciado que, de las 31 portadas publicadas en mayo del 2017, 14 tuvieron como tema principal el tema del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, el cual tuvo como inequívoco protagonista al líder norcoreano Kim Jong-un. Esto permitió construir un mensaje alineado al corte popular del diario Trome, mensaje reflejado en su diseño y diagramación con el uso excesivo de colores, tipografías y recursos visuales como fotomontajes o infografías; así como en la parte de contenidos textuales con el uso constante de adjetivos e hipérbolos.

Asimismo, en las entrevistas llevadas a cabo a los especialistas se pudo evidenciar que en Trome todos los temas son tratados con la misma rigurosidad periodística. Y en este acápite Billy Cassalli, Editor de Diseño y Web del diario Trome, acotó que el tema de portada es fundamental, pero que debe ilustrarse siempre con una buena foto, sino no se publica, coincidiendo con la importancia que se le ha dado a la parte visual. Así mismo, Cassalli destaca el dinamismo en la construcción del mensaje periodístico que muestra este caso específico de cobertura del conflicto entre Corea del Norte y Estados Unidos, donde se usó el lenguaje coloquial para acercar el personaje “chino loco” a las masas.

En el mismo sentido José Castillo, Editor General del diario Trome, considera que el mensaje periodístico es lo que ve publicado el lector, es decir una interacción entre imagen y texto. Plantea que una de las razones para elegir a Kim Jong-un como protagonista fue porque es un personaje con características estrambóticas y carácter inestable, contrario al clásico presidente de un país con imagen de estadista, sumando también el misterio que lo rodeaba.

Por otro lado Raúl Castro Pérez, experto en medios de comunicación y opinión pública, antropólogo y Máster en Comunicación, Cultura y Sociedad por Goldsmiths University of London, considera que la aparición periódica en mayo del 2017 de Kim Jong-un, apodado “chino loco” por el diario Trome, constituye la construcción de un personaje como referente de entretenimiento, ya que al ponerle ese sobrenombre se constituye una construcción narrativa que le da características de un personaje de ficción, pero que pertenece a la realidad, además de apelar al miedo de que este personaje pudiera detonar una guerra mundial.

En el mismo sentido, en el *focus group* se ha podido cruzar información que muestra la división entre 2 bandos causando polarización. En características del lenguaje gráfico el uso de fotografías resalta la idea de que las fotos utilizadas en estas portadas nunca favorecen al líder norcoreano Kim Jong-un, ayudando este detalle a que se construya una imagen de él con características de locura, violencia y confrontación. Los participantes coinciden en la consideración de la narrativa de una inminente guerra nuclear.

Estos resultados guardan relación con la investigación realizada por Adum (2018), quien encontró que los medios de comunicación construyen mensajes con llegada a grandes audiencias utilizando elementos narrativos como la obscenidad, el dolor, la muerte, entre otros, afectando la racionalidad de la comunicación; además, existe una percepción objetiva de la misma en la que cada medio interpreta y contextualiza un hecho periodístico de acuerdo con sus intereses, lo cual refuerza lo hallado en la presente investigación. Sin embargo al analizar los titulares, fotografías, la construcción de la noticia y la rigurosidad periodística de los diarios objeto de estudio se hizo con noticias específicas, a diferencia del presente estudio, en el que se hace seguimiento a un hecho en específico. A su vez Bejarano (2020) busca en su tesis de maestría la responsabilidad de la prensa en la creación de un clima de miedo, caos e incertidumbre en el Perú, basándose en el estudio de 30 portadas coincidentemente del diario Trome, llegando a la conclusión de que la mayoría de las noticias eran malas, aunque el contexto noticioso en general no necesariamente presentaba ese panorama, diferenciando de la presente investigación en el sentido de que no necesariamente se buscó -por lo menos en este tema específico en particular del conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte- colocar una noticia “mala” en portada, sino seguir con una narrativa que funcionó editorialmente y con la cual el público se identificó.

La Teoría del Análisis Crítico del Discurso Periodístico de Van Dijk (2004) avala lo antes mencionado, ya que se basa en el discurso como medio de poder, refiriendo que el poder de las palabras sobre la gente es inmenso y esto es usado por los poderes dominantes. Asimismo, Van Dijk (2004) sostiene que estos poderes dominantes imponen los textos y por ende los mensajes contenidos en este caso

denotan intereses de dominar la agenda pública creando sus propias realidades, en este caso en torno al conflicto bélico entre Estados Unidos y Corea del Norte.

A partir de los hallazgos encontrados se han podido describir las características narrativas del lenguaje gráfico y del lenguaje escrito en la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante mayo del 2017, encontrando que, al igual que para la primera variable, la construcción del mensaje periodístico se basa en elementos del lenguaje escrito (a través del uso de adjetivos e hipérboles) y del lenguaje gráfico (paleta de colores cálidos: rojo para los titulares y una combinación de negro y rojo para las bajadas, además del uso de fotografías silueteadas e infografías con la finalidad de crear un escenario de confrontación bélica y amenaza nuclear).

Al respecto Billy Cassalli, Editor de Diseño y Web del diario Trome, refiere que en este diario se caracterizan por utilizar siempre una imagen en portada (foto, fotomontaje o infografía), así sea una nota pequeña. Respecto a los colores, siempre han sido cálidos. En cuanto a la tipografía utilizada en la portada, es del *sans serif*, la cual carece de remates y detalles.

En cuanto al lenguaje escrito José Castillo, editor general del diario Trome, considera que el criterio principal para hacer la portada de este diario es entender qué le interesa a la persona “de a pie” (apelativo que es recurrentemente mencionado en las Redacciones periodísticas para referirse al arquetipo de la persona común y corriente). Es por esta razón que están en una permanente búsqueda a través de sus redactores, quienes están en contacto directo y constante con los personajes

protagonistas de las noticias. No es menos importante la labor de los fotógrafos, de quienes se espera que vayan más allá y sientan el lado humano de los hechos: el sentimiento, el dolor, la alegría de los protagonistas. En ese sentido, la decisión de mostrarlo con elementos gráficos estrambóticos no estuvo reñida con la objetividad, dado que, si bien lo empezaron a llamar “chino loco”, el desarrollo de la noticia estaba basado en hechos concretos.

Por otro lado Raúl Castro Pérez, experto en medios de comunicación y opinión pública y antropólogo, considera que los criterios para elegir un tema principal de portada en un diario (específicamente en Trome) tienen que ver con que sean hechos que vengan de las autoridades y que determinen un impacto radical en la vida de las personas.

En el mismo sentido, el *focus group* con estudiantes de la carrera de Comunicación y Periodismo arrojó como resultado que la percepción fue mayormente de gracia y sorpresa, ya que se nota que buscan llamar la atención a través de la publicación inusual de un tema internacional y bélico. La mayoría percibe que este tema en portada ha ido creciendo en espacio de portada de manera cronológica y coinciden en señalar que para los participantes de este *focus group* el mensaje puede parecer gracioso, pero para los lectores de Trome podría parecer alarmante. Coinciden en el hecho de la colocación del apelativo “chino loco”, percibiendo que como el nombre de Kim Jong-un no es común, en Trome decidieron llamarlo de una manera que lo acerque más a su público.

En contraparte Rivera (2019) menciona que la manipulación de la información en la prensa fue afectada por el uso incorrecto del tratamiento del contenido de las informaciones y la fotografía también se vio afectada por esta manipulación.

Coincidiendo con el tema, Dancourt (2018) al analizar las portadas del periódico deportivo peruano Líbero, concluye que estas páginas a través de sus titulares, imágenes, fotos, ilustraciones y gráficos construyen realidades con un mensaje basado en estereotipos interiorizados por sus lectores, donde el uso de los colores es muy importante y se apela a sus diferentes estados emocionales, llevándolos a una determinada realidad.

La Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas avala lo anteriormente mencionado, ya que los contenidos de los mensajes, sean hablados o escritos, están basados en procesos comunicativos que denotan una intencionalidad del discurso de acuerdo con el contexto en el que se publiquen.

A partir de un análisis de contenido se pudo comparar la agenda periodística del diario Trome con la agenda periodística de otros medios con el fin de analizar las agendas noticiosas y desestimar el argumento de lo que el imaginario popular denomina “creación de cortinas de humo”. El ejercicio de contraste propuesto implicó revisar lo que venía siendo cubierto en mayo del 2017 por dos de los llamados “diarios serios” referentes del periodismo escrito, mientras Trome basaba sus portadas en noticias sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, buscando responder el porqué de esta decisión editorial. Se dedujo que durante los 31 días de este mes solo en una oportunidad apareció el tema del conflicto bélico en otro diario

que no fuera Trome, publicándose esta nota en un lugar poco habitual para las coberturas internacionales: en el llamado “friso” que se ubica encima de su “cabecera”, que es donde aparece su logotipo sobre un bloque de color amarillo distintivo de su marca. Con la foto en silueta de Kim Jong-un, el decano de la prensa peruana tituló “Se está al borde de la guerra nuclear” en palabras de Kim Jong-un. Ese día fue la segunda oportunidad en que Trome dedicaba su espacio principal de portada al tema del conflicto, mientras que los otros dos diarios abrieron sus primeras páginas con el tema de la minería ilegal desde diferentes puntos de vista.

El resto de días estos dos diarios influyentes en la agenda pública trataron en sus respectivas portadas temas como el caso Lava Jato (donde estaba implicado el expresidente Alan García) y las declaraciones de Marcelo Odebrecht, funcionario que al acogerse a la llamada “colaboración eficaz” empezó a inculpar a importantes personajes vinculados a la política peruana por presuntos delitos de coimas. Otros temas tratados en los mencionados diarios fueron el contrato para construir el aeropuerto de Chincheros (que le terminó costando el puesto al en ese entonces ministro de Transportes y Comunicaciones Martín Vizcarra) y la denuncia contra el contralor Édgar Alarcón.

Por su parte y teniendo en cuenta la agenda noticiosa de Trome, Billy Cassalli remarca que su público objetivo es netamente popular y sus contenidos están dirigidos al nivel socioeconómico C y D, teniendo presencia (en contra de lo que muchos piensen) en los niveles A y B. Se decidió utilizar el término “chino loco” a pesar de que el personaje principal no era oriundo de China pues iba a ser mejor

identificado con ese apelativo dado que en el Perú usualmente se les conoce así a las personas que tienen rasgos orientales.

En ese mismo sentido José Castillo menciona que el público objetivo de Trome está conformado por lectores de 30 años a más que son comerciantes, estudiantes y amas de casa que aspiran a mejorar su nivel de vida a través del estudio y el trabajo. Por otro lado Kim Jong-un fue elegido como protagonista de portada porque llamaba la atención por su apariencia, hecho que no quiere decir que se haya dejado de lado el sustento noticioso. En cuanto a elegir para portada el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte en vez de temas de coyuntura nacional, esta decisión viene por el lado de que Trome no es un diario que priorice las informaciones de corte político.

Cruzando la información recabada en el *focus group* se concluye que algunas de las razones que los participantes perciben que se usaron para elegir el tema de conflicto, entre Estados Unidos y Corea del Norte en portada de Trome, son porque era un tema alarmante, novedoso y atípico, coincidiendo con lo que busca el público objetivo según Cassalli y Castillo líneas arriba. A esto se suma que no es común en la actualidad que se toquen temas de enfrentamiento entre 2 potencias que tienen arsenal nuclear, pues el hecho de mencionar el término “Guerra Mundial” impacta sobremanera.

Lo encontrado en la presente investigación se acerca a lo investigado por Rivera (2019), quien concluyó que los medios en los cuales se basó su investigación tienen sus fotografías ubicadas en la derecha con mayor tamaño para que el lector las visualice fácilmente y que estas imágenes sobre corrupción se relacionan con el

texto que se publica, hecho que da luces a que los medios se preocupan en una correcta relación y concordancia imagen-texto. Sin embargo no muestra al detalle categorías, subcategorías y códigos que permitan establecer al detalle estas mencionadas relaciones entre imagen y texto, tal como se realiza en la presente investigación, nacida desde el conocimiento de las dinámicas que se realizan en las redacciones periodísticas.

Coincidiendo con Cassalli y Castillo, Martín (2017), en su tesis doctoral, representa el nivel mediático de los escándalos de corrupción política en España describiendo a jueces y fiscales, que suelen ser representados como héroes o villanos según la afinidad del respectivo medio con los afectados por la actuación judicial. En el caso de Trome en el Perú, el “chino loco” fue presentado como villano.

Respecto de las percepciones ciudadanas y en la misma idea que Cassalli y Castillo, Ballesteros (2015) indica que, para Berger y Luckmann (1972), Alsina (1993) o Gómez Patiño (2014), la sociología entiende la realidad informativa como una construcción particular de ‘lo público’. (p. 44), hecho que le da el poder de poner de manifiesto o ignorar algún suceso, haciendo que los medios decidan qué es noticia y qué no lo es.

Por otra parte, Cadwell y Zapaterra (2014) recalcan en la importancia del impulso de tomar en manos una revista o periódico que tenga una imagen de portada y una cabecera atractivas visualmente, ya que al lograr este objetivo se gana un lector para el resto de las notas del interior de la publicación impresa

En ese sentido se considera vital para la decisión de compra y lectura de los diarios las percepciones ciudadanas sobre lo que se observa en primer lugar en la portada, razón por la cual es importante mencionar la teoría de la Gestalt o de la forma, que tiene como objeto de estudio principal la percepción, siendo esta un proceso fundamental para otras actividades como el aprendizaje y el pensamiento. Coincidentemente Oviedo (2004), indica que la percepción procesa la realidad de forma directa e inmediatamente le atribuye cualidades que definen el objeto y establecen cuál es su naturaleza y como está constituido.

CONCLUSIONES

El análisis de las características de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en mayo del 2017 en las portada del diario Trome, ha permitido constatar que tanto los elementos gráficos como los textuales se complementan en un texto visual, produciendo impacto que genera expectativa en el lector. De esta manera el medio tomó en cuenta la repercusión de la portada, convirtiendo a Kim Jong-un, apodado “chino loco”, en un personaje próximo siendo de un país tan lejano. Para esto apeló al miedo y le dio secuencialidad a la historia, sosteniéndola en sus portadas durante gran parte de mayo del 2017. Esta decisión editorial no buscó la creación de una “cortina de humo”, sino fue un mero ejercicio que, basado en la aceptación del tema por parte del público lector, se dio sostenidamente hasta que dejó de funcionar en los quioscos de venta.

En cuanto a las características narrativas del lenguaje gráfico y del lenguaje escrito en la construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome, estas tienen un corte popular. La narrativa gráfica se ve reflejada en el uso excesivo de colores cálidos, de manera que el color rojo resalta en los titulares y la combinación de negro y rojo en las bajadas, además de las tipografías, fotomontajes o infografías, buscando el impacto visual antes que de la lectura en sí; mientras que en la narrativa escrita destacan adjetivos calificativos e hipérbolos usando lenguaje directo y coloquial, produciendo sensaciones de miedo y expectativa ante los acontecimientos al otro lado el mundo, dando la sensación de una inminente confrontación bélica y amenaza nuclear.

Al caracterizar la representación mediática de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en el mes de mayo del 2017 en las portadas de los diarios más importantes del país, se concluyó que la presencia de este enfrentamiento en las portadas del diario Trome obedeció a que los hechos políticos no son parte de la agenda informativa en portada de este diario popular, ya que sus editores consideran que son temas que no van a llamar la atención de las personas que conforman su nicho de lectoría. Por otro lado, se confirma que la cobertura de este hecho noticioso no obedeció a una “cortina de humo” como se suelen interpretar los fenómenos informativos de la esfera mediática peruana bajo el argumento de “teorías de la conspiración”, sino a un mero ejercicio periodístico en el que los editores decidieron continuar con un tema que tuvo gran aceptación entre sus lectores.

Respecto a las percepciones ciudadanas acerca de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en las portadas de Trome, se destaca que al cruzar información los participantes concluyeron que inusualmente se trató una noticia internacional fuera de su agenda noticiosa habitual, hecho que les ocasionó gracia y sorpresa con imágenes que a toda vista eran montajes fotográficos. En el mismo sentido, salió a relucir el morbo, percibiendo que eso era lo que motivaba a los ciudadanos al momento de comprar este periódico, no tanto el interés genuino en el enfrentamiento bélico en sí. Acotando que, mientras a los participantes (estudiantes de Comunicación y Periodismo) les puede parecer gracioso, a los lectores de Trome podría parecerles alarmante.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los profesionales de la comunicación escrita utilizar los recursos gráficos y textuales del mensaje periodístico, para así poder construir un mensaje acorde al público objetivo al cual se dirigen, evitando caer en la creación de contenidos basados en miedo y morbo.

Se recomienda además a las universidades que forman profesionales en el ámbito de la comunicación afianzar estos conocimientos incluyendo cursos de *diseño y contenido* en su malla curricular, para que así sus egresados puedan contar con criterios tanto académicos como éticos.

Respecto a los elementos del lenguaje gráfico al construir el mensaje periodístico, se recomienda en las universidades se implemente el curso y talleres de *diseño gráfico de información*, con un enfoque hacia la construcción de la noticia con impacto visual, teniendo énfasis en el diseño de contenidos que sean coherentes con la información.

Se recomienda a las escuelas de periodismo que implementen en su malla curricular un curso de *diseño con enfoque periodístico*, que los capacite para unificar criterios y complementar adecuadamente los textos escritos con el lenguaje gráfico, dando como resultado el texto visual, donde no tiene sentido uno sin el otro.

Se recomienda al diario Trome, por ser el diario hispano de mayor lectoría y por tener amplia popularidad, que asuma el reto de construir el mensaje periodístico

de manera fresca, directa y dinámica, pero que al mismo tiempo sea crítico y reflexivo, cumpliendo su misión de informar, sin caer en el exceso.

Se recomienda a los medios de comunicación y a sus periodistas que tengan en cuenta los acontecimientos importantes para la actualidad del país, aprovechando la agenda mediática e incluir temas inherentes a su desarrollo y esclarecimiento de problemas concernientes a su acontecer político y social.

Se recomienda a las escuelas de periodismo de las universidades que cuando enseñen los temas concernientes a la construcción de la noticia se estudie también lo que abarca el periodismo popular, así como también los límites del periodismo sensacionalista.

Se recomienda a los profesionales de la comunicación escrita que consideren la gran responsabilidad que tienen con respecto al público consumidor, respetando el contrato de lectura con contenidos responsables, sin dejar de ser novedosos. En este sentido, deben ser vigilantes y críticos ante los mensajes que producen.

REFERENCIAS

- Adum, I. M. (2018). *La construcción de los mensajes y su influencia en los receptores*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. España. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49864/>
- Aparici, R., García, A., Fernández, J. y Osuna, S. (2006). *La imagen, análisis y representación de la realidad*. Barcelona, España: Gedisa.
- Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. *La Trama de la Comunicación*, 15, 67-80. <https://www.redalyc.org/pdf/3239/323927065004.pdf>
- Ballesteros, E. (2015). El sesgo androcéntrico en la construcción del mensaje periodístico: el caso de las maquinistas de tren (1929-2011). *Revista Española de Sociología*, 24, 43-63. <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/65421>
- Banks, M. (2010). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Madrid, Morata.
- BBC Mundo (2017, 01 de mayo). “Sería un honor reunirme con él”: el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, sobre un encuentro con el líder norcoreano Kim Jong-un. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-39774862>
- BBC Mundo (2017, 05 de mayo). Corea del Norte acusa a la CIA y EE.UU. de intentar asesinar a su líder Kim Jong-un con una sustancia bioquímica. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-39818488>

- Bejarano, C. A. (2020). *La incertidumbre, el miedo y el caos social que vive el Perú, y el trabajo del periodismo en tiempos de ciberespacio*. (Tesis de maestría). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7044>
- Busquet, J y Medina, Alfons (coord.) (2017). *La investigación en comunicación. ¿Qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir?* Editorial UOC, S.L.. Kindle Edition. <https://www.amazon.es/investigación-comunicación-debemos-seguir-Manuales/dp/8491800050>
- Cairo, A. (2016). *Truthful Art, The: Data, Charts, and Maps for Communication (Voices That Matter) 1st Edición*.
- Caldwell, C. y Zapaterra, Y. (2014). *Diseño Editorial. Periódicos y revistas / Medios impresos y digitales*. Barcelona, España: Gustavo Gili. <https://www.digitaliapublishing.com/a/41393/disenio-editorial---periodicos-y-revistas---medios-impresos-y-digitales>
- Chihu, A. (2012). La teoría del framing: un paradigma interdisciplinario. *Acta Sociológica*, (59), 77-101. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484938e.2012.59.33119>
- Dancourt, M. (2018). *Las portadas del diario Líbero según el análisis del discurso*. (Tesis de maestría). Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4258>
- Dayan, D. y Katz, E. (2009). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Estados Unidos: Harvard University Press. <https://www.amazon.com/-/es/Daniel-Dayan/dp/0674559568>

DF Polit y CT Beck (2012). Investigación en enfermería: generar y evaluar evidencia para la práctica de enfermería. 9ª ed. Filadelfia: Lippincott, Williams & Wilkins.

El Economista (2017, 03 de mayo). ¿Cómo sería una reunión entre Trump y Kim Jong-un?
<https://www.economista.com.mx/internacionales/Como-seria-una-reunion-entre-Trump-y-Kim-Jong-un-20170503-0027.html>

Escobar-Pérez, J., Cuervo-Martinez, A. (2008). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización.* (27-36)

https://www.researchgate.net/profile/Jazmine-Escobar-Perez/publication/302438451_Validez_de_contenido_y_juicio_de_expertos_Una_aproximacion_a_su_utilizacion/links/59a8daecaca27202ed5f593a/Validez-de-contenido-y-juicio-de-expertos-Una-aproximacion-a-su-utilizacion.pdf

Garrido, L. (2011). Reseña de "La Teoría de la acción comunicativa" de J. Habermas. *Razón y Palabra*, (75).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706036>

Grupo El Comercio (2017). Informe de Lectoría del diario Trome 2017-2018.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación (6ª. Ed.)*. México, D.F.: McGraw-Hill.

Hernando, B. M. (1995). Las formas de expresión del mensaje periodístico. *Revista Estudios sobre el mensaje periodístico*, (2), 27.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP9595110027>

A

Lúquez, P., Fernández, O. (2016) . La teoría fundamentada: precisiones epistemológicas, teórico-conceptuales, metodológicas y aportes a las ciencias. *Revista CUMBRES*, 2(1), 101-114.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6550772>

Ivars, B. (2019). La infografía periodística en España: definición y tipología de uso. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 283-302.
<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.63729>

Maldonado, M. M. (2017). *Semiótica de las fotografías y discurso de las notas informativas sobre feminicidio publicadas en las versiones digitales de los periódicos La Prensa y El Nuevo Diario durante el segundo semestre de 2014 y el primer semestre de 2015*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. <https://repositorio.unan.edu.ni/8454/>

Mapelli, G. (2007, 21 de octubre). *El lenguaje de la prensa*.
http://www00.unibg.it/dati/corsi/3021/23533-LENGUAJE%20PERIOD%CDSTICO_07-08_dispensa%201.pdf

Marín, J. A. (2017). *La representación mediática del escándalo de corrupción política en España (2009-2014) desde la Teoría del encuadre (Framing)*. (Tesis doctoral). Universidad Católica de Murcia. España.
<http://hdl.handle.net/10952/2528>

- Oviedo, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, (18), 89-96. <https://doi.org/10.7440/res18.2004.08>
- Pedrerros, J. J. (2018). *Los titulares de la portada de Perú 21 en la percepción de la marca y la decisión de compra de los lectores de las universidades de Lima Sur*. (Tesis de maestría). Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4353>
- Peñarrieta, L. G., Rodríguez, L. H. y Ramos, K. (2014). Análisis de los contenidos de elementos impresos de la portada del diario Correo edición región Puno 2012. *Comuni@cción*, 5(2). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000200006
- Reuters Staff (2017, 24 de mayo). *Trump llama “loco con armas nucleares” a líder norcoreano Kim: transcripción*. <https://www.reuters.com/article/eeuu-trump-coreadelnorte-idLTAKBN18K2SS-OUSLT>
- Rivera, D. (2019). *Tratamiento del fotoperiodismo y la calidad informativa en las primeras planas y otras secciones en los diarios, La República y El Comercio, respecto a la corrupción en los meses de junio y julio, Arequipa 2019*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Perú. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/11032>

- Suárez, F. (2008). *Fundamentos del diseño periodístico: claves para interpretar el lenguaje visual del diario*. <https://www.amazon.es/Fundamentos-del-diseño-periodístico-Comunicación/dp/8431325690>
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Editorial Universitaria de Antioquia.
- Subiela, B. J. (2018). La retórica de la imagen en el diseño periodístico: del modelo publicitario al informativo. *Arquetipo*, (17), 9-24. <https://revistas.ucp.edu.co/index.php/arquetipo/article/view/61>
- Subiela-Hernández, Blas-José; Gómez-Company, Ariana (2018). "Influencia del diseño periodístico en la comprensión de la información". *El profesional de la información*, v. 27, n. 1, pp. 115-123. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.11>
- Torres, E. (2006). El tratamiento de la imagen en los atentados del 11-M Terrorismo y violencia en la prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9(61), 0. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81996103>
- Universitat de Barcelona (s/f.). *Elementos básicos de la psicología ambiental*. http://www.ub.edu/psicologia_ambiental/psicologia_ambiental
- Vallejo, J. (2019). Análisis de la fotografía periodística como documento histórico para la creación de memoria social en la época del terrorismo en el Perú: el caso de la Universidad San Marcos bajo la perspectiva de la revista Caretas y el periódico La República. *Revista Peruana de*

Fotografía e Investigación Visual, 2(3), 58-67.

<https://revistas.upc.edu.pe/index.php/fot/article/view/1057>

Van Dijk, T. A. (2004). Discurso y dominación. En *Grandes Conferencias de*

Ciencias Humanas, (4), 5-28.

[http://conaldi.edu.co/wp_ES/wordpress/julianperez/wp-](http://conaldi.edu.co/wp_ES/wordpress/julianperez/wp-content/uploads/sites/85/2016/12/Discurso-y-dominaci%C3%B3n-V.D..pdf)

[content/uploads/sites/85/2016/12/Discurso-y-dominaci%C3%B3n-](http://conaldi.edu.co/wp_ES/wordpress/julianperez/wp-content/uploads/sites/85/2016/12/Discurso-y-dominaci%C3%B3n-V.D..pdf)

[V.D..pdf](http://conaldi.edu.co/wp_ES/wordpress/julianperez/wp-content/uploads/sites/85/2016/12/Discurso-y-dominaci%C3%B3n-V.D..pdf)

ANEXOS

Anexo 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

PREGUNTA PROBLEMA	OBJETIVO	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	POBLACIÓN/ MUESTRA	INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA
P.G ¿Cuáles son las características de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?	O.G Analizar las características de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.	La construcción del mensaje periodístico Características narrativas del lenguaje gráfico Características narrativas del lenguaje escrito	Cobertura en portadas de Trome durante el mes de mayo del 2017 Elementos icónicos Elementos textuales	-Titulares -Periodicidad de aparición. -Colores - Tipografía - Fotografías -Infografías -Verbos. -Adjetivos.	Período de la muestra: 1 al 31 de mayo del 2017 Elección de la muestra: Parte de la observación de las portadas del diario Trome en el contexto de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en un período en el que se publicó un mensaje de amenaza bélica.	-Monitoreo de medios. -Análisis de contenido. -Focus group -Entrevista en profundidad	Investigación Cualitativa Diseño: Teoría fundamentada
PE1 ¿Qué características narrativas del lenguaje gráfico y del lenguaje escrito contribuyen en la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?	OE1: Describir las características narrativas del lenguaje gráfico y del lenguaje escrito en la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.	Características narrativas del lenguaje gráfico Características narrativas del lenguaje escrito	Texto visual	Imágenes: -Colores. - Tipos de letra - Fotografías - Infografías Elementos textuales: -Verbos - Adjetivos	Período de la muestra: 1 al 31 de mayo del 2017 Elección de la muestra: Parte de la observación de las portadas del diario Trome en el contexto de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en un período en el que se publicó un mensaje de amenaza bélica.	-Monitoreo de medios. -Análisis de contenido. -Focus group -Entrevista en profundidad	Investigación Cualitativa Diseño: Teoría fundamentada

<p>PE2 ¿Qué información primaba en la agenda periodística del diario Trome y qué información primaba en la agenda periodística de otros diarios de circulación nacional durante la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte durante el mes de mayo del 2017?</p>	<p>OE2: Caracterizar la representación mediática de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte durante el mes de mayo del 2017 en las portadas de los diarios más importantes del país.</p>	<p>Agenda periodística</p>	<p>La agenda periodística del diario Trome</p> <p>La agenda periodística del diario El Comercio</p> <p>La agenda periodística del diario La República</p>	<p>-Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p> <p>-Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p> <p>-Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	<p>Período de la muestra: 1 al 31 de mayo del 2017</p> <p>Elección de la muestra: Parte de la observación de las portadas del diario Trome en el contexto de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en un período en el que se publicó un mensaje de amenaza bélica.</p>	<p>-Monitoreo de medios.</p> <p>-Análisis de contenido.</p> <p>-Focus group</p> <p>-Entrevista en profundidad</p>	<p>Investigación Cualitativa</p> <p>Diseño: Teoría fundamentada</p>
<p>PE3 ¿Cuáles son las percepciones ciudadanas acerca de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?</p>	<p>OE3: Evaluar las percepciones ciudadanas acerca de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.</p>	<p>Las percepciones ciudadanas</p> <p>Crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte</p>	<p>Opiniones de lectores acerca de las agendas noticiosas de las portadas del diario Trome</p> <p>Opiniones de lectores acerca de la crisis nuclear en las portadas del diario Trome</p>	<p>-Percepciones de sospecha.</p> <p>- Reacciones emocionales de expectativa.</p> <p>- Percepciones de sorpresa.</p>	<p>Período de la muestra: 1 al 31 de mayo del 2017</p> <p>Elección de la muestra: Parte de la observación de las portadas del diario Trome en el contexto de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en un período en el que se publicó un mensaje de amenaza bélica.</p>	<p>-Monitoreo de medios.</p> <p>-Análisis de contenido.</p> <p>-Focus group</p> <p>-Entrevista en profundidad</p>	<p>Investigación Cualitativa</p> <p>Diseño: Teoría fundamentada</p>

Anexo 2. Hojas de registro de resumen del Análisis de contenido

Figura 17

Portada 4, publicada el martes 16 de mayo



Nota: Luego de 12 días, vuelve a aparecer el llamado “chino loco” esta vez a bordo de un barco de guerra.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	
			Informativos	Sí
		Ubicación en portada	Lado central	80%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: naranja	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	Sí
Mapas ubicadores	Sí			
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
	Exclamativos			
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	

Figura 18

Portada 5, publicada el miércoles 17 de mayo



Nota: El miércoles 17 de mayo aparece por primera vez un titular exclamativo.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	
			Informativos	Sí
		Ubicación en portada	Lado central	80%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: naranja	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores	Sí			
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	
		Adjetivos	Calificativos	
			Exclamativos	Sí
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	

Figura 19

Portada 6, publicada el jueves 18 de mayo



Nota: El jueves 18 de mayo, aparecen nuevos tipos de fotos. Se utiliza por primera vez la palabra “terror”.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	Sí
			Informativos	
		Ubicación en portada	Lado central	70%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: naranja	
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores	Sí			
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	
		Adjetivos	Calificativos	
			Exclamativos	Sí
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	

Figura 20

Portada 7, publicada el sábado 20 de mayo



Nota: El sábado 20 de mayo repiten el titular del miércoles 3, “Listos para atacar”, siendo Estados Unidos nuevamente el país que amenaza con su desplazamiento de armamento rumbo al mar de Corea.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	
			Con adjetivos exclamativos	Sí
Interpretativos	Sí			
Informativos				
		Ubicación en portada	Lado central a la izquierda	70%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: amarillo	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores				
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	
			Exclamativos	
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	

Figura 21

Portada 8, publicada el lunes 22 de mayo



Nota: En la octava portada del mes, el lunes 22 de mayo, se publica por segunda oportunidad un misil de esa dimensión en primera página: a lo alto de todo el tabloide e incluso saliendo de la diagramación clásica.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	Sí
			Interpretativos	Sí
			Informativos	
		Ubicación en portada	Lado central a la derecha	70%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: amarillo	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores				
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	
			Exclamativos	

Figura 22

Portada 9, publicada el miércoles 24 de mayo



Nota: En la novena portada del mes aparece en primer plano un soldado apuntando con su arma directamente al lector.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	
		Ubicación en portada	Lado central a la derecha	70%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: amarillo	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
Infografías	Descriptivas			
	Mapas ubicadores			
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	Sí
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
	Exclamativos			
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
Adjetivos		Calificativos		
	Exclamativos			

Figura 23

Portada 10, publicada el jueves 25 de mayo



Nota. Al día siguiente, el jueves 25 de mayo, aparece nuevamente como protagonista un portaaviones.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	Sí
			Informativos	
		Ubicación en portada	Lado central a la derecha	70%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: amarillo	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores				
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	

Figura 24

Portada 11, publicada el sábado 27 de mayo



Nota. Dos días después, el sábado 27 de mayo, este tema aparece por segunda vez en una edición de fin de semana, dato no menor ya que, como sabemos, los sábados y domingos se incrementa la venta de los periódicos impresos.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	Sí
			Informativos	
		Ubicación en portada	Lado central a la izquierda	70%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: amarillo	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores				
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	
			Exclamativos	

Figura 25

Portada 12, publicada el lunes 29 de mayo



Nota: Dejando el domingo para otro tema, Trome retoma el tema del conflicto 2 días después, el lunes 29 de mayo.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	Sí
			Informativos	
		Ubicación en portada	Lado central a la izquierda	80%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: amarillo	Sí
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores	Sí			
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
	Adjetivos	Calificativos		
		Exclamativos		
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
Adjetivos	Calificativos			
	Exclamativos			

Figura 26

Portada 13, publicada el martes 30 de mayo



Nota: Al día siguiente, el martes 30, se rompe con todas las portadas anteriores y apuestan por un fotomontaje que denota trastorno mental en el líder norcoreano.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	
			Interpretativos	Sí
			Informativos	
		Ubicación en portada	Lado central	70%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: amarillo	
			Cálido: rojo	Sí
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores				
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	Sí
	Exclamativos			
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
Adjetivos		Calificativos		
	Exclamativos			

Figura 27

Portada 14, publicada el miércoles 31 de mayo



Nota. El último día de mayo del 2017, el 31, se publicó la portada número 14 de esta novela por capítulos que atrapó lectores especialmente en la segunda parte del mes.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	
La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Sí
			Con adjetivos exclamativos	
Interpretativos	Sí			
Informativos				
		Ubicación en portada	Lado central a la izquierda	20%
Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Cálido: amarillo	Sí
			Cálido: rojo	
		Tipografías	Sin serif	Sí
			Con serif	
		Fotografías	Con sentido bélico	Sí
			Fotomontajes	Sí
			Silueteadas	Sí
		Infografías	Descriptivas	
Mapas ubicadores				
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en titulares	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	
		Adjetivos	Calificativos	Sí
			Exclamativos	
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	
			Con función apelativa	Sí
		Adjetivos	Calificativos	
			Exclamativos	

Anexo 3. Guía de entrevista

Se entrevistó a 3 especialistas ligados al diseño y edición de periódicos impresos.

En primer lugar, a Billy Cassalli, Editor de Diseño y Web del diario Trome:

- a. ¿Cuál es el público objetivo del diario Trome y cuáles son los criterios que se toman en cuenta para diagramar su portada?
- b. Teniendo en cuenta estos criterios, ¿cuáles de estos priman para elegir el tema principal en la primera página y cuáles tienen menor relevancia?
- c. ¿Qué criterios se toman en cuenta para decidir si la nota abridora va con fotos, fotomontajes o infografías en la portada del diario Trome?
- d. ¿Qué nivel de participación tiene el diseñador de portada en el proceso de edición de la primera página del diario Trome?
- e. ¿Por qué se eligieron los cálidos en la paleta de colores de Trome? ¿Qué representan?
- f. ¿Qué implica el uso de tipografía san serif en titulares, bajadas y leyendas de la portada del diario Trome?
- g. ¿Recuerda las portadas referentes al “chino loco” Kim Jong-un en Trome, específicamente en el mes de mayo del 2017? ¿Qué nos podría contar al respecto?
- h. ¿Qué criterios de diseño se tomaron en cuenta para construir el mensaje que querían transmitir en la portada del diario respecto a este conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte?

También conversé con José Castillo, Editor General del diario Trome:

1. ¿Para usted qué es el mensaje periodístico?
2. ¿Cuál es el público objetivo del diario Trome?

3. Cuando se hace la portada del diario Trome, ¿cuáles son los criterios que se toman en cuenta?
4. Teniendo en cuenta estos criterios ¿cuáles priman para elegir el tema principal de la portada?
5. Por ejemplo, en este caso, yo supongo que en la última portada donde sale lo de Melissa Paredes. Ustedes tenían otro tema y cuando salió ese ampay en ese día, supongo que bajo ese criterio lo habrán cambiado para que esa sea la abridora.

¿Qué nivel de participación tienen, además del director, los diseñadores, los que toman decisión en la elaboración de la portada de Trome?
6. Kim Jong-un es el líder de Corea del Norte y fue apodado “chino loco” por Trome. Haciéndose popular con este apelativo dado sus constantes amenazas de lanzamiento de bombas nucleares en el marco del conflicto con Estados Unidos, básicamente en el 2017. ¿Qué hace que un personaje, tan lejano geopolíticamente, tan exótico, ocupe la portada de Trome, que es el diario más vendido en Latinoamérica?
7. Tomando en cuenta eso, en qué momento deciden decir el “chino loco” está pegando y vamos a ponerle más portadas. Por ejemplo, lo que yo he analizado en mayo de 2017 (que es la base de mi investigación) se han dado 14 portadas, casi la mitad del mes con él, y en la segunda quincena para adelante, son seguidas, y todas están en una escalada de amenazas, que es una palabra clave que me acaba de mencionar usted. ¿En qué momento dijeron sabes “chino loco”, aquí es?
8. La decisión de mostrarlo de esa manera con los fotomontajes, los misiles, el hongo nuclear, mostrarlo siempre a él de carácter agresivo, ¿viene también con

la decisión de mostrarlo con este carácter estrambótico, más allá de misterioso, que se note su amenaza?

9. ¿Y allí también aplica el hecho de poner los misiles, el armamento bélico?
10. ¿No necesariamente realizan focus group para medir el impacto en el lector, sino miden la calle a través de los redactores y también con ellos estando en las calles?

Otro experto a quien entrevisté fue Raúl Castro Pérez, experto en medios de comunicación y opinión pública, antropólogo y Máster en Comunicación, Cultura y Sociedad:

1. ¿Cuál es su experiencia en el área del Periodismo y la Antropología? ¿Ambas disciplinas tienen mucho que ver, ¿verdad?
2. Para usted ¿qué es el mensaje periodístico y cómo se construye en un medio de comunicación masivo?
3. Según su experiencia en medios impresos, ¿cuáles son los criterios que se toman en cuenta para que un hecho sea considerado como noticia?
4. Teniendo en cuenta estos criterios, ¿cuál o cuáles considera que priman para elegir el tema principal en una publicación periodística impresa, específicamente en su portada? Porque en las portadas siempre hay varios elementos, pero siempre hay un elemento principal, secundarios y terciarios. ¿Cuál o cuáles serían los criterios que priman para elegir este en una nota abridora de portada, por ejemplo?
5. La agenda y el tratamiento informativo van a ser distintos en los denominados diarios “populares” y en los “serios”, ¿no?

6. En el diario Trome se han visto temas que han ocupado su portada en repetidas oportunidades, tipo novela por capítulos: como la historia de Ciro Castillo, la suspensión por dopaje de Paolo Guerrero antes del Mundial de Rusia 2018 o escándalos de farándula. ¿A qué considera que se deba esta apuesta editorial?
7. Hay una identificación también con algún evento parecido en su vida... y muchos tienen miedo de esta policía de la moral, o se guían de la moral que ella hace trascender a través de los medios...
8. En mayo del 2017 Kim Jong-un, líder de Corea del Norte, fue apodado "chino loco" por Trome, haciéndose popular con este apelativo en el marco del conflicto con Estados Unidos. Incluso ese apelativo que se hizo tan popular fue usado en medios televisivos. En esta oportunidad hubo amenazas de guerra creando tensión mundial. ¿Qué le parece que lleva a que un personaje tan lejano geopolíticamente de nuestra realidad ocupe en repetidas oportunidades la portada del diario más vendido de Latinoamérica? En ese mes estuvo casi en la mitad de sus primeras planas, o sea, de 31 días apareció en 14 portadas.
9. El miedo, ese miedo termina atrapando al lector ante la inminente amenaza de que pueda suceder algo.
10. ¿El lector aprecia la exacerbación?
11. A veces hay comentarios que desdeñan un poco a los periódicos populares, ¿no?
12. En una de las preguntas anteriores me dio una recomendación: para ver un encuadramiento festivo de la realidad.
13. El elenco estable que siempre está dando vueltas en sus puestos, en sus publicaciones...


Anexo 4. Fichas de análisis de contenido

FECHA y MEDIO	UNIDADES TEMÁTICAS	CATEGORÍA	SUB-CATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO			
Portada número: Fecha: Día/mes/año	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos				
				Con adjetivos exclamativos				
	Interpretativos							
	Informativos							
				Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte			
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos:				
				Color naranja				
				Color rojo				
			Tipografías	Seriff o sin seriff (nombre del tipo de letra)				
				En mayúsculas para titulares				
				En minúsculas para bajadas				
			Fotografías	Con sentido bélico				
				Fotomontajes				
				Silueteadas				
			Infografías	Descriptivas				
	Mapas ubicadores							
	Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos				
				Con función apelativa				
			Adjetivos	Calificativos				
				Exclamativos				
Elementos textuales en bajadas		Verbos	Informativos					
			Con función apelativa					
		Adjetivos	Calificativos					
			Exclamativos					
Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:						
		Colores						
		Tipos de letra						
		Fotografías	<i>Con sentido bélico</i>					
			<i>Fotomontajes</i>					
			<i>Silueteadas</i>					
		Infografías	<i>Descriptivas</i>					
			<i>Mapas ubicadores</i>					
		Características narrativas del lenguaje escrito		Elementos textuales:				
				Verbos		Informativos		
Con función apelativa								
Adjetivos	Calificativos							
	Exclamativos							

	Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	
				Porcentaje del tema en portada	
				Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	
		La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	
				Porcentaje del tema en portada	
				Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	
		La agenda periodística del diario La República	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	
				Porcentaje del tema en portada	
				Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	

Hoja de registro Análisis de contenido


Portada No 1

FECHA y MEDIO	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO			
 <p>Portada número 1: Martes 2 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	El titular "Rodean al 'Chino Loco'" es de tipo informativo, aunque se refiere al personaje protagonista con un apelativo referente a sus rasgos raciales, los cuales no necesariamente concuerdan con su nacionalidad: Kim Jong-un no es natural de China, sino de Corea del Norte.			
				Con adjetivos exclamativos				
	Interpretativos							
	Informativos							
				Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte.	Primera vez que aparece en portada de Trome, el martes 2 de mayo del 2017.		
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos: Color naranja Color rojo	Uso del color rojo de fondo, de tal manera que haga contraste la tipografía de color blanca con la cual pintan tanto el titular como la bajada.			
						Tipografías	Sin serif (nombre del estilo de letra)	En mayúsculas para el titular y en minúsculas para la bajada.
			Fotomontajes					
			Silueteadas					
				Infografías	Descriptivas	No aparecen infografías en esta edición.		
		Mapas ubicadores						
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	El verbo "rodear" es usado para el titular informativo, apelando al hecho de que el protagonista está en problemas.				
			Con función apelativa					
		Adjetivos	Calificativos	Califican de "loco" al líder de Corea del Norte, Kim Jong-un.				
			Exclamativos					

		Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos Con función apelativa	El verbo "apoyar" es clave enraizar el mensaje que el "Chino loco" está en problemas por el apoyo de Estados Unidos a Japón.		
			Adjetivos	Calificativos Exclamativos	El adjetivo "poderoso" remarca la importancia de la fuerza bélica de Japón, aliada de Estados Unidos en este conflicto geopolítico.		
Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:					
		Colores	<i>Degradé de rojo a naranja</i>				
		Tipos de letra	<i>Sin serif</i>				
		Fotografías	<i>Con sentido bélico</i>		Fotos de agencias noticiosas internacionales, dos en formato silueta.		
			<i>Fotomontajes</i>				
			<i>Silueteadas</i>				
		Infografías	<i>Descriptivas</i>		No hay infografías en esta edición.		
			<i>Mapas ubicadores</i>				
		Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales:				
			Verbos	Informativos		El verbo "rodear" es usado para el titular informativo, apelando al hecho de que el protagonista está en problemas.	
Con función apelativa							
Adjetivos	Calificativos		Uso del adjetivo calificativo "loco" en el titular, dando a entender que el líder de Corea del Norte no está en sus cabales.				
	Exclamativos						
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	La nota se ubicó en el lado central inferior.			
			Porcentaje del tema en portada	20% de espacio en portada			
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Primera aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017			
	La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.			
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.			
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Ninguna.			

		<p>La agenda periodística del diario La República</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	<p>Ubicación del tema en portada</p>	<p>El tema no se publicó en portada.</p>
				<p>Porcentaje del tema en portada</p>	<p>El tema no se publicó en portada.</p>
				<p>Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017</p>	<p>Ninguna.</p>

Portada No 2


	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO
 <p>Portada 2: Miércoles 3 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	El titular es interpretativo, porque denota que las fuerzas norteamericanas se encuentran ad portas de atacar apoyándose en una bajada informativa.
				Con adjetivos exclamativos	
				Interpretativos	
			Informativos		
	Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Segunda vez que aparece en portada de Trome, el miércoles 3 de mayo del 2017.		
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos:	Uso del color rojo en el titular, lo cual denota peligro. La bajada si bien es de color negro, usa el rojo para destacar frases importantes, lo cual le adhiere una sublectura.
				Color naranja	
				Color rojo	
			Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.
			Fotografías	Con sentido bélico	Fotografías con sentido bélico. Silueta de soldado en actitud de disparo inminente. Líder norcoreano en actitud amenazante, también silueteado.
				Fotomontajes	
				Silueteadas	
			Infografías	Descriptivas	No hay infografías en esta edición.
				Mapas ubicadores	
Características narrativas del lenguaje escrito			Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos
	Con función apelativa				
	Adjetivos	Calificativos			
		Exclamativos			
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	El verbo “destruir” tiene una función apelativa, ya que busca que el lector reaccione a esta acción.	
			Con función apelativa		
Adjetivos	Calificativos	Nuevamente mencionan que Kim Jong-un está “loco”.			
	Exclamativos				
Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:			
		Colores	Naranja	Rojo	
		Tipos de letra	Sin Serif	En mayúsculas tanto para titulares	

					como para bajada y leyenda.
			Fotografías	Con sentido bélico	Aparece una imagen que deja entrever que hubo una explosión en el mar, dando la impresión de actos hostiles en el Océano Pacífico, además de un misil que cruza la página en primer plano dirigiéndose hacia la bajada que resalta el nombre de Estados Unidos.
				Fotomontajes	
			Silueteadas		
			Infografías	Descriptivas	No hay infografías en esta edición.
				Mapas ubicadores	
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales:				
	Verbos			Informativos	El verbo “destruir” tiene una función apelativa, ya que busca que el lector reaccione a esta acción.
				Con función apelativa	
	Adjetivos			Calificativos	Nuevamente mencionan que Kim Jong-un está “loco”.
Exclamativos					
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Parte principal de la portada del diario, en el lado central, a la derecha.	
			Porcentaje del tema en portada	70%	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Segunda aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017	
	La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado superior derecho, en el llamado “friso”.	
			Ubicación del tema en portada	10%	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Primera aparición del tema en portada de El Comercio durante el mes de mayo del 2017	
		Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	

		La agenda periodística del diario La República	del Norte y sucesos políticos del Perú.	Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017.	Ninguna.
--	--	--	---	---	----------




Portada No 3

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO	
 <p>Portada 3: Jueves 4 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Titular interpretativo que denota preocupación, transmitiendo de esta manera al lector la idea de un conflicto en el que inminentemente está amenazada la paz.	
				Con adjetivos exclamativos		
	Interpretativos					
				Informativos		
				Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Tercera vez que aparece en portada de Trome, el jueves 4 de mayo del 2017.
		Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos:	Uso del color rojo en el titular, denotando energía y osadía. El diseño de este diario tiene como estilo que la bajada de color negro utilice el rojo para destacar frases dentro de sí, lo cual le adhiere una sublectura.
Color naranja						
Color rojo						
			Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.	
			Fotografías	Con sentido bélico	En esta edición utilizaron nuevamente fotografías con sentido bélico, teniendo como elemento principal la explosión de una bomba atómica clásica, la cual aparece por primera vez en esta narrativa y denota el mensaje de hecatombe. En segundo término, aparece el llamado "chino loco" en actitud todopoderosa de supervisión de los acontecimientos confrontacionales al	
		Fotomontajes				
		Silueteadas				

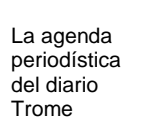


				tener los binoculares en su mano izquierda, lo cual denota su conocimiento de los hechos ocurridos: el lanzamiento de un misil cerca de territorio norcoreano por parte de Estados Unidos, su mano derecha apoyada en los hechos crea la apariencia de poder, el avión bombardero y el misil crean el imaginario de desborde armamentístico.			
			Infografías	<table border="1"> <tr> <td>Descriptivas</td> <td rowspan="2">Mapa donde se ubica la zona geográfica que comparten Japón y Corea del Norte en el continente asiático.</td> </tr> <tr> <td>Mapas ubicadores</td> </tr> </table>	Descriptivas	Mapa donde se ubica la zona geográfica que comparten Japón y Corea del Norte en el continente asiático.	Mapas ubicadores
Descriptivas	Mapa donde se ubica la zona geográfica que comparten Japón y Corea del Norte en el continente asiático.						
Mapas ubicadores							
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	Uso del sustantivo "tensión", el cual denota preocupación y busca impactar de esta manera al lector.			
			Con función apelativa				
		Adjetivos	<table border="1"> <tr> <td>Calificativos</td> <td rowspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Exclamativos</td> </tr> </table>	Calificativos		Exclamativos	
	Calificativos						
	Exclamativos						
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Los verbos "manda" y "amenaza" tiene una función apelativa.			
Con función apelativa							
Adjetivos		<table border="1"> <tr> <td>Calificativos</td> <td rowspan="2">El adjetivo "furioso" con el que se califica a Kim Jong-un denota amenaza.</td> </tr> <tr> <td>Exclamativos</td> </tr> </table>	Calificativos	El adjetivo "furioso" con el que se califica a Kim Jong-un denota amenaza.	Exclamativos		
Calificativos	El adjetivo "furioso" con el que se califica a Kim Jong-un denota amenaza.						
Exclamativos							
Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:					
		Colores	Rojo y negro.				
		Tipos de letra	Sin Serif. En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.				
		Fotografías	Con sentido bélico	Imágenes con sentido bélico. Fotocomposición utilizando como base la foto de la explosión de una bomba nuclear con fotos silueteadas de aviones bombarderos y misiles.			
			Fotomontajes				
			Silueteadas				
Infografías	Descriptivas	En esta oportunidad se apoyan en una infografía: un mapa ubicador donde se visualiza la zona geográfica que comparten Japón y Corea del Norte en el continente asiático. El elemento					

	Características narrativas del lenguaje escrito			Mapas ubicadores	clave de este mapa es la existencia de las Islas Marshall, que se encuentran bajo el protectorado de Estados Unidos, por lo cual se levantan como un elemento geográfico importante en el sistema geopolítico de esta zona de Asia donde pretende dominar el régimen norcoreano.	
				Elementos textuales:		
				Verbos	Informativos	Los verbos "manda" y "amenaza", utilizados en las bajadas, tienen una función apelativa, ya que buscan influir en el lector a fin de que crea este mensaje.
					Con función apelativa	
Adjetivos	Calificativos	El adjetivo "furioso" con el que se califica a Kim Jong-un denota amenaza.				
	Exclamativos					
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado central, a la izquierda.		
			Porcentaje del tema en portada	60%		
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Tercera aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017		
	La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.		
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.		
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.		
	La agenda periodística del diario La República	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.		
			Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.		
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Ninguna.		


Portada No 4

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO			
 <p>Portada 4: Martes 16 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	El titular usado es de tipo informativo, incluyendo nuevamente el apelativo de "Chino loco".			
				Con adjetivos exclamativos				
				Interpretativos				
				Informativos				
		Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Cuarta vez que aparece en portada de Trome, el martes 16 de mayo del 2017. El tema ocupa la primera página luego de 12 días.		
	Colores				Colores cálidos:	Uso del color rojo en el titular, denotando peligro. El diseño de este diario tiene como estilo que la bajada de color negro utilice el rojo para destacar frases dentro de sí, lo cual le adhiere una sublectura.		
				Color naranja				
				Color rojo				
						Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.
	Fotografías					Con sentido bélico	No es un dato menor que las imágenes que se conocen de Kim Jong-un son proporcionadas por el hermético gobierno de este país asiático considerado como dictadura.	
Fotomontajes								
Silueteadas								
				Si bien no es la primera vez que aparece un misil en portada específicamente en este tema de conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte, en esta oportunidad se muestra en primer plano y con un color rojo que denota peligro. Esto se complementa con la leyenda (que en esta oportunidad se ubica en el lado izquierdo de la página) en que nuevamente mencionan a Donald Trump sin mostrar su imagen.				
				El avión que sobrevuela la explosión le da un equilibrio no solo en la composición sino también en la correlación de fuerzas.				

			Infografías	Descriptivas Mapas ubicadores	Es la primera oportunidad en que aparece una infografía de mayor tamaño, la cual muestra no solo la ubicación de los países en conflicto, sino que explica con detalle el posible recorrido que tendría el misil intercontinental que Corea del Norte aseguraba podría llegar hasta Los Ángeles, Estados Unidos. En anteriores ediciones solo se publicaron mapas ubicadores.	
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos			
			Con función apelativa			
		Adjetivos	Calificativos	Si bien es cierto es parte de un apelativo, el adjetivo calificativo "loco" que acompaña a "chino" denota a una persona desequilibrada.		
			Exclamativos			
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos			
			Con función apelativa			
Adjetivos	Calificativos					
	Exclamativos					
Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:				
		Colores	Rojo y naranja, pertenecientes a la paleta de colores del periódico. Los demás colores son circunstanciales de la escena que se desarrolla.			
		Tipos de letra	Sin Serif, en mayúsculas tanto para titular como para bajada y leyenda.			
		Fotografías	Con sentido bélico	Fotografías con sentido bélico: misil partiendo hacia su destino, aviones de guerra sobrevolando la zona (uno incluso encima de la cabecera con el nombre del periódico).		
			Fotomontajes			
			Silueteadas			
		Infografías	Descriptivas	En esta edición desarrollaron por primera vez una infografía descriptiva, en la cual mostraron la distancia entre Corea del Norte y la ciudad de Los Ángeles en Estados Unidos, ciudad donde el líder norcoreano aseguraba que podían llegar sus misiles.		
			Mapas ubicadores			
		Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales:			
			Verbos	Informativos	El verbo "apunta" del titular da la idea de un direccionamiento del poderío bélico de	
Con función apelativa						

					Corea del Norte hacia territorio norteamericano, fuera de su continente.
			Adjetivos	Calificativos	
				Exclamativos	
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome		Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado superior, a lo ancho de toda la página.
				Porcentaje del tema en portada	80%
				Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Cuarta aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017
	La agenda periodística del diario El Comercio		Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
				Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
				Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.
	La agenda periodística del diario La República		Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
				Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
				Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017.	Ninguna.


Portada No 5

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO
 <p>Portada 5: Miércoles 17 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos Con adjetivos exclamativos Interpretativos Informativos	En la quinta portada del mes de mayo aparece el primer titular con adjetivo exclamativo. Una sola palabra: ¡PELIGRO! y con letras mayúsculas para dar énfasis en la situación deja sentada la iniciativa editorial de construir un mensaje de amenaza.
			Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Quinta vez que aparece en portada de Trome, el miércoles 17 de mayo del 2017.
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos: Color naranja Color rojo	Color rojo en el titular, denotando peligro, apoyado en la tipografía. El diseño de este diario tiene como estilo que la bajada de color negro utilice el rojo para destacar frases dentro de sí, lo cual le adhiere una sublectura. El titular secundario utiliza el color amarillo, poco usado en las anteriores portadas, pero que también es parte de la paleta de colores de Trome.
				Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)
			Fotografías	Con sentido bélico Fotomontajes Silueteadas	Se apela al sentido bélico con el fotomontaje de una explosión nuclear en medio del océano, sin tener en cuenta la rigurosidad informativa en el sentido del lugar de la explosión: la idea es que se vea un hongo con fuego, no importa dónde. La imagen de Kim Jong-un continúa apareciendo, dejando en claro que él es el protagonista de la historia.

			Infografías	Descriptivas Mapas ubicadores	Aparición de un mapa ubicador que ubica el contexto no solo geográfico, sino también político, de las dos Coreas: la del Norte y la del Sur. No dejan de lado a Japón, aliado del ejército de Estados Unidos.	
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	Calificativos	El titular en Bold y entre signos de admiración ayuda a construir un clima de inestabilidad a través también del mensaje que da el sustantivo “peligro”, siendo un adjetivo exclamativo. No es usual un titular de una sola palabra, lo cual incrementa el impacto visual que de por sí ya es importante al estar en mayúsculas y en color rojo.	
			Con función apelativa			
		Adjetivos	Exclamativos			
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Calificativos	El verbo “desafía” tiene una carga emocional que busca influir en el lector construyendo un mensaje de conflicto.	
			Con función apelativa			
		Adjetivos	Exclamativos	Nuevamente califican como “loco” a Kim Jong-un.		
Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:				
		Colores	Naranja y rojo, además del amarillo.			
		Tipos de letra	Sin Serif, en mayúsculas tanto para titular como para bajada y leyendas.			
		Fotografías	Con sentido bélico	Es la segunda vez que aparece una bomba atómica explotando en el mar del Océano Pacífico, pero no la primera en que Kim Jong-un aparece con expresión beligerante no solo en su rostro, sino en sus movimientos manuales: su mano izquierda denota actitud de firmeza y mandato.		
			Fotomontajes			
			Silueteadas			
Infografías	Descriptivas	Es la segunda vez que aparece una infografía de mapa ubicador, esta vez resaltando la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur,				
	Mapas ubicadores					

					países separados luego de la Segunda Guerra Mundial y con regímenes políticos opuestos. Nuevamente la leyenda juega un papel complementario con la infografía, aunque en esta oportunidad se muestra en otro formato, apuntando más a resaltar una cifra.
Características narrativas del lenguaje escrito			Elementos textuales:		
			Verbos	Informativos	El verbo "desafía" tiene una carga emocional que busca influir en el lector construyendo un mensaje de conflicto.
				Con función apelativa	
Adjetivos	Calificativos	Nuevamente califican como "loco" a Kim Jong-un.			
	Exclamativos				
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado izquierdo.	
			Porcentaje del tema en portada	70%	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Quinta aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.	
	La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.	
	La agenda periodística del diario La República	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017.	Ninguna.	


Portada No 6

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO	
 <p>Portada 6: Jueves 18 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	<p>El titular "Terror por misiles" denota miedo a lo que pueda suceder, y eso lo transmite al lector.</p> <p>La bajada hace hincapié en las palabras clave "chino loco" y "conflicto atómico", usando el rojo para generar una doble lectura con palabras clave dentro del mensaje principal, además de colocarlas en Extrabold.</p> <p>La leyenda que informa acerca de los proyectiles nucleares que llegarían a Japón no se ubica cerca al mapa ubicador como usualmente se han diagramado en portadas anteriores, lo cual lleva a pensar que ese texto no encajaba encima de la foto o que generaba mucho ruido visual.</p>	
				Con adjetivos exclamativos Interpretativos		
				Informativos		
				Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte.	Sexta vez que aparece en portada de Trome, el jueves 18 de mayo del 2017.
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores	Colores cálidos:	<p>Uso sostenido del rojo como en el titular, esta vez acompañado por fotografías con tonos de color tierra, lo cual denota campo abierto.</p>
					Color naranja	
Color rojo						
			Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)	<p>En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda. El uso de tipografía sin serif como parte de su paleta tipográfica le da una relevancia al título, acrecentada además con el uso del color rojo.</p>	
			Fotografías	Con sentido bélico Fotomontajes Silueteadas	<p>La imagen del soldado norcoreano manipulando esa imponente arma es obra del gobierno</p>	

					<p>norcoreano, el cual distribuye imágenes bélicas a los medios internacionales. Al ser un régimen totalitario, controlan los medios y la imagen que ellos dan del gobierno de Corea del Norte. Nuevamente un misil sale disparado y un avión ingresa en dirección contraria, hecho que refuerza la idea de enfrentamiento.</p>
			Infografías	<p>Descriptivas</p> <p>Mapas ubicadores</p>	<p>Es la tercera vez que aparece un mapa ubicador, nuevamente resaltando (al igual que en la edición del día anterior) la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur.</p>
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	<p>El sustantivo "terror" en el titular "Terror por misiles" denota miedo a lo que pueda suceder, por lo que transmite al lector este mensaje. El titular es interpretativo.</p> <p>El verbo "iniciar" viene de la mano con la posibilidad de un conflicto bélico.</p>	
			Con función apelativa		
		Adjetivos	Calificativos		
			Exclamativos		
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos		
			Con función apelativa		
Adjetivos	Calificativos				
	Exclamativos				
Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:			
		Colores	Predominantemente rojo, acompañado por fotografías de tonos tierra.		
		Tipos de letra	Sin Serif, en mayúsculas tanto para titular como para bajada y leyendas.		
		Fotografías	Con sentido bélico	<p>La imagen del soldado norcoreano manipulando esa imponente arma es obra del gobierno norcoreano, el cual distribuye imágenes bélicas a los medios internacionales. Al ser un régimen totalitario, controlan los medios y la imagen que ellos dan del gobierno de Corea del Norte. Nuevamente un misil sale disparado y un avión ingresa en dirección contraria, hecho que refuerza la idea de enfrentamiento.</p>	
			Fotomontajes		
Silueteadas					
Características narrativas del lenguaje escrito					

			Infografías	Descriptivas Mapas ubicadores	Es la tercera vez que aparece un mapa ubicador, nuevamente resaltando (al igual que en la edición del día anterior) la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur.
			Elementos textuales:		
			Verbos	Informativos Con función apelativa	El verbo "iniciar" viene de la mano con la posibilidad de un conflicto bélico.
				Adjetivos	
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada		Lado izquierdo.
			Porcentaje del tema en portada	70%	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Sexta aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.	
	La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.	
	La agenda periodística del diario La República	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017.	Ninguna.	

Portada No 7


	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO	
 <p>Portada 7: Sábado 20 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	<p>Si bien la amenaza se evidencia desde el titular, se da a conocer en detalle en la bajada. Las palabras clave en esta oportunidad son "Estados Unidos", portaaviones", "5 mil 500" y "helicópteros".</p> <p>En la leyenda que aparece al lado de la foto silueteada del líder norcoreano Kim Jong-un se apuntala la idea de que es conocido como "chino loco" resaltando en rojo ese apelativo, además de las palabras clave "bombardean", "desatará" y "catástrofe infernal". La actitud del líder norcoreano nuevamente denota supervisión de los hechos, aunque muestra preocupación al bajar sus binoculares para ver con sus propios ojos la amenaza del soldado norteamericano.</p>	
				Con adjetivos exclamativos Interpretativos		
				Informativos		
				Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Séptima vez que aparece en portada de Trome, el miércoles 3 de mayo del 2017.
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos: Color naranja Color rojo		Uso sostenido del rojo en el titular y bajada, esta vez acompañado por el amarillo, utilizado simulando un resaltador en la bajada.
				Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.
Fotografías			Con sentido bélico Fotomontajes Silueteadas		El diseñador de la página ha colocado en lugares opuestos al líder norcoreano y al soldado estadounidense, quien se muestra	

					<p>con actitud activa y listo para disparar.</p> <p>La foto en medio del océano, donde se muestra un portaaviones y otros navíos, da muestras del poderío estadounidense en armamento. Las imágenes de un avión sobrevolando la zona y el águila representativa norteamericana con las alas talladas con la bandera de ese país dan una muestra inequívoca de que el protagonista de esta portada y los que están listos para atacar son los Estados Unidos.</p>
			Infografías	<p>Descriptivas</p> <p>Mapas ubicadores</p>	No hay infografías en esta edición.
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	Con función apelativa	El verbo “atacar” convierte al titular en uno de tipo interpretativo y denota amenaza.
			Calificativos		
		Adjetivos	Exclamativos	El adjetivo “listo” unido a la palabra “atacar” denota preparación para un inminente enfrentamiento.	
			Verbos	Informativos	Con función apelativa
	Adjetivos	Calificativos	Exclamativos	En la leyenda que aparece al lado de la foto silueteada del líder norcoreano Kim Jong-un se apuntala la idea de que es conocido como “chino loco” resaltando en rojo ese apelativo con el cual lo califican.	
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual			Imágenes:
Colores			Uso sostenido del rojo en el titular y bajada, esta vez acompañado por el amarillo.		
Tipos de letra			Sin Serif		

			Fotografías	Con sentido bélico	El líder norcoreano y el soldado estadounidense se muestran beligerantes.	
				Fotomontajes	La foto en medio del océano, donde se muestra un portaaviones y otros navíos, da muestras del poderío estadounidense.	
				Silueteadas	Las imágenes de un avión sobrevolando la zona y el águila representativa norteamericana con las alas talladas con la bandera de ese país dan una muestra inequívoca de que el protagonista de esta portada y los que están listos para atacar son los Estados Unidos.	
			Infografías	Descriptivas	No hay infografías en esta edición.	
				Mapas ubicadores		
			Elementos textuales:			
	Características narrativas del lenguaje escrito		Verbos	Informativos	Las palabras clave "bombardean", "desatará" tiene una función apelativa cuando se unen a la frase "catástrofe infernal".	
				Con función apelativa		
			Adjetivos	Calificativos	El adjetivo "listo" unido a la palabra "atacar" denota preparación para un inminente enfrentamiento.	
				Exclamativos		
	Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	70%	
					Porcentaje del tema en portada	Lado izquierdo.
						Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017

	<p>La agenda periodística del diario El Comercio</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.
	<p>La agenda periodística del diario La República</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017.	Ninguna.


Portada No 8

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO
 <p>Portada 8: Lunes 22 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	En la octava portada del mes, el lunes 22 de mayo, se publica por segunda oportunidad un misil de esa dimensión en primera página. La imagen del misil está en plano general. El titular "Chino loco" es un peligro" en letras rojas y en mayúsculas es parte del mensaje de amenaza que se está construyendo a lo largo de esta segunda parte del mes.
				Con adjetivos exclamativos	
	Interpretativos				
	Informativos				
			Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Octava vez que aparece en portada de Trome, el lunes 22 de mayo del 2017.
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos:	Color naranja
Color rojo					
Tipografías			Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.	
Fotografías			Con sentido bélico	Fotomontajes	Silueteadas

	Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Infografías	Descriptivas	No hay infografías en esta edición.		
				Mapas ubicadores			
			Verbos	Informativos		El uso del sustantivo "peligro" da cuenta del mensaje de amenaza que se quiere dar al público lector de Trome. Nuevamente usan el adjetivo calificativo "loco" para referirse a Kim Jong-un.	
				Con función apelativa			
		Adjetivos	Calificativos				
			Exclamativos				
		Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos			
				Con función apelativa			
	Adjetivos		Calificativos				
			Exclamativos				
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:				
			Colores	Rojo en el titular y bajada, esta vez acompañado por el amarillo, utilizado simulando un resaltador en la bajada.			
			Tipos de letra	Sin Serif			
			Fotografías	Con sentido bélico	La imagen del misil está en plano general. Aparece Kim Jong-un en primer plano en actitud de supervisión. Es la primera vez que se publica una fotografía de Donald Trump, apareciendo en la parte inferior de la composición gráfica, ya que el dominador de la acción es el líder de Corea del Norte.		
				Fotomontajes			
Silueteadas							
Infografías			Descriptivas	No hay infografías en esta edición.			
			Mapas ubicadores				
Elementos textuales:							
Características narrativas del lenguaje escrito			Verbos	Informativos	El uso del sustantivo "peligro" da cuenta del mensaje de amenaza que se quiere dar al público lector de Trome.		
	Con función apelativa						
	Adjetivos	Calificativos	Nuevamente usan el adjetivo calificativo "loco" para referirse a Kim Jong-un.				
		Exclamativos					
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado derecho.			
			Porcentaje del tema en portada	70%			
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Octava aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.			

	<p>La agenda periodística del diario El Comercio</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.
	<p>La agenda periodística del diario La República</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017.	Ninguna.


Portada No 9

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO		
 <p>Portada 9: Miércoles 24 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos	El titular vuelve a mencionar el apelativo "chino loco", quien a esta altura del mes ya es un personaje reconocido por las masas, quienes no necesariamente saben su nombre de pila.		
				Exclamativos			
				Interpretativos			
				Informativos			
				Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte.	Novena vez que aparece en portada de Trome, el miércoles 24 de mayo del 2017.	
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos:		Uso sostenido del rojo en el titular y bajada, esta vez acompañado por el amarillo, utilizado simulando un resaltador en la bajada.	
				Color naranja			
				Color rojo			
					Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.
			Fotografías	Con sentido bélico		Aparece en primer plano un soldado apuntando con su arma directamente al lector. Si se analiza minuciosamente el uniforme del soldado, hay suficientes motivos para sospechar que no es estadounidense: primero por el traje de camuflaje, el cual puede ser de cualquier ejército; no hay tampoco algún parche o escudo identificatorio que certifique su nacionalidad.	
Fotomontajes							
Silueteadas							
		Infografías	Descriptivas	Es la cuarta vez que aparece un mapa ubicador, nuevamente resaltando la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur, zona del conflicto.			
			Mapas ubicadores				

	Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	Nuevamente el verbo "atacar", esta vez utilizado contra Kim Jong-un. A estas alturas se nota que todos los titulares tiene función apelativa.	
				Con función apelativa		
			Adjetivos	Calificativos		
		Exclamativos				
		Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos		El verbo "dispara" da cuenta de un enfrentamiento.
				Con función apelativa		
	Adjetivos		Calificativos			
		Exclamativos				
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:			
			Colores	Rojo y amarillo, acompañados del naranja y el amarillo, combinados como fuego en el fondo de la página.		
Tipos de letra			Sin Serif			
Fotografías			Con sentido bélico	Aparece en primer plano un soldado apuntando con su arma directamente al lector. Aparece Kim Jong-un apuntando de manera amenazante hacia el soldado enemigo.		
			Fotomontajes			
			Silueteadas			
Infografías			Descriptivas		Es la cuarta vez que aparece un mapa ubicador, nuevamente resaltando la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur.	
			Mapas ubicadores			
Características narrativas del lenguaje escrito			Elementos textuales:			
			Verbos	Informativos	El verbo "dispara" da cuenta de un enfrentamiento.	
	Con función apelativa					
	Adjetivos	Calificativos	Nuevamente califican como "loco" a Kim Jong-un.			
		Exclamativos				
	Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado derecho.	
Porcentaje del tema en portada				70%		
Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017				Novena aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.		

	<p>La agenda periodística del diario El Comercio</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.
	<p>La agenda periodística del diario La República</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Ninguna.


Portada No 10

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO	
 <p>Portada 10: Jueves 25 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	El titular está narrado en primera persona, tomando una cita textual del presidente norteamericano Donald Trump, quien aparece por segunda vez y en un momento menciona que Kim Jong-un “es un loco con bombas atómicas”. Bastaron esas declaraciones para lograr ese titular que ya no es interpretativo, sino informativo.	
				Con adjetivos exclamativos		
	Interpretativos					
					Informativos	La leyenda, en esta oportunidad en letras blancas al igual que la bajada aprovechando el cielo azul que ayuda al contraste, apuntala la idea de que Trump es quien amenaza en esta oportunidad.
				Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte.	Décima vez que aparece en portada de Trome, el jueves 25 de mayo del 2017.
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos:	Uso sostenido del rojo en el titular. Esta vez en la bajada y leyenda usaron el color blanco para hacer contraste con el cielo celeste oscuro que sale de fondo. El amarillo es utilizado para resaltar palabras y frases clave.	
Color naranja						
Color rojo						
Tipografías			Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.		
		Fotografías	Con sentido bélico	El navío que aparece como elemento principal ya no salió en plano general como el día anterior, sino en primer plano, mostrando detalles de su poderío: un cañón apuntando		
	Fotomontajes					
	Silueteadas					

					directamente al lector que mira la página, compuertas blindadas y torres de control de diferentes niveles que lanzan misiles nucleares. En esta ocasión el tema referido ocupa el 70% del espacio de portada.	
			Infografías	Descriptivas Mapas ubicadores	No hay infografías en esta edición.	
Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	Con función apelativa	Titular informativo, ya que utiliza una cita textual.	
			Adjetivos			Calificativos
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Con función apelativa	El principal verbo nuevamente es "atacar".	
			Adjetivos			Calificativos
			Adjetivos	Exclamativos		
Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:				
		Colores	Rojo, amarillo y blanco.			
		Tipos de letra	Sin Serif			
		Fotografías	Con sentido bélico	La posición del barco lleva a que Kim Jong-un tenga una mirada de ángulo picado, dejando en claro que está observando no solo el trasatlántico, sino el poderío de sus misiles disparados, además de los aviones.		
			Fotomontajes			
			Silueteadas			
		Infografías	Descriptivas	No hay infografías en esta edición.		
			Mapas ubicadores			
		Elementos textuales:				
		Características narrativas del lenguaje escrito	Verbos	Informativos	El principal verbo nuevamente es "atacar".	
Con función apelativa						
Adjetivos	Calificativos					
	Exclamativos					
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado derecho.		
			Porcentaje del tema en portada	70%		
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Décima aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.		

	<p>La agenda periodística del diario El Comercio</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.
	<p>La agenda periodística del diario La República</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Ninguna.


Portada No 11

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO
 <p>Portada 11: Sábado 27 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Como en las anteriores portadas, la bajada termina ocupando un lugar en que no se sabe si es bajada o volada. Pero si leemos su contenido textual podremos comprobar que es un texto complementario del titular, por lo cual cumple con todas las características de una bajada informativa. La bajada tiene una doble lectura apoyada en palabras resaltadas en rojo, donde destaca el sustantivo propio "Estados Unidos", el verbo "eliminar", el sustantivo "líder" y la acción "preparando ataque".
				Con adjetivos exclamativos Interpretativos	
	Informativos				
	Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Décimoprimer vez que aparece en portada de Trome, el sábado 27 de mayo del 2017.		
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos: Color naranja Color rojo	Uso sostenido del rojo en el titular y bajada, esta vez acompañado por el amarillo, utilizado simulando un resaltador.
				Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)
Fotografías				Con sentido bélico	Kim Jong-un aparece en la parte superior de la página y Donald Trump en el lado inferior. Las actitudes que muestran ambos líderes son contrapuestas: mientras que al líder norcoreano se le nota en actitud de observación y preocupado, al presidente norteamericano se le representa exaltado y amenazante. La imagen principal que
	Fotomontajes				
Silueteadas					

					crea el clima bélico es la de un soldado norteamericano, que tiene un uniforme parecido al recluta de la edición del miércoles 24 de mayo.	
				Infografías	Descriptivas	Por quinta vez aparece una infografía de mapa ubicador, donde se ubica la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur, aliada de Estados Unidos en este conflicto intercontinental.
					Mapas ubicadores	
				Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos Con función apelativa
	Adjetivos	Calificativos Exclamativos				
	Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos Con función apelativa	La bajada tiene una doble lectura apoyada en palabras resaltadas en rojo que destacan el sustantivo propio "Estados Unidos", el verbo "eliminar", el sustantivo "líder" y la acción "preparando ataque".		
			Adjetivos		Calificativos Exclamativos	
		Textos visuales	Imágenes:			
			Colores		Uso sostenido del rojo en el titular y bajada, esta vez acompañado por el amarillo, utilizado simulando un resaltador en la bajada.	
		Tipos de letra			Sin Serif	
	Fotografías	Con sentido bélico	Kim Jong-un aparece en la parte superior y Donald Trump en el lado inferior. Las actitudes que muestran ambos son contrapuestas: mientras que al líder norcoreano se le nota en actitud de observación y preocupado, al presidente norteamericano se le representa exaltado y amenazante. La imagen principal que crea el clima bélico es la de un soldado norteamericano.			
		Fotomontajes				
Silueteadas						

			Infografías	Descriptivas Mapas ubicadores	Aparece una infografía en forma de mapa ubicador, donde se ubica geográficamente la zona fronteriza entre Corea del Norte y Corea del Sur, aliada de Estados Unidos en este conflicto.
			Elementos textuales:		
Características narrativas del lenguaje escrito			Verbos	Informativos Con función apelativa	La bajada tiene una doble lectura apoyada en palabras resaltadas en rojo que destacan el sustantivo propio "Estados Unidos", el verbo "eliminar", el sustantivo "líder" y la acción "preparando ataque."
			Adjetivos	Calificativos Exclamativos	
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado izquierdo.	
			Porcentaje del tema en portada	70%	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Décimoprimer aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.	
	La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.	
	La agenda periodística del diario La República	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017.	Ninguna.	


Portada No 12

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO		
 <p>Portada 12: Lunes 29 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos calificativos	Nuevamente el formato utilizado casi siempre como bajada lo utilizan a lo largo de toda la escena, mutando hacia una volada tanto por su posición como por su contenido. Al ubicarse en la parte superior del titular pasa a ser un texto introductorio que lleva al titular interpretativo "Asusta al mundo". La bajada utiliza el adjetivo "catastrófico".		
				Con adjetivos exclamativos			
				Interpretativos			
				Informativos			
			Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Décimosegunda vez que aparece en portada de Trome, el lunes 29 de mayo del 2017.		
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores	Colores cálidos:	Uso del rojo en el titular y bajada, esta vez acompañado por el amarillo, utilizado simulando un resaltador en la bajada.	
					Color naranja		
					Color rojo		
					Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.
					Fotografías	Con sentido bélico	Kim Jong-un en actitud desafiante denota un mensaje de supervisión y amenaza acerca del acontecimiento sucedido, el cual se ha realizado por decisión exclusivamente suya, ya que el régimen norcoreano es comunista y se basa en la imagen de su líder.
			Fotomontajes				
			Silueteadas				
				Infografías	Descriptivas	Es la segunda oportunidad que se publica en portada una infografía con mayor detalle que solo un mapa con ubicaciones geográficas: se explica la trayectoria del misil que fue lanzado por Corea del Norte hacia Japón.	
	Mapas ubicadores						

	Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	Uso del verbo "asustar"	
				Con función apelativa		
			Adjetivos	Calificativos		
		Exclamativos				
		Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos	Uso del verbo "lanzar" para evidenciar que se envió un misil desafiante ante el enemigo norteamericano.	
				Con función apelativa		
	Adjetivos		Calificativos	Uso del adjetivo "catastrófico"		
			Exclamativos			
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:			
			Colores	Naranja Rojo		
Tipos de letra			Sin Serif			
Fotografías			Con sentido bélico	Kim Jong-un en actitud desafiante y viendo el horizonte denota un mensaje de supervisión y amenaza acerca del acontecimiento sucedido, el cual se ha realizado por decisión exclusivamente suya, ya que el régimen norcoreano es comunista y se basa en la imagen de su líder.		
			Fotomontajes			
			Silueteadas			
Infografías			Descriptivas	Infografía que explica la trayectoria del misil que fue lanzado por Corea del Norte hacia Japón.		
			Mapas ubicadores			
Características narrativas del lenguaje escrito			Elementos textuales:			
			Verbos	Informativos	Uso del verbo "asustar" en el titular y "lanzar" en la volada, para evidenciar que se envió un misil desafiante ante el enemigo norteamericano.	
	Con función apelativa					
	Adjetivos	Calificativos	Uso del adjetivo "catastrófico"			
Exclamativos						
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados	Ubicación del tema en portada	Lado izquierdo.		
			Porcentaje del tema en portada	80%		

			Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Décimosegunda aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.
	La agenda periodística del diario El Comercio 	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
Porcentaje del tema en portada			El tema no se publicó en portada.		
Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017			Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.		
	La agenda periodística del diario La República 	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.	
Porcentaje del tema en portada			El tema no se publicó en portada.		
Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017			Ninguna.		


Portada No 13

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO	
 <p>Portada 13: Martes 30 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos	La bajada se coloca encima del titular que termina de cerrar la idea: "Amarren al 'chino loco'". Amárrenlo porque está demente y va a desatar una catástrofe si lanza sus misiles. Esta bajada se apoya en la foto de pruebas de disparos nucleares, los cuales están en un tamaño poco protagonista, pero que sin embargo termina representando la realidad descrita incluso con una doble lectura: el hecho de una inminente catástrofe, resaltada en color rojo.	
				Exclamativos		
				Interpretativos		
				Informativos		
			Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	Décimotercera vez que aparece en portada de Trome, el martes 30 de mayo del 2017.	
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos: Color naranja Color rojo	Uso sostenido del rojo en el titular y bajada.	
					Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)
Fotografías					Con sentido bélico Fotomontajes Silueteadas	Presentan a Kim Jong-un en plano medio, como un orate atrapado en una camisa de fuerza. Si bien está aparentemente amarrado, su "locura" se nota en su rostro, dando la impresión de que es incontrolable. Se le muestra dentro del contexto de una gran ciudad que sería arrasada si se llegasen a disparar estos misiles. Es acompañado en esta representación caótica de lo bélico por un hongo nuclear.

	Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Infografías	Descriptivas	No hay infografías en esta edición.	
				Mapas ubicadores			
			Adjetivos	Informativos	Siguen usando el adjetivo calificativo "loco" para referirse a Kim Jong-un.		
				Con función apelativa			
			Verbos	Calificativos	Siguen usando el adjetivo calificativo "loco" para referirse a Kim Jong-un.		
				Exclamativos			
	Adjetivos	Informativos	El verbo "desatar" aunado a el sustantivo "catástrofe" implica una amenaza de guerra.				
		Con función apelativa					
	Adjetivos	Calificativos					
		Exclamativos					
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:				
			Colores	Uso sostenido del rojo en el titular y bajada.			
Tipos de letra			Sin Serif				
Fotografías			Con sentido bélico	Presentan a Kim Jong-un en plano medio y en silueta en un fotomontaje, como un orate atrapado en una camisa de fuerza.			
			Fotomontajes	Se le muestra dentro del contexto de una gran ciudad que sería arrasada si se llegasen a disparar estos misiles, Kim Jong-un es acompañado en esta representación caótica de lo bélico por un hongo nuclear.			
			Silueteadas				
Infografías	Descriptivas	No hay infografías en esta edición.					
	Mapas ubicadores						
Características narrativas del lenguaje escrito		Elementos textuales:					
		Verbos	Informativos	El verbo "desatar" aunado a el sustantivo "catástrofe" implica una amenaza de guerra.			
			Con función apelativa				
		Adjetivos	Calificativos	Siguen usando el adjetivo calificativo "loco" para referirse a Kim Jong-un.			
Exclamativos							

Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado superior.
			Porcentaje del tema en portada	70%
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Décimotercera aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.
	La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.
	La agenda periodística del diario La República	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Ninguna.

Portada No 14

	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO	ANÁLISIS CRÍTICO
 <p>Portada 14: Miércoles 31 de mayo</p>	La construcción del mensaje periodístico	Contenido	Titulares	Con adjetivos	<p>Esta vez ya no sale ni Kim Jong-un ni Donald Trump, sin embargo sí mencionan al “chino loco” en el titular, creando el imaginario de que la potencia norteamericana debe cuidarse de las decisiones del líder norcoreano.</p> <p>Al ser una nota más pequeña ya no tiene tantos elementos, así que el titular solo tiene una pequeña bajada que funciona como complemento en toda la representación pictórica: el misil sale disparado y al costado la bajada refiere que Estados Unidos prueba un destructor de estos misiles.</p>
				Exclamativos	
				Interpretativos	
				Informativos	
			Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte.	Décimocuarta y última vez en el mes que aparece en portada de Trome, el miércoles 31 de mayo del 2017.
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos:	Uso sostenido del rojo en el titular y bajada, esta vez acompañado por el amarillo, utilizado simulando un resaltador en la bajada.
				Color naranja	
				Color rojo	
			Tipografías	Sin Serif (nombre del tipo de letra)	En mayúsculas tanto para titulares como para bajada y leyenda.
			Fotografías	Con sentido bélico	Se ve un misil, representación icónica que apunta la idea de alerta ante un inminente ataque. Al ser una nota más pequeña ya no tiene espacio para tantos elementos, por lo cual el soldado en formato silueta aparece pequeño también.
Fotomontajes					
Silueteadas					
Infografías	Descriptivas Mapas ubicadores	No hay infografías en esta edición.			

	Características narrativas del lenguaje escrito	Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos	Adjetivo calificativo "loco" para referirse a Kim Jong-un.	
				Con función apelativa		
			Adjetivos	Calificativos		
		Exclamativos				
		Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos		El verbo "probar" unido a la frase "destructor de misiles" da la idea de una prueba de armamento norteamericano.
				Con función apelativa		
	Adjetivos		Calificativos			
		Exclamativos				
	Características narrativas del lenguaje gráfico	Texto visual	Imágenes:			
			Colores	Amarillo y blanco.		
			Tipos de letra	Sin Serif		
			Fotografías	Con sentido bélico	Se ve un misil, representación icónica que apuntala la idea de alerta ante un inminente ataque. Al ser una nota más pequeña ya no tiene espacio para tantos elementos, por lo cual el soldado en formato silueta aparece pequeño también.	
Fotomontajes						
Silueteadas						
Infografías			Descriptivas	No hay infografías en esta edición.		
			Mapas ubicadores			
Elementos textuales:						
Características narrativas del lenguaje escrito			Verbos	Informativos	El verbo "probar" unido a la frase "destructor de misiles" da la idea de una prueba de armamento norteamericano. Tiene una función apelativa.	
	Con función apelativa					
	Adjetivos	Calificativos				
		Exclamativos				
Agenda periodística	La agenda periodística del diario Trome	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada	Lado derecho, en un espacio reducido.		
			Porcentaje del tema en portada	20%		
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Décimocuarta aparición del tema en portada de Trome durante el mes de mayo del 2017.		

	<p>La agenda periodística del diario El Comercio</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Una vez, el pasado miércoles 3 de mayo del 2017.
	<p>La agenda periodística del diario La República</p> 	<p>Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.</p>	Ubicación del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Porcentaje del tema en portada	El tema no se publicó en portada.
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017	Ninguna en todo el mes de mayo del 2017.

Anexo 5. Valoración de instrumentos



VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

DOCUMENTOS QUE DEBE PRESENTARSE AL EXPERTO:

1. Solicitud.
2. Resumen teórico de la propuesta de investigación
3. Marco de referencia de la investigación
4. Matriz de consistencia
5. Diseño de instrumentos de investigación
6. Informe de opinión de experto.

1. SOLICITUD

SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

Juez:

Yo, Manuel Antonio Amaya Casquino, con el deseo de optar el grado de Magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente a usted para expresarle lo siguiente:

Que siendo requisito indispensable contar con la validación de los instrumentos de medición para la investigación cualitativa, metodología que estoy aplicando en el desarrollo de mi tesis, denominada: "El mensaje periodístico en portadas del diario Trome sobre crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, Perú 2017".

Solicito a Ud. tenga la amabilidad de revisar y validar como juez experto en el tema. A la presente le adjunto los siguientes documentos:

1. Informe de validación del instrumento
2. Matriz de consistencia
3. Operacionalización de las variables
4. Conceptualización de las variables
5. Cuestionarios

Le agradezco por anticipado por la atención a la presente solicitud.

Lima, 22 de setiembre de 2021

Atentamente,



Manuel Antonio Amaya Casquino

DNI 10646509

2. PROPUESTA DE VALIDACIÓN

Breve Fundamentación

Los medios de comunicación ponen permanentemente en evidencia los sucesos locales, nacionales e internacionales, los cuales, sin tener en cuenta su trascendencia pueden cobrar significancia en los espacios periodísticos, con el fin de capturar la atención de sus usuarios y generar audiencia.

Uno de los medios de mayor alcance son los diarios o prensa escrita, siendo la portada la que conecta al público objetivo, por lo tanto, la representación discursiva de un mensaje no solo se verá reflejada en sus textos, sino también en su diseño, el cual posee características de color y forma.

Es importante mencionar que la magnitud del impacto visual se debe a que cuando vemos una imagen no percibimos solo su estructura visual, sino que indefectiblemente la interpretamos, como si fuese un texto. En ese sentido Bonete acota que “Lo que creemos, pensamos y afirmamos de la realidad y de nosotros mismos está condicionado por aquello que se oye, se escribe y se ve a través de los medios de comunicación” (Bonete, 2000, p. 16).

Pero no solo la fotografía causa impacto visual en alguna portada, independientemente del hecho que se plasme en ella como nota principal: las palabras adecuadas, la tipografía y los colores condicionan un clima que crea un mensaje. Al respecto, Keen (1995) refiere que “[...] debemos apuntar la capacidad de la fotografía para captar la atención del lector. Las fotografías, como los titulares, los gráficos, las áreas de texto tipo bold y la publicidad atraen

la atención de los lectores” (Keen, 1995, p. 195).

El tema para tratar en esta tesis es el de una nueva versión de la Guerra Fría entre dos bandos: el capitalismo representado por Estados Unidos y una nueva forma de comunismo representada por Corea del Norte. Y es en este contexto que aparece Kim Jong-un, líder del país asiático, como un personaje enigmático que empezó a llamar la atención por sus constantes exabruptos y animadversión contra todo lo que representara el capitalismo, enarbolado por Estados Unidos.

En el despliegue noticioso internacional, Bloomberg News publicó el 1 de mayo del 2017, en medio de la creciente tensión entre Estados Unidos y Corea del Norte por el programa nuclear desarrollado por el país asiático, que el presidente de la nación norteamericana Donald Trump mostró su disposición de reunirse con el líder norcoreano Kim Jong-un, aunque mencionando luego que “no tiene idea” si Kim está estable mentalmente. Estas declaraciones se dieron unos días después de que Pyongyang realizara su segunda prueba fallida de misiles en el transcurso de 2 semanas.

Solo cuatro días después, los medios de comunicación oficiales de Corea del Norte reportaron que la CIA y Estados Unidos intentaron asesinar a su líder Kim Jong-un a través del uso de sustancias bioquímicas. El Ministerio de Seguridad Estatal afirmó que un grupo terrorista apoyado por la CIA y la agencia de inteligencia de Corea del Norte ingresó a la nación norcoreana para envenenar al mandatario. Incluso mencionaron las circunstancias en que su

“líder supremo” iba a ser atacado: en un desfile militar y una procesión pública. BBC News tituló que “Corea del Norte acusa a la CIA y EE.UU. de intentar asesinar a su líder Kim Jong-un con una sustancia bioquímica”.

Hacia finales de este mes, la agencia Reuters reportó que Donald Trump describió a Kim Jong-un como “un loco con armas nucleares”, en una conversación con su par de Filipinas Rodrigo Duterte. La transcripción de estas declaraciones se filtró de una llamada realizada el mes anterior, en la que el presidente de Estados Unidos dijo además que “se encargará de Corea del Norte” y que tiene mucho poder de fuego en esa región, pero prefiere no usarlo. Mencionó además que Washington envió 2 submarinos nucleares a las aguas de la península coreana.

En Latinoamérica “El Economista” de México tituló ¿Cómo sería una reunión entre Trump y Kim Jong-un?, especulando cómo sería una eventual reunión entre estos 2 líderes mundiales, haciendo hincapié en que Donald Trump, mandatario norteamericano, apenas tiene poco más de 100 días en el cargo y que es lenguaraz. Describe a Kim Jong-un como un “impredecible dictador y líder de tercera generación” de Corea del Norte, quien insiste en que su nación es “suficientemente poderosa para poner de cabeza al planeta”.

En el Perú la primera vez que una noticia sobre Corea del Norte abarcó la imagen principal de portada fue el 16 de abril, simultáneamente en los diarios El Comercio y Trome. En la foto de El Comercio se pueden ver misiles que lucieron los militares norcoreanos en un desfile, alardeando sobre su poderío.

En Trome en cambio se publicó un fotomontaje de una bomba estallando y las caras de los líderes de cada país. Todo esto en el marco del lanzamiento por parte del régimen de Kim Jong-un de un misil que, aunque fue fallido, ayudó a incrementar las tensiones con Estados Unidos.

En mayo del 2017 el diario La República, uno de los diarios considerados “serios”, basó su agenda mayormente en temas políticos. Solo una vez apareció Donald Trump: acusado de entregar un informe clasificado sobre el ISIS a Rusia. El conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte no se tocó en mayo del 2017 en su portada. El caso Lava Jato, con Marcelo Odebrecht declarando en Brasil y dando nombres de funcionarios vinculados a coimas para ganar licitaciones por obras en el Perú, fue el tema más tocado, seguido del caso Madre Mía, donde el acusado era el expresidente Ollanta Humala. El pedido de Hábeas corpus a favor de Alberto Fujimori de parte de su hija Keiko, el pedido de indulto y respuesta negativa del presidente PPK fueron los otros también fueron tocados.

También en mayo del 2017, el diario El Comercio, decano de la prensa peruana, colocaba en su primera página primordialmente temas políticos, como: la denuncia contra el expresidente Ollanta Humala por desapariciones y muertes cuando era capitán del Ejército en 1992, en la base de Madre Mía. La denuncia de “reglaje” por parte del gobierno de Pedro Pablo Kuczynski a sus propios ministros. Fuerza Popular, empieza a presionar para conseguir el indulto a su líder histórico y expresidente del Perú Alberto Fujimori. El caso Madre Mía, las en Brasil que implicaban a Nadine Heredia, en ilegales aportes para su campaña

política antes de ser presidente. El 22 la noticia principal menciona al ministro de Transportes y segundo vicepresidente de PPK, Martín Vizcarra, desistiendo de su plan de construir un aeropuerto en Chinchero, plan cuestionado por su cercanía a restos arqueológicos protegidos por la Unesco como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Un día después renunció ante la presión de la bancada de oposición en el Congreso. Sin embargo, casi la mitad de los días de este mes, el diario Trome presentó en sus portadas el conflicto internacional ocurrido entre Estados Unidos y Corea del Norte cuyos principales protagonistas fueron Donald Trump y Kim Jong-un, respectivamente. Esto detallando y destacando los elementos del lenguaje gráfico y escrito que contribuyeron a la construcción del mensaje amenazador.

El tratamiento que se le dio a la secuencialidad de lo acontecido en torno a este conflicto lo convirtió casi en una novela por capítulos. La cobertura que le dio el diario “Trome” convirtió a un personaje tan alejado geográficamente en uno de tanta relevancia, pasando a tener un espacio propio y ponerle el apelativo de “chino loco” que luego se hizo popular.

De allí que el análisis de contenido apoyado en el control del uso de titulares, bajadas, fotografías, colores, infografías y el contexto en el que se desenvuelven estos elementos, permiten realizar el análisis de los elementos que ayudaron a construir el mensaje de amenaza en el marco del conflicto entre Kim Jong-un y Donald Trump en el periódico popular peruano “Trome”, el más leído de Latinoamérica, basándose en un período de tiempo en el que explotaba en su portada la idea de un inminente conflicto nuclear, dado que permanentemente reportaba amenazas de uno y otro lado.

3. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Los medios de comunicación recrean la realidad desde su propio punto de vista particular. Especialmente los diarios populares buscan anclar sus historias en personajes que llamen la atención, lo cual les ayudará a generar contenidos que muchas veces pueden llegar a convertirse en una novela por capítulos. Antes fue Saddam Hussein, luego Osama Bin Laden, ahora el llamado “chino loco” Kim Jong-un, líder de Corea del Norte. El personaje pasa, pero el enfoque de miedo y amenaza siempre tendrá un nicho en los medios con una agenda sensacionalista.

Pero el mensaje no solo se basa en elementos textuales, sino también en elementos visuales los cuales, en conjunto, dan vida a un texto visual que engloba textos e imágenes en un mensaje conjunto.

Adum (2018) desarrolló la tesis doctoral en la Universidad Complutense de Madrid, con el objetivo de revisar la construcción de los mensajes de los medios de comunicación y su influencia en los receptores, se centró en el análisis de conocimiento reflexivo como sucesivo acerca de la Construcción de los Mensajes y la Influencia de los Receptores en los medios de comunicación, con el fin de dar respuestas sobre la realidad de la percepción objetiva que nos transmiten las noticias para poder encontrar un enfoque metodológico estructural. Asimismo, se cuestiona sobre el posicionamiento de la realidad virtual como proceso informativo actual -a través de la prensa y los medios

audiovisuales- en la construcción de los mensajes que van dirigidos a grandes audiencias cada vez más globalizadas. La metodología usada es científica, de tipo experimental, se llevó a cabo un Focus Group con seis catedráticos de diferentes universidades para tener información desde el campo de experiencia de la comunicación social. Además, se analizaron cinco noticias de los diarios El País, La Vanguardia, El Mundo, ABC y La Razón, llegando a la conclusión que:

- Los medios de comunicación construyen mensajes con llegada a grandes audiencias utilizando elementos narrativos como la obscenidad, el dolor, la muerte, entre otros, afectando la racionalidad de la comunicación.
- Existe una percepción objetiva de la comunicación en la que cada medio de comunicación interpreta y contextualiza un hecho periodístico de acuerdo con sus intereses.
- Las audiencias (o receptores) necesitan ser investigados con mayor profundidad para poder realizar la elaboración de productos que ensanchen el conocimiento y abran un debate en la sociedad.
- Se debe tener mayor cuidado al momento de construir la información y elaborar el mensaje que se van a difundir en los medios de comunicación, ya que esto puede trastocar los hechos que se han recogido para elaborar una noticia.

Maldonado (2017) desarrolló su tesis Magistral en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua buscando revisar la semiótica de las fotografías y el discurso de las notas informativas sobre feminicidio publicadas

en las versiones digitales de los periódicos La Prensa y El Nuevo Diario durante el segundo semestre del 2014 y el primer semestre del 2015. Tuvo como objetivo analizar la semiótica de las fotografías y el discurso de las notas periodísticas sobre feminicidio publicadas en las versiones digitales de estos diarios de su país. Para esto seleccionó notas informativas y fotografías sobre feminicidio y estableció la morfología de las fotografías periodísticas sobre feminicidio desde el plano, el encuadre y el color. Además, buscó identificar quiénes eran los actores sociales presentes en las fotografías periodísticas sobre feminicidio. Revisó la relación entre el pie de foto y el contenido semiótico de las fotografías y aplicó las nociones de ideología, poder y manipulación formuladas por Van Dijk. La metodología usada es descriptiva, ya que no se profundizó en el feminicidio en Nicaragua, pero sí se estudiaron las estructuras de los discursos escritos y fotográficos empleados por los periodistas nacionales para informar sobre dicha problemática.

Se hizo un análisis cuantitativo de 7 notas informativas y 8 fotografías periodísticas aparecidas en la web de los diarios antes mencionados. Además, se realizó un análisis cualitativo donde se revisó la morfología, la fotografía, la publicación fotográfica según los parámetros de Simon Balzert, asignándole finalmente una categoría periodística, así como la ideología, poder y manipulación, según lo propuesto por Van Dijk.

Se llega a la conclusión que:

- Se sugiere ahondar en esta problemática para poder estudiar con mayor

rigurosidad el uso de las fotografías en la lucha contra la violencia contra la mujer en los medios de comunicación.

- Las teorías propuestas por Van Dijk ayudan en el análisis de notas informativas publicadas en la prensa, ya que con ellos podemos descubrir la intención comunicativa del autor.
- La profundización en los estudios de principios periodísticos de Simon Balzert sobre el uso de la fotografía periodística ayudarían a entender mejor el grado de morbo y sensacionalismo de los medios de comunicación en Nicaragua.
- El uso de imágenes de violencia contra la mujer podría ser publicado solo si esta tiene valor noticioso. La decisión final recae sobre el editor.
- El plano fotográfico utilizado en las fotografías y notas analizadas es el de “plano general conjunto”.

Martín (2017) desarrolló su tesis doctoral en la Universidad Católica de Murcia, España con el objetivo de resolver cómo se representa a nivel mediático los escándalos de corrupción política en España a partir de tres niveles: explorando la relación que existe entre las fuentes utilizadas por los medios y la ponderación de determinados encuadres en las informaciones periodísticas, qué factores condicionan el tratamiento periodístico de los casos de corrupción y cuál es el nivel de influencia del sesgo partidista del medio en la utilización de determinados enfoques. Para esto buscó, entre otras cosas, identificar y recomponer los encuadres de carácter narrativo con los que se construye el relato periodístico de los escándalos de corrupción política y medir su preeminencia en el contenido de los medios, además de observar el tipo de

discurso que predomina en la narración periodística de los escándalos de corrupción a partir del uso de determinados términos lingüísticos. Exploró si la prevalencia de ciertos encuadres en la cobertura periodística de los escándalos de corrupción puede contribuir al desarrollo de repercusiones sociales como el aumento de la desafección política.

El diseño metodológico aplicado fue el análisis de modo secuencial. Concretamente, se llevó a cabo un análisis cualitativo exploratorio previo con el fin de obtener algunas categorías y variables que posteriormente se examinaron en la fase de investigación cuantitativa. En la primera fase de investigación se utilizaron dos técnicas de investigación cualitativa diferentes: 1) un análisis cualitativo de los editoriales periodísticos sobre los casos seleccionados que se llevó a cabo con un fin primordialmente exploratorio; 2) una serie de entrevistas semi-estructuradas con periodistas que cubrieron para los principales diarios españoles los escándalos objeto de estudio. Finalmente se ejecutó el análisis de contenido de las portadas de los diarios El País, El Mundo y ABC.

Luego de la investigación, el autor concluye que:

- Se constata que la polarización partidista es un factor de influencia en la cobertura mediática de los escándalos de corrupción política, de modo que el sesgo ideológico del medio condiciona fuertemente tanto el grado de visibilidad que se da a cada caso como los encuadres que se proyectan en las informaciones sobre estos.
- La asignación de roles arquetípicos a los personajes varía en función del

sesgo partidista de cada medio, lo que tiene reflejo incluso en la descripción de jueces y fiscales, que suelen ser representados como héroes o villanos según la afinidad del respectivo medio con los afectados por la actuación judicial.

Serrato (2013) realizó su tesis doctoral en la Universidad Autónoma de Barcelona con el objetivo de explicar la construcción de personaje del Subcomandante Marcos en la prensa de México de 1994 a 1995: cómo ocurrió la apropiación del personaje periodístico y su manifestación en los medios de comunicación, cómo se escribió del Subcomandante Marcos en un medio especializado en finanzas. Para ello revisó, describió y correlacionó los tópicos que emplearon los periodistas para la caracterización del personaje.

La autora busca identificar los elementos periodísticos que contribuyen a la construcción de personajes en la prensa mexicana a partir del análisis del discurso del periódico económico El Financiero. Para ello revisó, examinó e identificó el discurso periodístico a partir de las declaraciones informativas del Subcomandante Marcos de enero de 1994 a enero de 1995. La metodología fue descriptiva y explicativa.

Con el análisis del discurso del Subcomandante Marcos publicado en El Financiero se identificaron las características de cómo se apropió del tema un medio de comunicación especializado en información bursátil, con un movimiento abiertamente en contra de las actividades económicas asociadas al neoliberalismo que pretendía ser un modelo económico para México basado en

las leyes del libre mercado. A través del análisis del discurso de los textos periodísticos se evidenció cómo se establecieron las causas para la transformación de una fuente de información a un personaje con matices legendarios y míticos de héroe, de bandido bueno. Para esto se revisaron 196 ejemplares de este periódico mexicano.

La autora concluyó que la construcción de un personaje con características legendarias y míticas está relacionada con la manera en que el periodista percibe la realidad, se siente identificado con las circunstancias y describe el acontecimiento emocionalmente, sin que ello afecte la verosimilitud del hecho.

Dancourt (2018) realizó su tesis de Maestro investigando cualitativamente las portadas del diario *Líbero* según el análisis del discurso, buscando responder la interrogante de la realidad que construyen los titulares y las imágenes (como fotografías, ilustraciones y gráficos) de este periódico deportivo peruano. Para esto realizó una investigación cualitativa utilizando el método del análisis del discurso y el giro lingüístico, además de un tipo de investigación longitudinal o aplicada que aporta indicadores para utilizar métodos particulares y entender el sistema de signos y códigos, realizando además entrevistas a expertos en el tema. Su muestra estuvo integrada por 61 portadas del mencionado tabloide deportivo. Analizó las portadas en su aspecto denotativo y connotativo.

Luego de su investigación, el autor concluye que:

- Las portadas del diario deportivo Líbero, a través de sus titulares, imágenes, fotos, ilustraciones y gráficos, construyen realidades con un mensaje basado en estereotipos interiorizados por sus lectores.
- Utiliza titulares en gran tamaño de letra y en colores blanco y negro, mayormente, siempre sobre grandes bloques de fondo amarillos o rojos, para crear realidades hostiles, ánimo de confrontación, acentuar rivalidades y generar polémica
- El uso de los colores no es casual: el blanco se asocia con la esperanza y el bienestar emocional, el negro con el aislamiento y los acontecimientos tristes, mientras que el rojo activa los sentidos en cuanto a poder, energía y vitalidad, pero también se relaciona con la sensación de peligro y agresividad. El amarillo que muestran genera sensaciones de calidez, pero también energía.
- Uso seguido de titulares con carácter exclamativo, que denotan fuerza, convicción, impacto, polémica, ilusión.
- Las portadas de Líbero contienen palabras, verbos, términos, que apelan directamente a los diferentes estados emocionales del lector, coadyuvándolo a “ver” una determinada realidad.

Pedrerros (2018) realizó su tesis de Maestro buscando resolver la interrogante de cómo los titulares de portada de un medio periodístico impreso funcionan como estructuras no solo comunicativas, sino comerciales, creando ambas un solo producto que unifica ambos criterios y motivando de esta manera en sus lectores la acción de consumir este producto impreso. Y no solo se pregunta por el contenido de los titulares, sino por cómo influyen además el color

y las imágenes. Para esto se propuso analizar qué influencia tienen los titulares de Portada de Perú 21, en la percepción de marca y la decisión de compra, en los lectores de las universidades privadas de Lima Sur. Realizó un diseño de investigación no experimental y un tipo de investigación básico de nivel Explicativo, utilizando un enfoque mixto. Los instrumentos que utilizó fueron el Análisis de Estructura Morfológica Externa y el Análisis de Contenido, teniendo una muestra de 350 estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Lima Sur con los cuales realizó su instrumento de investigación cuantitativa: encuestas.

Para lograr su objetivo analizó 20 portadas del mencionado diario Perú 21 y seleccionó 4 expertos por conveniencia a los cuales realizó entrevistas en profundidad, lo cual le permitió llegar a las siguientes conclusiones:

- Los titulares de portada de Perú 21 influyen de manera positiva en la percepción de marca y en la decisión de compra de los lectores de las universidades privadas de Lima Sur. Se destaca la síntesis informativa.
- El color de los titulares de portada influye de manera significativa en la identidad de marca y la motivación de compra de los lectores de las universidades privadas de Lima Sur.
- Las imágenes de portada influyen positivamente en la calidad percibida de su marca, lo cual se ve reflejado en la necesidad de compra de los lectores de las universidades privadas de Lima Sur. Una de las fortalezas de este diario es el uso de la fotografía, las imágenes y diseños especiales en sus portadas.

Bejarano (2020) realizó su título de Maestro buscando responder cuál es la responsabilidad de la prensa en la creación de un clima de miedo, caos e incertidumbre que se vive en el Perú. Su hipótesis es que las noticias que se presentan en portada del diario popular más leído del mundo, el diario Trome, contribuyen a amplificar el clima de inseguridad. Se pregunta hasta qué punto esos titulares de escándalos y violencia influyen en el caos, miedo e incertidumbre que vive nuestro país. El objeto de estudio lo integraron 30 portadas del diario Trome aparecidas entre el 1 y el 15 de octubre del 2019 y entre el 7 y 21 de marzo de 2020. Se trató de una investigación no experimental de enfoque cualitativo del tipo descriptivo. Para explicar el contenido de las portadas el autor usó el análisis del discurso. El método de investigación fue inductivo, deductivo y analítico. Las conclusiones que sacó fueron las siguientes:

- 25 de las 30 portadas analizadas fueron malas noticias, aunque el contexto no necesariamente presentaba ese panorama.
- Se encontró una relación directa entre la primera página que genera miedo y el objetivo económico: vender.
- Algunos hechos publicados en primera plana de Trome son exageraciones, supuestos y/o trascendidos.
- Mención aparte merece lo ocurrido durante la pandemia. A partir de este tema se plantea la interrogante sobre si el porcentaje de malas noticias que publica un medio son excesivas.

Rivera (2019) realizó su título de Maestro buscando revisar cómo fue el

tratamiento de la fotografía periodística y la calidad informativa (tanto en las portadas como en las páginas interiores) de los diarios La República y El Comercio, respecto a la corrupción en junio y julio del 2019 en Arequipa. El investigador consideró que la manipulación de la información en la prensa escrita fue afectada por el uso incorrecto del tratamiento del contenido de las informaciones y la fotografía también se ha visto afectada por esta manipulación, lo cual fue una falta ética. Para esto describe el tratamiento de la fotografía periodística y la calidad informativa de los diarios impresos antes mencionados, respecto a la corrupción que azota a nuestra sociedad, presentada en los titulares, personajes, géneros periodísticos, partidos políticos difundidos en la ciudad de Arequipa.

Se aplicó un análisis de contenido de los medios analizados que fueron materia de esta investigación. El alcance de la investigación es descriptivo y el enfoque de la investigación cuantitativa. El diseño de la investigación es no experimental transeccional descriptiva, ya que se recolectó datos en un solo momento y lugar determinado, con el objetivo de indagar las incidencias y los valores en que se manifiestan las variables.

El autor concluyó lo siguiente:

- Los medios en los cuales se basa la investigación tienen sus fotografías ubicadas en la derecha con mayor peso al momento de la visualización por parte del lector.
- La mayoría de las fotos publicadas no cumplen con las reglas básicas de

composición, ya que no respetan la regla de tercios que dan puntos de interés en una imagen.

- Las fotos sobre corrupción se relacionan con el texto que se publica: se denota entonces que los medios se preocupan en una correcta relación y concordancia imagen-texto.

3.1 Definición de términos básicos

3.3.1 La construcción de la noticia

Según Giovanna Mapelli (2009) en “El lenguaje de la prensa”, el mensaje periodístico “es la materia prima básica y fundamental del periodismo”. Hace hincapié en la prensa escrita y habla de la secuencia de signos y significados transmitidos por un emisor y recibidos por un receptor a través de un canal de comunicación por el cual se transmite este mensaje. Pero para ella hay una serie de valores que convierten un hecho en una noticia: debe ser actual, novedoso, verdadero y de interés público.

Según Esmeralda Ballesteros en “El sesgo androcéntrico en la construcción de mensaje periodístico: el caso de las maquinistas del tren (1929-2011)”, la sociología entiende la realidad informativa como una construcción particular de ‘lo público’ (Berger y Luckmann, 1972; Alsina, 1993 o Gómez Patiño, 2014), porque ejerce el poder de poner de manifiesto o ignorar algún suceso. Menciona que los medios deciden qué es noticia y qué no lo es y comunican, según su punto de vista, esa información.

En “Las formas de expresión del mensaje periodístico”, artículo publicado en la revista “Estudios sobre el mensaje periodístico”, n.º2, 1995, Bernardino M. Hernando asocia al mensaje periodístico el término “formas de expresión”, explicando que estas formas son equivalentes a cada uno de los medios de comunicación de masas como la prensa, la radio y/o la televisión. Esto desencadena en algo que menciona con especial particularidad: “(...) el mensaje periodístico o informativo sería la sustancia o contenido expresado en diversas formas. Lo que significa que un mismo mensaje o contenido puede adoptar diversas formas”. La forma de expresión del referido mensaje se vuelve igual de importante como el mensaje en sí, ya que juntos constituyen la información.

3.3.2. Portadas de diarios

Aparici, García Matilla, Fernández Baena y Osuna Acedo (2006) exploran (aunque este libro no trate exclusivamente acerca de la percepción de la realidad a través de portadas de periódicos) esta variable cuando hablan de imágenes que nos dan una idea de la realidad, pero que a su vez son absorbidas por el usuario a través de su propia percepción. En este caso específico se refieren al sistema visual.

Al mostrarnos portadas de periódicos europeos con diferentes encuadres noticiosos basados en la misma fotografía (p.180-181), queda evidenciado que de acuerdo con la edición fotográfica y sobre todo a los textos acompañantes de esta imagen, se reproduce una realidad que deja ver la tendencia informativa del periódico en mención.

Los autores, cuando tocan el tema de la relación imagen-texto, mencionan que pueden relacionarse de varias maneras, pero que las más frecuentes son (1) Acontecimiento en la imagen y acontecimiento en el texto, (2) Acontecimiento en la imagen y comentario en el texto, (3) Comentario en la imagen y comentario en el texto. (4) Comentario en la imagen y acontecimiento en el texto.

De la forma en que se redacten los textos que acompañan las fotografías se deduce el tratamiento informativo, el enfoque que le da cada medio periodístico, esto teniendo en cuenta que muchas veces las imágenes son las mismas (de agencias noticiosas o de fotógrafos propios de los medios) para una cobertura informativa de un hecho específico.

Los autores sacan estas conclusiones luego de visualizar la misma imagen en portadas de distintos medios periodísticos impresos, dando la relevancia al término “texto visual”, que no es otra cosa que “una composición de signos con una intención comunicativa que adquiere sentido en un contexto determinado” (p. 178).

Los autores, si bien analizan varios aspectos de la representación de la realidad por parte de los medios de comunicación, van más allá dando un lugar relevante en este análisis a la imagen. Refieren que:

El tratamiento de la información que realizan los medios sobre una misma fuente visual, fotográfica en la prensa o Internet o bien

videográfica en televisión o Internet, está íntimamente ligado a sus normas de estilo, a sus principios económicos, sociales, éticos y políticos. (p.199)

Y es que una imagen sola puede mostrar un mensaje, pero una imagen (llámese fotografía) acompañada de un texto como un titular, una leyenda o una bajada, tendrá una lectura diferente, y para leerla adecuadamente no solo debemos observar, debemos saber sus estructuras, reconocer y entender sus contenidos para tener la capacidad de analizarla y, finalmente, entenderla.

En la misma línea, Cadwell y Zapatterra (2014) se preguntan acerca de quién se puede resistir al impulso de tomar en sus manos una revista o periódico que tiene una imagen de portada y una cabecera atractivas visualmente. Consideran que al lograr este objetivo se gana un lector para el resto de las notas del interior de la publicación impresa. La primera página no solo es importante por eso, sino además porque da luces acerca del mensaje de la marca editorial de la publicación.

Las autoras mencionan que la portada de un medio lleva sobre sus hombros una gran responsabilidad: la cantidad de ejemplares de ese periódico que se venderán cada día, razón por la cual debe ser llamativa para poder ganar diariamente a su competencia. Todo esto tratando de ser distinta al día anterior, pero no tanto como para hacer que el lector pierda familiaridad con la marca. La portada debe tener esa cuota de creatividad para atraer también a nuevos

lectores, no solo a los habituales. Es por eso por lo que los medios le dan tanta importancia y recursos a esta única página.

En este contexto, los diseñadores de periódicos no tienen los mismos instrumentos con los que cuenta un diseñador de revista, quien tiene mejores fotos, mejor papel para imprimir y mejores máquinas impresoras de su producto. Los diseñadores de periódicos deben lograr que un titular sea atractivo con otras herramientas, como el uso adecuado de las tipografías y la paleta de colores.

Para reforzar el sentido de relevancia que tiene la primera página en la publicación de un medio periodístico impreso, las autoras indican que “El sitio principal y más importante en el que hay que estampar la imagen de marca de una publicación -y sus valores asociados- es la portada”. (p.44).

Refieren que es la parte del periódico que dará la cara en beneficio de la empresa editora que la publica, ya sea en los quioscos donde se expongan para que el público conozca su contenido (donde intentará distinguir su mensaje por encima de su competencia); o incluso después de ser adquirido por el lector, ya que continuará vendiendo los valores de la marca en un espacio más reducido: el del que compró el ejemplar y los otros posibles lectores que son parte de su círculo.

Las autoras escriben sobre aspectos de diseño de publicaciones impresas y digitales. Cuando hablan del diseño de publicaciones impresas, específicamente de periódicos, mencionan que las noticias ya no venden

periódicos, que Internet alberga ahora a nuevos medios de comunicación que nos hacen llegar las noticias a través de nuestros dispositivos celulares, lo cual ha relegado a la prensa escrita tradicional como principal proveedor de información. Esto la ha obligado a adaptarse a esta nueva realidad. Yo agregó que esto se ve reflejado en el diseño de las portadas, las cuales no son diseñadas con el mismo criterio de años atrás.

Pasando a la relevancia del diseño con especialidad en Periodismo, Blas y Subiela (2018), en su ficha de análisis para recoger información de las portadas que son objeto de su estudio, buscaron identificar los sintagmas que trabajando juntos terminan dando un sentido a estas portadas. Y aquí incluyen no solo imágenes, sino también los titulares y las leyendas que acompañan a las fotografías. Una vez que identificaron estos sintagmas pasaron a establecer relaciones las relaciones existentes entre ellas.

Para terminar de entender la importancia de los elementos gráficos de una portada es importante también entender el concepto de retórica, la cual en su origen se encargó del estudio de la persuasión en la oratoria, como dijo Aristóteles.

En la actualidad, se entiende a la retórica como el arte de persuadir a través del lenguaje. Aplicado a nuestro estudio, el uso de la retórica persuadirá a nuestro lector para que, efectivamente, nos lea.

Aplicada al diseño, la retórica es estudiada a partir de la capacidad que tienen sus signos para producir un sentido al unificar y asociar estos elementos. Al combinarse crean un significado añadido al semántico, con conceptos abstractos pero inherentes al mensaje, como pueden ser la belleza, la tensión, la tristeza y más. Blas y Subiela hacen hincapié al respecto:

Los titulares suelen especificar el significado de la imagen, de modo que se produce una acumulación de proposiciones (titular e imagen global) por similitud en su significado. De este modo, titular e imagen se suman con un significado similar. Lo que da lugar a la figura retórica del símil. (p. 19)

Los autores, para analizar la utilización de la retórica de la imagen en el diseño de periódicos, basan su hipótesis en que esta es similar a la de la publicidad. Para esto canalizan su investigación en portadas de revistas utilizando el análisis de contenido, instrumento que estoy utilizando yo también para mi investigación.

Siguiendo con el tema de la importancia de la primera página de una publicación impresa, Peñarrieta, Ramos y Rodríguez (2014) consideran que la portada de un periódico es fundamental, pues es la que sintetiza el contenido y el peso informativo que tendrán las informaciones, lo cual es determinante para atraer lectores. Mencionan que es un espacio privilegiado donde se construye una identidad. El contenido de una primera plana es definido por editores, quienes son los encargados de seleccionar las fotos, textos y titulares que

utilizarán, proveyéndolos de jerarquías de acuerdo con su tendencia informativa, “La portada de un diario es la página principal, y representa la cara de este medio de comunicación; los editores ponen especial interés en elaborarla pues es determinante en sus ventas”. (p.60).

Verón (1969) citado en Peñarrieta, Ramos y Rodríguez (2014) señala que en un diario impreso existen tres series: serie visual lingüística (los titulares), la serie visual paralingüística (los textos) y la serie visual no lingüística (las fotos). Estas están jerarquizadas en la portada de manera estratégica en un tamaño directamente proporcional a la importancia que le asigne el medio. La portada también tiene publicidad y la cabecera de la empresa periodística, además de los nombres de su director y créditos.

El texto narra los acontecimientos, mientras que la fotografía muestra la imagen de lo acontecido. De acuerdo con su función, las imágenes pueden clasificarse en Documentales y Sensacionalistas. Es documental si muestra los detalles de un hecho o del protagonista de este, puede convertirse en un medio de autenticación de lo que se menciona en un texto. Es sensacionalista si muestra los aspectos más llamativos de un hecho buscando generar emoción, tiene ribetes de falta de ética mostrada a pretender aprovecharse de los malos momentos de las personas para así lograr mayores ventas.

Peñarrieta, Ramos y Rodríguez (2014) refieren que la separación entre información y opinión es fundamental en las portadas de una publicación periodística diaria, y que esto debe verse plasmado en la veracidad,

imparcialidad, objetividad y cercanía con temas sociales como pilares. Estas prácticas no fueron tomadas en cuenta durante el año 2012 por el diario Correo en la región Puno, por lo que se rescata de las conclusiones de este artículo. Esta conclusión da luces de lo que se juega en la intencionalidad de una portada: “La asignación del espacio a cada uno de los elementos de la portada (titulares, los textos, ventanas, publicidad y créditos del medio de comunicación), permiten establecer características formales del medio”. (p.62).

El diseño de la portada de un diario representa un desafío mayor, dado que por lo general es la última página que se diagrama en la edición diaria, contra el reloj y considerando que su contenido debe ser distinto cada día.

4. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN



Proyecto:

**El mensaje periodístico en portadas del diario Trome sobre crisis nuclear entre
Estados Unidos y Corea del Norte, Perú 2017**

Instrumento 1: Análisis de contenido

Objetivo general:

Analizar las características de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome, en mayo del 2017.

Objetivos específicos:

- Describir las características narrativas del lenguaje gráfico y del lenguaje escrito en la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.
- Comparar la agenda periodística del diario Trome con la agenda periodística de El Comercio y La República durante la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte durante el mes de mayo del 2017.
- Evaluar las percepciones ciudadanas acerca de la construcción del mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017.

Resumen:

Para esta investigación se tomarán las portadas del diario Trome publicadas desde el 1 hasta el 31 de mayo del 2017 como unidad macro, teniendo en cuenta las noticias principales y secundarias que aparecen en las referidas primeras planas.

Para la investigación de este estudio se aplicarán 4 instrumentos: análisis de contenido, monitoreo de medios, focus group y entrevista a profundidad.

El universo será el contenido de estas portadas en el contexto de la crisis nuclear desatada entre Estados Unidos y Corea del Norte durante el mes de mayo del 2017, fechas en que el tema de una inminente amenaza nuclear fue tocado en portada con ribetes de sensacionalismo por capítulos, donde cada día aparecía un nuevo hecho sucedido entre países lejanos, mientras que en el Perú se vivía una crisis política en torno al gabinete del presidente Pedro Pablo Kuczynski.

Con el fin de recoger la información que será la muestra de los datos que serán revisados se realizará un monitoreo de medios de portadas en las versiones de papel de los diarios Trome, El Comercio y La República teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Hoja de registro Monitoreo de medios

FECHA	MEDIO	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	TOTALES			
DD/MM/AA	PERIÓDICO QUE PUBLICA	Conflicto EE.UU.- Corea del Norte como noticia principal	Titular	Con adjetivos calificativos				
				Con adjetivos exclamativos				
				Con verbos con función apelativa				
				Interpretativo				
				Informativo				
			Bajada	Con verbos informativos				
				Con verbos con función apelativa				
				Con adjetivos calificativos				
				Con adjetivos exclamativos				
			Ubicación en portada					
			Porcentaje de espacio en portada					
			Colores	Naranja				
				Rojo				
			Tipografías	Serif				
				Sin serif				
		Fotografías	Con sentido bélico					
			Fotomontajes					
			Silueteadas					
		Infografías	Descriptivas					
			Mapas ubicadores					
		Conflicto EE.UU.- Corea del Norte como noticia secundaria	Porcentaje de espacio en portada					
			Ubicación en portada					
		Otras noticias	Porcentaje de espacio que ocupa en portada	Políticas				
				Espectáculos				
				Policiales				
				Deportivas				
		Ubicación en portada						

Hoja de registro Análisis de contenido

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGO		
La construcción del mensaje periodístico Características narrativas del lenguaje gráfico Características narrativas del lenguaje escrito	CONTENIDO	Titulares	Con adjetivos		
			Exclamativos		
	Interpretativos				
	Informativos				
			Periodicidad de aparición	Fechas en que su publicó en portada el tema del conflicto entre EE.UU. y Corea del Norte	
	Elementos icónicos	Colores	Colores cálidos:		
			Color naranja		
			Color rojo		
		Tipografías	Seriff (nombre del tipo de letra)		
			En mayúsculas para titulares		
			En minúsculas para bajadas		
		Fotografías	Con sentido bélico		
			Fotomontajes		
			Silueteadas		
Infografías		Descriptivas			
	Mapas ubicadores				
Elementos textuales en Titulares	Verbos	Informativos			
		Con función apelativa			
	Adjetivos	Calificativos			
		Exclamativos			
Elementos textuales en bajadas	Verbos	Informativos			
		Con función apelativa			
	Adjetivos	Calificativos			
		Exclamativos			
Características narrativas del lenguaje gráfico Características narrativas del lenguaje escrito	Texto visual	Imágenes:			
		Colores	Naranja	Rojo	
		Tipos de letra	Seriff		
		Fotografías	Con sentido bélico		
			Fotomontajes		
			Silueteadas		
		Infografías	Descriptivas		
			Mapas ubicadores		
		Elementos textuales:			
		Verbos	Informativos		
			Con función apelativa		
		Adjetivos	Calificativos		
			Exclamativos		
		Agenda periodística	La agenda periodística del	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados	Ubicación del tema en portada

	diario Trome	Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada
			Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017
	La agenda periodística del diario El Comercio	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada
			Ubicación del tema en portada
	La agenda periodística del diario La República	Índice de cobertura noticiosa de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte y sucesos políticos del Perú.	Ubicación del tema en portada
			Ubicación del tema en portada
Cantidad de veces en portada durante el mes de mayo del 2017			
Las percepciones ciudadanas	Opiniones de lectores acerca de las agendas noticiosas de las portadas del diario Trome	Percepciones de sorpresa	Impacto visual
			Sensacionalismo
			Impacto textual
	Opiniones de lectores acerca de la crisis nuclear en las portadas del diario Trome	Reacciones emocionales de expectativa	Amenaza constante de conflicto nuclear
			Aparición de personaje pintoresco
		Percepciones de sospecha	Personaje irrelevante en la política nacional
Otras noticias políticas relevantes			

5.1 Instrumento N 2: Focus group



Proyecto:

El mensaje periodístico en portadas del diario Trome sobre crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, Perú 2017

Buenos días, mi nombre es Manuel Amaya. Soy maestrando de la Maestría en Comunicación y Periodismo Digital en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres y les doy bienvenido a este focus group para evaluar las percepciones ciudadanas acerca de la construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte.

Para ponernos en contexto del tema que abordaremos:

Se tomará énfasis particular en sus opiniones acerca de las agendas noticiosas en la portada del diario Trome, además de sus pareceres sobre la crisis nuclear entre

Estados Unidos y Corea del Norte en las portadas del mencionado diario. Todo esto en el marco de su publicación en el mes de mayo del año 2017.

Usted es público objetivo y comprador habitual de este periódico de circulación nacional y es por eso por lo que ha sido invitado a participar de este focus group.

Grupo focal:

Objetivo: Se busca un grupo formado por 8 personas que sean lectores habituales del diario Trome para que nos compartan su opinión acerca de las agendas noticiosas en las portadas del diario Trome en mayo del 2017, cuando se construía un mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte.

Se realizarán preguntas abiertas para recopilar información sobre sus opiniones. Es importante informarles que los datos recogidos tienen un fin exclusivamente académico y solo yo tendré acceso a ellos. Asimismo, esta reunión está siendo grabada con el fin de facilitar el recojo de datos.

Lugar:

Fecha:

Número de participantes:

Moderador:

Datos de los participantes:

PREGUNTAS DE INICIO

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué profesión o especialidad tiene?

3. ¿Dónde se desempeña profesionalmente?
4. ¿Lee el diario Trome?
5. ¿Sabe quién es Kim Jong-un?
6. ¿Tenía conocimiento de la crisis nuclear desatada en mayo del 2017 entre Estados Unidos y Corea del Norte?

PREGUNTAS SOBRE OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Qué percepción les causa estas portadas del diario Trome publicadas durante el mes de mayo del 2017?
2. ¿Qué relación encuentran entre estas portadas?
3. ¿Qué papel juega a su parecer el presidente de Estados Unidos Donald Trump en la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?
4. ¿Qué papel juega a su parecer el líder de Corea del Norte Kim Jong-un en la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?
5. ¿Qué efectos produce en usted el mensaje periodístico de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte, en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?

6. ¿Qué mensaje considera usted que predomina en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?
7. ¿Qué tipo de contenido, símbolos o mensajes se incluyen a su parecer en las portadas del diario Trome durante el mes de mayo del 2017?
8. ¿Considera que el uso de fotografías, infografías y colores contribuyen a la creación de un mensaje periodístico específico? ¿Por qué?

PREGUNTA DE CIERRE

9. ¿Darían alguna recomendación y/o sugerencia?

El *focus group* ha finalizado. Gracias por su participación y quisiera invitarlos a llenar una encuesta de 10 preguntas que les enviaré por whatsapp, con la finalidad de complementar la información conversada en este **Focus Group**. Es una encuesta breve que no tomará más de 10 minutos en ser llenada. Quisiera contar con su apoyo para tener un panorama más claro sobre su experiencia.

Muchas gracias y hasta una próxima oportunidad.

5.1 Instrumento N 3: Entrevista a profundidad



Proyecto:

**El mensaje periodístico en portadas del diario Trome sobre crisis nuclear entre
Estados Unidos y Corea del Norte, Perú 2017**

Entrevista a profundidad

Fecha:

Nombre del entrevistado:

Lugar: llamada telefónica.

Buenos días/tardes/noches. Primero, me gustaría agradecerle por brindarme su tiempo para la realización de esta entrevista.

Mi nombre es Manuel Amaya Casquino. Soy estudiante de la Maestría en Periodismo y Comunicación Multimedia de la Universidad San Martín de Porres y

estoy realizando una investigación sobre “La construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte”, específicamente en mayo del 2017. Para ello, busco entrevistar a un experto en periodismo sobre el tema para profundizar en los procesos de construcción del mensaje periodístico.

Es importante decirle que esta entrevista será realizada exclusivamente con fines académicos y solo yo tendré acceso a la información que me brinde, por lo cual esta entrevista estará siendo grabada para facilitar el recojo de datos ¿Está de acuerdo con esto?

PREGUNTAS DE PRESENTACIÓN

4. ¿Cuál es su nombre?
5. ¿Cuál es su experiencia en el área del periodismo?

PREGUNTAS SOBRE OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Qué es el mensaje periodístico?
2. ¿Cómo se construye el mensaje periodístico?
3. ¿En qué consistió la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte en mayo del 2017?
4. ¿Cuál es el mensaje periodístico sobre el tema de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte durante el mes de mayo del 2017?

5. ¿Cuál es el criterio para colocar una noticia como abridora en la portada del diario Trome?
6. ¿Cuál es el público objetivo del diario Trome?
7. ¿Bajo qué circunstancias se toma la decisión de usar fotos, fotomontajes o infografías en la portada del diario Trome?
8. ¿Por qué fue el conflicto entre Estados Unidos y Corea del Norte nota de portada tantas veces durante mayo del 2017?

PREGUNTA DE CIERRE

1. ¿Daría alguna recomendación y/o sugerencia?

Definición de términos de los instrumentos de análisis

Bajada. Es el complemento del titular. Refiere detalles que dan contexto al título principal.

Colores cálidos. Transmiten cercanía, vitalidad, entusiasmo, dinamismo, alegría y/o peligro.

Construcción de la noticia tiene que ver con el hecho de que los medios deciden qué es noticia y qué no lo es y cómo comunican, según su propia mirada, esa información. De esta manera, un mismo mensaje o contenido puede adoptar diversas formas.

Fotocomposición. Es una interpretación visual basada en fotos retocadas con el propósito de representar una realidad que se quiere recrear.

Fotografía periodística. Es la que retrata un hecho con características de actualidad y relevancia para la sociedad.

Fotomontaje. Es una imagen en la que se coloca a un personaje en una situación en la que no está realmente, pero que a través del uso del Photoshop se evidencia como real.

Infografía. Es una herramienta visual considerada un género periodístico que cuenta a través de una representación gráfica un hecho determinado.

Leyenda. Es el texto que acompaña a las fotografías y ayuda a describir y dar contexto al hecho noticioso que se ve en la imagen.

Paleta de colores. Son los colores característicos de una publicación impresa, usada para su diseño y diagramación.

Plano fotográfico. Es la proporción que tiene el objeto o sujeto dentro del encuadre de la imagen. Puede ser: plano general, entero, americano, medio, medio corto, primer plano y plano detalle.

Portadas de diarios son las que buscan capturar la atención del lector, dándole las noticias más impactantes de su edición publicada para lograr su objetivo principal: la venta de su ejemplar periodístico.

Prensa popular. Es el medio periodístico impreso dirigido a un público objetivo numeroso. En palabras del Grupo El Comercio, está dirigido a “hombres y mujeres progresistas de 20 años a más de los NSE C, D y E.

Tabloide. Es el formato más utilizado para prensa actualmente en el Perú, tradicionalmente asociado al sensacionalismo. De 25 cm de ancho por 35 cm de alto.

Tipografía. Es el tipo de letra con el cual se muestra el contenido textual de una publicación. Al igual que el color, tiene un componente psicológico que transmite un

mensaje según cuál letra se utilice.

Tipo de letra Serif. Tienen pequeños trazos pegados en la parte principal de la letra, llamados serifas. Denotan un aspecto clásico y son comunes en periódicos. Ejemplo: Times New Roman.

Tipo de letra Sin serif. No tienen ese trazo extra, por eso son llamadas también "sin serifas" o "palo seco". Son consideradas más limpias y modernas ya que son más fáciles de leer. Ejemplo: Arial.

Titular. Es el elemento principal dentro del primer nivel de lectura textual. Introduce al lector dentro del universo noticioso.

Siluetado. Es sacar un personaje de contexto a través de la técnica de retoque del Photoshop, quitándole el fondo que lo acompañaba.

Volada. Siempre se ubica encima del título. Tiene un tamaño de letra menor a éste y posee dos funciones principales: introducir al tema del título y compartir información con este para que no sea tan largo.

Anexo 6. Validadores de instrumentos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador:

Cruz Sarmiento, Jessica Silvana

1.2. Grado Académico:

Maestra en Publicidad

1.3. Institución donde labora:

USMP, ISIL, UPC

1.4. Especialidad del validador:

Comunicadora social, diseñadora gráfica.

1.5. Título de la investigación:

"La construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte"

1.6 Autor del Instrumento: Periodista Manuel Antonio Amaya Casquino

1.7. Informe del evaluador:

Revisadas las teorías aplicadas al proyecto, el marco referencial y la matriz de consistencia informo que el diseño de instrumentos de investigación es el adecuado para este tipo de estudio.



Mg. Jessica Cruz Sarmiento

DNI: 25792981

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador:

Dra. Lyudmyla Yezers'ka. Universidad de Piura.

1.2. Grado Académico:

Doctora (Phd) en Comunicación por la Universidad de Navarra (España) e Ingeniera en Electrónica por la Universidad Politécnica de Kiev (Ucrania).

1.3. Institución donde labora:

Universidad de Piura

1.4. Especialidad del validador:

Experta en periodismo digital, investigadora, docente, editora de la Revista de Comunicación. Universidad de Piura

1.5. Título de la investigación:

"La construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte"

1.6 Autor del Instrumento: Periodista Manuel Antonio Amaya Casquino

1.7. Informe del evaluador:

Luego de hacer lectura del proyecto de la tesis "La construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte" considero que los instrumentos de investigación son adecuados para el objetivo propuesto. No obstante, en mi opinión, se podría orientar el Focus group en los profesionales en periodismo, y no al público en general; considerando la antigüedad de los sucesos (2017) y nivel formativo del potencial público-lector del diario Trome.



Dra. Lyudmyla Yezers'ka
DNI: 48615821

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador:

Jaime Cordero Cabrera

1.2. Grado Académico:

Magister

1.3. Institución donde labora:

UPC

1.4. Especialidad del validador:

Bachiller en Periodismo / Mag. en Ciencia Política

1.5. Título de la investigación:

“La construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte”

1.6. Autor del Instrumento: Periodista Manuel Antonio Amaya Casquino

1.7. Informe del evaluador:

Considero que las fichas de registro de contenido son muy completas y servirán mucho para tener un levantamiento preciso de información. Sería importante contar con definiciones claras para cada una de las categorías contempladas en ellas, un trabajo que según aprecio ya está bien avanzado.

En contrapartida, sí me permito sugerir una revisión a las preguntas planteadas para el Focus Group y las entrevistas a profundidad. En el primer caso, considero que las preguntas deben estar más orientadas a la buscar la percepción y las reacciones de las personas ante las portadas presentadas, antes que a la elaboración cuasi teórica (símbolos, elementos). En el caso de las entrevistas a profundidad, a menos que estas se realicen a personas con poder de decisión editorial en el momento de la noticia planteada, creo que no es relevante

realicen a personas con poder de decisión editorial en el momento de la noticia planteada, creo que no es relevante preguntarles acerca de cuestiones relacionada con la línea informativa o el público objetivo al que va dirigido al diario. Esta información puede ser obtenida de manera más precisa de otras fuentes, incluso documentos de la propia casa editorial. Las entrevistas en profundidad podrían más bien enfocarse en entender mejor el proceso de decisiones que deriva en la confección de una portada. Si es más colaborativo, qué nivel de participación tienen editores, redactores, diseñadores y la alta dirección del diario. Qué criterios se plantean, cuáles priman y cuáles son considerados de menor importancia, etc.


Mg. Jaime Cordero C.
DNI 10804617

Anexo 7. Consentimiento de Opinión de expertos

Consentimiento de entrevista

Yo, Billy Cassalli, Editor de Diseño y Web del diario Trome, doy mi consentimiento para que mi nombre sea mencionado en la tesis para optar al grado de Maestro, de Manuel Amaya Casquino, denominada “La construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte”.

Asimismo, doy fe de la entrevista realizada para fines académicos.



Billy Cassalli
DNI N° 06708829

Consentimiento de entrevista

Yo, Raúl Castro Pérez, Antropólogo y Máster en Comunicación, doy mi consentimiento para que mi nombre sea mencionado en la tesis para optar al grado de Maestro, de Manuel Amaya Casquino, denominada “La construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre de la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte”.

Asimismo, doy fe de la entrevista realizada para fines académicos.



Raúl Castro Pérez

DNI N° 07255692

Consentimiento de entrevista

Yo, José Castillo, Editor General del diario Trome, doy mi consentimiento para que mi nombre sea mencionado en la tesis para optar al grado de Maestro, de Manuel Amaya Casquino, denominada "La construcción del mensaje periodístico en las portadas del diario Trome sobre la crisis nuclear entre Estados Unidos y Corea del Norte".

Asimismo, doy fe de la entrevista realizada para fines académicos.



José Castillo
DNI N° 09655653