



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO



FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO

TESIS

**Análisis de las portadas del semanario Expresión durante la crisis
política del Perú, diciembre 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN PERIODISMO**

Autor

Sandro Chambergo Montejo

Asesor

Froilán Chuquizuta Santamaría
(Cód. ORCID: ORCID 0000-0001-5432-4164)

Línea de investigación

Tecnología y Comunicación: Procesos Comunicacionales en la Sociedad
Contemporánea

Pimentel - Perú, 2023



DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **Froilán Chuquizuta Santamaría**, asesor de la Escuela de Periodismo; he realizado el debido control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de pregrado, según la Directiva de similitud vigente en la UDCH; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe cuyo Título es: "Análisis de las portadas del Semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022"; presentado por el estudiante
Sandro Chambergo Montejo

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 29 %, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud **TURNITIN** de la Universidad Particular de Chiclayo.

Por lo que se concluye que, cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación vigente.

Pimentel, 01 de Febrero del 2024

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized letters and a long horizontal stroke.

.....
Lic. Froilán Chuquizuta Santamaría
Asesor

Análisis de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



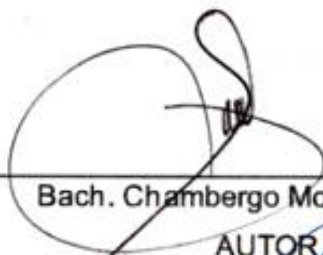
FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	es.slideshare.net Fuente de Internet	3%
3	documentop.com Fuente de Internet	2%
4	ceujasocb.blogspot.com Fuente de Internet	2%
5	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	2%
6	docplayer.es Fuente de Internet	1%
7	www.researchgate.net Fuente de Internet	1%
8	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	xdoc.mx Fuente de Internet	

TEMA DE LA TESIS:


**ANÁLISIS DE LAS PORTADAS DEL SEMANARIO EXPRESIÓN
DURANTE LA CRISIS POLÍTICA DEL PERÚ, DICIEMBRE 2022**

Para optar el Título Profesional de: LICENCIADO EN PERIODISMO



Bach. Chambergo Montejo Sandro

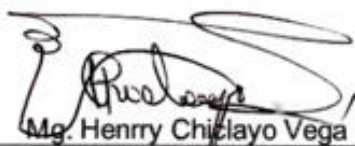
AUTOR



Lic. Froilán Chuquizuta Santamaría

ASESOR

Aprobado por el siguiente jurado:



Mg. Henry Chiclayo Vega

PRESIDENTE



Mg. Manuel Eduardo Mezones Saavedra

SECRETARIO



Mg. Andrés Lucio Chuquiruna León

VOCAL

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres, Manuela Montejo Benites y Raymundo Chambergo Montalvo (+), quienes incondicionalmente me apoyaron siempre, al igual que mis hermanos Rosa Amelia, Nelly Luz, Lena Manuela, Luis Fernando y Roberto Enrique, me alentaron para cerrar esta importante etapa académica.

Agradecimiento

A los docentes de la Escuela Profesional que siempre nos inculcaron los valores y virtudes para que lograr ser personas y profesionales de bien.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	VI
Índice de tablas.....	VIII
Índice de figuras.....	IX
Resumen	X
Abstrac.....	XI
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	30
3.1. Tipo de investigación.	30
3.2 Diseño de la investigación.	31
3.3. Unidades temáticas y operacionalización.....	32
3.4 Procedimiento de muestreo	36
3.5 Técnicas e instrumentos de investigación.....	38
3.6 Validez	40
3.7 Aspectos éticos.....	41
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
4.1. Resultados	43
4.2. DISCUSIÓN.....	74
V. CONCLUSIONES.....	83
VI. RECOMENDACIONES	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
ANEXOS.....	88

Índice de tablas

Tabla 1: Participantes de investigación	37
Tabla 2: Materiales de estudio	37
Tabla 3: Temática difundida en las portadas de la unidad de análisis	69
Tabla 4: Narrativa de los componentes gráficos de las portadas de la unidad de análisis	70
Tabla 5: Diseño de la estructura de las portadas de la unidad de análisis	72

Índice de figuras

Figura 1: Ediciones de las unidades analizadas	64
Figura 2: Portada del semanario Expresión, edición 1281, 2022	65
Figura 3: Portada del semanario expresión, edición 1282, 2022	66
Figura 4: Portada del semanario Expresión, edición 1283, 2022	67
Figura 5: Portada del semanario Expresión, edición 1284, 2022	68

Resumen

El título de la investigación es Tratamiento periodístico de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022. El enfoque es cualitativo y de tipo aplicado. El diseño es hermenéutico, empleándose las técnicas de la entrevista y la observación, siendo los instrumentos la guía de entrevista y la ficha de observación, validada por juicio de expertos. En el procedimiento de muestreo, se tuvo como escenario de estudio cuatro ejemplares del semanario Expresión, que fueron publicados en el mes que ocurrió el tema de análisis; recurriéndose a la directora del medio de comunicación que forma parte del estudio, como también especialistas en el área del periodismo y la política. La conclusión principal a la que se llegó es que las características periodísticas de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022, reflejan la intención de generar una corriente de opinión en contra del presidente de entonces, para lo cual realizó una valoración y selección previa de componentes relacionados a la forma gráfica y contenido periodístico que hacen aceptable y comprensible el mensaje y magnifican la gravedad del hecho.

Palabras clave: Tratamiento periodístico, portada, política

Abstrac

The title of the research is Journalistic treatment of the covers of the weekly *Expresión* during the political crisis in Peru, December 2022. The approach is qualitative and applied. The design is hermeneutic, using interview and observation techniques, with the instruments being the interview guide and the observation sheet, validated by expert judgment. In the sampling procedure, four issues of the weekly *Expresión* were used as a study scenario, which were published in the month that the subject of analysis occurred; resorting to the director of the media that is part of the study, as well as specialists in the area of journalism and politics. The main conclusion reached is that the journalistic characteristics of the covers of the weekly *Expresión* during the political crisis in Peru, December 2022, reflect the intention of generating a current of opinion against the president of that time, for which he carried out a evaluation and prior selection of components related to the graphic form and journalistic content that make the message acceptable and understandable and magnify the seriousness of the event.

Keywords: journalistic treatment, front page, politics

I. INTRODUCCIÓN

Sánchez (2012) menciona que la influencia o efectos en las audiencias que logran los medios de comunicación en sus públicos, se debe al establecimiento y fijación de la agenda para el tratamiento y difusión de los diversos temas de interés propio y/o el de sus lectorías, en el caso específico de los periódicos; con lo cual, adquieren gran capacidad para modelar las actitudes. Dicho fin, lo logran con (1) los pasos previos o “construcción de la agenda”, cuya responsabilidad está determinada por la línea editorial o política periodística de los medios; (2) las condiciones circunstanciales que facilitan o dificultan que el proceso de la canalización mediática se produzca; y (3) las consecuencias generadas por dicha canalización en la opinión pública y las actuaciones sociales, o cuestión calificable de “y luego qué” (p. 8). La existencia del proceso de tematización y su publicación, llevado a cabo por los medios, presupone que éste se realice mediante criterios de selección donde intervienen todos los que integran la empresa periodística: reporteros, directivos y propietarios. Siendo así, la determinación de la tematización, permite que los individuos, a pesar de sus posibles preferencias, tan sólo pueden optar entre lo que se publica y cómo son presentadas estas publicaciones, empezando desde las portadas de los diarios, que incluye los componentes gráficos como las ilustraciones, los textos y titulares, a fin de lograr la aceptación de manera implícita por el público, de acuerdo al contexto en que se desenvuelve. El tema tiene suma importancia y es actual, pues su investigación es constante para examinar el comportamiento periodístico de los medios de comunicación escritos locales; especialmente, cuando existe una situación coyuntural nacional que exige su constante difusión, o consideran que la temática regional es más relevante; lo que debe conllevar a la toma de decisiones que correspondan a un adecuado tratamiento de la información, que beneficie a la población.

A nivel internacional, Rodríguez (2009) explica que resultó muy interesante analizar las portadas del diario El Mundo, principalmente, por las tragedias publicadas a las que llama “desastres turísticos”, que en ocasiones son ignorados y en otras se hace un especial seguimiento por el hecho de constituirse en un medio de comunicación de posición editorial contestataria al gobierno. Trataron el

caso del “Arca de Zoé”, en donde los tripulantes españoles de un avión, fletado por una ONG francesa, resultan involucrados en una posible red de pederastas. Este diario le dedicó su primera página en seis ocasiones; además de presentar editoriales y fotografías en dimensiones significativas, la mayoría de las veces. Otro de los aspectos detectados en la sección principal del periódico, es la posible adquisición o fusión de la primera aerolínea de España, Iberia, asunto que también es incluido en la sección de economía. Las noticias específicas sobre el turismo como actividad para beneficio social y de la económica del país, es poca; es decir, al asunto se le busca el enfoque de corrupción. En total son 54 portadas en las que ubicaron 59 noticias relacionadas al sector del turismo, desde diferentes perspectivas.

A nivel nacional, Gutiérrez (2018) luego de analizar el diario La República, en la construcción de la realidad durante la segunda vuelta electoral del 2016, menciona que las portadas de los medios de comunicación constituyen ventanas informativas que se exhiben en múltiples quioscos, permitiendo a la sociedad tener a primera vista los principales acontecimientos de interés público respecto a la política, la economía, la cultura, el deporte, entre otros; en busca de mostrar su identidad y cualidades que atraigan a los posibles adquirentes. La manera en que los componentes gráficos de la superficie periodística (titulares, fotografías y textos) son tratados por los periódicos dan una idea al lector de sus preferencias en las rutinas informativas de cobertura, selección y ubicación de lo que consideran noticiable y lo que deciden que es importante para ser resaltado, en relación a sus intereses como empresa.

Es importante que los medios de comunicación tengan muy en cuenta la trascendencia de sus publicaciones, a nivel de contenido y la forma cómo las presentan en cuanto a ubicación y dimensión de cada uno de los elementos gráficos, lo que también contribuye a la generación de corrientes de opinión, pues los lectores se fijan en qué se publica y se deja de publicar, y en si una información tiene mayor presencia con respecto a otras; más cuando se trata de lo que es difundido a través de las portadas, lo que se entiende como las noticias principales para el periódico.

Al respecto, Gómez (1982) señala que al observar las portadas de los medios de comunicación escritos se nota su tendencia ideológica y posición política, según las características de las informaciones que presentan. Los titulares que se muestran en las primeras páginas tienen un sentido en su construcción para atraer una lectoría partidaria que interpreta los hechos según la intencionalidad del periódico, situación repetitiva sobre todo durante las campañas electorales, que es donde se marca la inclinación de los intereses particulares de la empresa comunicativa

A nivel local, Salazar (2022) manifiesta que el periódico es un medio de comunicación accesible a las lectorías, empleando para su exhibición los quioscos para que su accesibilidad sea más rápida, y las personas que pasan por la zona puedan leer los titulares. De esta forma, captan la atención de los compradores, y, estos a su vez, por su curiosidad o ganas de seguir leyendo compran el periódico. Hace referencia al semanario Expresión, el cual informa a la población desde el año 93, cuyas ediciones, expresa, ejercen gran influencia en las decisiones de los electores a la hora de elegir a sus representantes al Congreso de la República o Presidente de la Nación.

Precisamente, nuestra investigación tuvo como unidad de análisis el Semanario Expresión, donde la temática que se emplea es diversa, y una de sus características es la difusión de la problemática regional y local; por lo que es necesario establecer la prioridad brindada respecto a la crisis política del país, surgida a partir del intento de disolución del Congreso de la República por parte del entonces presidente Pedro Castillo Terrones, el 7 de diciembre de 2022; debido a la significancia en la vida de la sociedad chiclayana.

En razón de lo expresado, se realizó la investigación donde el problema general fue ¿Cuáles son las características periodísticas de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022? y sus problemas específicos fueron: ¿Cuál es la temática difundida por el semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022?, ¿Cuál es la narrativa de los componentes gráficos de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022?, ¿Cuál es el diseño de la

estructura de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022?

La presente investigación se justificó en lo metodológico, porque el tipo y diseño de la misma permitirá el empleo de las técnicas y procedimientos adecuados para obtener resultados que significarán una contribución de carácter científico en la determinación de las características periodísticas de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, en diciembre del año 2022; por lo que, al tratarse de un estudio de enfoque cualitativo, se tuvo especial atención en la elaboración de los instrumentos de recolección de datos a fin de que, se alcance la verosimilitud exigida con la realidad, mediante una precisa interpretación y discusión de los resultados. Se justificó en lo social, porque el estudio de las unidades temáticas portadas del semanario Expresión y crisis política en el Perú, permitió determinar las decisiones que toma el medio de comunicación para publicar información relevante en beneficio de su lectoría, tanto en el sentido de los contenidos, como en la presentación gráfica de los mismos; más, cuando surgieron contextos políticos de ámbito nacional que pudo llevar a los encargados de elaborar los cuadros de comisiones, a cambiar y/o priorizar la agenda periodística de cobertura regional, situación supeditada a posibilidades o limitaciones de alcance para el empleo de fuentes noticiosas alejadas de la jurisdicción del medio de comunicación. En lo práctico, el estudio se justificó por cuanto los resultados tendrán un impacto en quienes dirigen los medios de comunicación para establecer una política periodística de amplitud noticiosa, y de competitividad, a fin de tratar la información de trascendencia nacional con el esmero requerido, convirtiéndose en una alternativa preponderante para la lectoría que desea tener la visión de los medios locales frente a la temática político-nacional. Se justificó en lo teórico, porque la presente investigación al estar basada en la Teoría de la Agenda Setting y en la Teoría del Newsmaking, permitió contrastarlas con la realidad, y así descubrir el desempeño del semanario expresión respecto al tratamiento periodístico de sus portadas en relación a un tema que involucra el desarrollo político, social y económico del país; cuyas conclusiones permitirán generalizar la teoría y/o evidenciar que los medios de comunicación realizan un proceso de elaboración noticiosa e

informativa, siguiendo una línea editorial no necesariamente de adecuación a sus intereses; sino, de análisis e interpretación según un criterio personal-profesional.

El objetivo general del estudio fue analizar las características periodísticas de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022; mientras que los objetivos específicos fueron: i) Identificar la temática difundida por el semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022, ii) Describir la narrativa de los componentes gráficos de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022, y iii) Explicar el diseño de la estructura de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022.

Respecto a la hipótesis, no le correspondió por ser una investigación de enfoque cualitativo, ya que no se realizaron suposiciones previas, y no se realizaron mediciones.

II. MARCO TEÓRICO

En antecedentes internacionales, Argiñano y Goikoetxea (2020) en su investigación *Análisis de los titulares y las fotografías de portada en España en el contexto de la crisis del coronavirus: protagonistas, frames y lenguaje bélico*, tuvo como objetivo principal analizar las portadas de la prensa para explorar el tratamiento de las noticias surgidas en los primeros meses desde la aparición del Covid-19. Se trató de un estudio de tipo aplicada, enfoque cualitativo y diseño descriptivo. Su muestra la conformaron las portadas de los principales diarios generalistas de España: El País, El Mundo, La Vanguardia, ABC y El Correo entre enero y abril, de los que se tomaron 609 titulares y fotografías. Para este estudio se hizo uso de la técnica del Análisis Crítico del Discurso y la observación, y como instrumentos una ficha técnica. Su principal conclusión fue que, los datos permiten afirmar que la primera página es el escaparate donde un periódico muestra su mercancía informativa y sirve para presentar de una manera rápida y directa los temas más destacados de la actualidad.

Herrero F.J. (2017) en su investigación *Los periódicos deportivos españoles. Análisis comparativo de la noticia principal de portada en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport*, tuvo como objetivo general tener una visión global del conjunto de noticias principales que aparecen en las portadas de los citados diarios periódicos. Se trató de un estudio de tipo básica, enfoque cualitativo y cuantitativo. Su muestra la conformaron 16 periódicos por cada mes (4 periódicos de Marca, 4 de As, 4 de Mundo Deportivo y 4 de Sport) durante cada uno de los 18 meses, del 1 de enero de 2016 al 30 de junio de 2017; por lo tanto, se analizaron un total de 288 portadas, lo que supuso 72 portadas por cada diario. Para este estudio se hizo uso de la técnica del Análisis Crítico del Discurso y la observación, y como instrumentos una ficha técnica. Su principal conclusión fue que, el fútbol es el deporte que más portadas acapara, con escasa presencia de la mujer y sin presencia de polémicas arbitrales, siendo el Club Real Madrid el foco de atención en Marca y As; mientras que el Barcelona lo es en Mundo Deportivo y Sport. También concluye que existen diferencias significativas en

cuanto al género periodístico de las noticias según la estacionalidad y que existe cierta homogeneidad en el léxico empleado

En antecedentes nacionales, Gutiérrez, E.S. (2018) en su investigación Características de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad – elecciones presidenciales II vuelta electoral – 2016, tuvo como objetivo principal identificar cuáles son las características estructurales de las portadas periodísticas del diario La República en dicho contexto. Se trató de un estudio de tipo aplicada, enfoque cualitativo y diseño descriptivo. Su muestra la conformaron 14 portadas del diario La República, incluyendo la del día de elecciones. Para este estudio se hizo uso de la técnica del Análisis Crítico del Discurso y la observación, y como instrumentos una ficha técnica. Su principal conclusión fue que, si bien la información brindada por el diario La República no es sensacionalista por su correcto empleo del lenguaje (sintaxis) y la inclusión de fotografías de prensa sin un porcentaje considerable de manipulaciones, el análisis del discurso realizado dentro del periodo previo a las elecciones evidencia que si existió la presencia de un sesgo político en contra de la candidata Keiko Fujimori.

Vásquez (2017) en su investigación Análisis de las portadas periodísticas de los diarios Ahora Jaén y el espectador de la provincia de Cajamarca 2017, tuvo como objetivo principal analizar las diferencias de las portadas periodísticas de los diarios citados. Se trató de un estudio de tipo aplicada, enfoque cualitativo y diseño descriptivo. Su muestra la conformaron 52 ejemplares analizados: 26 del diario Ahora Jaén y 26 de El Espectador; publicados los sábados, domingos, martes y jueves para evitar coincidencias en los titulares de las portadas. Para este estudio se hizo uso de la técnica de la entrevista y documental y como instrumentos se consideró un cuestionario validado por expertos y una lista de cotejo. Su principal conclusión fue que, las portadas periodísticas de los diarios Ahora Jaén y El Espectador se distinguen porque uno es formal y el otro popular, cayendo en sensacionalismo cuando colocan fotografías que hieren susceptibilidades (caso Ahora Jaén). Ambos diarios son similares en fondo de acuerdo a estructura.

Mendoza M. (2018) en su investigación Características de las portadas periodísticas del diario Líbero y el periodismo deportivo – eliminatorias al mundial

Brasil 2014 – participación de la selección peruana de fútbol, tuvo como objetivo principal Identificar cuáles son las características de las portadas periodísticas del diario LIBERO en el periodismo deportivo sobre el contexto en mención. Se trató de un estudio de tipo aplicada, enfoque cualitativo y diseño descriptivo. Su muestra la conformaron las ediciones del diario Libero del 10 al 30 de octubre del 2012 periodo donde la selección peruana de futbol participaba en proceso de Eliminatorias al Mundial de Brasil 2014. Para este estudio se hizo uso de la técnica del análisis de contenido y como instrumento se la ficha técnica de análisis de contenido. Su principal conclusión fue que, los titulares de diario Líbero están orientados al sensacionalismo de manera subjetiva; sus textos son redactados como sumarios; sus imágenes tienen un alto grado de impacto, que atrae la atención del lector, en la que cobra importancia la parte gráfica y en la que se plasma el discurso que aparece fascinado, con la atención exagerada que se presta al evento, en este caso las noticias relacionadas a la selección.

En antecedentes locales, Salazar (2022) en su investigación Análisis de las portadas del Semanario Expresión durante las elecciones generales 2021 en Lambayeque, tuvo como objetivo principal analizar las portadas del Semanario Expresión durante las Elecciones Generales 2021, centrándose en los candidatos al Congreso por Lambayeque. Se trató de un estudio de tipo aplicada, enfoque cualitativo y diseño hermenéutico. Su muestra la conformaron 7 de las 15 carátulas del Semanario expresión que se difundieron del 7 de enero al 15 de abril del 2021. Para este estudio se hizo uso de la técnica del análisis de contenido y como instrumento se la ficha técnica de análisis de contenido. Su principal conclusión fue que, en las portadas analizadas del semanario expresión que publicaron información de dicha campaña electoral, los temas abordados tocaron la problemática regional de aquel momento, además, en el nivel narrativo destacó la fotografía de semblanza, y finalmente, se concluyó que su estructura es la misma en cada publicación.

Aguilar B. y Guevara C. (2015) en su investigación Análisis de las fotografías portada de los diarios El Norteño y La Verdad entre los meses de noviembre y diciembre del 2015, tuvo como objetivo principal Analizar las características del lenguaje fotográfico que utilizan en sus portadas los diarios “El Norteño y la

verdad” entre los meses de noviembre y diciembre del 2015. Se trató de un estudio de tipo aplicada y enfoque cualitativo. Su muestra la conformaron 7 de las 15 carátulas del Semanario expresión que se difundieron del 7 de enero al 15 de abril del 2021. Para este estudio se hizo uso de las técnicas de la entrevista y la observación y como instrumentos el cuestionario de entrevista y la ficha de observación. Su principal conclusión fue que, el género informativo predomina entre los otros géneros como la foto retrato que también está presente en las fotografías de portada de los diarios El Norteño y La Verdad, ambos medios le dan un enfoque periodístico mostrándolo siempre como una referencia de un hecho lamentable, y no exponiéndose de forma artística cual es el fin de la foto retrato; cabe mencionar que no se muestran otros tipos de género como foto ensayo, foto testimonial o foto ilustración.

La presente investigación se sustentó en la Teoría de la Agenda Setting y en la Teoría del Newsmaking, lo que nos permitió realizar el análisis de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022, desde la decisión que asumen los medios de comunicación para publicar determinados temas y la manera de presentarlos, en cuanto a contenido y uso de elementos gráficos.

Respecto a la Teoría de la Agenda Setting, McCombs y Shaw (1972) explican que los medios de difusión siguen un proceso para la publicación de informaciones, que inicia con la determinación de su cuadro diario de comisiones, donde se fijan diversos temas de interés social, u otros, en dependencia a la línea editorial o política periodística establecida; incluye, seleccionar lo que consideran noticiable, el espacio que merece y la ubicación en la página. Todo ello, refleja el sentido que asume el medio de comunicación sobre un determinado acontecimiento, en lo que también están inmersos reporteros, periodistas de mesa, editor y de todos quienes tienen la misión de tratar la realidad obtenida. Dicho proceso está orientado a que la lectoría comprenda lo que se publica y entienda la importancia de lo propalado.

Al respecto, Petrone (2009) señala que los medios de comunicación deciden qué temas cubren y publican, entre distintos asuntos que forman parte de tres tipos de agendas: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda de los

políticos; donde cada una prevalece según la intervención y poder de actores, los cuales tienen sus propios intereses y necesidades, muy distintos y encontrados entre uno y otros. De ahí que observamos en portadas e interiores de los periódicos una mayor presencia de contenidos ligados a corrupción, delincuencia, violencia, relacionados a la temática política, económica, medioambiental, social, etc. Por ello, McCombs y Shaw (1972) afirman que los medios de comunicación determinan la agenda, y es la audiencia la que intenta hallar en ellos una explicación sobre los hechos por la misma necesidad psicológica de ser orientada para asumir una postura; y cuando no encuentran hechos que les parece interesantes entonces sacan conclusiones que si el medio no lo publica es porque no tiene importancia, o lo que difunden tiene mayor trascendencia, generándose una determinada corriente de opinión.

Sobre la Teoría del Newsmaking, llamada también teoría del proceso de creación de la noticia, Arrueta (2009) manifiesta que, analiza y explica las fases de producción de la información en sus diferentes géneros y especies periodísticas, donde se describen las rutinas de trabajo de los periodistas, quienes se encargan de darle forma a los datos que recogen para luego darlos a conocer a las audiencias, sin que ello signifique manipularlos, sino darle un tratamiento para que resulte un producto aceptable y comprensible. Cada profesional tiene una capacidad periodística- literaria que la demuestra al publicar sus textos, otorgándole un enfoque particular a la realidad social del ámbito donde se desenvuelven, dependiendo en gran parte de las fuentes personales y documentales a las que tienen acceso. Sobre las rutinas y hábitos profesionales (Benavides (2017) expresa que hay aportes de perspectivas más hermenéuticas, como la constructivista o la crítica, las cuales se centran en sistematizar la manera en que las prácticas periodísticas producen sentido y, simultáneamente, estructuran sus propias normas de funcionamiento; algo que Bourdieu (1991) lo define como habitus, consistente en la cultura interiorizada en forma de disposiciones para la acción, generadora de prácticas y reguladora, mediante el sentido común o actitud práctica no consciente, que reactiva el sentido, objetivado en las instituciones; es decir, en las estructuras sociales. Las prácticas sociales son entendidas como esquemas de relación al interior del campo periodístico que

presentan autonomía y estructura interna al estar en un área determinada. Sin embargo, también se tienen en cuenta que existen condicionantes externos.

En suma, para Nina (2018) la teoría del Newsmaking puntualiza en los distintos modos de construir las informaciones, constituyendo el enfoque social transmitido por los periodistas y lo que percibe la ciudadanía. Se trata de la presencia de criterios de noticiabilidad para interpretar la realidad, no siendo el reflejo de ella, pues selecciona lo que considera más relevante y de interés colectivo.

Las unidades temáticas que se estudiarán en la presente investigación son las portadas, como unidad temática 1; mientras que la unidad temática 2 será crisis política. La primera, presenta las categorías: Temática, con sus subcategorías turística, ambiental, cultural, económica, política, deportiva, científica y policial; Componentes gráficos de la superficie periodística, con sus subcategorías titulares, fotografías y textos y; Diseño de la estructura, con sus subcategorías encabezado, tipografía y color. La segunda unidad temática tendrá las categorías: Poder, con sus subcategorías político, cultural, económico, religioso y social; Gobernabilidad; con sus subcategorías eficacia, legitimidad y estabilidad, y; Democracia, con sus subcategorías constitucional, electoral y social.

La portada o primera página, para Gonzales (2008) es el resumen de todo lo que aparecerá en las páginas interiores del periódico, cuya intención es propiciar impacto y llamar la atención de la lectoría; por lo que los editores del medio de comunicación ubican lo más resaltante de sus publicaciones, invitándolos a adquirir el ejemplar y a leer las informaciones que brinde dentro de ella. La portada refleja la línea editorial del impreso, la postura que asumen sobre la diversidad temática que abordan, interviniendo una serie de elementos que le dan un determinado sentido a sus contenidos; sobre lo cual, Medina (2017) señala que es la esencia del diario, la parte principal que captará de manera directa la atención del lector.

La portada muestra la temática, los componentes de la superficie periodística y el diseño de la estructura que determinan la personalidad del medio de comunicación.

Con relación a la temática

La temática turística, según Ávila (2013) es la recolección de datos, el análisis y la elaboración de la información referida a las actividades turísticas, en busca de producir un nuevo estilo para posicionar los productos turísticos de una región, constituyendo un importante aporte desde la difusión y promoción de eventos y acontecimientos científicos, artísticos y culturales que generan el nacimiento y desplazamiento de corrientes turísticas hacia esos atractivos. La temática turística exige el dominio de la metáfora para pintar con un lenguaje poético el paisaje descrito a fin de informar y persuadir a la audiencia. Entre las características de este tipo de temática encontramos: su enfoque está dirigido a la reproducción de imágenes de paisajes, manifestaciones artísticas u objetos culturales que requieran gran fuerza descriptiva; destacan el atributo más importante del objeto que se intenta describir y reúnen abundante información y rasgos distintivos; su magnitud y curiosidad, se enlaza con el aspecto humano a través del recuento histórico, las costumbres y leyendas; busca la oportunidad para destacar el ángulo novedoso que justificará el aporte profesional del periodista, y ; presenta la realidad del país, sus riquezas geográficas, y culturales, su economía, y atractivos recreativos, como también de sus problemas.

Ávila (2103) la temática ambiental incluye los asuntos que tratan la relación entre el hombre y su entorno natural. Abarca desde la información relativa a lo agrícola, ganadero, meteorológico, hasta los aspectos sociales, económicos, políticos que tienen que ver con el medioambiente. Se ocupa de la actualidad y la información relacionada con el medio ambiente, la naturaleza y el desarrollo sostenible, en especial en todo lo que tienen que ver con el deterioro del medio natural (suelos, atmósfera, biodiversidad...). Realiza el tratamiento periodístico, escrito, oral, audiovisual de los temas ambientales de carácter noticioso. Su objetivo es ofrecer información ambiental nueva y útil que permita al ciudadano decidir con conocimiento de causa. La temática ambiental exige un ejercicio periodístico especializado que atiende la información generada por la interacción del hombre o de los seres vivos con su entorno, o del entorno en sí.

La temática cultural para Ávila (2013) consiste en dar a conocer los productos culturales de una sociedad, promocionar eventos cuya esencia sean las artes y la

artesanía. Está dirigida a cubrir todas las manifestaciones del amplio concepto que abarca el término de cultura (arte, teatro, cine, festividades...) que se dan en el día a día de una sociedad. Actualmente la temática cultural no está libre de discusiones al respecto de su definición. Posiblemente debido a que trata de abarcar un campo definitorio demasiado extenso y heterogéneo, lo cual haría más compleja la búsqueda de una definición única y formalmente correcta en cuanto a términos de objetividad se refiere. Otra dificultad a la hora de acotarlo es la idea de cultura y su inherente amplitud. El término de cultura ha cambiado mucho a lo largo de los años y puede estudiarse desde dos perspectivas: la cultura como el Arte y el cultivo del espíritu; y la cultura como las señas identificadoras e históricas de una sociedad y sus costumbres.

Ávila (2013) la temática económica está enfocada a informar sobre los hechos relacionados con la economía, incluyendo temas sobre finanzas, banca o el mercado bursátil; además muestra cómo analizar, interpretar y redactar la información. Los periódicos especializados en economía se suelen llamar prensa salmón, por el color del papel en que se imprimen algunos prestigiosos periódicos de este tipo. Esta costumbre fue iniciada en 1893 por el periódico londinense Financial Times. La información económica se suele dividir en tres secciones: información macroeconómica, destinada a cubrir las informaciones sobre la actividad económica del Estado y del resto de economías mundiales; información bursátil, con datos sobre la bolsa de valores nacional e internacional, los tipos de cambio, el mercado de futuros, los fondos de inversión o los cambios de divisas, e; Información empresarial, que abarca las informaciones sobre las empresas privadas.

Para Ávila (2013) la temática política requiere periodistas especializados, los mismos que los divide en dos grupos: El primero: incluye a los reporteros "destacados" en las instituciones, los mismos que orientan sus informaciones de acuerdo a la línea periodística del medio de comunicación para el cual trabajan. La lealtad y la necesaria contrastación de las informaciones, así como la subjetividad y la objetividad inherentes a las publicaciones de carácter político, se concentran en la "honestidad" que estos reporteros tengan para con su medio de comunicación. El segundo: incluye al periodismo de investigación netamente

político. Informa sobre los aspectos que el público no conoce y que generalmente las autoridades ocultan. La corrupción, el mal manejo económico de los Estados, por ejemplo, es materia de un análisis más profundo del periodismo político que requiere de mayor trabajo de investigación.

Ávila (2013), la temática deportiva es la información sobre los acontecimientos deportivos a nivel local, nacional e internacional mostrando las novedades que se relacionan con las diferentes disciplinas deportivas. Las que más se destacan son: tenis, beisbol, baloncesto, automovilismo, atletismo, boxeo, golf y futbol. Asimismo, significa estar en los hechos y redactarlos de manera objetiva, con el fin de informar a la audiencia. Mientras en muchos medios de comunicación los periodistas dedicados al reportaje deportivo son llamados los profesionales del juego, en realidad esta área ha crecido en importancia a medida que el deporte mismo se ha convertido en un poder económico e influyente. El periodismo deportivo es un elemento esencial de todas las organizaciones de la información en la actualidad.

Temática científica, según Ávila (2013) es la enlaza el conocimiento científico y la sociedad; su objetivo principal es transformar a la ciencia en un saber general con carácter informativo y educativo. Es la especialización de la profesión periodística en los hechos relativos a la ciencia, tecnología, innovación, salud, medio ambiente, informática, arqueología, astronomía, exploración espacial y otras actividades de investigación. Para algunos es diferente de la divulgación científica, aunque ciertamente hay un debate respecto a la definición de ambos términos.

Sobre la temática policial, Ávila (2013) expresa que requiere la aplicación de técnicas de investigación periodística y las historias pueden ser contadas por medio de crónicas. Recopilar este tipo de información requiere: rigurosidad, precisión de los detalles, tener evidencias, agenda telefónica, contar con un archivo personal de los casos más sonados, selección adecuada de las fuentes informativas.

Kaysser (1966), menciona que la portada y todas las páginas del periódico están compuestas por tres tipos de superficies: periodística, publicitaria y

administrativa. Especifica que la superficie periodística está integrada por titulares, las fotografías y los textos.

Barthé (2010). Los titulares resumen el contenido de los textos. Su función es “vender” la nota que seguirá a continuación. Hay medios que tienen un periodista titulero, cuya labor es específicamente crear títulos atractivos y con garra periodística. Titular las notas informativas es una tarea difícil que el periodista debe lograr dominar. Para titular se debe condensar la esencia de la información en un número limitado de palabras. No podemos utilizar ni más ni menos palabras de las previstas por el espacio del que disponemos para la página. Entre las funciones de los titulares, tenemos: Despiertan el interés del lector por la noticia, incitándolo a leer la información; anuncian y resumen la información incluida en la noticia; informan la noticia con una visión propia, por eso pueden ser leídos de forma independiente; construye una narración por sí misma, aportando información; señala una posición del medio de comunicación ante el hecho y una manera de interpretar el acontecimiento. El autor incide en que, la titulación también señala el grado de importancia que el medio otorga a la noticia, guardan una jerarquía de mayor a menor tamaño, que indica la mayor o menor importancia que se presta a las noticias. Hay dos formas de diferenciar unos titulares de otros en función de su importancia: a través del cuerpo (tamaño de las letras) y el tipo (familia y carácter de las letras).

Respecto a los tipos de títulos, Barthé (2010) expresa que existen cuatro usados de acuerdo con el tono de la información: i) Títulos expresivos, no aportan demasiada información sobre el acontecimiento porque se presume que ya es conocido por el lector, su objetivo es puntualmente llamar la atención del lector utilizando palabras sueltas, generalmente acompañadas con signos ortográficos de admiración o interrogación; ii) Títulos apelativos, buscan sorprender al lector haciendo referencia a lo más llamativo de la noticia. La prensa sensacionalista los usa mucho; iii) Títulos temáticos o simplificadores, enuncian el tema pero no aportan ninguna información. Se suelen utilizar para pequeñas noticias sin demasiada importancia, y; iiiii) Títulos informativos, cumplen las tres funciones que hemos mencionado: explican el sujeto de la acción, la acción y sus circunstancias. Siempre se utiliza el tiempo verbal presente para dar una sensación de mayor inmediatez y acción.

En cuanto a las partes del titular Barthé (2010), menciona: título, antetítulo y subtítulo. El título anuncia el contenido del texto. El antetítulo indica de manera general el tema o el lugar en el que se sitúa la nota informativa, que por lo general es una única palabra. El subtítulo añade alguna particularidad que después se desarrollará a lo largo de la noticia. Cada noticia puede llevar alguno o todos estos elementos de acuerdo con su importancia y extensión, la misma que está condicionada por la importancia de la noticia y las dimensiones del texto, pues cuanto más importante y extensa sea una noticia, más espacio ocupará el titular.

En relación a la fotografía periodística, llamada también fotonoticia, para González (2011) es un recurso informativo muy importante para el periódico porque capta inmediatamente la atención del lector; es capaz de comunicar de forma rápida la información fundamental y de impresionar a los lectores a través de las emociones que provoca. También aporta viveza a la página en la que está. La fotografía informativa ha de mostrar hechos o situaciones de interés inmediato y que tengan relación con el texto periodístico al que acompañan. Generalmente, incluye en su parte interior un texto muy breve que se denomina "pie de foto", que no excede, habitualmente, las quince líneas. Este aclara y concreta el significado de la imagen a la vez que identifica a las personas protagonistas del acontecimiento y el lugar en el que el hecho se ha producido. La Fotografía de prensa por excelencia es la Fotonoticia. Se trata de una imagen tan impactante que por sí misma es noticia. Capta siempre el momento esencial y de máxima tensión de un acontecimiento muy importante o una gran novedad informativa y suele provocar en el receptor una emoción intensa que le lleva a comprender de inmediato el significado del hecho y, en muchos casos, a identificarse de forma irracional con él.

Gago (2013) sobre el texto periodístico manifiesta que reúne una serie de condiciones particulares que lo convierten en un valioso instrumento para el aprendizaje de la lengua, tanto en el caso de nativos estudiantes de Lengua Española, como en el de extranjeros. Se trata de un mensaje elaborado -o espontáneamente producido en el caso de medios de comunicación audiovisuales- en soportes que calificaríamos de 'débiles' desde el punto de vista de la vigencia y permanencia, pero con una importante capacidad de penetración

social. El mensaje periodístico tiene como vehículo de expresión un tipo de lenguaje diferenciado -al menos ideal y teóricamente- que es el lenguaje periodístico, particular dadas sus condiciones de difusión y los objetivos comunicativos que persigue sobre los principios de claridad/concisión/concreción, así como por las características del receptor al que está dirigido -múltiple y heterogéneo-, estratégicamente homogeneizado en el acto comunicativo.

Para Gago (2013) al situarnos en las páginas de un medio escrito nos acercamos a materiales funcional y temáticamente diversos, para efectuar de manera inconsciente una lectura compleja, no lineal, de básicamente tres códigos complementarios en los medios: el lingüístico, el paralingüístico y el irónico. La lengua se ve afectada de modo inevitable por factores contextuales como los valores, actitudes y aspiraciones particulares de la sociedad en la que el modelo pretende aplicarse, y es el texto periodístico el que consigue acercar a la lectoría a esa otra dimensión necesaria de la lengua, obteniendo un progreso global en el conocimiento de ésta.

Respecto al diseño de la estructura de la portada, Sánhe (Coord.) (2016), menciona que se trata de un lenguaje de figuras o signos mínimamente convencionales, al servicio de una necesidad informativa intencionada, que supone asimilar conceptos, objetos, situaciones, estrategias, cosas que, en principio, parecen guardar poca relación entre sí. En el ámbito de los medios de información, el diseño es concebido como una herramienta al servicio de una comunicación efectiva, convirtiéndose de hecho en comunicación en sí, pues un texto, una sombra, un recuadro cambian en atención a la propuesta visual que los conforman, dando lugar a un nuevo mensaje que no existía antes de que se le aplicase dicho proceso metamórfico. Ello, no significa que el diseño sea únicamente el 'cómo' de la información, sino una parte de la esencia del mensaje que, si está bien resuelto, apunta en la misma dirección que aquel. Esta estructura está compuesta por cabeceras de las publicaciones, los recursos tipográficos, y el color.

Sobre el mismo asunto Domínguez (2012) expresa que la prensa escrita está diseñada para informar a grandes masas, y requiere de una estructura interna bien establecida. La estructura del periódico está dividida en dos aspectos, uno

externo y otro interno. El primero se refiere al tamaño de los periódicos, el denominado clásico, que cuenta con ocho columnas, y el tabloide o chico, que suele manejar cinco columnas, aunque a veces suele presentar variaciones de una a dos columnas menos. Dentro de la estructura externa, se encuentran los elementos de identificación, ubicados en la primera plana del periódico: logotipo, lema, fechario, cintillo, cabeza principal, subcabeza, orejas, sumario, entre otros. Sin embargo, para Sánhe (Coord.) (2016) todos estos componentes que forman parte del diseño de la estructura de una portada, se resumen en cabeceras, tipografía y color.

Sánhe (Coord.) (2016) sobre las cabeceras expresa que es el signo inequívoco de identificación del medio, el rótulo, cabecera o indicativo del periódico/revista, que contiene el nombre de la publicación, el cual representa la marca, y eso sirve tanto para el mundo impreso y como el digital. La cabecera tipo de los periódicos en general es un rótulo compuesto con tipografía de palo seco, en color negro, en positivo, de caja alta y baja, centrado al ancho de la mancha, volado, con un filete que subraya el conjunto y que no lleva orejas. Hace relación a detalles importantes: tipografía, color, impresión, ubicación, uso de recursos tipográficos no textuales, símbolos, etc.

Por otra parte, Sánhe (Coord.) (2016) dice que el componente tipográfico tiene la función de informar, por lo que su claridad es muy importante como vehículo contenedor de palabras, el cual debe procurar una lectura homogénea y sin ruidos que permita el traspaso de información. La llegada de los procesos de digitalización, permiten una diversidad enorme de fuentes y una homogeneización en el uso de tipografías, pues el nacimiento de grupos con diferentes cabeceras se ha instaurado para el aprovechamiento de sinergias editoriales (como en la igualación de formatos, retículas, etc.). Parece, entonces, que ya no se busca únicamente la legibilidad en los tipos para el diseño periodístico y que, de alguna manera, la tendencia camina hacia la identificación del medio con base en fuentes de rasgos reconocibles que potencien la personalidad propia de las publicaciones. La consecuencia de esto es el abandono de tipografías clásicas a favor de fuentes inéditas y poco extendidas. Y que, además, sean versátiles, esto es, una

única familia con cantidad de pesos y estilos suficientes para organizar todos los elementos de la página: titulares, pies de foto, texto base, etc.

Para Sánhe (Coord.) (2016) la relevancia de los recursos tipográficos es notable, pues resulta más sencillo encontrar una página informativa que no contenga fotografías antes que localizar una que no emplee estos recursos tipográficos. Como tipología de base recurriremos a la que distingue entre: filetes, subrayados, orlas, recuadros, topos o bolos, señalizadores, tramas y fondos y, por último, otros caracteres tipográficos. La función enfatizadora se considera aplicada cuando los recursos tipográficos ayudan a definir el itinerario visual que debe seguir el destinatario del mensaje. La posición o el tamaño de los elementos son factores que contribuyen a transmitir jerarquía, pero cuando en una composición tenemos varios integrantes cuya representación visual es similar, la inclusión de un recurso tipográfico puede convertir un área en el punto de interés visual o, con un impacto menor, puede propiciar un cierto resalte o, simplemente, apoyar una cierta jerarquía.

En cuanto al color, Sánhe (Coord.) (2016) dice que se trata de un elemento cromático, factor de confluencia entre diseño y periodismo. Su potencial comunicativo es ya incuestionable. Atrás quedaron los tiempos en que el color y la prensa escrita tuvieron sus desencuentros, ya fuese por condicionantes económicos o porque se entendía que el factor connotativo del color era mayor al de su aporte comunicativo. Como predijo en las conclusiones de su investigación Del Olmo (2004), el color acabaría abriéndose paso también en el último reducto de los mass media, la prensa diaria generalista, que tardó en darle su pleno beneplácito. La prensa online tardó menos tiempo en abrazar el color -si bien las primeras ediciones electrónicas arrancaron igualmente en blanco y negro- de modo que, con la ayuda de otros diarios impresos como los de la prensa deportiva y la gratuita, llevaron al color al lugar de preferencia que se merecía y que otras publicaciones impresas, como las revistas o los suplementos y los dominicales, le habían otorgado con décadas de antelación.

González y Pérez (2007) expresan que los diarios en todo el mundo, han virado hacia patrones estéticos más abiertos donde se integran recurso visuales de las revistas, la televisión y la web, pues además de la credibilidad y formación,

a los medios se les exige aún más que nunca entretenimiento y diversión; mientras que Montes y García (2015), quienes estudiaron el impacto comunicativo del factor cromático en las revistas de moda, concluyen con una categorización de las funcionalidades cromáticas primigenias: informativa, compositiva, connotativa y simbólica. La función informativa, por muy evidente que pueda parecer y como ya se ha mencionado, no facilitó la plena integración del color en los diarios generalistas. Si bien en ciertas infografías, en los mapas u otros elementos icónicos es patente la aportación informativa del color, el ejemplo de las fotografías es el más claro: una imagen en color contiene una mayor variedad de datos que la misma imagen en blanco y negro.

Respecto a la crisis política, Pérez (2010) menciona que, en los tiempos difíciles que vivimos, el desprestigio que recae sobre la política, y con especial incidencia sobre los políticos, pues encontramos enconadas disputas por el control del discurso público que, en el seno de la sociedad, cada uno aspira a lograr la hegemonía. Es por medio del discurso que se conserva el poder, pues es capaz de construir la hegemonía de quienes se mueven en el espacio entre la realidad social y las construcciones ideológicas que se dan en su seno, para mantener, mediante el discurso público, la adhesión al poder de quienes logran el control político del mismo, así como el reforzamiento de la investidura simbólica que hace que dicho poder pueda ejercerse con autoridad. Lo sorprendente de la situación actual es que la batalla en torno al poder se da junto con los empeños respectivos de fuerzas políticas enfrentadas que polemizan por la hegemonía de discursos ya agotados, lo cual no quita que en el campo político la confrontación ideológica siga su curso.

Pérez (2010) señala que, la confrontación ideológica también es especialmente aguda en todo aquello que desde la política hay que resolver sobre cuestiones relacionadas con la vida. La bioética ha entrado en el debate público y los asuntos sobre la vida y la muerte han de ser abordados, en lo que a todos afecta, desde una sólida información científica, desde claves de moral cívica y desde la laicidad que debe acompañar a un Estado democrático de derecho. Todo ello invita a la puesta en práctica del respeto a las convicciones de cada cual, siendo imprescindible la tolerancia; virtud que debemos practicar en una

sociedad secularizada, pluralista y democrática si queremos vivir en paz desde la pluralidad de creencias, ideologías y convicciones. Se necesita aprendizaje acelerado de convivencia democrática desde la tolerancia y el respeto que recíprocamente nos debemos como ciudadanos. Poder, gobernabilidad y democracia son los elementos imprescindibles en la buena convivencia para contrarrestar la crisis política.

Sobre el Poder, Corzo (2016) menciona que es el compendio de pautas de conducta que ejercen los seres vivos para defender o satisfacer su existencia cuya difusión y alcance dependen de la potencia del agente emisor y del equilibrio con respecto a otros agentes y otros medios. El ejercicio del poder se distingue por el esfuerzo incesante por dominar todas las variables sociales, controlar sus valores y encajarlos en el universo particular para obtener el equilibrio deseado. Pero este equilibrio tampoco es un referente fijo, pues todo individuo posee un grado de consciencia histórica y un universo privativo con los que construye su estado ideal en cada instante y situación. De esta suerte el concepto de poder se ve afectado por los principios que sus mentores toman para conformarlo. Para mayor dificultad estas referencias son heterogéneas y en cantidad variable. Si existen referencias (culturales, ideológicas, etc.) se despliega el abanico y aparecen las diferentes formas en las que cada sujeto concibe su equilibrio existencial. Con estos antecedentes es fácil suponer que el binomio poder/sumisión como origen es un estado de equilibrio formado por innumerables tensiones contrapuestas, pues la inteligencia humana ha desarrollado una consciencia cultural e histórica superior a la de otras especies.

Corzo (2016) expresa que, entre las propiedades atribuibles a la condición humana se distinguen aquellas que emergen como inductoras de acciones y reacciones de poder: la legitimidad, las creencias, la experiencia, las costumbres, el conocimiento, la recompensa, la prepotencia, el referente, la competencia, la coacción, la designación, la elección, el disentiimiento, el enfrentamiento, el miedo, la ambición y cuantas otras contribuyen a incitar la propia voluntad sobre la ajena cimentan otras tantas iniciativas de poder. Las especies de poder derivadas de la estructura de los pueblos en estados soberanos son: poder político del que derivan el legislativo, ejecutivo y judicial (la triada política de Montesquieu) y el

poder de la cultura a los que se han incorporado, potenciados por las nuevas tecnologías, el poder de los medios de comunicación y la libre organización social en instituciones privadas o grupos de influencia.

Para Corzo (2016) el poder alcanza, socialmente, hasta querer tocar el cielo: líderes, patriarcas, estadistas, dignatarios, grandes potentados, ejecutivos en la cima del escalafón o jefes y cabezas de familia utilizan discursos cuyo techo no es el listón de la jerarquía que detentan, los requerimientos sociales que administran o la parcela de dominio en la que ejercen de macho alfa, su invocación al poder persigue purificar sus actos. Meter un componente místico, moral, ético o estético en el universo del poder constituye un factor de inferencia de acción fuerte, pero al mismo tiempo implica una relación de culto que confunde el ejercicio del poder con su dictado, el uso con el abuso y su carácter primario de ser más para ser más poderosos, con la sumisión incondicional o el adoctrinamiento puro y duro. La emigración del poder a espacios metafísicos, esotéricos o de pensamiento único, provoca el colapso social porque supedita el reparto de poder a un único brazo legitimado en detrimento de los demás. Existen cuatro clases de poder: político, cultural, económico, religioso y de prospectiva social.

Corzo (2016) sobre el poder político dice que se manifiesta por la capacidad de un proyecto para identificar las demandas de un colectivo, darles significado e implantarlo en la colectividad. Es la tensión existente entre un proyecto de vida y la coyuntura o compromiso para la supervivencia dando como resultado la aparición de poderes asumidos o soportados. El poder político sería transmisible si su concepción fuera cerrada, universal e inmanente, pero no funciona así, sus significaciones básicas no son transmisibles porque son semánticas por muy éticas, morales o estéticas que aparezcan. El poder político se vincula con las emociones: el líder político que conduce a su pueblo pone en juego todo aquello que podemos atribuir a la seducción y la imposición, pero esta fuerza es ajena a la existencia de un proyecto capaz de identificar las demandas de los ciudadanos, darles significado e implantarlo con éxito en la colectividad. Tras el afán de dominio, sin un proyecto de convivencia no hay poder político.

Corzo (2016) menciona que la fuente del poder político es su identidad y se construye con una amalgama de identidades sociales de toda índole: territoriales,

económicas, étnicas, religiosas y culturales a las que el poder político concede los significados correspondientes y un espacio de dominio en su estructura, unas veces restrictivo (nacionalismos o fundamentalismos) y otras universalistas (maximalismo histórico, imperialismo). Entre ambos se mueve el concepto de soberanía que aglutina en torno al poder los componentes socioculturales, históricos y circunstanciales. El autor, aclara que la unidad mínima de poder político es la comunicación, la cual se manifiesta a partir del establecimiento de vínculos entre individuos tomados uno a uno y evoluciona con la complejidad social.

Según Corzo (2016) los poderes políticos actuales son el “neoliberalismo”, el “colectivismo” derivado del materialismo histórico y el “utilitarismo” procedente del “materialismo doméstico”, ideologías en las que ha divergido el cuerpo conceptual de la Ilustración. Con el tiempo y mucha sangre derramada ninguno de ellos se ha revelado con potencia suficiente para construir nuevas estructuras capaces de mejorar las condiciones de subsistencia y el grado de sostenimiento del mundo.

En cuanto al poder cultural, Corzo (2016) expresa que la cultura es la conciencia de un pueblo y, la forma en la que un individuo se identifica con una cultura es a través del conocimiento y la aceptación de sus fundamentos, aquéllos de los que el orden social establecido se asiste para justificar su escala de valores. El equilibrio cultural e intercultural se establece a través de la tensión entre el deseo y lo realizable de modo que el rango social cultural oscila desde el individuo integrado hasta el marginal, pasando por todos los estados en los que es posible presentar de sí mismos una imagen propia ya sea distinguida, aceptada, impuesta o relegada. Por esta razón desde el poder existe la cultura oficial y la cultura marginal.

Por otra parte, Corzo (2016) dice que la cultura se define en su acepción clásica como el conjunto de actividades de un colectivo de individuos encaminado al entendimiento de la naturaleza y el desarrollo de la capacidad creativa; definición que omite el hecho de que el poder está compuesto en gran parte por elementos culturales al reflejar la complejidad de la organización humana. Tal manera de pensar, carece de un significado absoluto puesto que debe su

existencia a los vínculos establecidos y su dependencia es la que convierte la cultura en un exponente del poder.

Según Corzo (2016) el poder de la cultura, no la cultura del poder, se mide por la capacidad de transferencia de elementos de relación entre personas y colectivos. Son ejemplos conocidos la imposición cultural que ha practicado el Imperio Británico en sus colonias o la fuerte vigencia del poder cultural chino que ha permitido resistir invasiones foráneas asimilándolas a su tradicionalismo milenario. Sin que exista una necesaria proporcionalidad en la relación, la cultura forma parte de la construcción del ser humano y de sus capacidades de poder. El poder de la cultura afianza a otros poderes en cualquier rango que se considere: desde las costumbres ancestrales continuando con el poder de la palabra, las artes y oficios artísticos o la adquisición de conocimiento y su transferencia, todos aportan un incremento positivo de poder. La cultura del poder es residual y la endoculturación desde el poder no es más que una herramienta de control social.

Poder económico, Corzo (2016). El dinero, en una primera aproximación no es un poder. Es evidente que por más que se pretenda rendir culto al poder material no es fuente de poder, es un medio para alcanzarlo a través de las relaciones de intercambio o medio para detentarlo por ser su beneficiario. La aplicación de fórmulas o recetas económicas no crean poder, pero conduce al control de los medios para alcanzarlo y sostenerlo. El pretendido poder económico tampoco es emergente: la ambición construye el universo a imagen y semejanza de los impulsos personales. Cuando los fines del poder se subliman en la apropiación de medios materiales el poder ingresa en el fundamentalismo ideológico; es decir, todo es cuestión de precio, inclusive los atributos de la condición humana, el gran teatro del mundo una subasta y quienes puján por estos valores se alimentan de las plusvalías que generan.

Corzo (2016) explica que si bien los medios materiales son una herramienta del poder y solo el culto al dinero confiere un sentido metafísico a la opinión de quienes lo poseen, hay quienes auguran que la política terminará siendo fagocitada por la economía convirtiéndose en la especie de poder correspondiente. El control sobre la economía lleva al espejismo de considerar que se está ejerciendo el poder con todos sus requisitos al entender que la

bonanza de medios económicos resuelve la convivencia. La administración de los medios materiales puede evolucionar con mejor o peor fortuna, pero son los verdaderos poderes quienes han de mantener los valores que demanda la comunidad. La transformación de las reservas económicas estatales en órganos reguladores monetarios demuestra que el dinero es un concepto cambiante y siempre un envoltorio de los designios del poder.

Respecto al poder religioso Corzo (2016) señala que, es competencia de la Iglesia proclamar los principios morales, incluso los referentes al orden social, así como dar su juicio sobre cualquier asunto humano, en la medida en que lo exijan los derechos fundamentales de la persona. Los poderes religiosos no son una especie de poder, ya que han de ser tomados en consideración como tales solo cuando invaden los dominios de los poderes tradicionales, situación habitual en su caso que contribuye a confundir la naturaleza de sus significados con los del poder ocupado. Cuando una asociación religiosa se presenta a sí misma como fuerza política beligerante con la intención de intervenir en todo o parte del gobierno de los pueblos, ya sea como gobernante en ejercicio o entidad de orden superior a la que los gobiernos han de rendir obediencia, está haciendo uso de su poder.

Corzo (2016) expone que los estados modernos han secularizado progresivamente la vida de los ciudadanos afianzando su seguridad cotidiana y el ejercicio de las libertades personales. Al amparo del estado laico, la formación del individuo se acomete a partir del conocimiento y el proceso de generación de vínculos que establece la propia dinámica social asumido y perfeccionado por órganos e instituciones del estado y protegido por sus estructuras. Con esta dinámica el poder temporal ha sustraído al destino gran parte de sus consecuentes convirtiendo sus postulados en proyectos tangibles de acción social.

Corzo (2016) explica que, en las democracias avanzadas las instituciones civiles protegen los impulsos básicos de alumbramiento del poder: libertad de expresión e interpretación y autonomía de asociación y de cambio. Con estas herramientas para el desenvolvimiento se abre el acceso a la dinámica del poder desde el plano personal en una perspectiva que sitúa al hombre al albur de sus

capacidades. Desde las más antiguas comunidades hasta la especial complejidad de los estados de derecho contemporáneos los citados dominios de desenvolvimiento social han contado con un tercer agente inductor a sumar, representado por los institutos o agrupaciones religiosas. Si tomamos a la Iglesia católica como ejemplo, el mencionado estatus de coexistencia con los poderes civiles se ha negociado mediante acuerdos puntuales, generalmente referidos al régimen jurídico sobre el asentamiento de su estructura orgánica: demarcación geográfica en sedes episcopales, seminarios, universidades católicas, beneficios generales obtenidos por medios no corporativos a los que se añaden las compensaciones económicas recibidas del estado anfitrión a cambio del acatamiento de sus leyes fundamentales y de la asistencia religiosa en determinados campos de interés mutuo: la enseñanza, el ejército, el auxilio a los desfavorecidos y otras tareas coyunturales.

Prospectiva social, Corzo (2016). No siempre es posible responder a “qué y cuánto poder” cuando se hace referencia a sus posibilidades y más aún hacer cualquier prospección al respecto de las posibilidades sociales. En el complejo, superpoblado e interconectado mundo actual solo es posible influir sobre la tendencia evolutiva por aproximación poniendo a su servicio cuantos datos especulativos quepa imaginar. Para ello los habituales del poder emplean estructuras burocráticas, ejércitos, servicios de información y propaganda, etc., que cuentan con millares de entidades formadas por comisiones de estudio, órganos de asesoramiento, centros de investigación o simulación, grupos de trabajo y otros artificios que barren el campo de posibilidades en todas sus formas, teniendo como fin último no el análisis de tendencias sino la anticipación. A ellos se dedica una cantidad ingente de dinero y esfuerzo. Sus descubrimientos y conclusiones pasan a conocimiento exclusivo siguiendo un competitivo esquema de acceso y solo se los desclasifica cuando su divulgación comporta un valor añadido a los significados vigentes.

Corzo (2016) plantea que el acceso a los mecanismos que construyen el poder convierte a éstos, a los significados que emergen de ellos y a sus mentores, en los nuevos gurús del mundo sin otra facultad que la de disponer de la información privilegiada correspondiente. Con ella se construyen los mecanismos de control

utilizando modelos que no buscan la prospección social sino su control y convirtiendo las encuestas de opinión en armas para dirigirla. Hacer una valoración del poder desde la prospección social por calidad o cantidad es objetivamente imposible por cuanto exige un ejercicio previo de auto reconocimiento que tampoco se hace.

Gobernabilidad, Corzo (2016). Es toda forma de entendimiento social. Desde un punto de vista sistémico es el conjunto de acciones que emplean fuentes para la construcción de un orden social, de modo que las referencias fundamentales para abordar su estudio son: el conocimiento de la realidad humana y su transformación en hechos sociales. La realidad humana para alcanzar una conciencia de nuestra realidad debe abordar qué y quiénes somos y cuáles son nuestras posibilidades de coexistencia en el medio natural y sensible en el que vivimos inmersos. La comprensión de qué somos se asienta sobre las leyes naturales que han posibilitado la vida a la que se suma la explotación intensiva de las aptitudes humana; mientras que la comprensión de quiénes somos consiste en alcanzar las certezas desde las que cobra sentido nuestra mente. El Universo no está estructurado para dar a nuestra realidad biológica y psíquica una respuesta especial. La vida es una contingencia capaz dentro del marco de sus posibilidades, pero no una necesidad cósmica.

Para Corzo (2016) la capacidad humana despliega una interpretación del mundo infinitamente variada, pero en un campo de dominio limitado. Podría decirse que de hito en hito la evolución humana ha dado grandes pasos en el desarrollo transversal de sus capacidades, pero bien poco en profundidad, limitación que impide afianzar el terreno ganado a través del pensamiento. Con estas premisas se abre el campo de la especulación sobre la gobernabilidad del hombre ya sea como arte, ciencia o esencia de las tres naturalezas que conjugamos: la nuestra, la que nos soporta y la que queremos promover, recurriendo a nuestras aptitudes, nuestras habilidades y nuestros sueños. Este estado de equilibrio dinámico entre demandas sociales y capacidad de respuesta gubernamental, que cuenta con tres principios: eficacia, legitimidad y estabilidad.

Eficacia, Corzo (2016). Pone énfasis en la dimensión eficacia/eficiencia en el ejercicio del poder político y por ende de la gestión gubernamental, como clave de

la gobernabilidad de un sistema social. Para esta versión, la gobernabilidad es una propiedad de los sistemas políticos, definida por su capacidad para obtener objetivos prefijados al menor costo posible.

Legitimidad, Corzo (2016). Tiene que ver con la tradición de la justicia y de la legitimidad de un ordenamiento político-social, la tradición del respeto a los derechos humanos y de la obligación gubernamental de proveer el bienestar general; es decir, la tradición del buen gobierno, que es la conexión necesaria entre legitimidad y ejercicio del poder, concentrando su atención en el problema de la calidad de la acción gubernamental, que debe recoger y elaborar la demanda de la sociedad civil haciéndola valer como criterio de utilidad colectiva, que es la de tener una vida digna.

Estabilidad, Corzo (2016). Consiste en que un sistema será más gobernable en la medida en que posea mayor capacidad de adaptación y mayor flexibilidad institucional respecto de los cambios de su entorno nacional e internacional, económico, social y político. La estabilidad política es la previsible capacidad del sistema para durar en el tiempo y capaz de cambiar adaptándose a los desafíos que provienen del ambiente, para la sobrevivencia del sistema.

Sobre la Democracia Suárez-Iñiguez (2003), sostiene que actualmente se entiende como el conjunto de reglas que establecen quién está autorizado para tomar decisiones y bajo qué procedimientos. Se le suele llamar la definición procedimental de la democracia, cuyo principal defecto es su reducción al proceso electoral y a la legitimidad de las decisiones que después se tomarán. El autor cuestiona tal definición pues considera que la definición de democracia es más amplia y está compuesta de tres fases claramente distinguibles: i) Las condiciones que deben existir para que pueda desarrollarse el proceso electoral de manera limpia y confiable (libertades de conciencia, de pensamiento, de expresión, de asociación, de circulación, etcétera). ii) Las elecciones: voto libre, secreto y universal (directo o indirecto), corrección en los procedimientos, aceptación de resultados, etcétera, y iii) Las maneras en que funciona después de las elecciones: el gobierno democrático propiamente dicho.

Suárez-Iñiguez (2003) menciona que, para la filosofía política, la democracia es una entre varias formas de gobierno y se llaman precisamente así: formas de

gobierno, no de elecciones ni de condiciones para ellas. Condiciones y elecciones no son fines sino medios. De lo que se trata es de gobernar democráticamente. El término democracia está compuesto por demos, que significa pueblo y por cracia, que significa poder. Literalmente significa el poder del pueblo. Significa que el demos debe estar por encima de la cracia o, si se prefiere, que la eraría debe estar al servicio del pueblo. Como dijo Rousseau: la voluntad general debe armonizarse con la del Estado "siempre listo a sacrificar el gobierno al pueblo y no el pueblo al gobierno"; y no hay que olvidar nunca, ni por un segundo, que el gobierno no es el soberano sino simplemente su representante: el representante del pueblo. Entonces, no basta ser elegido democráticamente sino gobernar democráticamente, que implica gobernar para beneficio de los demás.

Suárez-Iñiguez (2003) explica que siendo la democracia un gobierno de consensos, David Easton, plantea la existencia de tres niveles de consenso: Consenso a nivel de comunidad o consenso básico; consenso a nivel de régimen o consenso procedimental; y consenso a nivel de acción política o consenso político. El consenso básico señala los valores compartidos en una sociedad; el consenso procedimental es el que establece las reglas específicas del juego, y; el consenso político incluye la mayoría y las minorías e implica, por ello, el disenso. El autor propone relacionar los tres niveles de consenso con los ámbitos en los que los términos mayoría y minoría se aplican, según Sartori. Estos ámbitos también son tres: el constitucional, el electoral y el social.

- a) Las constituciones democráticas si bien se refieren al gobierno de la mayoría ponen especial énfasis en los derechos de las minorías.
- b) En el ámbito electoral, en cambio, lo que importa es la mayoría, es la regla fundamental y los que pierden deben aceptar la voluntad de la mayoría.
- c) En el ámbito social lo que cuentan son ambas: mayoría y minorías, pero no en sí mismas sino en la relación de la sociedad con el individuo. Se refiere a las libertades y derechos de los individuos frente a la sociedad y el gobierno.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación.

El actual estudio fue de tipo aplicado y asumió un enfoque cualitativo.

3.1.1 Investigación aplicada

Sierra (2004) manifiesta que la investigación aplicada busca mejorar la sociedad y resolver sus problemas. Es el conocimiento de la estructura e infraestructura de los fenómenos sociales, con el propósito de poder llegar a su control, reforma y transformación; mientras que Vargas (2009) señala que se trata de un proceso investigativo científico, serio y riguroso, y una forma necesaria y óptima para conocer las realidades desde la evidencia misma, pues deben ser estudiadas y comprendidas en el contexto expuesto, reparando en los elementos dinámicos que la componen y las fuerzas y variables que la influyen.

Por su parte Murillo (2008), sostiene que también nos podemos referir a la investigación aplicada como la investigación práctica o empírica, caracterizada por la búsqueda de aplicar o utilizar los conocimientos obtenidos, al mismo tiempo que se van adquiriendo otros, después de haber implementado y sistematizado la práctica basada en investigación. El proceso del conocimiento hasta llegar a los resultados de la investigación, deben ser llevados en forma rigurosa, organizada y sistemática, lo que asegura el objetivo de contribuir con el mejoramiento de una realidad.

3.1.2 Enfoque cualitativo

Sandoval (2002) explica que existen tres tesis sobre el enfoque cualitativo: la primera referida a la construcción de objetos de conocimiento dentro de las diversas tendencias de investigación cualitativa obedece a un proceso de esclarecimiento progresivo en el curso de cada investigación particular. Esto significa que el proceso se alimenta continuamente, de y en la confrontación permanente de las realidades intersubjetivas que emergen a través de la interacción del investigador con los actores de los procesos y realidades socio-culturales y personales objeto de análisis, así como del análisis de la documentación teórica, pertinente y disponible. La segunda, sostiene que los

procesos de investigación cualitativa son de naturaleza multicíclica o de desarrollo en espiral y obedecen a una modalidad de diseño semiestructurado y flexible. Esto implica, por ejemplo, que las hipótesis van a tener un carácter emergente y no preestablecido y que las mismas evolucionarán dentro de una dinámica heurística o generativa y no lineal verificativa, lo que significa que cada hallazgo o descubrimiento, en relación con ellas, se convierte en el punto de partida de un nuevo ciclo investigativo dentro de un mismo proceso de investigación. La tercera es que, los hallazgos de la investigación cualitativa se validan generalmente por dos vías; o bien, del consenso, o bien, de la interpretación de evidencias. Opciones éstas, distintas a las de tipo contrafactual, empleadas por las investigaciones de corte experimental o probabilístico (cuantitativas).

3.2 Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación fue la hermenéutica

3.2.1 Hermenéutica

Sandoval (2002) menciona que se trata de una propuesta metodológica, donde la comprensión de la realidad social se asume bajo la metáfora de un texto, el cual es susceptible de ser interpretado mediante el empleo de caminos metodológicos con particularidades muy propias que la hacen distinta a otras alternativas de investigación. Emplea un procedimiento de interpretación que se expresa lingüísticamente, y para su comprensión recurre a las categorías de pensamiento que el lenguaje proporciona. Dicha interpretación válida se puede dar en el contexto de lo que se denomina “encuentro hermenéutico” donde idealmente se produce el diálogo entre el horizonte de entendimiento y mundo vital trascendiendo los referentes de espacio y tiempo.

Sandoval (2002) puntualiza en que, para realizar un trabajo de investigación mediante la hermenéutica, se debe partir por reconocer como principio, la posibilidad de interpretar cualquier texto, en una de las dos formas. La primera, como una interpretación literal y la segunda, como una interpretación a partir de la reconstrucción del mundo del texto. Para que las interpretaciones en cuestión adquieran aceptabilidad deben cumplir por lo menos las siguientes condiciones: a) Que explique toda la información relevante disponible, sin excluir alguna acción o

significación importante, ni reconstruirla de manera difusa b) Que la interpretación planteada sea la más plausible para explicar los eventos o fenómenos interpretados.

3.3. Unidades temáticas y operacionalización.

3.3.1. Unidad temática 1: Portadas

3.3.1.1 Categoría 1: Temática

3.3.1.1.1 Subcategoría 1: Turística

3.3.1.1.2 Subcategoría 2: Ambiental

3.3.1.1.3. Subcategoría 3: Cultural

3.3.1.1.4. Subcategoría 4: Económica

3.3.1.1.5. Subcategoría 5: Política

3.3.1.1.5. Subcategoría 6: Deportiva

3.3.1.1.6. Subcategoría 7: Científica

3.3.1.1.7. Subcategoría 8: Policial

3.3.1.2. Categoría 2: Componentes gráficos

3.3.1.2.1 Subcategoría 1: Titulares

3.3.1.2.2. Subcategoría 2: Fotografías

3.3.1.2.3. Subcategoría 3: Textos

4.3.1.3. Categoría 3: Diseño de la estructura

4.3.1.3.1. Subcategoría 1: Encabezado

4.3.1.3.2. Subcategoría 2: Tipografía

4.3.1.3.2. Subcategoría 3: Color

3.3.2. Unidad temática 2: Crisis política.

3.3.2.1. Categoría 1: Poder

3.3.2.1.1. Subcategoría 1: Político

3.3.2.1.2. Subcategoría 2: Cultural

3.3.2.1.2. Subcategoría 3: Económico

3.3.2.1.2. Subcategoría 4: Religioso

4.3.2.1.2. Subcategoría 5: Social

3.3.2.2 Categoría 2: Gobernabilidad

3.3.2.2.1. Subcategoría 1: Eficacia

3.3.2.2.2. Subcategoría 2: Legitimidad

3.3.2.2.2. Subcategoría 2: Estabilidad

3.3.2.3. Categoría 3: Democracia

3.3.2.3.1. Subcategoría 1: Constitucional

3.3.2.3.2 Subcategoría 2: Electoral

3.3.2.3.3 Subcategoría 3: Social

3.4 Procedimiento de muestreo

3.4.1 Escenario de estudio

El escenario de estudio estuvo compuesto por ejemplares del semanario Expresión, publicados del 7 al 31 de diciembre de 2022, cuyo contenido se relaciona a la crisis política en el Perú, generada por el intento de disolución del Congreso de la República y la captura del entonces presidente de la República Pedro Castillo Terrones.

3.4.1.1. Semanario Expresión

Inició sus labores el 13 de agosto de 1993, con 4 páginas, en formato tabloide, impreso en couché de 120 gramos, a todo color en offset. Su contenido condensó diversas informaciones y secciones, incluido el editorial. Su directora y editora, desde entonces, es la señora Rosa Amelia Chambergo Montejo. En la actualidad, circula en Lambayeque y otras regiones del país (Piura, Tumbes y La Libertad) con un promedio de 5 mil ejemplares semanales. Su distribución llega hasta el Congreso de la República, embajadas, y gran parte del sector público, en la capital del país.

"Expresión", es el único semanario que se mantiene de manera sostenida, gracias a la empresa privada, sobre las cuales ha publicado diversos suplementos institucionales. Ha desarrollado importantes campañas a favor de Lambayeque y diversos trabajos de investigación periodística, característica que lo distingue de otros medios, gracias a su Unidad de Investigación que le ha permitido publicar importantes informes periodísticos, como el regalo de las Tierras de Puerto Eten, entre otras valiosas indagaciones que han ido acentuando la credibilidad y posicionamiento como medio informativo semanal.

La misión del medio de comunicación es informar con veracidad, pluralidad e imparcialidad los hechos más relevantes del quehacer social, político, empresarial y cultural, con especial énfasis en el análisis de los hechos y la formulación de propuestas de solución a la problemática de nuestra comunidad; mientras que su visión es consolidarse como el medio semanal impreso de mayor presencia y liderazgo en Lambayeque, practicando valores éticos y cívicos que permitan contribuir a la correcta información, educación y entretenimiento de sus lectores.

3.4.2 Participantes

Los participantes fueron la directora del semanario Expresión y dos especialistas del periodismo, que han ejercido el periodismo impreso, desarrollándose también como docentes universitarios en su especialidad. Asimismo, se consideró la participación de un especialista en temas políticos.

3.4.2.1 Características de los participantes y objetos de investigación

3.4.2.1.1 Participantes de investigación

Tabla 1

Participantes de investigación

Entrevistados	Especialidad
Rosa Chambergo Montejo	Directora del semanario Expresión
Lic. Juan Vejarano Vergara	Especialista en Periodismo
Lic. Valentín Alvarado Ramírez	Especialista en Periodismo
Politólogo Jorge Vallejos Gastelo	Experta en temas políticos

Nota. Elaboración propia

3.4.2.1.2 Materiales de estudio

Tabla 2

Materiales de estudio

Periódico	Orden de masas y unidades comunicacionales
Semanaario Expresión	Contenido y espacio de la temática de la portada.
	Contenido, espacio y ubicación de los componentes gráficos: titulares, fotografías y textos en la portada
	Diseño de la estructura de la portada

Nota. Elaboración propia

3.4.2.2 Muestra no probabilística

En este estudio se utilizó el muestreo no probabilístico.

Pérez (2020). En las muestras probabilísticas, llamadas también incidentales, todas las unidades de análisis que integran la población tienen la misma probabilidad de ser incluidas en la muestra, pues no se utiliza ningún procedimiento estadístico y no es posible sacar conclusiones acerca de toda la población bajo estudio. Las unidades de análisis seleccionadas para la muestra será una decisión arbitraria de los investigadores, por lo que debe estar muy bien fundamentada la elección. Lo importante es no perderse por el camino y que la elección de la muestra sea de hecho una consecuencia lógica de los objetivos y el diseño de la investigación.

Se opta por un muestreo no probabilístico, puntualiza Pérez (2020) procurando que las unidades elegidas sean de diferentes edades, lugares, profesiones o cualquier otra característica que nos interese, pues mientras más ampliamos nuestro espectro, más oportunidades de detectar las particularidades de las unidades que forman parte de nuestro escenario de estudio. A más claridad de la muestra, mayor certeza de verosimilitud de los resultados de la investigación.

En el caso de nuestra investigación se emplearon la muestra de sujetos voluntarios y la muestra de expertos.

3.5 Técnicas e instrumentos de investigación.

3.5.1 Técnicas

Se usaron las técnicas de Análisis de contenido y la Entrevista.

3.5.1.1 Análisis de contenido

Para Sandoval (2002) el análisis de contenido tiene sus orígenes en la Psicología Social y la Sociología, aplicadas a la comprensión del campo de la política, las relaciones internacionales y la literatura; con un amplio desarrollo ulterior en los terrenos de la publicidad y la comunicación de masas. Pese a su intencionalidad cualitativa, la primera herramienta a la que se hizo, fue paradójicamente, la contabilización de frecuencias de ciertos elementos que se reiteraban dentro de: El discurso, la comunicación, o los documentos en el terreno

específico que es el de la pragmática de los textos donde autores como Greimas y Van Dijk entre otros, han desarrollado opciones de trabajo con particularidades muy propias. En una dirección de envergadura más amplia Paul Ricoeur (1974) ha propuesto una lectura de la realidad social, las acciones humanas y la cultura, a la manera de textos sobre los cuales es posible emprender un trabajo de tipo hermenéutico. Por su parte para Pérez (2020) el análisis de contenido, no solo se ha de circunscribir a la interpretación del contenido manifiesto del material analizado, sino que debe profundizar en su contenido latente y en el contexto social donde se desarrolla el mensaje.

3.5.1.2 Entrevista

Sierra (2007) manifiesta que ofrece la particularidad de presentar características peculiares. Recoge datos objetivos como características físicas, económicas, profesionales, sociales, etc. y; subjetivas, como ideas, creencias, opiniones, actitudes, sentimientos, conductas de la persona entrevistada. Da lugar a que se produzca necesariamente una relación social entre entrevistador y entrevistado, con la consiguiente interacción o influjo social recíproco entre ambos. Es eminentemente concreta, personal, directa e indirecta, características propias del procedimiento directo para observar directamente los datos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Sierra (2007) agrega que la entrevista representa un procedimiento cómodo y barato para obtener datos objetivos de sus entrevistados. Se podrían comprobar directamente, pero con mucho esfuerzo, trabajo y coste. Es la técnica más usada hasta ahora en las investigaciones sociales y la que sin duda ha contribuido más a los logros de la sociología empírica.

Por su parte Pérez (2020) manifiesta que las entrevistas se asocian al enfoque cualitativo, donde son muy utilizadas, pero no se limitan a este. No se sacan conclusiones cuantitativas de ellas, se llega a ideas, puntos de vista, comprensión de la situación del otro.

3.5.2. Instrumentos

En esta investigación se emplearon como instrumentos de recolección de información la ficha de observación y la guía de entrevista.

3.5.2.1. Ficha de observación

Hernández; et al (2010) expresan que las fichas de observación son formularios elaborados por el mismo investigador, quien debe estar entrenado en áreas de la psicología, antropología, sociología, comunicación, educación y otras de similar especialidad, con la finalidad de ser muy preciso con los ítems o aspectos que considera oportuno anotar, como parte del tema que indaga.

Hernández; et al (2010) explican que los elementos y unidades sometidas a la observación los componen el ambiente físico (entorno), el ambiente social y humano (generado en el ambiente físico), las actividades (acciones). Se incluye los equipos tecnológicos que usan los participantes y las funciones que cubren, hechos relevantes, eventos e historias y retratos humanos de los mismos.

3.5.2.2. Guía de entrevista

Pérez (2020) dice que en la guía de entrevista se anotan los ejes a tratar durante la conversación. Se apuntan preguntas, palabras claves, sin la necesidad de elaborar un cuestionario exhaustivo para seguir paso a paso. En las entrevistas es fundamental que la conversación fluya, y no se logra en un clima tipo ping-pong de preguntas y respuestas. Lo mejor que puede pasar es que el entrevistado hable con soltura, y el entrevistador va tildando los temas que va cubriendo. Y, siguiendo el diálogo, se hace una revisión que queda por cubrir. Se requiere tiempo. No debemos cortar a la persona si se va del tema, sino “traerla de vuelta” luego de los rodeos.

3.6 Validez

Para Sandoval (2002) se trata de la dimensión de la calidad de los hallazgos y de las conclusiones, en función del tipo de entendimiento que emerge al desarrollar un proceso de investigación de tipo cualitativo. Existen cuatro categorías que ayudarán al entendimiento: Descriptivo, interpretativo, teórico y evaluativo. Algunas preguntas pertinentes y útiles para orientar la elaboración del informe final de investigación en este tema son las que se enuncian a continuación: • ¿Son significativas y ricas de contexto las descripciones presentadas? • ¿La reconstrucción elaborada genera la sensación de plausibilidad y parece convincente? • ¿La triangulación entre métodos complementarios y

fuentes de datos generalmente producen conclusiones convergentes? ¿Si no es así, se muestra una explicación coherente para ello? • ¿Los datos presentados se muestran bien relacionados con las categorías de análisis, sean estas previas o emergentes? • ¿Los hallazgos presentados son coherentes internamente? ¿Se relacionan sistemáticamente los conceptos expuestos? • ¿Se explicitan la lógica y las reglas que se siguieron para confirmar las proposiciones e hipótesis que fueron emergiendo en el curso del proceso investigativo? • ¿Se examinó la evidencia negativa?, ¿qué se halló?, ¿qué sucedió entonces? • ¿Las explicaciones rivales se consideraron de manera efectiva?, ¿qué sucedió entonces? • ¿Las conclusiones presentadas fueron sometidas a consideración de los informantes para realizar precisiones sobre las mismas? ¿Si ello no se llevó a cabo existe una razón coherente que lo explique?

Con el fin de establecer validez del instrumento se recurrió al protocolo establecido por la Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios de la Universidad Particular de Chiclayo, cuya ficha es resuelta por expertos en la especialidad de Comunicación.

3.6.1. Juicio de expertos

Escobar y Cuervo (2008) mencionan que el juicio de expertos es un método de validación útil que sirve para constatar la credibilidad de un estudio que se define como una opinión informada de personas especialistas en la materia, las cuales son distinguidas por otras como expertos calificados, lo que los certifica para brindar información, evidencia, juicios y valoraciones.

3.7 Aspectos éticos

Viorato y Reyes (2019) expresan que la ciencia contribuye y enriquece a la humanidad, siendo a través de sus avances que se consolida, refuerza, trasciende y construye el conocimiento en pro del bienestar y calidad de vida. El conocimiento científico que debe estar apegado a lineamientos éticos que constituyan responsabilidades e integridad. Por lo que la práctica ética de la ciencia es un imperativo, con una exigencia metodológica para el ejercicio pleno de la investigación. El investigador asume responsabilidades, que de no ser cumplidas lo harían parte de la omisión, negligencia e incluso fraude. Sin embargo, ¿en verdad existe una regulación? ¿Todos los investigadores asumen

esta responsabilidad? ¿el investigador asume este compromiso?, si bien debemos reconocer que la formación de cada científico parte de su campo de especialidad, sin embargo, eso no asegura que mantenga conocimiento sobre las regulaciones éticas que debe incluir en su investigación; por otro lado, muchas de estas implicaciones no parten sólo de estipulaciones o lineamientos a través de comités, sino de la misma conducta y valores que tiene cada uno, esperando que lleven a cabo sus funciones con buena fe, respeto y veracidad.

Viorato y Reyes (2019) señalan que lo anterior lo mencionan en función de la historia de la investigación, que ha estado matizada por sucesos que en algunos casos desarrollaron beneficios a generalidades, pero que transgredieron la dignidad y vida humana de grupos específicos. Sometiendo a sujetos de estudio, incluso sin que estos lo supieran a atrocidades que, para ejemplo basta con mencionar a los judíos en campos de concentración Nazi, entre muchos otros y de los cuales ni siquiera se tenga conocimiento. Así mismo y que de cierta forma no perjudicaron directamente a individuos, están las experimentaciones que no mantienen ninguna responsabilidad social, obedeciendo sólo fines económicos y políticos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

La presente investigación se planteó como problema principal, la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características periodísticas de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022? Para ello, se realizó un trabajo de campo con entrevistas a dos especialistas y a la directora la unidad de análisis y a una especialista en politología; así como, fichas de observación.

4.1.1. Entrevistas

Las entrevistas fueron realizadas al Lic. Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República edición norte y primer vicedecano del Colegio de Periodistas de La Libertad; Lic. Valentín Alvarado Ramírez, ex docente de la Escuela de Comunicación de la Universidad Particular de Chiclayo y ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo; Periodista Rosa Amelia Chambergo Montejo, directora del semanario Expresión. También se realizó la entrevista al politólogo Jorge Vallejos Gastelo, experto en temas políticos.

A continuación, se presenta el extracto con las ideas principales de las entrevistas, mientras que las transcripciones completas se ubican en los anexos del presente documento.

Unidad temática: Portada

Categoría 1: Temática

Subcategoría: Turística

Pregunta 1: ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática turística en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “La temática turística genera importantes recursos de diversa índole como lo cultural, histórico, infraestructura y servicios; lo que ayuda al desarrollo del departamento de Lambayeque”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “El medio es más de carácter político-sociedad e institucional, pero ello no es óbice para destacar en la portada un tema turístico importante que suceda en la región”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Por ser Lambayeque una región Mochica donde se han dado importantes hallazgos, se estima que la directora del periódico toma mucho interés en abordar estos temas que han significado fuentes de ingreso erario nacional”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: La directora del medio de comunicación y los especialistas coinciden en que se publican temas turísticos debido a su importancia para el desarrollo regional y nacional; aunque Juan Vejarano, ex editor regional del diario La República edición norte, puntualiza que la temática principal del semanario es de carácter político-sociedad e institucional.

Subcategoría: Ambiental

Pregunta 2: ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática ambiental en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “El impacto ambiental en el Perú y en particular en Lambayeque está alcanzando cifras alarmantes. Los problemas aumentan tras el continuo incremento de la población, lo que provoca mayor generación de residuos sólidos, aumento de niveles de ruido, cambios en el uso del suelo, impacto visual y daño al patrimonio cultural; aspectos privilegiados para exponerlos en portada”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Si hay una denuncia fundada sobre un atentado ecológico o de contaminación ambiental por acción de inadecuados procesos industriales o mineros, sí se puede considerar una llamada en la portada”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “La región Lambayeque, en especial la provincia de Chiclayo, sufren una terrible contaminación ambiental por desidia de autoridades y funcionarios que debían velar por el respeto a las leyes que norman el control permanente del sistema. Las campañas en educación ambiental son muy importantes”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: La directora del medio de comunicación y los especialistas coinciden que la temática ambiental debe ser asumida para su publicación por su importancia para la sostenibilidad. Sin embargo, Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario Expresión expresa que la problemática ambiental debe tener privilegio para ser difundida en portada; mientras que, el especialista Juan Vejarano expresa que el semanario difunde la temática cuando se trata de una denuncia. El especialista Valentín Alvarado Ramírez deja entrever que el medio de comunicación debe realizar campañas de educación ambiental.

Subcategoría: Cultural

Pregunta 3: ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática cultural en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “El Perú es uno de los países con mayor diversidad cultural en el mundo. Tomamos en cuenta los grandes tesoros que tenemos como la danza, la música, la gastronomía, el arte popular, las fiestas tradicionales, los textiles, las medicinas naturales y las

lenguas. Lambayeque es la cuna de importantes museos en los que está la memoria de nuestra historia”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Si el tema es de suma relevancia, como el hallazgo de un gobernante Moche o de restos arqueológicos, se considera una llamada en la portada”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Nuestra región está avanzando en el aspecto cultural, es así que en los últimos años se han publicado libros de autores chiclayanos, se han creado agrupaciones culturales que difunden nuestra música; así como se difunden bailes y danzas antiguas”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: Existe coincidencia entre la directora del medio de comunicación y los especialistas en que la temática cultural tiene mucho contenido en Lambayeque y nuestro país para ser difundido; pero, no se asegura como prioridad para ser tomada en cuenta en una portada, lo que es señalado puntualmente por el ex editor regional del diario La República, Juan Vejarano Vergara, quien expone que un hecho extraordinario sobre el asunto podría permitir una decisión diferente.

Subcategoría: Económica

Pregunta 4: ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática económica en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Índices de Inflación, precios de productos de la canasta básica familiar, salarios, desarrollo empresarial, empleo, etc.”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Ahora que Lambayeque atraviesa un buen momento en la agroexportación, se puede destacar una llamada en portada”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Lambayeque es una región que logró ubicarse en un lugar especial entre los productores para la exportación y con ello conseguimos un incremento en el ingreso de divisas”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: La directora del medio de comunicación y los especialistas concuerdan en que de la temática económica se derivan distintos subtemas que pueden ser tratados en portada y que el semanario Expresión lo toma en cuenta para ser publicado en portadas; más aún, cuando están ligados a la afectación de el sostenimiento familiar.

Subcategoría: Política

Pregunta 5: ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática política en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Desarrollo del Gobierno, cómo se cumple con la gobernabilidad, funciona o no el régimen político que nos gobierna, cómo se desempeña la democracia, se aplican o no las reformas del Estado, cómo vamos creciendo en cultura política. Los procesos electorales y agrupaciones políticas. Sociedad civil, movimientos sociales, acción colectiva y cultura política. Derechos humanos, seguridad nacional y cómo funcionan las relaciones Estado-iglesias”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Por ser el medio más de corte político-sociedad, las portadas versan sobre esa materia en un alto porcentaje. Se considera la relevancia del tema, la trascendencia y el impacto que generará en la población”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “En nuestra región hay una gran efervescencia en el ambiente político. Las reformas en las leyes para el desarrollo de los procesos electorales han permitido surgir a nuevas organizaciones locales que aspiran incursionar en política y buscan ocupar cargos. Esto motiva un trabajo periodístico de investigación para orientar a la opinión pública”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: Existe coincidencia entre la directora del medio de comunicación y los especialistas al afirmar que el semanario Expresión trata la temática política con especial interés, siendo una de sus prioridades para su difusión en portada. Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República edición norte, señala que el periódico trata el asunto según la relevancia del tema, la trascendencia y el impacto que genera en la población”.

Subcategoría: Deportiva

Pregunta 6: ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática deportiva en sus portadas?

R. Chambergó (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Conociendo que el deporte es uno de los fenómenos más populares de nuestro tiempo, tomamos en cuenta el ejemplo de personas que aman las diversas disciplinas deportivas y mostramos cómo con esfuerzo logran el éxito, lo que al difundirse en portada impacta en las personas para seguir su ejemplo”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Es muy poco común ese tipo de temas en el semanario, pero si se trata, por ejemplo, de un logro relevante del Juan Aurich, equipo que identifica a Chiclayo, amerita por lo menos una llamada en portada”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Aunque nuestra región ha ido perdiendo liderazgo en el deporte, el periodismo no ha dejado de lado la gran batalla para buscar nuevos valores del deporte y llegar a conseguir nuevos lauros para nuestra región”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: El especialista Juan Vejarano Vergara expresa que es difícil ver la temática deportiva en las portadas del medio de comunicación; aunque Rosa Chambergo Montejo, directora del Semanario Expresión, asegura que sí lo hacen en la medida que se trate de destacar el esfuerzo de un deportista para que sirva como ejemplo, lo que concuerda con lo afirmado por el especialista Valentín Alvarado Ramírez, quien habla de resaltar valores por parte del periódico.

Subcategoría: Científica

Pregunta 7: ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática científica en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Hay logros muy importantes de la ciencia que los medios de comunicación debemos privilegiar como información para que la opinión pública conozca, esté bien informada y difunda la esperanza de que a través de la ciencia hay logros que solucionan problemas”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Ello va de acuerdo a la trascendencia y repercusión que tenga el tema sobre el público”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “El periodismo serio de este medio ha encontrado una fuente potencial de investigación científica con el nacimiento de las nuevas universidades y crecimiento de sus facultades y escuelas profesionales existentes”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: la directora del medio de comunicación y los especialistas coinciden en que los resultados del trabajo realizado por las instituciones vinculadas al quehacer científico, en sus distintas áreas, merecen ser publicados en portada, siguiendo un orden de trascendencia y repercusión para la sociedad.

Subcategoría: Policial

Pregunta 8: ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática policial en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Nuestro medio no trabaja temáticas policiales”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Esta temática va acorde con el impacto de la noticia, y si ella lo amerita, seguramente irá en la portada”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Como en toda sociedad, así como se logran cosas positivas, también encontramos algo que podría decirse que hace daño a toda la sociedad a través de los medios de comunicación”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario Expresión, señala de manera clara que no emplean la temática policial en su periódico; mientras que Juan Vejarano Vergara, ex editor del diario La República edición norte, expresa que podría tratarlo si la noticia impacta. Entre tanto, Valentín Alvarado Ramírez, ex director de informaciones del diario La Industria de Chiclayo, expresa que su difusión es algo inherente a los medios de comunicación.

Categoría 2: Componentes gráficos

Subcategoría: Titulares

Pregunta 9: ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los titulares que publica en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Seleccionamos el informe principal, el que se ha trabajado con mayor análisis, con ello acentuamos la marca y diferenciación de otros medios, generalmente los temas que abordamos no son tocados por otros medios”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “El tratamiento es sobrio, fundamentado, serio, sin caer en el sensacionalismo o el amarillismo”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Este semanario, desde su inicio optó por hacer un periodismo serio, empezando por el buen uso del

lenguaje y así se aplica desde la elaboración de los titulares en la mesa de redacción”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: Los especialistas Juan Vejarano Vergara y Valentín Alvarado Ramírez coinciden en que los titulares del medio de comunicación son tratados con seriedad y buen uso del lenguaje. Entre tanto, la directora Rosa Chambergo Montejo expresa que antes de la publicación de un titular se realiza un minucioso análisis de la temática, y buscando la distinción con otros periódicos.

Subcategoría: Fotografías

Pregunta 10: ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a las fotografías que publica en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Sabemos que una buena fotografía expresa muchas y diversas opiniones, tomamos en cuenta que esta concuerde con el titular de portada”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “La fotografía es un material visual que habla por sí sola, acompaña y contextualiza a las noticias. El material gráfico es fundamental para tener una buena portada”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Siempre se ha dicho que “una buena fotografía puede decir más que mil palabras”; por eso es que aquí se tiene mucho tino para seleccionar las fotos que se van a publicar. No se exagera en el tamaño y no se llega al morbo en los gráficos”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: La directora del medio de comunicación y los especialistas coinciden en que las fotografías publicadas en las portadas del semanario Expresión se realiza teniendo en cuenta la concordancia con el titular, contexto del hecho y la generación de corrientes de opinión. Valentín Alvarado Ramírez agrega que no se emplea el morbo y no se exagera en las dimensiones.

Subcategoría

Pregunta 11: ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los textos que publica en sus portadas?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Procuramos que sea conciso, llamativo, exclusivo, que genere opinión e interés”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Los textos se trabajan de manera muy profesional, con seriedad y responsabilidad, contrastando la información, para que el público saque sus propias conclusiones.”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Los textos que llegan a la sala de redacción han sido previamente evaluados en su contenido para llevar una buena calidad de temas de interés a la opinión pública”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: La directora del medio de comunicación, Rosa Chambergo Montejo, expresa que los textos son tratados de manera concisa, llamativa y exclusiva para generar opinión pública, lo que coincide con el especialista Valentín Alvarado Ramírez, quien agrega la importante labor previa de quienes

recogen la información. El especialista Juan Vejarano Vergara añade que su elaboración permite al público sacar sus propias conclusiones.

Categoría 3: Diseño de la estructura de las portadas

Subcategoría: Encabezado

Pregunta 12: ¿Qué criterios determinan el diseño del encabezado del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “A lo largo de 30 años, variamos la presentación del diseño para comodidad del lector y hemos anclado en un diseño coherente con el contenido”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Aunque en el semanario no se usa el encabezado, sí hay una mancheta que contiene el nombre del semanario -con su tipografía característica- y el slogan que lo identifica, además del color celeste que lo mantiene hace casi 30 años”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Se estima que los editores y diagramadores de este periódico han optado por las líneas modernas de diseño de nuevos formatos de periódicos que buscan mantenerse en circulación frente a la crisis que enfrentan los grandes periódicos del mundo”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: Existe coincidencia entre la directora del medio de comunicación y los especialistas en cuanto a la importancia de generar identidad, mediante el diseño bien trabajado y la necesidad de adecuarlo a los tiempos modernos, tratando de encontrar una mejor comodidad para la atención de la lectoría.

Subcategoría: Tipografía

Pregunta 13: ¿Qué criterios determinan el diseño de la tipografía del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Hemos considerado a lo largo de 30 años que la marca de Expresión debía ser siempre clara y sencilla con el objetivo de ser entendibles”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “Para los textos se utiliza el tipo de letra serif, para que sea más visible para el lector, más no para los titulares. Ese tipo de letra es parte de la identidad gráfica del medio”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Conforme se modernizan las empresas periodísticas en otras latitudes y nos llega la información por los sistemas informáticos, en nuestra región se puede contar ahora con un medio de comunicación que nada tiene que envidiar de los grandes periódicos de Perú y muchas otras ciudades de Latinoamérica”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: La directora del medio de comunicación y los especialistas concuerdan en que el uso de la tipografía contribuye a un mejor impacto de la información, especialmente de los titulares donde las dimensiones apropiadas propician una mejor visibilidad.

Subcategoría: Color

Pregunta 14: ¿Qué criterios determinan el diseño del color del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

R. Chambergo (conversación personal, 01 de junio, 2023): “Desde hace 30 años nos caracteriza el color azul, pues se relaciona con elementos de la naturaleza,

tales como el agua y el aire, formando asociaciones positivas de paz y tranquilidad. Además, inspira sentimientos de amistad, lealtad, seguridad y confianza a nuestros seguidores”.

Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario expresión.

J. Vejarano (conversación personal, 02 de junio, 2023): “El color celeste se adoptó por los colores de la bandera de Chiclayo, para marcar una identidad con la ciudad desde un inicio”.

Juan Vejarano Vergara, ex editor regional del diario La República, edición norte.

V. Alvarado (conversación personal, 03 de junio, 2023): “Se estima que la selección del color que se utiliza en la mesa de edición es parte de todo un proceso que implica la valoración del concepto de identidad con esta bella ciudad que se identifica con el color celeste y por supuesto aplicando otros colores de una tonalidad sobria y no escandalosa”.

Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo.

RESULTADO: Los especialistas Juan Vejarano Vergara y Valentín Alvarado Ramírez, coinciden en que el uso del color celeste, en el medio de comunicación, está relacionado al tono de la bandera de la ciudad de Chiclayo, además del empleo de colores sobrios para los titulares. Entre tanto, la directora Rosa Chambergo Montejo señala que emplean colores para generar sentimientos de amistad, lealtad, seguridad y confianza a sus seguidores.

Unidad temática 2: Crisis política

Se realizó la entrevista al politólogo Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

Categoría 1: Poder

Subcategoría: Político

Pregunta 1: ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder político en el país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “Creo que son claves los niveles de escándalo, connotación y resonancia que pueda tener un hecho para escogerlo como parte de la difusión de contenidos, a nivel político. La población tiene mucha información sobre sucesos políticos que causan asombro, pues es lo que proporcionan los medios de comunicación, olvidando explicar con mayor detalle cómo ocurren las cosas, cómo funcionan las instituciones y demás”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: El especialista Jorge Vallejos Gastelo considera que los medios de comunicación son responsables de que no exista análisis del quehacer del poder político por parte de la población, al centrarse sólo en la difusión de los hechos que provocan escándalo, sin explicar su origen y consecuencias.

Subcategoría: Cultural

Pregunta 2: ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder cultural en el país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “En estos últimos años se ha abierto el panorama a distintas manifestaciones y formas culturales que los medios de comunicación han empezado a difundir, pues se han hecho más notorias debido a los flujos migratorios, notándose la gran diversidad cultural que tiene el país”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: El politólogo Jorge Vallejos Gastelo expresa que los contenidos sobre el poder cultural son difundidos por el medio de comunicación, con mayor

amplitud en la actualidad, debido a los flujos migratorios que provocan el contraste cultural en los nuevos entornos y se hace más notoria la diversidad.

Subcategoría: Económico

Pregunta 3: ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder económico en el país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “Tengamos en cuenta que los medios de comunicación también son empresas y tienen relación con determinados grupos económicos. Los dueños de los medios de comunicación son parte de grupos económicos del sector bancario, industrial, minero, agrícola, entre otros. Yo creo que estos grupos económicos entran a tallar en la selección de los contenidos que difunden o dejan de ser difundidos, tienen poder e influyen para determinar su tratamiento”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: Para el especialista Juan Vallejos Gastelo, el medio de comunicación por ser una empresa tiene intereses y difunde contenidos sobre el poder económico en el país, según conveniencia propia o es influenciado por los grupos con los que se relaciona.

Subcategoría: Económico

Pregunta 4: ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder religioso en el país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “Este es un país donde la religión católica está reconocida por la propia Constitución como un componente clave en la formación de la identidad de la nación, además se permite la diversidad de cultos. En el pasado, los medios de comunicación tenían una relación mucho más estrecha con la difusión de las costumbres religiosas; pero, en la actualidad, la modernización los está llevando a presentar otros contenidos y las están dejando de lado; aunque siguen estando medianamente presentes”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: Según el politólogo Jorge Vallejos Gastelo, el medio de comunicación difunde contenidos sobre el poder religioso, según las costumbres eclesiales y por su identificación con la religión católica.

Subcategoría: Social

Pregunta 5: ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder social en el país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “Se tiene que evaluar a qué nos estamos refiriendo cuando se habla de poder social. Una cosa es hablar de una acción colectiva que se transmite, como una marcha o una movilización masiva y; otra cosa es hablar de un movimiento social, algo que tiene una agenda marcada, unos objetivos que duran a lo largo del tiempo, tiene además una estructura que tiene voceros. Entre esas particularidades, lo que hemos tenido son acciones colectivas: protestas y marchas que oscilan, que duran una secuencia un tiempo y ahí acaban. Eso es lo que está presente a nivel de los medios”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: El politólogo Jorge Vallejos Gastelo señala que el medio de comunicación difunde contenidos relacionados al poder social, solamente coyunturales; es decir, reacciones sociales efímeras frente a una problemática del país, pero no se abordan las situaciones de manera sostenida.

Categoría 2: Gobernabilidad

Subcategoría: Eficaz

Pregunta 6: ¿El medio de comunicación cómo contribuye con la gobernabilidad eficaz del país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “Hay que distinguir dos conceptos importantes: Gobernabilidad es la estabilidad política, es decir la estabilidad entre los distintos actores formales del quehacer político. Mientras que el otro concepto, que es mucho más amplio, es el de Gobernanza, gobernanza

democrática que es considerada la estabilidad o paz social donde están presentes los actores políticos formales y los actores no formales, por ejemplo, las comunidades indígenas campesinas. Yo diría que contribuyen informando con veracidad los hechos, evitando los dimes y diretes, la diatriba, el insulto entre actores. Hay que ir al trasfondo de lo que está ocurriendo con argumentos, mientras haya periodismo de investigación y periodismo serio se contribuye a la gobernabilidad eficaz”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: Según el especialista, el medio de comunicación contribuye con la gobernabilidad eficaz del país al informar con veracidad y seriedad los hechos que involucran a los actores políticos sobre su actuación frente a la sociedad, previa investigación para dar una explicación pormenorizada del suceso.

Subcategoría: Legítima

Pregunta 7: ¿El medio de comunicación cómo contribuye con la gobernabilidad legítima del país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “En cuanto a contribuir con la gobernabilidad legítima, pues transmitiendo las gestiones de las autoridades legítimamente constituidas y respetando la actuación de estas autoridades en el marco de un estado constitucional de derecho”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: El especialista menciona que el medio de comunicación contribuye con la gobernabilidad legítima del país al difundir el quehacer de las autoridades políticas, respetando su condición de haber sido elegidas democráticamente.

Subcategoría: Estable

Pregunta 8: ¿El medio de comunicación cómo contribuye con la gobernabilidad estable del país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023) “Dando participación a los actores formales y a los actores informales para contribuir con la estabilidad y paz social. Por lo regular, son los actores formales los que tienen voz en el medio de comunicación, pero es necesario que también sean oídos los grupos sociales, sindicatos, iglesias, comunidades, entre otros; lo que ayuda a generar consensos entre todos los actores para tener un escenario de gobernanza.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: El especialista anota que es necesario que el medio de comunicación de oportunidad a los llamados actores no formales o no oficiales para que puedan expresar sus ideas y necesidades, con lo que contribuiría a la estabilidad y paz social.

Categoría: Democracia

Subcategoría: Constitucional

Pregunta 9: ¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la democracia constitucional del país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “El medio de comunicación manifiesta su interés sobre la democracia constitucional, primero conociendo la Constitución y conociendo toda la institucionalidad democrática que tiene el país; por lo tanto, hay que hacer un llamado de atención cuando se publica sin conocimiento sobre las bases teóricas del funcionamiento del Estado, y lo que hace es agravar una crisis, al informar de manera desacertada sobre conflictos que ocurren en toda democracia. Los medios de comunicación deben informar con mayor conocimiento político”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: El politólogo Jorge Vallejos Gastelo menciona que el medio de comunicación debe tener conocimiento de la Constitución y la institucionalidad

democrática para informar con mayor acierto cuando ocurren conflictos que son parte de toda democracia.

Subcategoría: Electoral

Pregunta 10: ¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la democracia electoral del país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023): “A la democracia electoral se contribuye brindando tribuna a las distintas fuerzas políticas que participan en un proceso electoral, algo que el medio de comunicación no realiza, pues los debates por ejemplo son tribuna para quienes aparecen como los cinco primeros en las encuestas. Sin embargo, no son sólo los procesos electorales los que deben permitir la presencia de los actores políticos; sino de manera permanente para explicar a la ciudadanía cómo funciona y debe funcionar una democracia electoral”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: El especialista asegura que el medio de comunicación manifiesta su interés sobre la democracia electoral, dando participación a los actores políticos que aparecen primeros en las encuestas, descartando a quienes, aparentemente, no tienen chance de ganar una elección y añade que debe publicar temas sobre democracia electoral de manera constante para orientar a la población.

Subcategoría: Social

Pregunta 11: ¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la democracia social del país?

J. Vallejos (conversación personal, 04 de junio, 2023) “En lo que respecta al interés sobre la democracia social del país pues lo evidencia el medio de comunicación poniendo también en vitrina los problemas sociales que tiene el país, la demanda y lucha por derechos sociales que tiene los distintos grupos sociales del país; es decir, hay una agenda de lo explosivo, lo asombroso, el

escándalo, la denuncia, pero también debe haber una agenda sobre los temas por resolver en cuanto a mejorar la cobertura de servicios de salud, educación, derechos sociales. Esa democracia social también es importante que sea parte de la agenda de los medios”.

Jorge Vallejos Gastelo, especialista en temas políticos.

RESULTADO: Para el politólogo Jorge Vallejos Gastelo, el medio de comunicación manifiesta su interés sobre la democracia social del país al difundir los problemas sociales que tiene el país en cuanto a salud, educación, y derechos sociales.

4.1.2. Fichas

Las fichas de observación permitieron recolectar la información sobre la temática, componentes gráficos de la superficie periodística y diseño estructural de la unidad de análisis considerada en la presente investigación. Obtenidos los datos, se procedió a elaborar los cuadros de resultados, que resumen de una manera clara los aspectos abordados a lo largo del estudio.

Figura 1

Ediciones de las unidades analizadas

Edición 1281 Del 08 al 15 de diciembre 2022	Edición 1282 Del 15 al 22 de diciembre 2022
	
Edición 1283 Del 22 al 29 de diciembre 2022	Edición 1284 Del 29 de diciembre al 15 de enero 2023
	

Nota: Tomado del semanario Expresión, diciembre, 2022

Figura 2

Portada del semanario *Expresión*, edición 1281, 2022



Nota: Tomado del semanario *Expresión*, del 8 al 15 de diciembre de 2022, portada.

Figura 3

Portada del semanario *Expresión*, edición 1282, 2022



Nota: Tomado del semanario *Expresión*, del 15 al 22 de diciembre de 2022, portada.

Figura 4

Portada del semanario *Expresión*, edición 1283, 2022



Nota: Tomado del semanario *Expresión*, del 22 al 29 de diciembre de 2022, portada.

Figura 5

Portada del semanario *Expresión*, edición 1284, 2022



Nota: Tomado del semanario *Expresión*, del 29 de diciembre de 2022 al 15 de enero de 2023, portada.

Tabla 3
Temática difundida en las portadas de las unidades de análisis

Subcategorías	Unidades de análisis			
	1281	1282	1283	1284
Turística	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
Ambiental	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
Cultural	No presenta	No presenta	No presenta	Sí presenta
Económica	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
Política	Sí presenta	Sí presenta	No presenta	No presenta
Deportiva	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
Científica	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
Policial	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta

Nota. Elaboración propia

Interpretación

El semanario Expresión empleó la temática política en dos de las cuatro ediciones de diciembre 2022, donde abordó la decisión del ex presidente de la República, Pedro Castillo Terrones, de cerrar el Congreso de la República y sus consecuencias. Teniendo en cuenta que la acción del ex mandatario que provocó la crisis política en el país fue el 7 de diciembre, el medio de comunicación en su edición 1281, que salió al día siguiente, tuvo que cambiar el tema principal de portada, lo que significa la importancia y prioridad que tuvo el asunto para el semanario, pues regularmente sus titulares de la primera página son producto de la cobertura periodística de ámbito local y regional.

A la semana siguiente (edición 1282) el caso fue difundido nuevamente en portada, compartiendo ubicación con una información de carácter local, también sobre temática política. En las ediciones 1283 y 1284 la temática fue absorbida por la celebración de la Navidad y Año Nuevo.

Tabla 4

Narrativa de los componentes gráficos de las portadas de la unidad de análisis

Subcategorías:						Unidad de análisis
	Titulares	Fotografías			Textos	
Resalta en la página	Es prioridad en la página	Estructura Vinculada	Mejor foto	El contenido es dinámico	Concordancia con el titular	
Abarca gran porcentaje de la superficie periodística.	Es el único tema tratado.	Presenta ante título.	Presenta una foto.	Presenta al ex mandatario realizando gesto por habla y señalando.	El texto que acompaña es concordante con el titular, pues es una explicación del hecho.	1281
Ocupa la parte inferior a una altura de 10 cm. y todo el ancho del periódico.	No es prioridad, pues aparece como titular secundario.	Presenta ante título y sub título.	Es la mejor foto, entre las cuatro que aparecen. Las otras son estáticas.	Presenta al ex mandatario realizando gesto por habla y señalando.	No aparece texto	1282
		El tema no es abordado.				1283
		El tema no es abordado.				1284

Nota. Elaboración propia

Interpretación

En la primera edición donde se publica el caso sobre la crisis política del país (1281), el tema es de gran importancia y significancia para el medio de comunicación, pues es el único titular y ocupa un tercio de la superficie periodística; lo que no sucede en la edición siguiente (1282) donde el titular es ubicado en la parte inferior, adquiriendo mayor preponderancia la elección del decano del Colegio de Abogados de Lambayeque, pese a que el contexto político nacional estaba en todo su furor. Ello, probablemente, debido a que, el impacto de una noticia para los lectores es por la inmediatez. Se destaca que, siendo un periódico de alcance

regional y frente a la competición de fuentes, alcance y cobertura de los medios nacionales, el asunto siguió siendo parte de la portada en el semanario Expresión. Respecto a las fotografías empleadas, en las dos ediciones donde se trató el tema en portada (1281 y 1282) se opta por imágenes en movimiento (dinámicas) donde el ex presidente Pedro castillo Terores tiene gestos de habla, muy similares a los de Alberto Fujimori Fujimori cuando tomó la misma decisión de cerrar el Congreso de la República. Se empleó una sola foto sobre el tema de la crisis política del país en ambas ediciones, debiendo destacar respecto a las otras fotografías que aparecen en la portada del 15 al 22 de diciembre, que la del tema de análisis es mejor por su dinámica y contenido.

En relación al texto, sólo aparece uno en la edición 1281, que es donde el tema de la investigación es tratado con mayor amplitud de espacio y contenido. Es concordante con el titular, explica de manera muy precisa el acontecimiento y justifica lo que se afirma “Castillo: De improvisado presidente a intento de dictador”.

Tabla 5

Diseño de la estructura de las portadas de la unidad analizada

Subcategorías	Unidades de análisis			
	1281	1282	1283	1284
Encabezado	<p>Contiene el nombre de la publicación, slogan, quién lo dirige, fecha de publicación, número de edición, precio, redes sociales de difusión y página web.</p> <p>El encabezado está ubicada en la parte superior y ocupa la totalidad del ancho del periódico.</p>	<p>Mantiene las mismas características.</p>	<p>Mantiene las mismas características.</p>	<p>Mantiene las mismas características.</p>
Tipografía	<p>La tipografía empleada por el medio de comunicación, respecto al titular de portada, además de informar pretende resaltar el hecho combinando altas y bajas y un texto resumido, que explica la anotación del titular. El tamaño de la tipografía de la cabecera, el titular y el texto, ayudan a enfatizar el sentido que se le quiere dar al mensaje.</p>	<p>La tipografía empleada por el medio de comunicación, respecto al tema de la investigación, es en altas para el ante título y en bajas para el sub título, manteniendo las fuentes de su edición anterior. Su lectura sigue siendo homogénea y sin ruidos, facilitando la comprensión del contenido. Aun cuando el tamaño de la fuente es reducido, enfatizan el contenido del mensaje.</p>	<p>No presenta el tema para su análisis, desde esta sub categoría.</p>	<p>No presenta el tema para su análisis, desde esta sub categoría.</p>
Color	<p>Existe un contraste entre los colores empleados en la cabecera y los empleados en el titular: azul, rojo, negro.</p>	<p>El color empleado para la tipografía del titular sobre el tema de análisis es blanco, mientras que el</p>	<p>No presenta el tema para su análisis, desde esta sub categoría.</p>	<p>No presenta el tema para su análisis, desde esta sub categoría.</p>

Nota. Elaboración propia

Interpretación

Respecto al encabezado, el medio de comunicación resalta el número de años circulando en la región Lambayeque (29 años), con lo cual muestra su sostenimiento asociado a la veracidad con la que trata la información el Semanario. En todas las ediciones analizadas mantiene las mismas características.

En relación a la tipografía, su lectura es homogénea y sin ruidos, por lo que permite la comprensión del contenido. La fuente empleada es coherente con el encabezado lo que le da legibilidad en los tipos para el diseño periodístico y que, fortalece la identificación y personalidad del medio de comunicación, pues se guarda el mismo estilo para todos los elementos de la página: logo, titulares, y texto base, etc. En la edición 1281, donde el tema de análisis aparece con mayor énfasis, las altas y bajas permiten una adecuada visibilidad para los lectores, lo que también se logra en la edición siguiente (1282), pese al tamaño por el espacio dedicado. Todo ello contribuye a resaltar el tema en la portada.

Sobre el color, el rojo usado para palabra Castillo, en la edición 1281, tiene una función compositiva y connotativa. Por un lado, de llamado de atención a la lectoría debido a la combinación cromática y; por otro, la relación con la profesión política de izquierda del ex presidente, vinculándola a la supuesta falta de capacidad y la actuación radical antidemocrática y de verticalidad. En la edición 1282, donde también se trata el tema, se emplea el color blanco para las letras sobre un fondo negro, produciéndose una sensación de crisis y serios problemas para el ex presidente debido a la decisión asumida. Es decir, impera la función connotativa que desea darle el medio de comunicación a la información materia de la presente investigación.

4.2. DISCUSIÓN

La investigación analizó las características periodísticas de las portadas del semanario *Expresión* durante la crisis política del Perú, diciembre 2022, en el contexto de disolución del Congreso de la República por parte del entonces presidente Pedro Castillo Terrones, el 7 de diciembre de 2022, siendo necesario establecer la prioridad informativa del medio de comunicación, cuya temática es local y regional.

En este contexto, el semanario indicado abordó el tema en dos de sus cuatro ediciones del mes de diciembre del 2022: Edición 1281 (Del 8 al 15 de diciembre de 2022) y edición 1282 (Del 15 al 22 de diciembre de 2022).

En esa línea, la investigación se planteó como objetivo general analizar las características periodísticas de las portadas del semanario *Expresión* durante la crisis política del Perú, diciembre 2022. Para tal fin, se entrevistó a la directora del medio de comunicación analizado, dos especialistas en periodismo y un especialista en temas políticos, y se emplearon fichas de observación para realizar el análisis de los contenidos sobre el objeto de investigación.

El estudio basó sus resultados en la teoría de la Agenda Setting y en la teoría del Newsmaking. En cuanto a la primera, McCombs y Shaw (1972) explican que los medios de difusión inician el proceso de tratamiento informativo con el establecimiento de la agenda, donde determinan los asuntos que deben tener cobertura según sus propios intereses o los de la sociedad, siguiendo una línea editorial. La toma de decisiones va desde revisar lo que es noticia, el espacio y la ubicación en la página. Aquí también están incluidos reporteros, periodistas de mesa, editor y de todos quienes tienen la misión de evaluar la realidad obtenida.

Al respecto, Petrone (2009) señala que los medios de comunicación deciden qué temas cubren y publican, pudiendo ser de tres tipos: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda de los políticos.

Sobre la teoría del Newsmaking, Arrueta (2009) señala que se emplea para analizar y explicar las fases de producción de la información en sus

diferentes géneros y especies periodísticas, se describen las rutinas de trabajo de los periodistas, quienes le dan un tratamiento a los hechos para convertirlos en aceptables y comprensibles. Cada profesional le da un enfoque particular a la realidad social del ámbito donde se desenvuelven, dependiendo en gran parte de las fuentes personales y documentales a las que tienen acceso.

En cuanto a los mismo, Benavides (2017) expresa que hay aportes de perspectivas más hermenéuticas, como la constructivista o la crítica, las cuales se centran en sistematizar la manera en que las prácticas periodísticas producen sentido y, simultáneamente, estructuran sus propias normas de funcionamiento; algo que Bourdieu (1991) lo define como habitus, que consiste en la cultura interiorizada en forma de disposiciones para la acción, generadora de prácticas y reguladora, mediante el sentido común o actitud práctica no consciente.

Los autores mencionados refieren que los medios de comunicación tienen la potestad de decidir lo noticiable, después de valorar cada uno de los componentes del hecho, permitiendo que el lector conozca detalles de los hechos difundidos y al mismo tiempo entender la importancia de lo propalado, con lo que se genera una corriente de opinión. Hay que puntualizar que cada periódico tiene sus propios intereses como empresa y sus criterios de selección informativa.

Para analizar **las características periodísticas de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú** ha sido importante identificar la temática difundida, describir la narrativa de los componentes gráficos y explicar el diseño de la estructura que exponen las portadas del medio de comunicación estudiado.

Las portadas de los medios de comunicación es un aspecto que llama mucho la atención pues su análisis permite conocer la cuál es la prioridad que tienen respecto a los temas, siguiendo diferentes criterios para su publicación, la identidad expresada en su encabezado y cómo tratan las informaciones en cuanto a los elementos gráficos de las noticias con las que deciden abrir el periódico. Todo ello para lograr impacto en la lectoría e invitarla a adquirirlo.

Las portadas son el resumen de todo lo que aparecerá en las páginas interiores del periódico, cuya intención es propiciar impacto y llamar la atención de la lectoría, según lo que afirma Gonzales (2008); mientras que, para Medina (2017) la portada refleja la línea editorial del impreso, la postura que asumen sobre la diversidad temática que abordan, interviniendo una serie de elementos que le dan un determinado sentido a sus contenidos: temática, los componentes de la superficie periodística y el diseño de la estructura que determinan la personalidad del medio de comunicación.

En lo que se refiere a **identificar la temática difundida por el semanario Expresión durante la crisis política del Perú**, los medios de comunicación pueden abarcar diversas temáticas en simultáneo u ocuparse de un área temática determinada. Hay periódicos que tratan sobre una temática en especial por lo que se limitan a informar a una audiencia interesada en ese tema, según señala Etecé (2021); lo que es corroborado por Mendoza (2018), quien en su investigación afirma que las portadas de los diarios son impactantes para el lector, dependiendo de la especialización de la temática, lo que determina un público específico.

Los resultados obtenidos sobre la **temática difundida por el semanario Expresión durante la crisis política del Perú**, expresan que fue la de carácter político la que prevaleció, siendo el tema específico la decisión del entonces presidente de la República Pedro Castillo Terrones de intentar cerrar el Congreso, lo que desencadenó en una respuesta del poder legislativo, accionar del Ministerio Público y marchas colectivas en distintas partes del país, a lo que el medio de comunicación le dio especial atención por la coyuntura e interés para la sociedad.

La directora del medio de comunicación y los especialistas coinciden en que en el semanario Expresión se publican temas **turísticos, ambientales, económicos y científicos**, cuando consideran que son importantes para el desarrollo regional y nacional, y el tema es impactante y relevante para la población; aunque Juan Vejarano, ex editor regional del diario La República

edición norte, puntualiza que la temática principal del semanario es de carácter **político**-sociedad e institucional. La temática policial y deportiva no se publica.

También existe coincidencia entre la directora del medio de comunicación y los especialistas al afirmar que el semanario Expresión trata la **temática política** con especial interés, siendo una de sus prioridades para su difusión en portada, lo que se puede constatar en las fichas de observación, donde el resultado indica que el asunto político aparece en dos de las cuatro portadas analizadas y de manera consecutiva (Tabla 3), pese a tratarse de un medio local, que puede tener limitaciones de acceso a fuentes y la eventual competencia de los medios de mayor cobertura.

Sin embargo, Salazar (2022) en su investigación muestra que en las portadas del semanario expresión tienen mayor presencia las “temáticas” de tipo social, educación, salud y seguridad ciudadana; aunque se refiere a asuntos de debates como parte de un proceso electoral, listas que tienen mayor preferencia congresal en nuestra región y propuestas de candidatos en materia educativa, salud y seguridad ciudadana; lo que según nuestro estudio formarían parte de la temática política, siguiendo la línea de lo que menciona Rosa Chambergo Montejo (conversación personal, 01 de junio, 2023), directora del medio estudiado, quien refiere que dicha temática incluye el desarrollo del Gobierno, cómo se cumple con la gobernabilidad, funciona o no el régimen político que nos gobierna, cómo se desempeña la democracia, se aplican o no las reformas del Estado, cómo vamos creciendo en cultura política, los procesos electorales y agrupaciones políticas, entre otros.

El politólogo Jorge Vallejos Gastelo (conversación personal, 04 de junio, 2023), coincide con lo afirmado por la directora del medio de comunicación analizado; aunque, en el aspecto del tratamiento de contenido considera que los medios de comunicación son responsables de que no exista análisis del quehacer del poder político por parte de la población, al centrarse sólo en la difusión de los hechos que provocan escándalo, sin explicar su origen y consecuencias.

La descripción de la narrativa de los componentes gráficos de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, tiene que ver con el tratamiento que da el medio de comunicación a las informaciones en cuanto a forma y contenido de titulares, fotografías y textos; que al analizarlos se determina la seriedad, precisión, explicación y buen uso del lenguaje, dando un panorama de sobriedad para que el lector pueda sacar sus propias conclusiones y se genere una apropiada corriente de opinión.

Al revisar la narrativa de los **titulares**, los especialistas Juan Vejarano Vergara y Valentín Alvarado Ramírez coinciden en que el medio de comunicación los trata con seriedad y buen uso del lenguaje; mientras que la ficha de observación (Tabla 4) indica que en la primera edición donde se publica el caso sobre la crisis política del país refleja la gran importancia y significancia para el medio de comunicación, pues es el único titular y ocupa un tercio de la superficie periodística; aunque en la edición siguiente fue ubicado en la parte inferior y otro tema tuvo más preponderancia.

Al respecto, Salazar (2022) en su trabajo manifiesta que el semanario Expresión presenta mayormente, un único titular en su portada y son de carácter informativo y apelativo, empleando un lenguaje coloquial; entre tanto, Vásquez (2017) señala que en su investigación sobre las portadas de los diarios Ahora Jaén y El Espectador de la provincia de Cajamarca el lenguaje empleado en los titulares sobre temática política, son formales y populares y su carácter, apelativos, temáticos e informativos.

Los resultados de las entrevistas sobre el uso de las **fotografías**, existe coincidencia entre la directora del medio de comunicación y los especialistas en que las fotografías publicadas en las portadas del semanario Expresión se realiza teniendo en cuenta la concordancia con el titular, contexto del hecho y la generación de corrientes de opinión, a lo que Valentín Alvarado Ramírez (conversación personal, 03 de junio, 2023) agrega que no se emplea el morbo y no se exagera en las dimensiones.

Por otro lado, las fichas de observación (Tabla 4) indican que las fotografías empleadas en las dos ediciones donde se trató el tema estudiado presentan un contenido dinámico (gestualidad del objeto), lo que coincide con el estudio realizado por Salazar (2022), cuyos resultados muestran que las fotografías resaltan a los candidatos políticos en diferentes facetas; por ejemplo, primeros planos de su rostro: sonrisa, mirada, gestos y movimientos de sus manos. Ambos estudios difieren de lo que manifiestan en su investigación Aguilar y Guevara (2015), quienes expresan que se utiliza el plano general, donde las personas, vehículos y edificios se ven de cuerpo completo dentro del encuadre, además del plano medio mediante el cual se exponen a las personas desde la cintura hasta la cabeza, son escasas las fotografías en portada de plano detalle.

En relación a los **textos**, Gagó (2013) menciona que se trata de un mensaje elaborado en soportes que califica de 'débiles' desde el punto de vista de la vigencia y permanencia, pero con una importante capacidad de penetración social, por su lenguaje diferenciado, cuyos principios son claridad/concisión/concreción; aspectos con los que coincide la directora del medio de comunicación, Rosa Chambergo Montejo, quien expresa que los textos en el semanario Expresión son tratados de manera concisa, llamativa y exclusiva para generar opinión pública (conversación personal, 01 de junio, 2023).

Según las fichas de observación (Tabla 4) sólo aparece un texto en la edición 1281, que es donde el tema de la investigación es tratado con mayor amplitud de espacio y contenido. Es concordante con el titular, explica de manera muy precisa el acontecimiento y justifica lo que se afirma “Castillo: De improvisado presidente a intento de dictador”; aspectos similares, en cuanto a características del texto, hallados por Mendoza (2018) en su investigación, cuyos resultados indican que en las portadas de diario Líbero la visibilidad del texto ocupa un promedio del 8 por ciento de la página, pues otros elementos como las imágenes y el titular toman mayor relevancia, pero son empleados para explicar el hecho noticioso de manera puntual.

Diseño de la estructura de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú.

Sánhe, M. (2016) menciona que, en el ámbito de los medios de información, el diseño es concebido como una herramienta al servicio de una comunicación efectiva, convirtiéndose de hecho en comunicación en sí, pues un texto, una sombra, un recuadro cambian en atención a la propuesta visual que los conforman, dando lugar a un nuevo mensaje que no existía antes de que se le aplicase dicho proceso metamórfico. Esta estructura está compuesta por cabeceras de las publicaciones, los recursos tipográficos, y el color.

Domínguez (2012) al respecto, expresa que la prensa escrita está diseñada para informar a grandes masas, y requiere de una estructura interna bien establecida. La estructura del periódico tiene características internas como el tamaño de los periódicos, el denominado clásico, que cuenta con ocho columnas, y el tabloide o chico, que suele manejar cinco columnas, aunque a veces suele presentar variaciones de una a dos columnas menos. También, presenta características externas como el logotipo, lema, fechario, cintillo, cabeza principal, subcabeza, orejas, sumario, entre otros.

El estudio revela que el diseño de la estructura de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú es homogénea y coherente para el encabezado, la tipografía y el color, brindando una sensación de verosimilitud sostenida y exposición de la intención del sentido que se le da al mensaje, lo que facilita su comprensión y la generación de una corriente de opinión acorde a la necesidad de la sociedad. Ello, concuerda con los resultados obtenidos por Mendoza (2018), quien afirma que lo que permanece inalterable en las portadas de Líbero, son los estilos de caracteres tipográficos, la combinación de colores y el estilo de las imágenes. Estas reglas básicas generan una imagen y armonía visual en el lector que hacen que pueda sentirse identificado con el medio que lee y descubre día tras día.

En cuanto a la **cabecera**, las fichas de observación dan como resultado que el medio de comunicación resalta en el encabezamiento, además de

incluir otros datos, el número de años circulando en la región Lambayeque (29 años), con lo cual muestra su sostenimiento asociado a la veracidad con la que trata la información (Tabla 5); lo que coincide con la investigación realizada por Salazar (2022), pues dice que en todas sus ediciones lo acompaña una cabecera en la que podemos identificar el nombre del medio, el número de edición, los datos técnicos (fecha, número de edición, redes sociales, nombre de la directora, precio) y su lema característico “la noticia verás de cada semana”.

Existe coincidencia entre la directora del medio de comunicación y los especialistas en cuanto a la importancia de generar identidad, mediante el diseño bien trabajado y la necesidad de adecuarlo a los tiempos modernos, tratando de encontrar una mejor comodidad para la atención de la lectoría, sobre lo cual Sánhe, M. (2016) ya advirtió que las cabeceras son el signo inequívoco de identificación del medio, el cual representa la marca, y eso sirve tanto para el mundo impreso y como el digital, pues las características se mantienen para lograr la conexión con la lectoría.

Respecto a la **tipografía**, las fichas de observación (Tabla 5) demuestran que la fuente empleada en los titulares (Impact e Incised 901 Bd BT) son coherentes con el encabezado lo que le da legibilidad al diseño periodístico y fortalece la identificación y personalidad del medio de comunicación, En la edición 1281, donde el tema de análisis aparece con mayor énfasis, las altas y bajas permiten una adecuada visibilidad para los lectores, lo que también se logra en la edición siguiente (1282), pese al tamaño por el espacio dedicado. En este punto, la directora del medio de comunicación y los especialistas concuerdan en que el uso de la tipografía en los titulares contribuye a un mejor impacto de la información.

Sobre el **color**, las fichas de observación (Tabla 5) expresan que en una de las ediciones (1281) se emplea el color rojo sobre el tema de análisis, ejerciendo una función compositiva y connotativa. Por un lado, de llamado de atención a la lectoría debido a la combinación cromática y; por otro, la relación con la profesión política de izquierda del ex presidente, vinculando su actuación radical, antidemocrática y de verticalidad. En la edición 1282, se emplea el color blanco para las letras sobre un fondo negro, produciéndose

una sensación de crisis y serios problemas para el ex presidente. Sin embargo, la directora Rosa Chambergo Montejo señala que los colores empleados en las portadas (azul y celeste de preferencia) buscan generar sentimientos de amistad, lealtad, seguridad y confianza a sus seguidores.

Por otra parte, Mendoza (2018) en su investigación determinó que el diario Líbero en relación a su portada, hace uso de los colores amarillo, que posee subjetivamente el significado de aliento, inteligencia y precaución, y blanco, que expresa optimismo, pureza e inocencia. El mayor porcentaje de colores utilizados por el diario es el amarillo y blanco en el mismo mensaje.

V. CONCLUSIONES

- 1. Las características periodísticas de las portadas del semanario *Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022*,** reflejan la intención de generar una corriente de opinión en contra del presidente de entonces, para lo cual realizó una valoración y selección previa de componentes relacionados a la forma gráfica y contenido periodístico que hacen aceptable y comprensible el mensaje y magnifican la gravedad del hecho.
- 2. La temática difundida por el semanario *Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022*,** evidencia la preponderancia de la de carácter político, siendo el tema específico la decisión del entonces presidente de la República Pedro Castillo Terrones de intentar cerrar el Congreso, lo que desencadenó en un enfrentamiento institucional y social, a lo que el medio de comunicación le dio especial atención por la coyuntura e interés para la población, pese a que su cobertura en ámbito y fuentes son locales y regionales.
- 3. La descripción de la narrativa de los componentes gráficos de las portadas del semanario *Expresión durante la crisis política del Perú*,** ejercen seriedad, precisión, explicación y buen uso del lenguaje, en cuanto a titulares, fotografías y textos, dando un panorama de sobriedad noticiosa, impacto y notoriedad informativa.
- 4. El diseño de la estructura de las portadas del semanario *Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022*** es homogénea y coherente para el encabezado, la tipografía y el color, brindando una sensación de verosimilitud sostenida y exposición de la intención del sentido que se le da al mensaje, lo que facilita su comprensión y la generación de una corriente de opinión acorde a la necesidad de la sociedad.

VI. RECOMENDACIONES

1. El semanario Expresión debe asumir con mayor frecuencia el tratamiento de la temática política de alcance nacional en sus portadas, pues la lectoría también requiere analizar la posición que toma un medio de comunicación local sobre dichos asuntos, pues existe la idea que los medios de comunicación nacionales actúan con parcialidad sobre los mismos.
2. El semanario Expresión debe mantener su decisión de tratar la temática en sus portadas, según el interés de las audiencias y su compromiso ético con la sociedad, pues la lectoría determina la importancia de un tema si éste aparece en la primera página de un medio de comunicación, además de la presencia de fuentes de contraste, con lo cual se consolida el equilibrio informativo.
3. El semanario Expresión debe ejercer el periodismo punzante de sus titulares en materia política, también en los asuntos vinculados a la diversidad temática y que forman parte de su política editorial; lo mismo, al decidir publicar los textos y las fotografías.
4. El semanario Expresión sobre la estructura de sus portadas debe consolidar la relación de sus componentes (encabezado, tipografía y color) para que la lectoría asimile conceptos, objetos, situaciones, estrategias, cosas y; en ciertas ediciones, emplear sombras, recuadros para que el diseño no sea lineal y no llegue a cansar a su lectoría por lo homogeneidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar B. y Guevara C.M. (2015). *Análisis de las fotografías portada de los diarios El Norteño y La Verdad entre los meses de noviembre y diciembre del 2015, Chiclayo*. (Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán) Repositorio USS: <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9643>

Argiñano, J.L. y Goikoetxea, U. (2020). Análisis de los titulares y las fotografías de portada en España en el contexto de la crisis del coronavirus: protagonistas, frames y lenguaje bélico. *Revista de Comunicación y Salud*, 2020, Vol. 10, nº 2, pp. 1-23: Editado por Cátedra de Comunicación y Salud.

Arrueta, C. (2009). *Rutinas de producción y calidad periodística en diarios de referencia dominante. El caso Jujuy, una provincia periférica argentina*. (Tesis doctoral). Buenos Aires: Universidad Austral.

Barthé, R. M. (2010). *Periodismo escolar para docentes*. Buenos Aires, Argentina, Argentina: MV Ediciones S.R.L. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/78869?>

Benavides, J. (2017). El Newsmaking, un nuevo enfoque para el abordaje de las rutinas productivas de los cronistas freelances, *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 28-41.

Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

Corzo Higuera, J. Á. (2016). *Los mandamientos del poder*. Sevilla, Spain: Ediciones Alfar S.A. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/52748?>

Domínguez, M. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio S.C.

Gago, E. (2012) *El texto periodístico comomaterial para el conocimiento de la dimensión sociocultural de la lengua: cursos de Español para Extranjeros*. Universidad de Málaga: Centro Virtual Cervantes.

González Hernández, O. (2011). *Leer periódicos en casa: guía para las familias*. España, Spain: Ministerio de Educación y Formación Profesional de España. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/49266?>

Gutiérrez, E.S. (2018). *Características de las portadas periodísticas del diario "La República" en la construcción de la realidad – elecciones presidenciales II vuelta electoral – 2016, Lima* (Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres). Repositorio USMP: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3407>.

Herrero, F.J. (2017). Los periódicos deportivos españoles. Análisis comparativo de la noticia principal de portada en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport. Universidad de Salamanca (España): *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2) 2018: 1353-1365.

Mendoza M. (2018). *Características de las portadas periodísticas del diario Líbero y el periodismo deportivo – eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la selección peruana de fútbol, Lima*. (Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres). Repositorio USMP: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4307>

Padrón, J. (2006). Investigar, reflexionar y actuar en la práctica docente. Recuperado el 18 de abril de 2008.

Perez, L. Perez, R. y Seca, M. V. (2020). Metodología de la investigación científica. Ituzaingó, Editorial Maipue. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/138497?>.

Pérez Tapias, J. A. (2010). La izquierda que se busca, reflexiones sobre políticas en crisis. Granada, Spain: Editorial Universidad de Granada. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/48109?>.

Rodríguez Ruibal, A. (2009). Periodismo turístico: análisis del turismo a través de las portadas. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/56456>

Salazar, C. (2022). *Análisis de las portadas del Semanario Expresión durante las elecciones generales 2021 en Lambayeque, Chiclayo* (Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). Repositorio UCSTM: <http://hdl.handle.net/20.500.12423/5437>

Sánchez, J. A. (2012). Informe sobre la agenda y mapa de actualidad en el tratamiento informativo de los medios de comunicación social en

relación con la educación. España, Spain: Ministerio de Educación y Formación Profesional de España. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/49240?>

Sandoval C. (2020). Investigación cualitativa. Bogotá, Colombia: ARFO Editores e Impresores Ltda.

Sánhe Hernández, M. (Coord.) (2016). Disciplinas auxiliares del periodismo en la sociedad del conocimiento. España, Spain: Dykinson. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/58785?>

Sierra, R. (2007). Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios. Madrid, España: Thomson Editores Spain.

Suárez-Iñiguez, E. (2003). Enfoques sobre la democracia. México D.F, Mexico: Editorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/udch/75017?page=155>.

Vásquez, J.T. (2017). *Análisis de las portadas periodísticas de los diarios Ahora Jaén y el espectador de la provincia de Cajamarca, 2017*. (Tesis de licenciatura, Universidad Privada TELESUP). Repositorio UTELESUP: <https://repositorio.utelesup.edu.pe/handle/UTELESUP/1011>

Viorato NS, Reyes V. La ética en la investigación cualitativa. Cuidarte. 2019; 8(16): 35-43. DOI: <http://dx.doi.org/10.22201/fesi.23958979e.2019.8.16.70389>.

ANEXOS

Anexo 1. Declaratoria de autenticidad del autor

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL AUTOR

Yo, Bach. **Chambergo Montejo Sandro**, egresado de la Facultad de Empresa y Negocios de la Universidad Particular de Chiclayo, informo que he elaborado el Trabajo de Investigación denominado: **“Análisis de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022”** para poder obtener el Grado Académico de: Licenciado en Periodismo.

Por lo que declaro bajo juramento que este trabajo ha sido desarrollado íntegramente por el autor que lo suscribe y afirmo, que no existe plagio de ninguna naturaleza. Así mismo, dejo constancia de que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no se ha asumido como propias las ideas vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos o en Internet. Así mismo, afirmo que soy responsable de todo su contenido y asumo, como autor, las consecuencias ante cualquier falta, error u omisión de referencias en el documento. Sé que este compromiso de autenticidad y no plagio puede tener connotaciones éticas y legales. Por ello, en caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a lo dispuesto en las normas académicas que dictaminen la Universidad Particular de Chiclayo y las leyes que para el presente apliquen.

Chiclayo, 30 de julio 2023



Bach. **Chambergo Montejo Sandro**


D.N.I. 16665931

Anexo 2. Declaratoria de autenticidad del asesor

Yo **LIC. FROILÁN CHUQUIZUTA SANTAMARÍA**, identificado con DNI N°17611419, docente de la Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios, FACEN, Escuela Profesional de Comunicación de la Universidad Particular de Chiclayo.

DECLARO BAJO JURAMENTO que soy Asesor de la Tesis titulada “**Análisis de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022**”, presentada por el bachiller **Chambergo Montejo Sandro**, identificado con de DNI N° 16665931 para optar el Título Profesional de Lic. en Periodismo, es auténtica, original, inédita y no vulnera los derechos intelectuales de terceros, por lo que asumo la responsabilidad si no se ajusta a la verdad, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Chiclayo, 30 de julio del 2023



Lic. Froilán Chuquizuta Santamaría

Asesor

Anexo 3. Consentimiento Informado

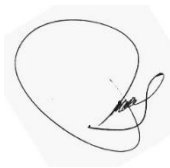
CONSENTIMIENTO INFORMADO

El presente informe de Tesis, titulado “Análisis de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022”, cuenta con el respaldo de la Universidad Particular de Chiclayo, busca determinar la relación entre ambas variables de estudio. Será de beneficio para la sociedad dada la investigación que se está llevando a cabo. Su participación consistirá en responder una entrevista que demorará alrededor de 20 minutos. La información registrada será confidencial, y los nombres de los participantes no podrán ser conocidos por otras personas, ni tampoco ser identificadas en la fase de publicación de resultados. Los datos no serán entregados a su persona y no habrá retribución por la participación en este estudio,

Por lo tanto: Si acepta voluntariamente participar en este estudio, sírvase contestar con toda honestidad la presente encuesta.

Muy agradecido.

Chiclayo, julio de 2023



Bach. Chamberg Montejo Sandro
D.N.I. 16665931G

Anexo 4. Instrumentos de investigación

Guía de entrevista

Unidad temática 1: Portada

Categoría1: Temática

N°	Ítem
1	¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática turística en sus portadas?
2	¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática ambiental en sus portadas?
3	¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática cultural en sus portadas?
4	¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática económica en sus portadas?
5	¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática política en sus portadas?
6	¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática deportiva en sus portadas?
7	¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática científica en sus portadas?
8	¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la temática policial en sus portadas?

Categoría 2: Componentes gráficos

N°	Ítem
9	¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los titulares que publica en sus portadas?
10	¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a las fotografías que publica en sus portadas?
11	¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los textos que publica en sus portadas?

Categoría 3: Diseño de la estructura de las portadas

N°	Ítem
12	¿Qué criterios determinan el diseño del encabezado del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?
13	¿Qué criterios determinan el diseño de la tipografía del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?
14	¿Qué criterios determinan el diseño del color del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

Unidad temática 2: Crisis política

Categoría 1: Poder

N°	Pregunta
1	¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder político en el país?
2	¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder cultural en el país?
3	¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder económico en el país?
4	¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder religioso en el país?
5	¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el poder social en el país?

Categoría 2: Gobernabilidad

N°	Pregunta
6	¿El medio de comunicación cómo contribuye con la gobernabilidad eficaz del país?
7	¿El medio de comunicación cómo contribuye con la gobernabilidad legítima del país?
8	¿El medio de comunicación cómo contribuye con la gobernabilidad estable del país?

Categoría 3: Democracia

N°	Pregunta
9	¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la democracia constitucional del país?
10	¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la democracia electoral del país?
11	¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la democracia social del país?

Fichas de observación (Estructura)

FICHA DE OBSERVACIÓN DE TEMÁTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE UNIDAD DE ANÁLISIS		
Fecha:	Edición:	Titular principal:
IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA		
Categoría 1: Temática		
Subcategorías:	Descripción	
Turística		
Ambiental		
Cultural		
Económica		
Política		
Deportiva		
Científica		
Policial		

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LOS COMPONENTES GRÁFICOS DE LA SUPERFICIE PERIODÍSTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha:	Edición:	Titular principal:
--------	----------	--------------------

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA

Categoría 2: Componentes gráficos de la superficie periodística

Subcategorías:

Titulares				Fotografías		Textos
Importancia		Estructura Vinculada		Elementos físicos	Elementos cualitativos	Concordancia con el titular
Importancia absoluta	Importancia Relativa Kaysser (1966) Se refiere a la ubicación del titular en el periódico.	Antetítulo	Subtítulo			
Kaysser (1966) Es el espacio que ocupa para comparar con la dimensión de otros titulares en la misma página. Se tiene en cuenta columnaje, altura, espacio y en algunos casos los caracteres.	Prioridad 1 Se considera en este nivel cuando el titular del tema de análisis aparece en portada y es titular principal.			Único ilustrado	Naturaleza Se refiere a si son fotografías, dibujos, caricaturas, cartas, esquemas, gráficos, infografías, que adoman o aclaran un texto (Kaysser, 1966).	
	Prioridad 2 Se considera en este nivel cuando el titulado del tema de análisis aparece en portada, pero no es titular principal.			Mejor ilustrado	Contenido	
					Estático	Dinámico
	Prioridad 3 Cuando el titular sólo aparece en página interior.			Número de ilustraciones	Leyenda	
					Dimensiones	Descriptiva

**FICHA DE OBSERVACIÓN DEL DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DE LA
PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS**

Fecha:

Edición:

Titular principal:

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA

Categoría 3: Diseño de la estructura

Subcategorías:

Descripción

Encabezado

Tipografía

Color

Anexo 5: Validación de Expertos

Experto 1



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Experto :
Mg. Gutiérrez Fernández Carlos Armando
- 1.2. Cargo :
Docente Universitario
- 1.3. Institución o Centro Laboral :
Universidad César Vallejo
- 1.4. Nombre del Instrumento : GUÍA DE ENTREVISTA
Título de la Investigación : CUALITATIVA
- 1.5. Autor: Sandro Chambergo Montejo

II. ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00 – 20 %	REGULAR 21 – 40 %	BUENO 41 – 60 %	MUY BUENO 61 – 80 %	EXCELENTE 81 – 100 %
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado.					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los sistemas educativos.					X
ORGANIZACIÓN	Se denota organización lógica.					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la administración y educación.					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico – científicos.					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación.					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X
PROMEDIO						100%

III. PROMEDIO DE VALORACION

100 %

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Chiclayo, julio de 2023



Mg. Carlos Armando Gutiérrez Fernández

DNI. N° 41510275 Teléfono N° 927948687

Experto 2



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO



INFORME DE OPINION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Experto : Mg. Jhon Carlo Alejos Andrade
- 1.2. Cargo : Comunicador externo
- 1.3. Institución o Centro Laboral : Universidad César Vallejo
- 1.4. Nombre del Instrumento : GUÍA DE ENTREVISTA
- Título de la Investigación : CUALITATIVA
- 1.5. Autor: Sandro Chambergo Montejo

II. ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00 – 20 %	REGULAR 21 – 40 %	BUENO 41 – 60 %	MUY BUENO 61 – 80 %	EXCELENTE 81 – 100 %
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado.					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los sistemas educativos.					X
ORGANIZACIÓN	Se denota organización lógica.					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la administración y educación.					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico – científicos.					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación.					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X
PROMEDIO						100%

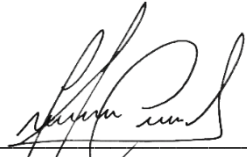
III. PROMEDIO DE VALORACION

100 %

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Chiclayo, julio de 2023


Mg. Jhon Carlo Alejos Andrade

DNI. N° 70012309 Teléfono N° 915080499

Experto 3



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO



INFORME DE OPINION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Experto : Mg. Chiclayo Vega Henry
- 1.2. Cargo : Docente
- 1.3. Institución o Centro Laboral : Universidad Particular de Chiclayo
- 1.4. Nombre del Instrumento : GUÍA DE ENTREVISTA
- Título de la Investigación : CUALITATIVA
- 1.5. Autor : Sandro Chambergo Montejo

II. ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00 – 20 %	REGULAR 21 – 40 %	BUENO 41 – 60 %	MUY BUENO 61 – 80 %	EXCELENTE 81 – 100 %
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado.					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los sistemas educativos.					X
ORGANIZACIÓN	Se denota organización lógica.					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la administración y educación.					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico – científicos.					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación.					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X
PROMEDIO						100%

III. PROMEDIO DE VALORACION

100 %

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Chiclayo, julio de 2023



Mg. Henry Chiclayo Vega

DNI. N° 16698127

Teléfono N° 952609437

Anexo 6: Matriz de consistencia:

“Análisis de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	METODOLOGIA	TECNICAS E INSTRUMENTO
P. GENERAL	O. GENERAL		
¿Cuáles son las características periodísticas de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022?	analizar las características periodísticas de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022;	Tipo aplicada, Enfoque cualitativo, Diseño hermenéutica	Técnicas: Entrevista Observación Instrumento: Guía de entrevista Ficha de observación
P. ESPECÍFICOS	O. ESPECÍFICOS		ESCENARIO ESTUDIO
: ¿Cuál es la temática difundida por el semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022?	Identificar la temática difundida por el semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022		Ejemplares del Semanario Expresión del 7 al 31 de diciembre de 2022

<p>¿Cuál es la narrativa de los componentes gráficos de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022?</p>	<p>Describir la narrativa de los componentes gráficos de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022</p>		
<p>¿Cuál es el diseño de la estructura de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022?</p>	<p>Explicar el diseño de la estructura de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú, diciembre 2022.</p>		

Anexo 7: Entrevistas

Entrevista a la periodista Rosa Chambergo Montejo, directora del semanario Expresión

1 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática turística** en sus portadas?

Creemos que la temática turística genera importantes recursos de diversa índole, tomamos en cuenta el aspecto cultural, histórico, de infraestructura, servicios, lo que finalmente ayuda al desarrollo del departamento de Lambayeque.

2 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática ambiental** en sus portadas?

El impacto ambiental en el Perú y en particular en Lambayeque está alcanzando cifras alarmantes. Los problemas aumentan tras el continuo incremento de la población, sus concentraciones en grandes centros urbanos nos permiten observar varios aspectos, como la generación de residuos sólidos, el incremento de los niveles de ruido, los cambios en el uso del suelo, el impacto visual y el daño al patrimonio cultural, estos aspectos privilegiaos para exponerlos en portada.

3 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática cultural** en sus portadas?

Al tener múltiples expresiones y manifestaciones, el Perú es uno de los países con mayor diversidad cultural en el mundo. Tomamos en cuenta los grandes tesoros que tenemos como la danza, la música, la gastronomía, el arte popular, las fiestas tradicionales, los textiles, las medicinas naturales, las lenguas, no olvidemos que Lambayeque es la cuna de importantes museos en los que está la memoria de nuestra historia y el extranjero mira con interés el patrimonio arqueológico de Lambayeque y el Perú.

4 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática económica** en sus portadas?

Índices de Inflación, precios de productos de la canasta básica familiar, salarios, desarrollo empresarial, empleo, etc.

5 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática política** en sus portadas?

Desarrollo del Gobierno, cómo se cumple con la gobernabilidad, funciona o no el régimen político que nos gobierna, cómo se desempeña la democracia, sea aplican o no las reformas del Estado, cómo vamos creciendo en cultura política.

Los procesos electorales, partidos políticos, agrupaciones políticas.

Sociedad civil, movimientos sociales, acción colectiva y cultura política.

Derechos humanos, Seguridad nacional y cómo funcionan las relaciones Estado-iglesias.

6 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática deportiva** en sus portadas?

Conociendo que el deporte es uno de los fenómenos más populares de nuestro tiempo, tomamos en cuenta el ejemplo de personas que aman las diversas disciplinas deportivas y mostramos como con esfuerzo logran posicionarse no solo en el nivel local, nacional, sino internacional, sabemos que con una buena portada transformamos a muchas personas que nunca han practicado ni practicarán deporte. Tomamos en cuenta por ejemplo que sin recursos económicos y proviniendo de hogares muy humildes, no hay barreras que les impida escalar hasta conseguir su victoria.

7 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática científica** en sus portadas?

Creemos que a través de los estudios hay muchas evidencias científicas que sanan diversos aspectos especialmente el de salud. Un claro ejemplo es el sida, el sarampión, la Covid -19 y lo que la ciencia busca para encontrar la cura definitiva del cáncer. Entonces hay logros muy importantes de la ciencia que los medios de comunicación debemos privilegiar como información para que la opinión pública conozca, esté bien informada y difunda la esperanza de que a través de la ciencia hay logros que solucionan problemas.

8 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática policial** en sus portadas?

Nuestro medio no trabaja temáticas policiales.

9 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los **titulares** que publica en sus portadas?

Seleccionamos el informe principal, el que se ha trabajado con mayor análisis, con ello acentuamos la marca y diferenciación de otros medios, generalmente los temas que abordamos no son tocados por otros medios. Son cuatro temas importantes de toda la publicación que son seleccionados en titulares y que sabemos por su contenido concitan la atención del lector.

10 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a las **fotografías** que publica en sus portadas?

Sabemos que una buena fotografía expresa muchas y diversas opiniones, tomamos en cuenta que esta concuerde con el titular de portada.

11 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los **textos** que publica en sus portadas?

Procuramos que sea conciso, llamativo, exclusivo, que genere opinión e interés.

12 ¿Qué criterios determinan el diseño del **encabezado** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

A lo largo de 30 años, variamos la presentación del diseño para comodidad del lector y hemos anclado en un formato especial de facilidad para portarlo y este diseño guarda coherencia con el contenido.

13 ¿Qué criterios determinan el diseño de la **tipografía** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

Hemos considerado a lo largo de 30 años que la marca de Expresión debía ser siempre clara y sencilla con el objetivo de ser entendibles.

14 ¿Qué criterios determinan el diseño del **color** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

Desde hace 30 años nos caracteriza el color azul, creemos que este color suele relacionarse con elementos de la naturaleza, tales como el agua y el aire, formando asociaciones positivas de paz y tranquilidad. Además, inspira sentimientos de amistad, lealtad, seguridad y confianza y en 30 años creemos que la confianza, credibilidad y respeto que hemos alcanzado con nuestros seguidores han tenido que ver con este color.

Entrevista al Mg. Juan Vejarano, ex editor regional del diario La República edición Norte

1 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática turística** en sus portadas?

El medio es más de carácter político-sociedad e institucional, pero ello no es óbice para destacar en la portada un tema turístico importante que suceda en la región.

2 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática ambiental** en sus portadas?

Si hay una denuncia fundada sobre un atentado ecológico o de contaminación ambiental por acción de inadecuados procesos industriales o mineros, sí se puede considerar una llamada en la portada.

3 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática cultural** en sus portadas?

Si el tema es de suma relevancia, como el hallazgo de un gobernante Moche o de restos arqueológicos, se considera una llamada en la portada.

4 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática económica** en sus portadas?

Ahora que Lambayeque atraviesa un buen momento en la agroexportación, se puede destacar una llamada en portada.

5 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática política** en sus portadas?

Por ser el medio más de corte político-sociedad, las portadas versan sobre esa materia en un alto porcentaje. Se considera la relevancia del tema, la trascendencia y el impacto que generará en la población.

6 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática deportiva** en sus portadas?

Es muy poco común ese tipo de temas en el semanario, pero si se trata, por ejemplo, de un logro relevante del Juan Aurich, equipo que identifica a Chiclayo, amerita por lo menos una llamada en portada.

7 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática científica** en sus portadas?

Ello va de acuerdo a la trascendencia y repercusión que tenga el tema sobre el público.

8 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática policial** en sus portadas?

Esta temática va acorde con el impacto de la noticia, y si ella lo amerita, seguramente irá en la portada.

9 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los **titulares** que publica en sus portadas?

El tratamiento es sobrio, fundamentado, serio, sin caer en el sensacionalismo o el amarillismo.

10 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a las **fotografías** que publica en sus portadas?

La fotografía es un material visual que habla por sí solo, acompaña y contextualiza a las noticias. El material gráfico es fundamental para tener una buena portada.

11 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los **textos** que publica en sus portadas?

Los textos se trabajan de manera muy profesional, con seriedad y responsabilidad, contrastando la información, para que el público saque sus propias conclusiones.

12 ¿Qué criterios determinan el diseño del **encabezado** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

Aunque en el semanario no se usa el encabezado, sí hay una mancheta que contiene el nombre del semanario -con su tipografía característica- y el slogan que lo identifica, además del color celeste que lo mantiene hace casi 30 años.

13 ¿Qué criterios determinan el diseño de la **tipografía** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

Para los textos se utiliza el tipo de letra serif, para que sea más visible para el lector, más no para los titulares. Ese tipo de letra es parte de la identidad gráfica del medio.

14 ¿Qué criterios determinan el diseño del **color** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

El color celeste se adoptó por los colores de la bandera de Chiclayo, para marcar una identidad con la ciudad desde un inicio.

Entrevista al Lic. Valentín Alvarado Ramírez, ex jefe de informaciones del diario La Industria de Chiclayo y ex docente de la Universidad Particular de Chiclayo.

1 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática turística** en sus portadas?

Por ser Lambayeque una región Mochica donde se han dado importantes hallazgos de templos ceremoniales y tumbas de antiguos personajes que gobernaron este territorio de América, se estima que la directora del periódico toma mucho interés en abordar estos temas que dígase de paso han significado fuentes de ingreso por el turismo al erario nacional.

2 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática ambiental** en sus portadas?

Durante muchos años la región Lambayeque, en especial la provincia de Chiclayo, están sufriendo una terrible contaminación ambiental por desidia de autoridades y funcionarios que debían velar por el respeto a las leyes que norman el control permanente del sistema evitando que los municipios arrojen la basura y otros desechos que luego son diseminados por los fuertes vientos que nos azotan. Por ello las campañas en educación ambiental son muy importantes.

3 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática cultural** en sus portadas?

Nuestra región está avanzando en el aspecto cultural, es así que en los últimos años se han publicado libros de autores chiclayanos, se han creado agrupaciones culturales que difunden nuestra música; así como se difunden bailes y danzas antiguas que nos llevan a evocar pasajes de nuestra historia.

4 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática económica** en sus portadas?

Lambayeque es una región que logró ubicarse en un lugar especial entre los productores para la exportación y con ello conseguimos un incremento en el ingreso de divisas. Además, nuestros puertos permiten que recibamos el combustible y algunos productos que vienen del extranjero y barcos que no pueden acoderar por falta de un muelle desembarcan sus envíos utilizando embarcaciones de menos tonelaje.

5 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática política** en sus portadas?

En nuestra región hay una gran efervescencia en el ambiente político y es que las reformas en las leyes para el desarrollo de los procesos electorales han permitido surgir a nuevas organizaciones y agrupaciones locales que aspiran incursionar en política y

buscan ocupar cargos, unos para interesarse de verdad en el progreso de su pueblo y otros por intereses mezquinos. Esto motiva un trabajo periodístico de investigación para orientar a la opinión pública frente a los momentos que atraviesa el país entero.

6 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática deportiva** en sus portadas?

Aunque nuestra región ha ido perdiendo liderazgo en el deporte, en especial el fútbol que tantos triunfos nos diera durante los años 60 al 80, aún quedan rezagos de estas disciplinas que bien podrían recuperar su sitio en las grandes competencias a nivel nacional, pero hace falta el apoyo de las autoridades para ello. El periodismo no ha dejado de lado la gran batalla para buscar nuevos valores del deporte y llegar a conseguir nuevos laureos para nuestra región.

7 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática científica** en sus portadas?

El periodismo serio de este medio ha encontrado una fuente potencial de investigación científica con el nacimiento de las nuevas universidades y crecimiento de sus facultades y escuelas profesionales existentes, donde apreciamos el trabajo que se viene realizando por parte de los futuros profesionales que egresan de las aulas universitarias. Y así pues tenemos diversidad de trabajos de investigación que han dejado bien puesta a nuestra región cuando se ha tenido que competir.

8 ¿Qué aspectos toma en cuenta el medio de comunicación para difundir la **temática policial** en sus portadas?

Como en toda sociedad, así como se logran cosas positivas, también encontramos algo que podría decirse que hace daño a toda la sociedad a través de los medios de comunicación. Así como crecemos positivamente en muchos rubros también tenemos que deplorar cómo la delincuencia ha ido creciendo, notándose un tanto de indiferencia de las autoridades en general que taren consigo pérdida de vidas humanas y la zozobra en muchos sectores de la población. Los periodistas que también han sufrido el ataque de la delincuencia tienen que luchar contra este flagelo.

9 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los **titulares** que publica en sus portadas?

Este semanario, desde su inicio optó por hacer un periodismo serio, empezando por el buen uso del lenguaje y así se aplica desde la elaboración de los titulares en la mesa de redacción. Respetos guardan respetos dice el adagio popular y eso se refleja en el buen uso de la palabra en cada titular.

10 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a las **fotografías** que publica en sus portadas?

Siempre se ha dicho que “una buena fotografía puede decir más que mil palabras”; por eso es que aquí se tiene mucho tino para seleccionar las fotos que se van a publicar. No se exagera en el tamaño y no se llega al morbo en los gráficos, creo que se da un periodismo serio para un público serio.

11 ¿Cuál es el tratamiento periodístico que le da el medio de comunicación a los **textos** que publica en sus portadas?

Los textos que llegan a la sala de redacción han sido previamente evaluados en su contenido para llevar una buena calidad de temas de interés a la opinión pública que está cansada del periodismo amarillo que se encuentra en los puestos de venta de periódicos.

12 ¿Qué criterios determinan el diseño del **encabezado** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

Se estima que los editores y diagramadores de este periódico han optado por las líneas modernas de diseño de nuevos formatos de periódicos que buscan mantenerse en circulación frente a la crisis que enfrentan los grandes periódicos del mundo.

13 ¿Qué criterios determinan el diseño de la **tipografía** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

Conforme se modernizan las empresas periodísticas en otras latitudes y nos llega la información por los sistemas informáticos, en nuestra región se puede contar ahora con un medio de comunicación que nada tiene que envidiar de los grandes periódicos de Perú y muchas otras ciudades de Latinoamérica. Ello implica los cambios de una tipografía obsoleta, pasando por una serie de programas que nos llevaron al moderno sistema offset.

14 ¿Qué criterios determinan el diseño del **color** del medio de comunicación como parte de su identidad gráfica y línea editorial?

Se estima que la selección del color que se utiliza en la mesa de edición es parte de todo un proceso que implica la valoración del concepto de identidad con esta bella ciudad que se identifica con el color celeste y por supuesto aplicando otros colores de una tonalidad sobria y no escandalosa.

Entrevista al politólogo Jorge Vallejos Gastelo, Especialista de la Dirección de Participación Ciudadana en la Dirección General de Seguridad Democrática en Ministerio del Interior Perú.

1. ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el **poder político** en el país?

Sobre los factores que influyen en medios de comunicación para difundir contenido sobre el poder político del país, pues yo creo que es clave el nivel de escándalo que pueda tener un hecho, el nivel de connotación, de resonancia que pueda tener un hecho para escoger lo que, como parte de la difusión de contenidos, a nivel político. Lo que aquí hay que distinguir también es que la población conoce mucho, tiene mucha información política; es decir, sucesos sobre todo a nivel de noticias que pueden causar asombro, pero poco nivel de conocimiento político. Yo creo que los medios en los últimos tiempos más se centraron en el nivel de información política sobre sucesos y demás, y menos en el nivel de conocimiento político; es decir, tratar de explicar con mayor detalle cómo ocurren las cosas, cómo funcionan las instituciones y demás. Me parece que ahí hay un tema por desarrollar. Entonces a la pregunta para escoger contenido sobre poder político, es el nivel de asombro de una noticia y cómo puede hacer resonancia ante la población.

2. ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el **poder cultural** en el país?

En cuanto a los factores que intervienen o por los cuales se escoge contenido en el poder cultural, pues para el poder cultural aquí entra a tallar la propia tradición, los valores culturales arraigados o la idea de esta diversidad cultural en el caso del Perú como país que se tiene. En estos últimos años se ha abierto el panorama a distintas manifestaciones y formas culturales que los medios han empezado, en las últimas décadas, creo yo a poner en palestra, cosa que no pasaba a principio del siglo XX, pues había un molde cultural mucho más cerrado. Las manifestaciones que empezaron a surgir de la mitad del siglo 20 en adelante, que siempre estuvieron pero que se empezaron a hacer más notorias con los flujos migratorios y demás y empezaron a tener mayor entrada progresivamente, no hubo tanta preponderancia para escoger estos contenidos de poder cultural como la idea de hoy en día más cuajada y que también se empieza a presentar en los medios de un país con diversidad cultural.

3. ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el **poder económico** en el país?

En cuanto a los contenidos para el poder económico, hace poco su leía una entrevista, no recuerdo si era dueño de un banco. No me parece español y hablaba sobre el poder de llegada hacia los medios de comunicación y que era, a su punto de vista, propia

experiencia totalmente fuerte, importante, el poder de grupos económicos hacia los medios de comunicación. Tengamos en cuenta también que los medios de comunicación son medios empresas, es decir hay un directorio, hay accionistas, hay unas utilidades, cuando hay relación entre determinados grupos económicos y los cuales también los propios dueños de los medios de comunicación hacen parte de los grupos económicos, ya sea relacionados obviamente con banqueros industriales, sectores mineros agroindustriales, en fin. Yo creo que estos grupos económicos también entran a tallar en la selección de los contenidos o interfieren, hay un poder de influencia no para seleccionar parte de esos contenidos empresariales y demás, como también hay empresas que los medios son empresas, este grupo tiene relaciones entre sí, hay organizaciones empresariales a través de los medios como selección de sus contenidos.

4. ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el **poder religioso** en el país?

En lo que respecta a la a los contenidos para difusión de contenidos con el poder religioso, pues este es un país donde religión católica está reconocida; además, si bien es cierto hay diversidad de cultos de religiones reconocidas, se considera y se ha reconocido como tal la importancia de la región católica como lo dice la propia Constitución, como un componente clave en la formación de la identidad de la nación peruana. Entonces, esto es notoriamente gravitante y lleva a que también en la difusión de contenidos hacia el poder religioso esté muy marcado, muy presente. Vemos transmisión de festividades, transmisión de procesiones, misas, celebraciones litúrgicas por ejemplo en el canal del Estado y alguno que otro. Entonces, en el pasado creo que los medios de comunicación tenían una relación mucho más estrecha con tales difusiones. En la actualidad, la modernización los está llevando a presentar otros contenidos, creo que le han ido dejando de lado; pero, sigue estando medianamente presente.

5. ¿Qué factores influyen en el medio de comunicación para difundir contenidos sobre el **poder social** en el país?

En lo que respecta a la selección de contenidos a la difusión de contenidos relacionados con el poder social, aquí tiene que ser evaluado de a qué nos estamos refiriendo con el poder social. Una cosa es hablar de una acción colectiva por ejemplo que se transmite, como una marcha, una movilización masiva, en fin, por motivo como las últimas que vimos, y otra cosa es hablar de un movimiento social, algo que tiene una agenda marcada, unos objetivos que duran a lo largo del tiempo, tiene además una estructura que tiene voceros. Entre esas particularidades, lo que hemos tenido son acciones colectivas: protestas y marchas que oscilan, que duran una secuencia un tiempo y ahí acaban. Eso es lo que está presente a nivel de los medios. Es más, muchas veces hay una efervescencia previa desde luego de alguna manifestación, pero eso no lo vemos ni tampoco es presentado en los contenidos de los medios hay que ver eso también, hay que

tenerlo ahí en cuenta, respecto a la selección de contenidos que tiene que ver con el poder social y la población organizada o actores sociales presentes ahí.

6. ¿El medio de comunicación cómo contribuye con la **governabilidad eficaz** del país?

Respecto a la gobernabilidad y como el medio contribuye con esta, hay que distinguir también dos conceptos importantes: Gobernabilidad es la estabilidad política, es decir la estabilidad entre los distintos actores formales del quehacer político; por ejemplo, poderes del Estado, las relaciones entre ejecutivo y legislativo, tal vez más presentes o que han llegado a alterar la gobernabilidad del país. Mientras que el otro concepto, que es mucho más amplio, es el de Gobernanza, gobernanza democrática que es considerada la estabilidad o paz social donde están presentes, no solo los actores políticos formales sino también los actores no formales por ejemplo comunidades indígenas campesinas que nosotros no las hemos elegido pero que tienen un modo de sindicatos, la propia protesta, movilizaciones. Estos actores entran a tallar como parte de esa gobernanza democrática, los medios de comunicación también entran ahí. Yo diría cómo contribuyen, si bien es cierto al plano de los actores y nos quedamos solamente en el plano de gobernabilidad, en el plano de la gobernabilidad eficaz, no entendía como digo en estas relaciones de actores formales del quehacer político. Yo diría que contribuyen informando adecuadamente con veracidad de los hechos, evitando quedarse, pues simplemente, en el dijo, pero no dijo. Es decir, la diatriba, el insulto entre actores y demás que, simplemente, es echar más leña al fuego. Hay que ir al trasfondo de lo que está ocurriendo con argumentos, mientras más haya periodismo de investigación y periodismo serio contribuye a la gobernabilidad eficaz. También visto esto como el alcanzar los objetivos de un gobierno eficaz, alcanzar los objetivos que se han propuesto los actores políticos formales, si los medios de comunicación informan con veracidad de las acciones positivas en beneficio de la población que un gobierno o los actores formales de la política están llevando a cabo, están contribuyendo a ello, no pintando cosas que no son sino contribuyendo con informar verazmente lo que se está haciendo en beneficio de la población, por parte de los actores formales de la política.

7 ¿El medio de comunicación cómo contribuye con la **governabilidad legítima** del país?

En cuanto a contribuir con la gobernabilidad legítima, pues existen autoridades legítimamente constituidas, poder transmitir las gestiones de dichas autoridades, el respeto que actúan estas autoridades en el marco de un estado constitucional de derecho contribuyen los medios de esa manera a la gobernabilidad legítima del país.

8 ¿El medio de comunicación cómo contribuye con la **governabilidad estable** del país?

No mucho tiene que ver aquí en cómo y yo ahí lo sumaría el concepto de gobernanza de la respuesta porque la gobernanza tiene que ver con esa estabilidad o paz social, no solo la gobernabilidad; es decir, los actores formales, sino cómo le da voz los medios de

comunicación por ejemplo a los otros actores extraoficiales de grupos sociales sindicatos e iglesias, entre los cuales los medios porque no son actores políticos formales elegidos nadie elegido al reportero nadie elegido al editor nadie elegido al dueño del medio de comunicación están ahí haciendo cosas porque son parte de ese conglomerado, entonces darle voz desde los medios de comunicación, también estos otros actores sindicatos comunidades y demás ayuda a buscar generar consensos entre los actos actores extraoficiales, los actores formales de la política para buscar generar consensos que nos dé un escenario de gobernanza.

9. ¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la **democracia constitucional** del país?

Pues el medio de comunicación manifiesta su interés primero sobre la democracia constitucional, pues conociendo la Constitución y conociendo toda esta institucionalidad democrática que tiene el país; por lo tanto, aquí sí hay que hacer un llamado de atención cuando a veces no se conoce esto y lo que hace es, ante una crisis, agravarla informando de manera desafortunada sobre estos conflictos que ocurre en toda democracia. Entonces si yo no conozco que los mecanismos son por ejemplo disolver constitucionalmente y esa palabra es importantísima disolver constitucionalmente un congreso y que siga funcionando la comisión permanente en ese congreso, yo no digo eso que es completa la versión de lo que constitucionalmente está normado, la población se sigue quedando con la imagen de que un presidente puede venir y cerrar un congreso cuando se le antoje y se acabó, entonces se van a su casa le ponemos un candado a la puerta del congreso y es bien fácil, nos quedamos con la idea cómo se resuelven todas las crisis qué es lo que ha estado primando en el discurso en los últimos años y los medios de comunicación tienen una gran tarea para contribuir a fortalecer la democracia constitucional informando como digo con más conocimiento político y lo dije en las primeras preguntas

10. ¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la **democracia electoral** del país?

A la democracia electoral pues se contribuye brindando tribuna cuando estamos hablando de un proceso electoral a las distintas fuerzas políticas que están en juego y aquí hay varios casos de que esto no se hace del todo y los medios tienen como espacios también, no son todos los que se quisiera alternativa también, queda tribuna en fin a ese complementa, pero por ejemplo hacer un debate de candidatos y no presentarlos a todos y solamente escoger a los que van cinco primeros en las encuestas. Qué pasa aquí como pasen otros lugares. Me parece que no es la mejor manera, aquí hay cosas por ver cómo mejoramos el formato de igual manera, eso es hablando de la campaña chica, no es decir cuando ya está cerca la fecha de una elección, pero hay otra cosa que es cierto también aquí que nuestros políticos no entienden y los partidos políticos están debilitados, tampoco lo entienden hay otro otra cosa que se llama la campaña permanente eso qué quiere decir,

se sigue en campaña luego de perder una elección no solamente son los cinco o seis meses antes de una votación municipal regional o nacional deberían tener en palestra y brindar esos espacios a actores políticos.

11 ¿Cómo manifiesta el medio de comunicación su interés sobre la **democracia social** del país?

En lo que respecta al interés sobre la democracia social del país pues lo evidencia el medio de comunicación poniendo también en vitrina los problemas sociales que tiene el país, la demanda y lucha por derechos sociales que tiene los distintos grupos sociales del país; es decir, hay una agenda de lo explosivo, lo asombroso, el escándalo, la denuncia, pero también debe haber una agenda sobre los temas que están presentes o por resolver en cuanto a mejorar la cobertura de servicios de salud para los peruanos, educación, derechos sociales. Esa democracia social también es importante que sea parte de la agenda, de la llamada agenda, la agenda de los medios, en cuanto a qué va a ser puesto en vitrina, no hay que saber combinar tanto encima el hecho que todos quieren comentar o que todos quieren entrevistar porque hasta allá o recientemente como aquello que viene de una de una larga postergación o en espera de resolverse sobre derechos sociales por ejemplo, entonces hay que manejarse los dos planos, así con la democracia social de un país.

Anexo 8: Aplicación de fichas de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN DE TEMÁTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE UNIDAD DE ANÁLISIS		
Fecha: 08 al 15 de diciembre 2022	Edición: 1281	Titular principal: CASTILLO: De improvisado presidente a intento de dictador.
IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA		
 <p>The image shows the front page of the newspaper 'Expresión', a regional weekly. The masthead includes the title 'Expresión' in large white letters on a blue background, with the tagline 'La noticia veraz de cada semana...'. Above the title, it says 'SEMANARIO REGIONAL'. To the right, there is information about the director 'Dionisio Ben Chumbingo Huerta', the issue number 'Nº 1281', and the date '8/ 12/ 2022'. There are also social media icons for Facebook and Twitter, and a '29 AÑOS' anniversary logo. The main headline is in large, bold, black and red text: 'CASTILLO: De improvisado presidente a intento de dictador'. Below the headline, there is a photograph of a man in a suit (likely Castillo) speaking at a podium. To the left of the photo, there is a list of bullet points in red and black text:</p> <ul style="list-style-type: none">◆ Quiso repetir la historia 30 años después del autogolpe de Alberto Fujimori.◆ Ministerio Público le investiga por el delito de rebelión por el que podría recibir hasta 20 años de cárcel.◆ Por el delito de conspiración, recibiría 10 años de prisión.◆ Dina Boluarte se convierte en la primera mujer en asumir la presidencia del país.		

Categoría 1: Temática

Subcategorías:	Descripción
Turística	No presenta
Ambiental	No presenta
Cultural	No presenta
Económica	No presenta
Política	Sí presenta
Deportiva	No presenta
Científica	No presenta
Policial	No presenta

FICHA DE OBSERVACIÓN DE TEMÁTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha: 15 al 22 de diciembre 2022	Edición: 1282	Titular principal: ENTRE ELLOS ESTÁ EL PRÓXIMO DECANO DEL ICAL
--------------------------------------	------------------	---

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 1: Temática

Subcategorías:	Descripción
Turística	No presenta
Ambiental	No presenta
Cultural	No presenta
Económica	No presenta
Política	Sí presenta
Deportiva	No presenta
Científica	No presenta
Policial	No presenta

FICHA DE OBSERVACIÓN DE TEMÁTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha: 22 al 29 de diciembre 2022	Edición: 183	Titular principal: PAPA FRANCISCO: "Para vivir la navidad redescubramos la pequeñez de Dios".
--------------------------------------	-----------------	--

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 1: Temática

Subcategorías:	Descripción
Turística	No presenta
Ambiental	No presenta
Cultural	Sí presenta
Económica	No presenta
Política	No presenta
Deportiva	No presenta
Científica	No presenta
Policial	No presenta

FICHA DE OBSERVACIÓN DE TEMÁTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha:
29 de diciembre 2022 al 19 de enero
2023

Edición:
184

Titular principal:
¡Bienvenido! 2023
Que sea un buen inicio

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 1: Temática

Subcategorías:	Descripción
Turística	No presenta
Ambiental	No presenta
Cultural	Sí presenta
Económica	No presenta
Política	No presenta
Deportiva	No presenta
Científica	No presenta
Policial	No presenta

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LOS COMPONENTES GRÁFICOS DE LA SUPERFICIE PERIODÍSTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha: 08 al 15 de diciembre 2022	Edición: 1281	Titular principal: CASTILLO: De improvisado presidente a intento de dictador.
---	-------------------------	--

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 2: Componentes gráficos de la superficie periodística

Subcategorías:

Titulares				Fotografías			Textos
Importancia		Estructura Vinculada		Elementos físicos	Elementos cualitativos		Concordancia con el titular
Importancia Real	Importancia Relativa	Ante título	Sub título		Naturaleza Es una fotografía	Contenido	
El titular ocupa gran proporción en la página.	Prioridad 1 Es el único titular	Sí	No	Es el único ilustrado			
	Prioridad 2			Mejor ilustrado (No se puede comparar por ser el único ilustrado)	Contenido		
					Estático: No	Dinámico Sí La fotografía expresa movimiento gestual	
	Prioridad 3			Número de ilustraciones: 01	Leyenda: No presenta		
	Dimensiones: A dos columnas y casi la totalidad de la altura de la superficie periodística	Descriptiva	Explicativa				

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LOS COMPONENTES GRÁFICOS DE LA SUPERFICIE PERIODÍSTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha:
15 al 22 de diciembre 2022

Edición:
1282

Titular principal:
ENTRE ELLOS ESTÁ EL PRÓXIMO DECANO DEL ICAL

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 2: Componentes gráficos de la superficie periodística

Subcategorías:

Titulares				Fotografías			Textos
Importancia		Estructura Vinculada		Elementos físicos	Elementos cualitativos		Concordancia con el titular
Importancia Real	Importancia Relativa	Ante título	Sub título		Naturaleza Es una fotografía	Contenido	
Está ubicado en la parte inferior y ocupando la mitad del columnaje de la página.	Prioridad 1 No	Sí	Sí	Es el único ilustrado No			
	Prioridad 2 Existe otro titular, que es el principal, pero la información es desarrollada en páginas interiores.			Mejor ilustrado: Sí	Estático	Dinámico La fotografía expresa movimiento gestual.	
				Número de ilustraciones 04	Leyenda No presenta		
	Prioridad 3			Dimensiones A dos columnas y media y altura de 10 cm.	Descriptiva	Explicativa	

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LOS COMPONENTES GRÁFICOS DE LA SUPERFICIE PERIODÍSTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha: 22 al 29 de diciembre 2022	Edición: 183	Titular principal: PAPA FRANCISCO: "Para vivir la navidad redescubramos la pequeñez de Dios".
--------------------------------------	-----------------	---

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 2: Componentes gráficos de la superficie periodística

Subcategorías:

Titulares				Fotografías		Textos	
No presenta el tema de la presente investigación				No presenta el tema de la presente investigación		No presenta el tema de la presente investigación	
Importancia		Estructura Vinculada		Elementos físicos	Elementos cualitativos	Concordancia con el titular	
Importancia absoluta	Importancia Relativa	Ante título	Sub título				
	Prioridad 1			Único ilustrado	Naturaleza		
	Prioridad 2			Mejor ilustrado	Contenido		
					Estático	Dinámico	
	Prioridad 3			Número de ilustraciones	Leyenda		
				Dimensiones	Descriptiva	Explicativa	

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LOS COMPONENTES GRÁFICOS DE LA SUPERFICIE PERIODÍSTICA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha: 29 de diciembre 2022 al 19 de enero 2023	Edición: 184	Titular principal: ¡Bienvenido! 2023 Que sea un buen inicio
--	-----------------	--

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 2: Componentes gráficos de la superficie periodística

Subcategorías:

Titulares				Fotografías		Textos	
No presenta el tema de la presente investigación				No presenta el tema de la presente investigación		No presenta el tema de la presente investigación.	
Importancia		Estructura Vinculada		Elementos físicos	Elementos cualitativos	Concordancia con el titular	
Importancia Real	Importancia Relativa	Ante título	Sub título				
	Prioridad 1	No	Sí	Es el único ilustrado	Naturaleza Es un fondo.		No corresponde
	Prioridad 2				Contenido		
					Estático Sí	Dinámico No	
	Prioridad 3			Número de ilustraciones	Leyenda No presenta		
				Dimensiones	Descriptiva	Explicativa	

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha: 08 al 15 de diciembre 2022	Edición: 1281	Titular principal: CASTILLO: De improvisado presidente a intento de dictador.
---	-------------------------	---

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 3: Diseño de la estructura

Subcategorías:	Descripción
Encabezado	<p>Contiene: el nombre de la publicación, slogan, quién lo dirige, fecha de publicación, número de edición, precio, redes sociales de difusión y página web. Resalta el número de años de circulación del medio de comunicación (29 años), con lo cual se muestra el sostenimiento asociado a la veracidad con la que trata la información el Semanario.</p> <p>El encabezado o cabecera está ubicada en la parte superior y ocupa la totalidad del columnaje del periódico.</p>
Tipografía	<p>La tipografía empleada por el medio de comunicación, respecto al titular de portada, además de informar pretende resaltar el hecho combinando altas y bajas y un texto resumido, que explica la anotación del titular. Su lectura es homogénea y sin ruidos, por lo que permite la comprensión del contenido. La fuente empleada es coherente con el encabezado lo que le da legibilidad en los tipos para el diseño periodístico y que, fortalece la identificación y personalidad del medio de comunicación, pues se guarda el mismo estilo para todos los elementos de la página: titulares, pies de foto, texto base, etc.</p> <p>El tamaño de la tipografía de la cabecera, el titular y el texto, ayudan a enfatizar el sentido que se le quiere dar al mensaje, desde lo visual en un primer impacto y la transmisión de jerarquía.</p> <p>Todos estos aspectos le dan contundencia al titular empleado, en este tema de carácter político.</p>
Color	<p>Existe un contraste entre los colores empleados en la cabecera y los empleados en el titular.</p> <p>El rojo para la palabra Castillo tiene una función compositiva y connotativa. Por un lado, de llamado de atención a la lectoría debido a la combinación cromática y; por otro, la relación con la profesión política de izquierda del ex presidente, vinculándola a la supuesta falta de capacidad y la actuación radical antidemocrática y de verticalidad.</p>

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha:
15 al 22 de diciembre 2022

Edición:
1282

Titular principal:
ENTRE ELLOS ESTÁ EL PRÓXIMO DECANO DEL ICAL

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 3: Diseño de la estructura

Subcategorías:	Descripción
Encabezado	Mantiene su identidad, según lo anotado en la edición anterior analizada.
Tipografía	<p>La tipografía empleada por el medio de comunicación, respecto al tema de la investigación, es en altas para el ante título y en bajas para el sub título, manteniendo las fuentes de su edición anterior. Su lectura sigue siendo homogénea y sin ruidos, facilitando la comprensión del contenido.</p> <p>Aun cuando el tamaño de la fuente es reducido, por el espacio que ocupa, enfatizan el contenido del mensaje.</p>
Color	El color empleado para la tipografía del titular sobre el tema de análisis es blanco, mientras que el fondo es negro; produciéndose una sensación de crisis y serios problemas para el ex presidente debido a la decisión asumida. Es decir, impera la función connotativa que desea darle el medio de comunicación a la información materia de la presente investigación.

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DE LA PORTADA POR EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha: 22 al 29 de diciembre 2022	Edición: 183	Titular principal: PAPA FRANCISCO: "Para vivir la navidad redescubramos la pequeñez de Dios".
--------------------------------------	-----------------	--

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 3: Diseño de la estructura

Subcategorías:	Descripción
Encabezado	Mantiene su identidad de ediciones anteriores
Tipografía	No presenta el tema para su análisis, desde esta sub categoría.
Color	No presenta el tema para su análisis, desde esta sub categoría.

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DE LA PORTADA POR
EDICIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

Fecha: 29 de diciembre 2022 al 19 de enero 2023	Edición: 184	Titular principal: ¡Bienvenido! 2023 Que sea un buen inicio
---	-----------------	---

IMAGEN DE EDICIÓN ANALIZADA



Categoría 3: Diseño de la estructura

Subcategorías:	Descripción
Encabezado	Mantiene su identidad de ediciones anteriores
Tipografía	No presenta el tema para su análisis, desde esta sub categoría.
Color	No presenta el tema para su análisis, desde esta sub categoría.