



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN DE LOS ATENTADOS AL
SEMANARIO CHARLIE HEBDÓ EN LOS DIARIOS "PERU.21", "TROME" Y "EL
COMERCIO". ENERO 2015

PRESENTADA POR:

Bachiller VALZANIA JARA, Juan Sergio

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA - 2019 - PERÚ

DEDICATORIA

*A mi mamá, Roxana,
por ser, además de mamá y
papá, mi ejemplo y explosiva
voz de la razón; A mi
hermana, Carla, por ser mi
compañera y darme las más
hermosas alegrías y a mi
Abuelo por enseñarme el
significado de la familia.*

AGRADECIMIENTO

En el primer capítulo, se expone el planteamiento metodológico, iniciando con la descripción de la realidad problemática, pasando por los objetivos y las hipótesis.

En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico conceptual, con las investigaciones previas, antecedentes teóricos y la definición de términos básicos.

En el tercer capítulo, se muestra el análisis y discusión de los resultados, así como las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

ÍNDICE

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Delimitación Espacial..... 17

1.2.2 Delimitación Social..... 17

1.2.3 Delimitación Temporal..... 17

1.2.4 Delimitación Conceptual..... 18

1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN..... 18

1.3.1 Problema Principal..... 18

1.3.2 Problemas Secundarios..... 18

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo Principal..... 19

1.4.2 Objetivos Secundarios..... 19

1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.6 VARIABLES Y MATRIZ DE OPERALIZACIÓN

1.6.1 Variable Descriptiva.....	20
1.6.2 Matriz De Operacionalización.....	20

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Tipo y nivel de la investigación

1.7.1.1 Tipo de investigación.....	20
1.7.1.2 Nivel de investigación.....	22

1.7.2 MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.2.1 Métodos de investigación.....	24
1.7.2.2 Diseño de investigación.....	24

1.7.3 UNIVERSO Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.3.1 Universo – muestra.....	25
---------------------------------	----

1.7.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.7.4.1 Técnicas de investigación.....	25
1.7.4.2 Instrumentos.....	25

1.7.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.5.1 Justificación.....	26
1.7.5.2 Importancia.....	26
1.7.5.3 Limitaciones.....	27

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Tesis.....	29
1.1.1.1 Nacionales.....	29
1.1.1.2 Internacionales.....	32

1.1.2 Libros.....	32
1.2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS	
1.2.1. Teoría de la Aguja Hipodérmica.....	36
1.2.2. Teoría del Análisis de Contenido.....	37
1.2.3. Teoría del Establecimiento de Agendas.....	38
1.2.4. Portadas.....	39
1.2.5. Noticias.....	40
1.2.6. Imagen.....	40
1.2.7. Titular.....	41
1.2.8. Periodismo Escrito.....	41
1.2.9. Grupo El Comercio.....	42
1.2.10. Diario “Trome”	43
1.2.11. Diario “Perú.21”	43
1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	
1.3.1. Fundamentalismo.....	45
1.3.2. Islam.....	45
1.3.3. Yihad.....	46
1.3.4. Terrorismo.....	46
1.3.5. Sátira.....	47
1.3.6. Semanario.....	48
1.3.7. Periodismo.....	48
1.3.8. Grupo periodístico.....	49
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	
1.1 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS.....	51
1.2 RESULTADOS.....	53
1.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	121
CONCLUSIONES.....	125

RECOMENDACIONES.....	128
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	130
ANEXOS	
Matriz de consistencia.....	137
Ficha de Observación.....	139
Ficha de entrevista.....	141
Validación de instrumentos.....	143
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
Fotografías usadas en portadas.....	54
Posición del titular en la portada.....	55
Tamaño de la noticia en la portada del Diario “Perú21”.....	58
Tamaño de la noticia en la portada del Diario “Trome”.....	59
Tamaño de la noticia en la portada del Diario “El Comercio”.....	60
Tamaño de la noticia en las ediciones del Diario “Perú21”.....	63
Tamaño de la noticia en las ediciones del Diario “Trome”.....	64
Tamaño de la noticia en las ediciones del Diario “El Comercio”.....	65
Tamaño de la noticia en las ediciones del Diario “El Comercio”.....	66
Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “Perú21”.....	68
Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “Trome”.....	69
Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “El Comercio”.....	70
Cantidad de elementos informativos por sección.....	74
Tamaño de la fotografía en la noticia del Diario “Perú21”.....	78
Tamaño de la fotografía en la noticia del Diario “Trome”.....	79
Tamaño de la fotografía en la noticia del Diario “El Comercio”.....	80
Mensaje de las fotografías en “El Comercio”, “Perú21” y “Trome”.....	82
Tamaño del titular de las noticias dentro del Diario “Perú21”.....	85
Tamaño del titular de las noticias dentro del Diario “Trome”.....	86
Tamaño del titular de las noticias dentro del Diario “El Comercio”.....	87
Color del titular de las noticias dentro del Diario “Perú21”.....	89
Color del titular de las noticias dentro del Diario “Trome”.....	90
Color del titular de las noticias dentro del Diario “El Comercio”.....	91

Porcentaje de páginas en “El Comercio”	92
Porcentaje de páginas en “Perú21”	92
Porcentaje de páginas en “Trome”	92

ÍNDICE DE TABLAS

Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “Perú21”	68
Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “Trome”	69
Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “El Comercio”	70
Géneros Periodísticos utilizados por los diarios.....	72
Cantidad de páginas en las que se incluyen los géneros periodísticos utilizados por los diarios	72
Sección utilizada por el diario “Perú21”	74
Secciones utilizadas por el diario “Trome”	74
Secciones utilizadas por el diario “El Comercio”	74
Cantidad de indicadores en los instrumentos.....	74

RESUMEN

El Periodismo es considerado como el 'Cuarto Poder', denominación otorgada por Edmund Burke en el debate de apertura de la 'Cámara de los Comunes de Reino Unido' en 1787, debido a su capacidad para 'colocar en agenda' distintos temas de actualidad o retomar otros que han perdido caducidad y, debido a esto, tiene similar o igual influencia a los que poseen los Poderes del Estado (Judicial, Legislativo y Ejecutivo), aunque con la fuerte ventaja de fiscalizarlos.

Por otro lado, se encuentra el terrorismo, un término que carece de definición para los organismos humanitarios como la IDH y la Cruz Roja Internacional, pero para la RAE constituye una respuesta violenta a una problemática cultural, religiosa, política o económica y es definida como una forma violenta de lucha mediante la cual se persigue la destrucción del orden establecido o la creación de un clima de terror e inseguridad en los adversarios o la población en general, ajena al conflicto.

En muchos países, sobre todo en el hemisferio sur, varios de estos grupos armados han tomado el poder en sus naciones mediante acciones violentas; mientras que, en otros, los grupos radicales aún se encuentran activos, exponiendo mediante sus actos su intención por conseguir el poder que de manera democrática no han podido, o no pretenden, obtener. Son pocos los afortunados países que no han experimentado el terrorismo dentro de su territorio.

Si bien la mayoría de estos grupos responden a intereses políticos y económicos, otros poseen como base a la religión, a este fenómeno se le denomina 'Fundamentalismo'. En la actualidad es este tipo de ideología, en este caso islámica, la que representa mayor amenaza para occidente.

El fundamentalismo islámico ha tenido diversos rostros a través de los años: Al Nusra, responsables de la 'Primavera árabe' en la última década del siglo anterior; Al Qaeda, conocidos mundialmente por ejecutar el atentado del 11 de setiembre del 2001 al World Trade Center o Torres Gemelas en Estados Unidos; y actualmente el Estado Islámico de Siria e Irak, principal referente mediático cuando de terrorismo se refiere.

El caso es amplio, y su contexto lo es aún más, pues a partir de aquí convergen todos los conceptos antes mencionados. La mañana del martes 6 de enero del 2015, un grupo de terroristas, conformados por los hermanos Kouachi y un presunto tercer atacante, que se identificaron como miembros de Al-Qaeda, atacaron la sede del semanario satírico Charlie Hebdo, asesinando a 12 personas e hiriendo a otras 11 en el proceso. Este repudiable acto constituyó un ataque directo a la libertad de expresión, pues, semanas antes, el semanario había publicado caricaturas alusivas a Mahoma, principal profeta del islam.

El incidente fue cubierto por la prensa internacional, tal y como dictan sus funciones, otorgándole al suceso distintos enfoques. Mientras que, en nuestro país, el 'Grupo El Comercio', poseedor de la mayoría de los medios escritos, abordó el atentado a través de sus principales diarios: 'El Comercio', 'Perú21' y 'Trome', otorgándole con ello distinta relevancia, limitada al público al que cada línea pretende llegar.

PALABRAS CLAVES: Abordaje Periodístico, Periodismo Escrito, Manejo de Información, Entrevistas y Lenguaje Audiovisual.

ABSTRACT

Journalism is considered as the "Fourth Power", denomination granted by Edmund Burke in the opening debate of the House of Commons of the United Kingdom in 1787, due to their ability to "put on the agenda" different current affairs or to take up other that have lost their expiration and, due to this, have similar or equal influence to those who possess the Powers of the State (Judicial, Legislative and Executive), although with the strong advantage of supervising them.

On the other hand is terrorism, a term lacking of definition for humanitarian agencies such as the IDH and the International Red Cross but for the RAE constitutes a violent response to a cultural, religious, political or economic problem and is defined as a violent form of struggle through which the destruction of the established order is pursued or the creation of a climate of terror and insecurity in the adversaries or the population in general, alien to the conflict.

In many countries, especially in the southern hemisphere, several of these armed groups have taken power in their nations through violent actions; while in others, the radical groups are still active, exposing through their acts their intention to obtain the power that they have not been able to democratically, or do not intend, to obtain. There are few fortunate countries that have not experienced terrorism within their territory.

While most of these groups respond to political and economic interests, others have religion as a base, this phenomenon is called "Fundamentalism". At present it is this type of ideology, in this Islamic case that represents the greatest threat to the West.

Islamic fundamentalism has had different faces over the years: Al Nusra, responsible for the Arab spring in the last decade of the previous century; Al

Qaeda, known worldwide for executing the September 11, 2001, attack on the World Trade Center or Twin Towers in the United States; and currently the Islamic State of Syria and Iraq, the main media reference when it comes to terrorism.

The case is extensive, and its context is even more so, since from here all the aforementioned concepts converge. On the morning of Tuesday, January 6, 2015, a group of terrorists, consisting of the Kouachi brothers and a suspected third attacker, who identified themselves as members of al-Qaeda, attacked the headquarters of the satirical weekly Charlie Hebdo, killing 12 people and injuring 11 others in the process. This repugnant act was a direct attack on Freedom of Expression, because, weeks before, the weekly had published cartoons alluding to Muhammad, the main prophet of Islam.

The incident was covered by the international press, as dictated by its functions, giving the event different approaches. While in our country, the "El Comercio Group", owner of the majority of written media, addressed the attack through its main newspapers: "El Comercio", "Perú21" and "Trome", granting it with different relevance, limited to the public to which each line pretends to reach.

KEYWORDS: Journalistic Approach, Narrations, Testimonies, Interviews and Audiovisual Language.

INTRODUCCIÓN

La mañana del martes 6 de enero del 2015, un grupo de terroristas, militantes de Al-Qaeda, atacaron la sede del semanario satírico Charlie Hebdo, asesinando a 12 personas e hiriendo a otras 11 en el proceso. Los distintos medios de comunicación reaccionaron al atentado de maneras distintas, otorgándole distinta importancia según la tendencia que seguían.

A partir del suceso, se resalta la capacidad de la prensa para difundir información capaz de moldear la opinión del público. La manipulación puede ser aún mayor si es que viene reforzada por una maquinaria constituida por distintos medios aparentemente distintos pero que pertenecen a una misma editorial.

La presente investigación constará de una introducción, una presentación general de la tesis que, de modo preliminar, presenta de qué versa la investigación como el tema, el contenido de los capítulos, el objetivo que se pretende, etc.; y cinco capítulos, los cuales han sido organizados de la siguiente manera:

El primer capítulo es el 'Planteamiento del problema' y está comprendido por el Problema de investigación, el cual radica en la necesidad de reconocer cómo maneja un grupo editorial, a través de tres diarios, un mismo suceso; se incluye, además, una justificación, limitación, antecedentes y la importancia de la investigación: Demostrar que los diarios pueden otorgar distintos niveles de importancia a un suceso, basados en su público objetivo y tamaño de edición.

Se incluyen también en este capítulo las Hipótesis y Variables surgidas de la investigación; la Metodología de la investigación, donde se analizan los niveles

y enfoques, con el objetivo de reconocer cuál será la estructura, basado en la variable y las categorías; así como el Universo y las técnicas que se aplicará a cada categoría y los aspectos relacionados a la Administración de la Investigación, donde se especifican los elementos externos y recursos humanos que intervinieron en la investigación, así como el presupuesto invertido en la obtención de estos.

En el segundo capítulo, denominado “Marco Metodológico”, se agregan los Antecedentes del Problema, es decir investigaciones previas relacionadas a la nuestra y divididas en Tesis Nacionales, Internacionales y Libros, para una mejor comprensión. Seguido a esto se especifican las Bases Científicas, teorías sobre las cuales se apoya una investigación y validan las conclusiones posteriores. Por último, se encuentra la “Definición de términos básicos”, un diccionario que posee las denominaciones y expresiones presentes en la investigación.

El tercer capítulo, denominado “Presentación, análisis e interpretación de resultados”, incluye los argumentos que dan validez a la investigación, los instrumentos empleados y el resultado obtenido por el juicio de los expertos consultados.

La investigación concluye con los resultados, obtenidos tras ser aplicados los instrumentos; las recomendaciones realizadas por el autor tras observar los resultados y las fuentes bibliográficas que permitieron la elaboración de la investigación.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

El fundamentalismo ha sido una práctica recurrente a través de los años en distintas zonas del planeta, y tiene como característica principal la intolerancia a cualquier idea, conducta o costumbre distinta o contraria a la suya. En los últimos años el mundo ha observado como esta práctica ha crecido desmesuradamente de la mano de los sectores conservadores del islam. Es así como movimientos como ISIS, Al Qaeda, Hezbolá, Hamas y Al Nusra se han adjudicado ataques terroristas en países a los cuales desaprueban en política o costumbres.

En occidente, más liberal respecto a Medio Oriente, las manifestaciones de protestas contra lo establecido son, en teoría, aceptadas por todos los sectores de la sociedad. A esto también se le conoce como “Libertad de expresión”. Para este fin, algunos miembros utilizan la sátira, una herramienta que pretende, a través de la burla, desafiar lo establecido y servir de protesta contra esto. Uno de los mayores exponentes de este género es el semanario satírico Charlie Hebdo, que a finales del 2014 publicó caricaturas relacionadas al islam (más específicamente el profeta Mahoma) y su relación con el fundamentalismo. Este acto les valió un ataque a sus instalaciones en enero del año siguiente.

Tras los atentados a la sede de la revista Charlie Hebdo y la amenaza a la Libertad de Expresión, los distintos medios de comunicación, principales víctimas en una censura abordaron este ataque

otorgándole distintos grados de importancia. En nuestro país, el ‘Grupo El Comercio’ manejó la información brindada al público a través de sus distintos diarios y, siguiendo la tendencia, le otorgó diferentes enfoques, que obedecían al público objetivo al que su línea editorial apunta.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La presente investigación se desarrollará sobre los ejemplares publicados por los diarios “Perú21”, “Trome” y “El Comercio”. Con estos elementos se podrá analizar la importancia que cada diario le otorgó al suceso.

1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL

La presente investigación se encuentra delimitada a los atentados realizados en la sede del semanario satírico Charlie Hebdo y la reacción de los medios impresos peruanos, específicamente los editados por el “Grupo El Comercio”.

1.2.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL

El objeto de la investigación tomará como punto de partida el mes de mayo del presente año a la fecha, por considerar ser un periodo que permitirá establecer los objetivos planteados debido a la nula cobertura que se le otorgaba los sucesos al inicio de la investigación.

- La investigación se iniciará con un análisis de contenido de los diarios del Grupo El Comercio (“El Comercio”, “Perú21” y “Trome”) en los que se basó la investigación.
- Posteriormente, se revisarán los ejemplares de los citados diarios en el periodo transcurrido entre el miércoles 7 de enero del 2015 al jueves 15 de enero.

- Por cada diario se someterán a análisis ocho ejemplares de cada diario. Es decir, que para la presente investigación se considerarán 24 ediciones entre los tres diarios seleccionados.

1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

- El manejo de información de los diarios que pertenecen grupo informativo más grande del Perú.
- Las herramientas periodísticas utilizadas por los distintos diarios para la difusión de la noticia, como fotografías, encabezados, espacio ocupado en la página, entre otros.
- Análisis del lenguaje utilizado en cada diario respecto a un mismo suceso, el uso sociolectos, recurrencia al lenguaje coloquial o a denominaciones en otro idioma entre otros.
- La percepción social sobre el manejo de información realizado por los citados diarios del Grupo El Comercio.

1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL

¿Cuál es el manejo de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en los diarios "El Comercio", "Perú 21", "Trome" enero 2015?

1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS

- ¿Cuál es el manejo de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario "El Comercio"?
- ¿Cuál es el manejo de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario "Trome"?

- ¿Cuál es el manejo de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario "Perú21"?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Analizar el manejo de información de los atentados a Charlie Hebdó en los diarios "El Comercio", "Perú 21", "Trome" con el fin de reconocer la importancia que otorgan los distintos diarios a los sucesos internacionales.

1.4.2 OBJETIVOS SECUNDARIOS

- Analizar el manejo de información de los atentados a Charlie Hebdó en el diario "El Comercio" con el fin de reconocer la importancia que otorgan los distintos diarios a los sucesos internacionales.
- Analizar el manejo de información de los atentados a Charlie Hebdó en el diario "Trome" con el fin de reconocer la importancia que otorgan los distintos diarios a los sucesos internacionales.
- Analizar el manejo de información de los atentados a Charlie Hebdó en el diario "Perú21" con el fin de reconocer la importancia que otorgan los distintos diarios a los sucesos internacionales.

1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Al ser una investigación descriptiva, esta carece de hipótesis pues no posee una relación entre sus variables.

Según Sampieri (2014) indica que existen hipótesis descriptivas, "Pero cabe comentar que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis de esta clase o que sean afirmaciones más generales ("la ansiedad en los jóvenes alcohólicos será elevada"; "durante este año, los presupuestos de publicidad se incrementarán entre 50 y 70%"; "la

motivación extrínseca de los obreros de las plantas de las zonas industriales de Valencia, Venezuela, disminuirá”; “el número de tratamientos psicoterapéuticos aumentará en las urbes sudamericanas con más de tres millones de habitantes”). No es sencillo realizar estimaciones precisas sobre ciertos fenómenos.” (108 p.)

1.6 VARIABLES Y MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

1.6.1 VARIABLE DESCRIPTIVA

Análisis del contenido de la información.

1.6.2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	CATEGORÍAS	INDICADORES
Manejo de Información	Es la capacidad que posee un emisor para difundir y manejar la información que distribuye.	El Comercio	Portadas Noticias Imágenes Titulares
		Perú21	
		Trome	

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es del tipo básica y enfoque mixto porque se hará uso de datos numéricos, textuales, visuales y simbólicos para entender a mayor profundidad el objeto de estudio.

Tamayo (1996) define “A la investigación pura se le da también el nombre de básica o fundamental, se apoya dentro de un contexto teórico y su propósito fundamental es el de desarrollar teoría mediante el descubrimiento de amplias generalizaciones o principios. Esta forma de investigación emplea cuidadosamente el procedimiento de muestreo, a fin de extender sus hallazgos más allá del grupo o situaciones estudiadas. Poco se preocupa de la aplicación de los hallazgos, por considerar que ello corresponde a otra persona y no al investigador”

Acerca de los enfoques mixtos, Sampieri (2014) nos dice "Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Chen (2006) los define como “la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio”.

En resumen, los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias. Johnson et al. (2006) en un “sentido amplio” visualizan la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de ellos o dándoles el mismo “peso”, donde cabe señalar que cuando se hable del método cuantitativo se abreviará como CUAN y cuando se trate

del método cualitativo como CUAL. Asimismo, las mayúsculas-minúsculas indican prioridad o énfasis”.

1.7.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de nivel descriptivo debido a que especifica las propiedades y/o características del objeto de estudio.

Sampieri (2014) refiere respecto al nivel descriptivo que: “Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. Por ejemplo, un investigador organizacional que tenga como objetivo describir varias empresas industriales de Lima, en términos de su complejidad, tecnología, tamaño, centralización y capacidad de innovación, mide estas variables y por medio de sus resultados describirá: 1) la diferenciación horizontal (subdivisión de las tareas), la vertical (número de niveles jerárquicos) y la espacial (número de centros de trabajo), así como el número de metas que han definido las empresas (complejidad); 2) qué tan automatizadas se encuentran (tecnología); 3) cuántas personas laboran en ellas (tamaño); 4) cuánta libertad en la toma de decisiones tienen los distintos niveles organizacionales y cuántos tienen acceso a la toma de decisiones (centralización de las decisiones), y 5) en qué medida llegan a modernizarse o realizar

cambios en los métodos de trabajo o maquinaria (capacidad de innovación). Sin embargo, el investigador no pretende analizar por medio de su estudio si las empresas con tecnología más automatizada son las más complejas (relacionar tecnología con complejidad) ni decirnos si la capacidad de innovación es mayor en las empresas menos centralizadas (correlacionar capacidad de innovación con centralización). Lo mismo ocurre con el psicólogo clínico que tiene como fin describir la personalidad de un individuo. Se limitará a medir sus dimensiones (hipocondría, depresión, histeria, masculinidad-feminidad, introversión social, etc.), para posteriormente describirla. No le interesa analizar si mayor depresión se relaciona con mayor introversión social; en cambio, si pretendiera establecer relaciones entre dimensiones o asociar la personalidad con la agresividad del individuo, su estudio sería básicamente correlacional y no descriptivo”.

1.7.2 MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Se elaborará la base de datos para la variable descriptiva. Los datos que se obtengan mediante la aplicación de los instrumentos de medición serán utilizados para realizar el análisis descriptivo para lo cual utilizará usará estadística básica partiendo de la mediana, moda y cuartiles. Asimismo, se utilizará la entrevista como técnica de recogida de información en la investigación de tipo cualitativo para respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto.

Para llevar a cabo la discusión de los resultados, éstos se harán mediante la contrastación entre los resultados de los antecedentes y los resultados obtenidos en el proceso de la investigación. Las conclusiones se formularán teniendo en cuenta la discusión de los resultados en relación a los planteamientos del

problema, objetivos y marco teórico, con la finalidad de dar respuesta a las interrogantes expuestas en dicho estudio.

1.7.2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la presente investigación es transeccional.

Sampieri (2014) opina sobre esto: “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede. Por ejemplo: 1. Medir las percepciones y actitudes de mujeres jóvenes (18-25 años) que fueron abusadas sexualmente en el último mes en una urbe latinoamericana. 2. Evaluar el estado de los edificios de un barrio o una colonia, después de un terremoto. 3. Analizar el efecto que sobre la estabilidad emocional de un grupo de personas provocó en lo inmediato un acto terrorista (como el atentado del maratón de Boston en abril de 2013). 4. El estudio de Lee y Guerin (2009) para identificar si la satisfacción respecto a la calidad del diseño ambiental del interior de áreas de trabajo u oficinas afecta significativamente la satisfacción general del espacio de trabajo por parte de sus ocupantes y su desempeño laboral, en un momento específico.

X : O

DONDE:

X : Análisis del contenido de la información

O : OBSERVACIÓN

1.7.3 UNIVERSO Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La población – muestra de la presente investigación son las ediciones de los diarios “Peru.21”, “Trome” y “El Comercio” tras los atentados de París en los días 13, 14 y 15 de enero del 2015.

1.7.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATO

1.7.4.1 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

- Observación: Consiste en la recopilación y clasificación de elementos clave en una investigación. Durante esta etapa, se aplica mayor énfasis en las características comunes entre los instrumentos observados y, luego, separándolos, cada punto en el que son distintos, para responder por qué existe tal diferencia.
- Entrevista: Permite conocer la opinión de un experto respecto a los resultados obtenidos en la etapa de observación. Los resultados obtenidos tras superar esta etapa pueden ser distintos, permitiendo la elaboración de hipótesis respecto al problema general o dar paso a la conclusión en caso sean similares o iguales.

1.7.4.2 INSTRUMENTOS

- Ficha de observación: Permite distribuir los elementos obtenidos durante la etapa de observación según criterios que permitirán ejecutar las entrevistas a los expertos. Para elaborar la ficha se suele utilizar una tabla de distribución, ordenando indicadores y categorías clave para la investigación.
- Guía de entrevista: Contiene las preguntas que se realizarán a los expertos durante la etapa de la entrevista. Son el resultado de lo clasificado durante la etapa de observación y la clasificación realizada utilizando una Ficha de Observación. En la ficha se deben incluir preguntas que permitan al entrevistado desarrollar sus respuestas, agregando opiniones y otorgándole la oportunidad de observar errores propios de la investigación.

Ver anexo 2

1.7.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.5.2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación partió tras el atentado terrorista a la sede del semanario satírico Charlie Hebdo en París, Francia, constituyendo así el primer ataque a la libertad de expresión perpetrado por parte de una entidad u organización basada en dogmas religiosos. La prensa internacional, como era de esperarse, condenó el ataque y al fundamentalismo que envolvió el acto. Perú no fue ajeno a la reacción del denominado “Cuarto poder”, otorgándole distintos niveles de intensidad a partir de su línea editorial y público objetivo. Es por esto que la presente investigación pretende analizar el enfoque que otorgan los diarios representativos de la editorial más grande de nuestro país a este suceso de relevancia internacional, así como cuantificar el espacio, duración de la cobertura y las herramientas utilizadas en cada una de sus ediciones, logrando, de esta manera, reconocer cuál de estos le otorga mayor importancia a la censura terrorista en un contexto distinto al local.

1.7.5.3 IMPORTANCIA

Los resultados de la presente investigación pretenden establecer el grado de importancia que otorga una línea editorial a un ataque terrorista a la libertad de expresión sucedido en otro país, pues al realizar ambas actividades similares (publicaciones impresas) se encuentra, posiblemente, en riesgo de ser censurados de forma violenta. Asimismo, se busca analizar las herramientas utilizadas por los diarios para abordar el suceso, distinguiendo su calidad, lenguaje y fotografías) y cantidad (periodo en el que se abordó el suceso). Esta tesis aspira, además, a servir de instrumento a futuras investigaciones relacionadas al problema general y las

consecuencias derivadas del mismo, pues pretende demostrar cómo un grupo informativo puede “poner en agenda” un determinado tema, siendo el principal generador de debate, así como reafirmando su influencia en la opinión pública. Para su correcta aplicación, es preciso resaltar que el Grupo El Comercio controla el 75% del mercado de medios impresos, por lo tanto, su alcance es casi total, razón suficiente para ser la principal fuente de análisis en un contexto en ocasiones subestimado.

1.7.5.4 LIMITACIONES

La presente investigación encontró limitaciones temporales puesto que el investigador se encuentra laborando en horario nocturno, esta situación hizo que se alargue el tiempo de elaboración de la tesis.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 TESIS

1.1.1.1 NACIONALES

- a. MANRIQUE Rojas, Adrián Orlando (2017): Análisis del Discurso del Diario “La República” sobre la Segunda Vuelta Electoral. Tesis presentada para Optar el Grado Académico de Licenciado en Comunicación Social. 169 hojas. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARIA. Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades.

La investigación utiliza como objeto de estudio a “La República”, diario considerado de izquierda y principal opositor a la candidatura de Keiko Fujimori, entonces contendiente en la Segunda Vuelta Electoral. Para lograr sus conclusiones, el investigador analiza los métodos que utiliza el diario para informar las actividades de los Partidos Políticos y los candidatos durante el periodo electoral, valiéndose de indicadores como el uso y tamaño de las fotografías, infografías, elementos periodísticos como titulares y leads, y la estructura semántica en la noticia.

- b. VILLANTOY De la Cruz, Luciana (2016). ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LAS PORTADAS DEL DIARIO EL

TROME SOBRE EL PROCESO ELECTORAL 2011 - SEGUNDA VUELTA. Lima, Perú. 87 hojas. Tesis presentada para Optar el Grado Académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO. Facultad Ciencias de la Comunicación.

Desde inicios de siglo, el diario Trome se ha posicionado como el más vendido en el país, superando a toda la competencia, incluidas otras ediciones de su mismo grupo, y por lo tanto convirtiéndose en el de mayor alcance a nivel nacional. La investigación aplica un cuadro de análisis basado en las portadas del diario durante el periodo comprendido entre el día posterior a la Primera Vuelta Electoral y la Segunda Vuelta Electoral.

- c. CARREÑO Colchado, Miriam Milagros (2017). EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN Y LA CULTURA DE PREVENCIÓN DE DESASTRES EN LOS MEDIOS ESCRITOS. LOS CASOS DE LOS DIARIOS PERÚ 21, LA REPÚBLICA Y OJO. Lima, Perú. 179 hojas. Tesis para optar el grado académico de Maestra en Periodismo y Comunicación Multimedia. UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES. Facultad Ciencias de la Comunicación. Turismo y Psicología.

La investigación se basa en descubrir cómo los diarios, a través de la información que brindan, aportaban a la creación de una cultura de prevención en el marco del terremoto del 15 de setiembre del 2007, que tuvo epicentro en Ica y que fue sentido con gran intensidad en Lima. A través del análisis de portadas, titulares y otros elementos, la investigadora concluyó que los diarios cayeron en el sensacionalismo y la desinformación, basando sus mensajes en el sufrimiento de la población afectada, milagros en los rescates, entre otros enfoques carentes de utilidad.

- d. ACEVEDO, K. (2017): "El periodismo y la sentencia de Alberto Fujimori por los crímenes de la Cantuta y Barrios Altos": cobertura y tratamiento

de la noticia en los diarios: El Comercio, Trome, La República, El Popular, Correo y Ajá. Tesis presentada para Optar el Título de Magíster en Comunicaciones. 219 hojas. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERÚ. Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La investigación analiza el tratamiento y cobertura de diversos diarios con distinto público objetivo en torno a un tema: La sentencia a Alberto Fujimori, emitida el 7 de abril del 2009, por considerarlo autor mediato en los crímenes de violación de derechos humanos en los casos de Barrios Altos y La Cantuta. El investigador utiliza como indicadores a las portadas, columnas de opinión, fotografías y cualquier otro elemento informativo presente en las ediciones entre el 4 de abril y el 15 del mismo mes, es decir una cobertura antes y después de la sentencia, destacando la postura de cada diario según la reacción de su público.

- e. PALACIOS Luna, Luisa Fernanda (2017).- La construcción del juicio mediático en el caso Paul Olórtiga en los diarios El Comercio y El Trome (junio – noviembre de 2014). Tesis presentada para Optar el Grado Académico de Licenciada en Comunicación y Periodismo. 191 hojas. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS. Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades.

La investigación analiza cómo los medios crearon un juicio mediático sobre Paul Olórtiga, esposo de la fallecida cantante de cumbia Edita Guerrero, logrando que inicialmente se le impusiera prisión preventiva, libertad bajo comparecencia y luego, después de muchos agravios por parte de los seguidores de la cantante, ser considerado inocente de los cargos que se le imputaban. Se concluye además que, a pesar de su liberación, Olórtiga sigue siendo considerado culpable por muchos peruanos.

1.1.1.2 INTERNACIONALES

- a) MOLINA Verdejo, Ricardo (2002).- *Análisis de contenido del periódico “El Chilote” entre 1868 y 1869. Motivaciones para el nacimiento de la prensa chilota*. Tesis presentada para optar al Título Profesional de Periodista y al Grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social. UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE. 152 hojas. Facultad de Filosofía y Humanidades.

La provincia de Chiloé, ubicada al sur de Chile, es un conjunto de islas y penínsulas que se caracteriza por sus tradiciones aún conservadas y por ser una zona agrícola. Es por ello que algunas actividades podrían no ser exitosas. Esta investigación analiza las publicaciones del diario “El Chilote”, pionero de la prensa local, y que sentó las bases del periodismo en su región.

- b) TORRES Alvarado, Bryan Josué (2013). *Análisis de contenido de las notas publicadas en los periódicos “Prensa Libre” y “El imparcial” sobre el decreto 900 “Reforma Agraria” del gobierno de Jacobo Árbenz Guzmán*. GUATEMALA. 107 hojas. Tesis presentada para Optar el Grado Académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA. Facultad de Ciencias de la Comunicación.

En junio de 1952, Jacobo Árbenz, presidente de Guatemala, promulgó la Ley de Reforma Agraria, con la que pretendía liquidar la propiedad feudal y terminar con la explotación y esclavitud, además de aspirar a la industrialización del campo. La medida fue recibida por la opinión pública de distintas formas: algunos, influenciados por las clases altas afectadas con la reforma, se opusieron, mientras que los sectores populares vieron una oportunidad en esta y la apoyaron. La investigación analiza las publicaciones del primer lunes de cada mes de dos diarios locales, ideológicamente opuestos, y por lo tanto representantes de sectores distintos de la población.

- c) BERRIO Ochoa, Carlos Adrián. Corcho Hurtado, Jennifer del Carmen. Flores Deschamps, Giselle (2016). *ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LAS NOTICIAS LOCALES SOBRE POBLACIÓN LGBTI PUBLICADAS POR EL PERIÓDICO EL UNIVERSAL EN SU VERSIÓN DIGITAL DE CARTAGENA DE INDIAS*. GUATEMALA. 204 hojas. Tesis presentada para Optar el Grado Académico de Comunicador Social. UNIVERSIDAD DE CARTAGENA. Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La investigación utiliza como variable únicamente a las publicaciones de la versión web del diario “El Universal” relacionadas a la población LGBTI sucedidas en Cartagena y las compara utilizando el Análisis Crítico del Discurso de Teun Van Dijk, aplicando como instrumentos la lexicalización, retórica, composición, imágenes y la semántica.

- d) BOFILL García, María (2015). *COBERTURA DEL ISLAM EN ESPAÑA TRAS EL ATENTADO A CHARLIE HEBDÓ. EL CASO DE EL PAÍS Y EL MUNDO*. GUATEMALA. 72 hojas. Tesis presentada para Optar el Grado Académico de Periodismo. UNIVERSIDAD JAIME I. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales.

La investigación recoge la postura de los diarios españoles en las ediciones posteriores al atentado al semanario francés. Es importante destacar que España fue invadida siglo atrás por los musulmanes y aún conserva influencia en su cultura, además de ser un país tradicionalmente católico, por lo cual la opinión pública expresó no solo su rechazo, sino que lo compararon con el atentado a los trenes en Madrid.

- e) CAMINOS MARCET, José María. ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio. MARÍN MURILLO, María Flora (2013). “LOS DIARIOS VASCOS FRENTE AL TERRORISMO (1990, 2000, 2008 Y 2009). ANÁLISIS DE LOS EDITORIALES SOBRE LOS ATENTADOS MORTALES DE ETA”. ESPAÑA.

España ha sufrido por décadas las acciones terroristas de ETA, un movimiento separatista vasco que ha buscado la independencia de una zona denominada Euskadi Herria. Las medidas tomadas han despertado distintas reacciones en la opinión pública de la zona, expresada principalmente en las editoriales, que reflejan la tendencia de un diario. La investigación analiza solo esta herramienta informativa en los diarios vascos para establecer posturas a favor o en contra de los atentados.

2.1.2 LIBROS

- a) Revilla Izquierdo, M. A. (2016). *The constitutional principle of french laicism post Charlie Hebdó*.

Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

“El principio constitucional de laicidad en Francia: a un año del atentado contra Charlie Hebdó” es un libro de aspecto jurídico, pero que recoge testimonios de personas relacionadas a las víctimas del atentado al semanario satírico y los enfoca en un análisis jurídico. Los elementos empleados por el autor nos permiten reconocer cuál fue la postura de la opinión pública, expresada en la prensa, respecto al suceso.

- b) Rivas de Roca García, R. (2015). *Ética para las imágenes periodísticas: estudio de las portadas de El País y El Mundo en el atentado de Charlie Hebdó*.

Sevilla, España: Universidad de Sevilla.

La investigación parte, según el autor, tras la publicación de la fotografía del asesinato del gendarme Ahmed Merabet durante el atentado a Charlie Hebdó en la portada de dos diarios españoles, “El País” y “El

Mundo”. Afirma que notó el impacto que esta podría causar en el público y dirigió su investigación a reconocer la intencionalidad con que fueron seleccionadas y publicadas las imágenes relacionadas al suceso

- c) Chomsky, N y Herman, E. S. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*.

En este ensayo, los autores señalan a los medios como retransmisores de las opiniones e ideas que las élites, muchas veces propietarias de estos, pretenden imponer en la opinión pública. Indican también la imposibilidad de un medio a no ser controlado, para asegurar su subsistencia depende de la publicidad o basan su información en los departamentos de prensa gubernamentales o de alguna corporación. Es en este ensayo que se aplica el concepto de la “Fabrica de consentimiento”, es decir, la hipótesis que un medio es capaz de lograr que el público apruebe cualquier medida siempre que la perciba positiva, basado en la información que el medio le ha otorgado.

- d) Jara, U (2015). *Morir dos veces*
Lima, Perú. Editorial “Planeta”

En este libro, el Periodista realiza una recopilación cronológica del proceso que se le siguió a Paul Olórtiga, esposo de la fallecida cantante de una popular orquesta, Edita Guerrero, tanto en instancias judiciales como en medios de comunicación, que prefirieron omitir las inconsistencias en las acusaciones para dar relevancia a especulaciones que colocaban a Olórtiga como el asesino. Durante este tiempo, un escándalo de corrupción gubernamental también ocupaba espacios en los noticieros, aunque en muy menor medida al ser atenuados por el juicio mediático al viudo de la cantante.

- e) Aparicio Marino, R.; Ángeles Díez, Tucho Fernández R. (2007). *Manipulación y medios en la sociedad de información*. Madrid, España. Ediciones La Torre.

El objetivo del libro es demostrar cómo, a pesar de vivir en la Sociedad de la información, los mensajes pueden ser manipulados según necesidad del emisor, haciendo hincapié en los medios independientes como contendientes pequeños ante una analizada maquinaria de información que protege intereses políticos y económicos.

1.2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

1.2.1 METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

Es una técnica que nos permite someter a un análisis cualitativo y cuantitativo el contenido de una información en cualquier canal. Sobre las aplicaciones de la metodología, Vildoso (2012) nos dice que “Entre sus aplicaciones tenemos: Estudiar las ideas contenidas en un texto; describir las tendencias ideológicas; describir las tendencias ideológicas; realizar estudios comparativos internacionales; conocer la personalidad de las personas; hallar las intenciones de personas y de grupos; descubrir las diferencias de los mensajes; y determinar la claridad y estilos de la comunicación”.

Por su parte, Klaus Krippendorff nos explica cómo la recolección y clasificación de elementos relacionados a la variable investigada puede generar un correcto análisis cualitativo. Para lograrlo, es necesario que el investigador enfoque sus actividades en tres puntos: Analizar las características del contenido, con el objetivo de hallar tendencias de comunicación y diferenciar a los niveles a los que el contenido se envía; Enfocarse en el emisor del contenido, logrando así reconocer las técnicas de propaganda y los métodos de identificación con el receptor empleados; por último el investigador debe interpretar el contenido desde el punto de vista de un receptor carente de conocimientos en técnicas de comunicación, midiendo así el impacto en el público.

El proceso de análisis empieza con el reconocimiento de las variables para luego codificarlas según sus características, se recomienda que este paso sea realizado por un único investigador o, caso contrario, que todos utilicen un mismo criterio de medición. Una vez realizada la codificación, se selecciona el Universo, es decir, reconocer el contexto en el que se desarrollan. Posteriormente se ubica la Unidad de análisis, una división del contenido en la que se distinguen: La Palabra, en caso de analizar discursos; el Tema, si se utiliza la idea principal del mensaje; las Medidas de espacio y tiempo para reconocer el grado de repetición de un mensaje; el Personaje si nuestro objeto son los protagonistas del contenido; y el Item, una búsqueda solo de las ideas a partir de aspectos filosóficos o conductuales. Realizados estos pasos se analiza con los instrumentos correspondientes y se tabulan los resultados para, finalmente, emplearlos en la investigación. Esta metodología tiene relación con la presente investigación debido a la necesidad de aplicarse durante el análisis de los indicadores presentes en las variables.

1.2.2 TEORÍA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA

Desarrollada por Harold Lasswell en su libro “Técnicas de propaganda en la guerra mundial” (1927), en el que identifica y analiza los métodos que empleaban, y aun emplean, los distintos medios de comunicación para lograr la empatía de la población con las decisiones tomadas por un gobierno. El instrumento de la teoría es la Opinión Pública, a la que Bernays (1999) define como el agregado que resulta de las opiniones individuales de los hombres y mujeres que constituyen la sociedad o cualquier grupo de la sociedad. También sostiene que la Opinión Pública no se comporta de manera lógica en sus planeamientos, sino que, se rige por impulsos no racionales. De esta manera, se puede decir que la Opinión Pública es un producto de la mente de cada individuo y que esto forma parte de la mente del grupo (p. 136).

La teoría, que ha recibido diversas críticas debido a su tendencia a generalizar, expone que los medios masivos de comunicación emiten mensajes que son admitidos por la población como ciertos sin ser

previamente corroborados para comprobar su validez. En parte por el poder que poseen y que produce confianza en el público. Respecto al público, Bernays (1999) afirma que la mente del grupo no piensa, en el sentido estricto de la palabra. En lugar de pensamientos tiene impulsos, hábitos y emociones. A la hora de decidir su primer impulso es normalmente seguir el ejemplo de un líder en quien confía. Este es uno de los principios más firmemente establecidos por la psicología de masas (p. 136).

Se le denomina Aguja Hipodérmica pues la información se inyecta en el receptor y, cual, si fuera un cuerpo, este reaccionará de la misma forma como lo hace el resto de su especie, aceptando el mensaje y acoplándolo como una opinión propia. La predictibilidad en la conducta del lector facilita a los medios masivos la generación de mensajes, no tan personalizados y cargados con las ideas que pretenden implantar.

Esta teoría tiene relación con esta investigación porque los medios de comunicación, en este caso el “Grupo El Comercio”, pueden servir como moldeadores de opinión en el público, puesto que este confía en la veracidad que la editorial, en su eslogan, pregona poseer.

1.2.3 TEORÍA DEL ESTABLECIMIENTO DE AGENDAS

Denominado “Agendas Setting”, propone que los medios de comunicación masivos seleccionan la información que ofrecen al público, otorgándole distintos niveles de relevancia y logrando así condicionar la opinión que poseen sobre un determinado tema. Leonard Cohen (1963) decía “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar”, bajo esta premisa, la teoría indica que, si un medio no puede decidir por el público, por lo menos puede influir en sus decisiones. Para Walter Lippmann (1922), los medios son los principales generadores de imágenes sobre un mundo “fuera del alcance, de la mirada y de la mente”, es decir que en un contexto que la gente no percibe, son los medios los que se encargan de contarles cómo son, a quiénes contiene y qué es lo que sucede.

La Teoría se divide, según hipótesis, en dos niveles. La primera, que es la base del estudio, señala que los medios seleccionan los contenidos a

entregar e influir en la audiencia, mientras que el segundo pretende definir qué importancia poseen los mensajes enviados.

En el segundo nivel, “¿Qué?” es el elemento central. Un medio puede restringir determinada información y aun así no conseguir que el espectador oriente sus opiniones como se pretende. Según Wanta (1997), "No todas las personas demuestran idénticos efectos de la agenda-setting. No todos los temas influyen de la misma manera en los individuos. No todos los tipos de cobertura influyen igual. Una infinidad de factores intervienen en este proceso", con esto el autor puntualiza que el medio debe orientar cada restricción y enfocar la periodicidad de cada noticia.

1.2.4 PORTADAS:

Se define, según la RAE, como primera página de un periódico, revista u otra publicación donde pone el título completo. Canga (1977) opina sobre las portadas "La primera página de un periódico se conoce por la portada, que es el escaparate del periódico, el primer elemento que indica al lector cual va a ser el contenido del periódico" (p. 77).

Las portadas deben ser atractivas para el lector, es una necesidad del emisor que estas capturen la atención del lector. Para Verón (1969), existe una clasificación de elementos en una portada: La lingüística (Titulares), la Paralingüística (Textos) y las No Lingüísticas. A esto se le suma la publicidad y la información del medio, aunque estos últimos no son elementos periodísticos.

1.2.5 NOTICIA:

Una noticia es un suceso que era desconocido hasta el momento en que se cuenta. “Noticia es la comunicación de cualquier hecho acaecido o con probabilidades de acaecer que produzca, o tenga posibilidades de producir, algún impacto sobre la vida de las personas. Es la narración de los acontecimientos (novedosos) que interesan al mayor número de lectores con o sin conexión a dichos sucesos” (Tello, 1998, p. 21).

En periodismo, las noticias deben poseer características capaces de permitir al lector una lectura correcta, como la veracidad, la brevedad, objetividad, ser objeto de interés, actualidad y claridad.

1.2.6 IMAGEN

Se define como imagen a un elemento que puede ser capturado por la vista o un elemento capaz de hacerlo a través de los rayos de luz que proyecta. La mayoría de publicaciones periodísticas utiliza imágenes que permitan explicar, de manera no verbal, el contenido de una noticia. Respecto a esto, Canga (1994) las define como "Mensaje icónico por el cual se muestra la realidad de lo acontecido en un momento determinado, tomada desde un lugar cercano o lejano, por medio de un artilugio que permite recogerla y plasmarla en un soporte en el cual fija la imagen representativa de ese particular y concreto instante" (p. 188).

A la disciplina que combina el uso de las fotografías y las noticias se le denomina "Fotoperiodismo" y su aparición coincidió con el inicio del Periodismo Moderno. Si bien las imágenes en la noticia se remontan a la invención de la imprenta, son las fotografías de William Simpson y Roger Fenton durante la Guerra de Crimea el origen del fotoperiodismo. A partir de allí, esta disciplina se ha encargado de narrar sucesos, principalmente conflictos bélicos, en formas que las palabras no podrían.

1.2.7 TITULAR

El titular en una noticia permite describir el suceso y debe ser atractivo, pues será lo primero que el receptor leerá en una publicación. En palabras de López (2009) el titular "Condensa el contenido dominante en una información y sirve a su vez para atraer la atención del lector. En ese sentido, debe ser concreto, inequívoco y sugerente. El contenido del título debe apoyarse fundamentalmente en los elementos del lead, si se trata de una noticia" (p. 29).

Si bien no existe una división aceptada para los titulares, Alarcos los clasifica en Objetivos, si resumen el contenido de la noticia de manera neutral e

imparcial, y Subjetivos, que otorgan a la noticia una postura o un análisis y, por lo tanto, pueden ser parcializados.

1.2.8 PERIODISMO ESCRITO

Es la rama del Periodismo basada en la descripción de sucesos que serán distribuidos en papel o un medio web. Su característica principal es ser “Unisensorial”, es decir solo perceptible por un sentido, la vista. Requiere ser fluido y conciso, con el objetivo de no ser extenuante para el lector, además de ameno, teniendo apoyo en las imágenes.

Respecto a la precisión en la información de los medios escritos, Bernabeu (2016) opina “Los periódicos escritos tendrán que dar menos noticias, más seleccionadas y mejor analizadas. Primarán así la excelencia ofreciendo grandes reportajes, análisis exhaustivos, y destacadas firmas que aporten opiniones con fundamento”

El periodismo escrito es una de las herramientas tradicionales en distribución de información, pues, si bien no posee la inmediatez de uno digital, es de alcance masivo y sus ediciones se destacan por ser maleables a cualquier tipo de público sin importar su condición social, económica o educativa.

Es en esta categoría en la que se expresa de mejor manera la “Concentración de medios”, es decir la unión de distintos medios bajo una misma y dirección y con capacidad de generar suspicacia en el público debido a una posible manipulación en la información.

1.2.9 GRUPO EL COMERCIO

Es el grupo periodístico más importante del país, pues controla el 78% de la prensa escrita del país, y extiende su influencia al ámbito de la construcción, encuestadoras, medios televisivos entre otros. El poder de este Grupo es fruto de la adquisición del Grupo Editorial Epsa (aunque a este último se le ha permitido mantener a su anterior directiva) y constituye lo que para muchos es un llamado a la censura de contenidos o también denomina “Concentración de medios”. Al respecto, el especialista, Jorge Luis Acevedo dice “una barrera de carácter estructural al pluralismo y limita seriamente la

libertad de expresión, si se entiende que ésta no es un derecho exclusivo de los principales grupos mediáticos ni de los periodistas que trabajan en ellos”. Antes de realizar la compra, el grupo poseía el 49,3% de las ventas de los diarios en el país. Tras la adquisición de Epena, la participación se elevó a 77,9% y controlando casi por completo el mercado y convirtiéndose, según sus detractores, en casi un monopolio.

En defensa de la influencia del Grupo sobre el mercado, Mijael Garrido Lecca explica “el mercado de diarios impresos en el Perú está, efectivamente, controlado –con mucho mayor énfasis ahora- por un grupo económico dominante; sin embargo, el grupo económico no ha recibido, hasta la fecha, acusaciones de prácticas anti-competitivas y la sola titularidad de la posición dominante no pone en riesgo la libertad de competencia de los demás agentes del mercado ni tampoco la libertad de información de los consumidores que día a día tienen la posibilidad de elegir a través de qué medio de comunicación se informan y qué diario compran.

La postura del Grupo respecto a las acusaciones fue publicada en la editorial de su diario principal, “El Comercio”, y posteriormente convertida en un portal web: “La única manera en que un medio puede alcanzar sosteniblemente un porcentaje dado del mercado de prensa escrita es mediante la elección de las personas que lo leen. Luego, no es posible limitar el derecho de un medio a alcanzar tal o cual porcentaje del mercado sin limitar al mismo tiempo el derecho de los consumidores a elegirlo”. Además de resaltar que no existe ilegalidad en las actividades realizadas, pues la adquisición de medios no constituye una ilegalidad.

1.2.10 DIARIO “TROME”

Fundado en el 2001 por los dueños de la Casa Editorial “El Comercio” quienes buscaban atraer a un nuevo segmento dentro de la clase media que emergió tras la recuperación económica de finales del siglo pasado y que mostraban total desinterés en la política como sello de su pragmatismo. Al iniciar sus actividades, el público (denominado como “Sector C”) se encontraba en el limbo entre los diarios “chichas”, populares en aquellos años por priorizar sucesos sangrientos, noticias de farándula local y

contenido sexual, y un contenido que no hiriera la susceptibilidad de todos los miembros en una familia. A raíz de esto, los editores optaron por un contenido basado en hechos reales y lenguaje sencillo, innovador para la época, y reforzado con promociones, campañas de salud, conciertos y sorteos de dinero y premios para quienes compraran el diario.

A mediados del 2013 el diario fue seleccionado como el más vendido del mundo con casi 700 mil ejemplares diarios, superando a gigantes iberoamericanos como “El Clarín” de Argentina y “El País” de España, y constituyendo un éxito en un mercado en declive. A pesar de esto, mediciones de aquel año auguraron que la circulación crecería en un 10% hasta el año 2016, en parte debido a su bajo costo, expresado incluso en su eslogan (“Cuesta 50 céntimos, vale mucho más”).

Sin embargo, y muy a pesar de su popularidad, el diario posee una gran cantidad de detractores, quienes acusan que leer este tabloide refuerza los muy bajos niveles educativos en un país que ha estado en las últimas ubicaciones en pruebas de comprensión lectora y cuya población es la que menor cantidad de libros por año lee en la región. Incluso, algunos personajes contrarios al diario han expresado que no funcionaría en otros países y que, si los peruanos tuvieran mayor cultura y educación, no tendría el éxito que hoy posee.

1.2.11 DIARIO PERÚ21

Fundado en el 2002 como un medio intermedio con características de los diarios más populares de la editorial, “Trome” y “El Comercio”, posee contenido diverso entre economía, política, actualidad, deporte y entretenimiento, lo cual lo convierte en una opción económica (Inicialmente 50 centavos, luego 70 centavos y actualmente a 1 sol cada edición) de información variada.

Otra característica del diario es la variedad de columnistas, quienes representan distintas tendencias políticas, a pesar de la marcada postura del actual director, Juan José Garrido. Sin embargo, esta diversidad de opiniones fue afectada en 2008 tras el despido de su primer director, Augusto

Álvarez Rodrich, quien pasó a formar parte de otro diario, “La República”, y se llevó con él a otros columnistas que, en solidaridad, renunciaron.

En la actualidad se encuentra bajo la dirección periodística de Cecilia Valenzuela.

1.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:

1.3.1 FUNDAMENTALISMO: Es la denominación que se le otorga a la conducta fanática basada en la interpretación literal y aplicación estricta de un texto, sea sagrado o fundacional. Originalmente utilizado para referir el fanatismo cristiano de la Iglesia Presbiteriana a inicios del siglo pasado, el término se ha trasladado a otras religiones, principalmente el islam y la devoción de un sector radical a las enseñanzas plasmadas en el Corán, libro base de esta religión. Se debe considerar, además, que también existe el fundamentalismo político, similar al religioso pero que se emplea como justificación a las actividades realizadas por partidarios de un partido político o sistema de gobierno en su intento por obtener o conservar el poder.

1.3.2 ISLAM. Es una religión monoteísta basada en los dogmas establecidos en el Corán, su libro más importante, y en las enseñanzas de Mahoma, único profeta de Alá, su Dios. Esta religión se caracteriza, además, por admitir personajes, dogmas y otros elementos de otras religiones desarrolladas cerca de su ubicación de origen (Arabia Saudita), como el cristianismo y judaísmo, considerando profetas a Abraham, Noé, Moisés y Jesús, y aceptando sus textos como la Torá, los Evangelios y los Libros de Salomón.

En el contexto de esta investigación, todo seguidor de esta religión, denominado “Musulmán” (que se somete a Dios), debe seguir 5 pilares básicos que son: La Shahada, que profesa la existencia de un único Dios; La Salat, un rezo realizado 5 veces al día en dirección a La Meca; El azaque, una limosna obligatoria basada en las pertenencias de cada musulmán; El sawm o ayuno, la abstención de consumir alimentos hasta la puesta de sol; y la Peregrinación, un viaje que cada musulmán debe

realizar por lo menos una vez en la vida a La Kaaba, una mezquita en La Meca. A estas obligaciones, algunas minorías le suman la Yihad o “Lucha en el camino de Dios”.

1.3.3 YIHAD: Considerada por algunas minorías y sus autoridades como la sexta obligación del islam, y que se define como la lucha que todo musulmán debe realizar para defender a Alá y su religión. Se reconocen dos tipos: La Yihad Menor, que se encarga de confrontar a los enemigos de la religión y la Mayor, una lucha contra el ego de los propios fieles. El libro sagrado del islam, el Corán, detalla “Combate en el camino de Dios a quienes te combaten, pero no seas el agresor. Dios no ama a los agresores. Mátalos donde los encuentres, expúlsalos de donde te expulsaron. La persecución de los creyentes es peor que el homicidio: no los combatas junto a la mezquita sagrada hasta que te hayan combatido en ella. Si te combaten, mátalos: ésa es la recompensa de los infieles. Si dejan de atacarte, Dios será indulgente, misericordioso”. En el contexto de la presente investigación, la Yihad se ha erigido en los últimos años como un llamado a defender al islam del colonialismo y el libertinaje de los “infieles” (Países de occidente) a través de métodos terroristas.

1.3.4 TERRORISMO: Si bien no existen un consenso respecto a la definición de terrorismo, la RAE le atribuye el significado de “Actuación criminal de bandas organizadas, que, reiteradamente y por lo común de modo indiscriminado, pretende crear alarma social con fines políticos”. Por otro lado, el internacionalista Ariel Segal (2016) señala “Terrorismo es cualquier ataque que está dirigido especialmente a población civil indefensa que no importa quien la haga, si un gobierno, o una guerrilla, como las FARC, o un grupo religioso o un grupo paramilitar. Si el objetivo es deliberadamente matar solo a civiles, entonces para mí eso es un terrorismo”.

Desde los primeros vestigios de terrorismo en el siglo VI con los Sicarii de Judas de Galilea y sus acciones contra los romanos, pasando por el Partido Pantera Negra y su activismo contrario al Apartheid hasta las organizaciones fundamentalistas como ISIS y Al-Qaeda, los grupos

terroristas siempre han utilizado la violencia como base de sus operaciones e imponer sus condiciones. Mauricio Meschoulam (2017) señala: “Las actividades terroristas son el vehículo para transmitir mensajes o reivindicaciones políticas o ideológicas, a fin de ejercer presión o coerción en una sociedad y sus tomadores de decisiones”.

Es importante resaltar, además, que el término suele ser empleado en ocasiones por miembros entidades estatales para señalar a sus opositores. Y es que cuando las técnicas de terror las realiza el Gobierno, se le denomina “Terrorismo de Estado”, una situación recurrente en distintos gobiernos de América Latina en la segunda mitad del siglo XX.

1.3.5 SÁTIRA: Es un género que, en sus inicios, fue concebido como literario, y que ahora abarca los distintos tipos de arte. Posee como característica principal el uso de la burla e ironía como herramientas para expresar su indignación frente a un suceso o retratar una realidad desde su punto de vista. La sátira surgió en Grecia y tuvo a Aristófanes, con obras críticas a la sociedad y a los filósofos, como principal exponente. A partir de allí, y con el éxito de la sátira como un excelente medio de expresión, muchos clásicos literarios se han acogido a este estilo, siendo el caso de Don Quijote de la Mancha, El Decamerón, Gargantúa y Pantagruel hasta la actualidad con Rebelión en la granja de George Orwell. En alusión al salto de la sátira al cine, en una recopilación de sus mejores frases, Henry Louis Mencken señaló () “una carcajada vale más que cientos de silogismos”, así lo demostró Charles Chaplin en su obra “El Dictador”.

1.3.6 SEMANARIO. Es un periódico que se publica semanalmente. Es, por lo general, una recopilación de distintos sucesos ocurridos entre ediciones o enfocada en una especialidad. La principal característica de los semanarios es la periodicidad, es decir, que existe un determinado espacio de tiempo entre publicaciones, por ello es posible afirmar que existe un compromiso explícito entre el editor al publicarlo y su público objetivo al adquirirlo.

Los primeros semanarios surgieron como un medio de análisis del contexto en el que se desarrollaba cada sociedad, sobre todo en el ámbito

político y económico, pues la periodicidad le daba la oportunidad a los receptores para recopilar la mayor cantidad de información. Luego la posta fue tomada por las publicaciones deportivas, relacionadas con el fútbol en su mayoría, y que ofrecían en sus ediciones los resultados de las competiciones y especiales sobre algún suceso, destacando, por ejemplo, las ediciones internacionales de la revista “El Gráfico” durante la Copa Mundial de Argentina en 1978.

En la actualidad son medios especializados los que han acogido este tipo publicación, surgiendo así semanarios de espectáculos, entretenimiento, salud y actividades deportivas, economía y política entre otros.

1.3.7 PERIODISMO. Es una actividad basada en el tratamiento y distribución de la información que se encuentra incluida dentro la comunicación social y la sociología.

Debido a su influencia en la sociedad, siendo modelador de opinión, y la capacidad para difundir propaganda, se le considera como el “Cuarto Poder”, tras los naturales poderes estatales (Ejecutivo, Legislativo y Judicial).

Se suele dividir al periodismo en géneros y subgéneros según su composición, siendo más frecuente el Periodismo informativo, encargado de difundir sucesos de interés general y representado por el reportaje; seguido por el Periodismo de opinión, cuya misión es, además de informar, es analizar y comentar los sucesos, representado por las columnas, artículos y editorial; existe, además, una combinación entre ambos, orientada a informar siguiendo una línea de pensamiento plasmada por el intérprete, se representa en las crónicas y las críticas.

También se suele clasificar según la plataforma en la que se transmite, siendo la Prensa Escrita la de mayor antigüedad, seguida del Periodismo gráfico, radiofónico, audiovisual y, abriéndose paso como la categoría más entretenida e inmediata, el Periodismo digital.

La influencia del periodismo ha llevado a la creación del Periodismo Ciudadano, el nombre que se le da a una “variante” del mismo en la que una persona carente de conocimientos en comunicaciones puede informar un suceso del cual ha sido o es testigo. Suelen ser fuente para

los grandes grupos periodísticos si es que tiene un medio para probar sus narraciones o comentarios, como fotografías o grabaciones.

1.3.8 GRUPO PERIODÍSTICO. Es la reunión de dos o más medios periodísticos bajo una misma dirección. Por lo general los medios poseen una marcada tendencia comunicativa, la cual se demuestra en sus publicaciones que son apuntados a diversos públicos en distintos tipos de información.

Cuando un grupo periodístico posee una gran cantidad de medios bajo su dirección en distintas plataformas se le denomina “Concentración de medios”. En nuestro país, el grupo editorial El Comercio ha sido acusado de esto, pues posee casi el 70% de las publicaciones de prensa escrita y es accionista en medios televisivos y radiales.

Es importante resaltar que, si bien la concentración de medios no constituye una ilegalidad, desde un punto de vista jurídico, existe el permanente riesgo al manejo de información, privando al público de algunos elementos y resaltando otros, velando por los intereses del grupo editorial, accionistas, afiliado y/o patrocinadores.

**CAPÍTULO III:
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E
INTERPRETACIÓN DE
RESULTADOS**

CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos

La validez de expertos o face validity, la cual se refiere al grado en que aparentemente un instrumento mide la variable en cuestión, de acuerdo con “voces calificadas”. Se encuentra vinculada a la validez de contenido y, de hecho, se consideró por muchos años como parte de ésta.

Hoy se concibe como un tipo adicional de evidencia (Gravetter y Forzano, 2011; Streiner y Norman, 2008; y Mostert, 2006). Regularmente se establece mediante la evaluación del instrumento ante expertos. Por ejemplo, Hernández-Sampieri (2005) sometió el instrumento a revisión por parte de asesores en desarrollo organizacional, académicos y gerentes de recursos humanos. (Sampieri, 2014, p. 204)

De acuerdo a las características de la investigación se consideró los aspectos éticos que son fundamentales ya que se trabajaron con docentes por lo tanto el sometimiento a la investigación conto con la autorización correspondiente de parte de la dirección de la institución educativa como de los docentes por lo que se aplicó el consentimiento informado accediendo a participar en el método.

Asimismo, se mantiene la particularidad y el anonimato, así como el respeto hacia el evaluado en todo momento y resguardando los instrumentos respecto a las respuestas minuciosamente sin juzgar que fueron las más acertadas para el participante.

Tabla 1.

Juicio de expertos

Expertos	Pertinencia	Relevancia	Claridad
Mg. Quispe Ledesma Claudia	x	x	x
Mg. Baldeon Flores Oswaldo	x	x	x
Mg Chávez Ramos Luis	x	x	x
Mg. Flores Roldan Sylvia	x	x	x
Mg. Villa García Amparo	x	x	x

Fuente: Propia

Ver anexo 3

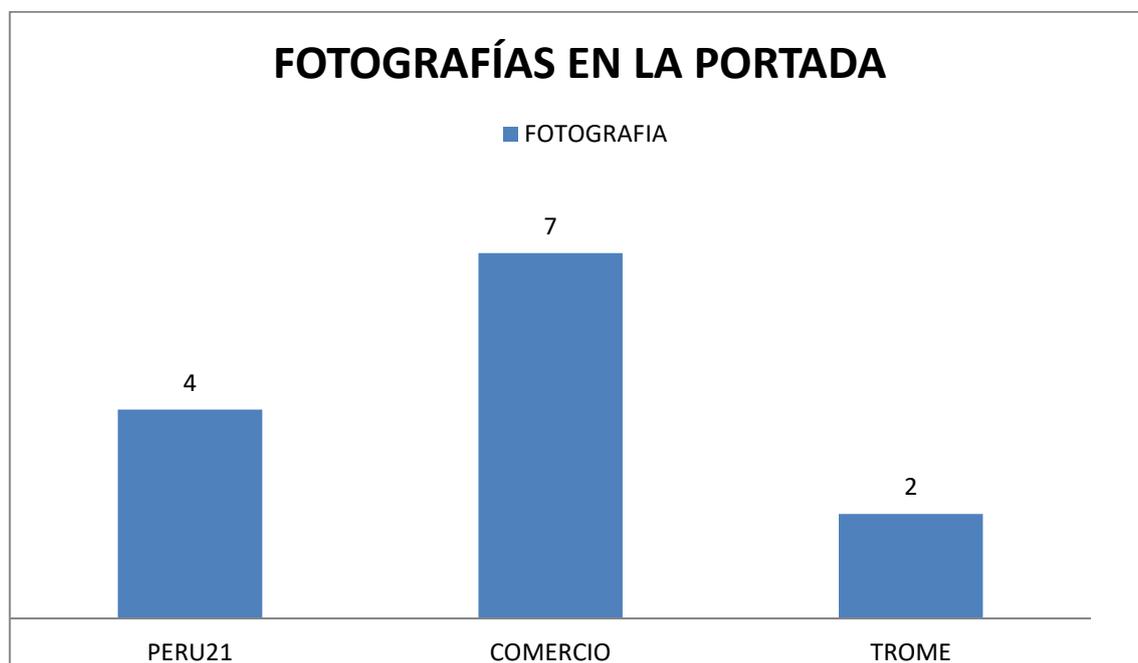
1.2 Resultados

1.2.1 FICHA DE OBSERVACIÓN

CATEGORÍA PORTADAS

**INDICADOR
FOTOGRAFÍAS**

Figura 1. Fotografías usadas en portadas

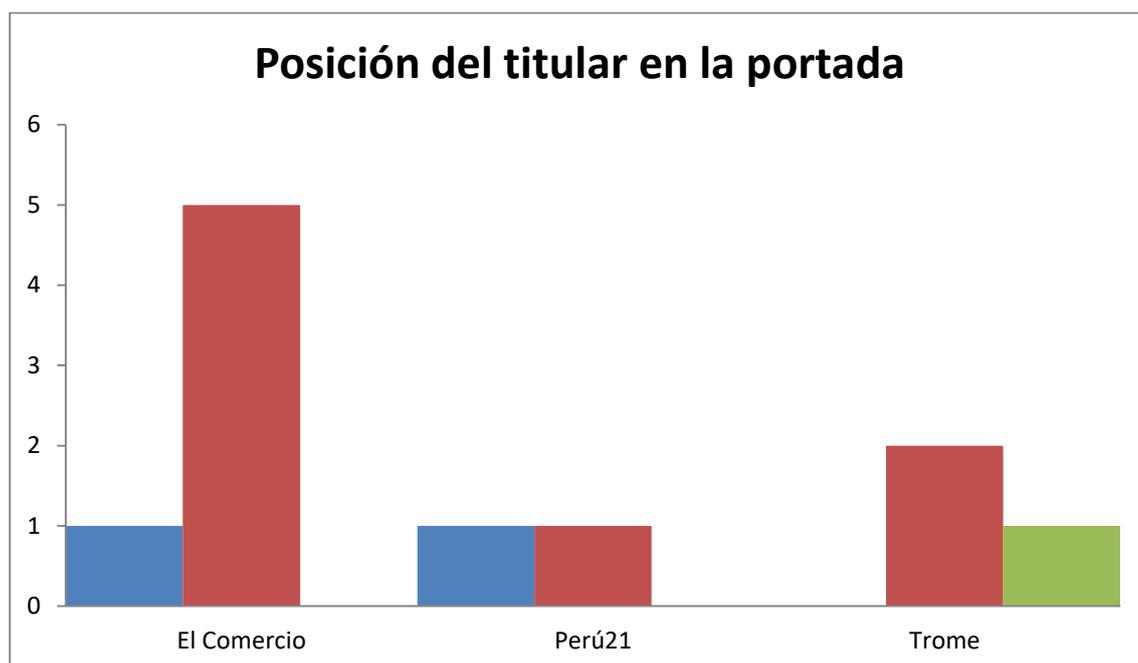


Interpretación

En el siguiente cuadro comparativo se observa que en los 8 días que duró esta investigación, el diario "El Comercio" utilizó más fotografías en sus portadas cuando las ediciones abordaron el suceso. Por su parte, Perú.21 utilizó 4 fotografías en sus portadas (entre ellas, una caricatura el día del suceso) mientras que Trome empleó 2 fotografías en sus portadas.

INDICADOR
POSICIÓN DE LA NOTICIA

Figura 2. Posición del titular en la Portada



Interpretación

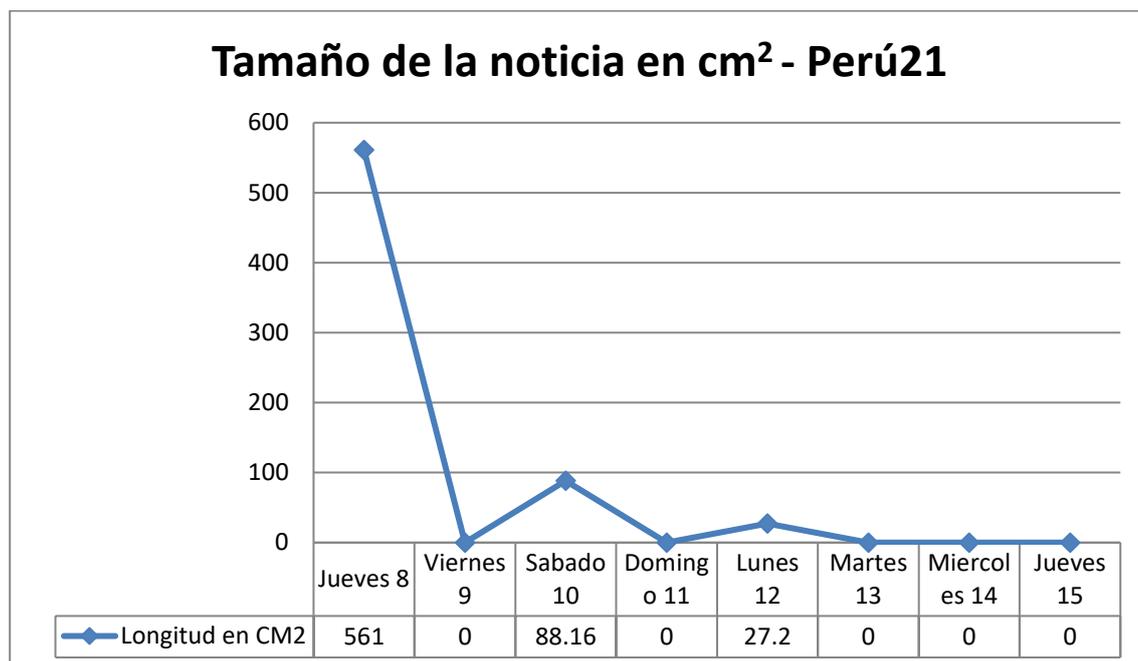
En el siguiente histograma se observa que en los 8 días que duró esta investigación, el suceso tuvo mayor cobertura en el diario El Comercio, pues en el periodo se mostró la noticia en 6 oportunidades (En 5 ocasiones como un Subtitular y en una ocasión como el titular de la edición).

Por su parte, Perú21 consideró a la noticia dentro de su portada en dos ocasiones: La primera como un titular (Una caricatura) y la segunda como un subtitular.

El Diario Trome consideró que el impacto merecía una portada completa en su primer día. Los días posteriores al atentado recurrieron a dos subtitulares para ofrecer información del suceso.

INDICADOR
TAMAÑO DE LA NOTICIA

Figura 3. Tamaño de la noticia en la portada del Diario “Perú21”

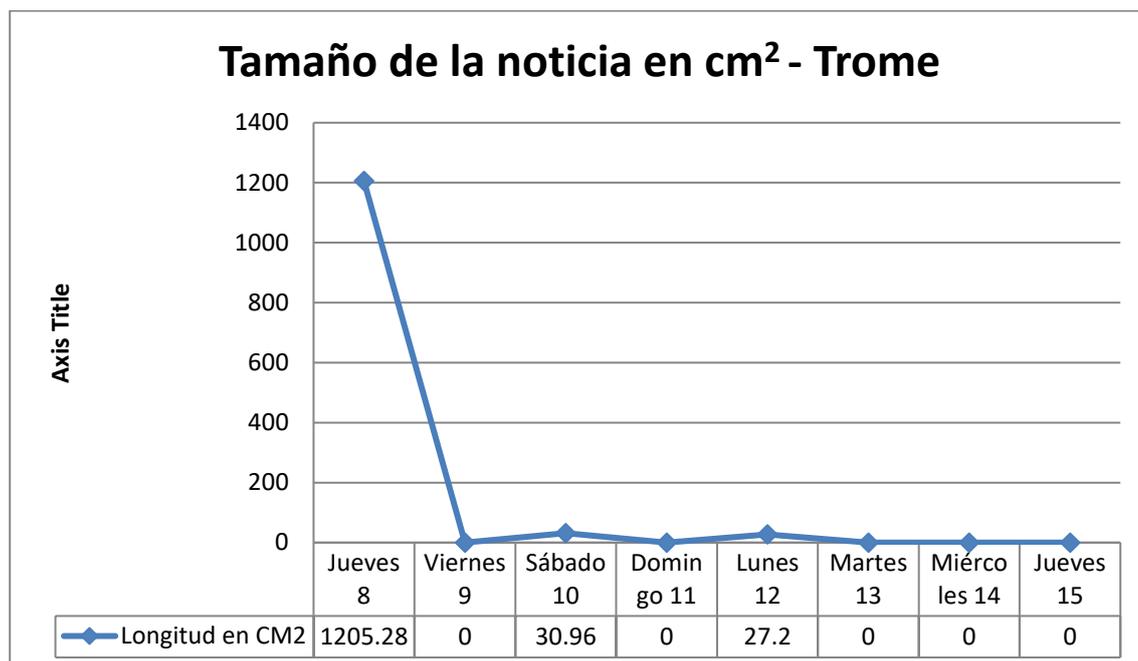


Interpretación

El gráfico poligonal indica que el diario “Perú21” le otorgó un aproximado de 561 cm² a la noticia en su primera edición (8 de enero), la edición del sábado 10 de enero ocupó 88.16 cm² y la del día lunes 13 del mismo mes ocupó 27.2 cm² en su portada.

Con esto se demuestra que, sumado a la poca relevancia que le otorgó el diario a la noticia, este no intentó mantener una secuencia en los sucesos posteriores al atentado, manteniéndolo en su portada durante 3 días en el periodo de investigación y en orden decreciente de tamaño.

Figura 4. Tamaño de la noticia en la portada del Diario “Trome”

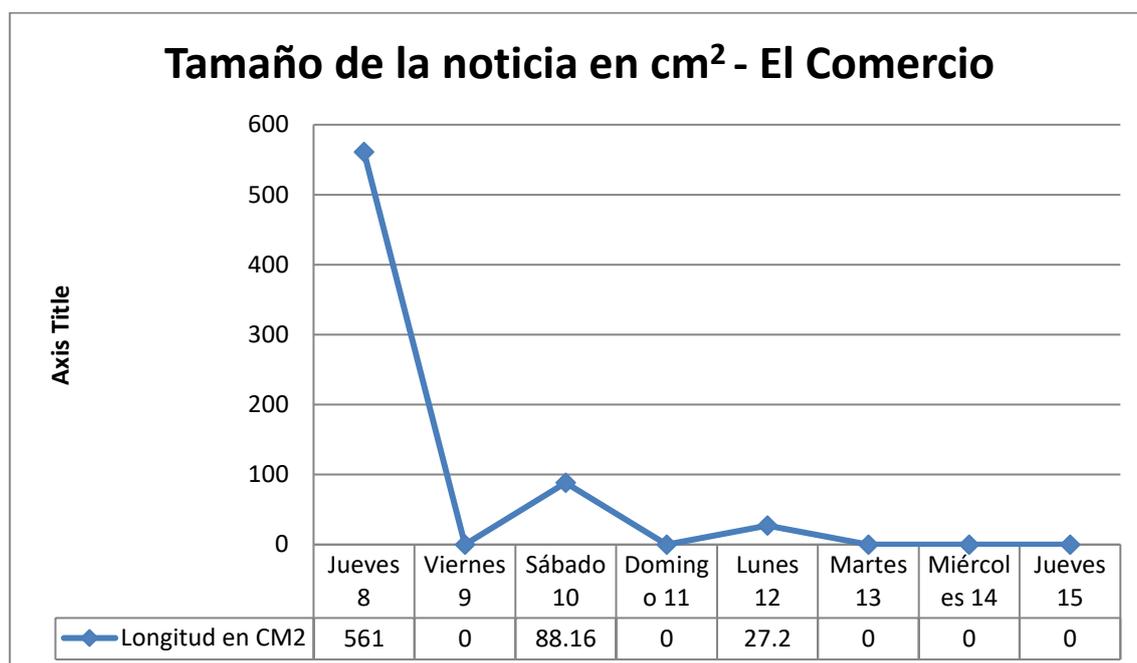


Interpretación

El gráfico poligonal indica que el diario “Trome” le dio un aproximado de 1205 cm² a la noticia en su primera edición posterior al atentado (Una portada completa de su edición en tamaño Berlínés); la de la edición del sábado 10 de enero ocupó 30.96 cm²; y la del día lunes 13 del mismo mes ocupó 27.2 cm² en su portada.

Con esto se demuestra que, a pesar de iniciar con una cobertura casi total del suceso, el diario desistió de otorgarle continuidad al suceso en su portada, a diferencia de “El Comercio”, manteniendo el suceso en su portada por 3 días en el periodo de investigación.

Figura 5. Tamaño de la noticia en la portada del Diario “El Comercio”



Interpretación

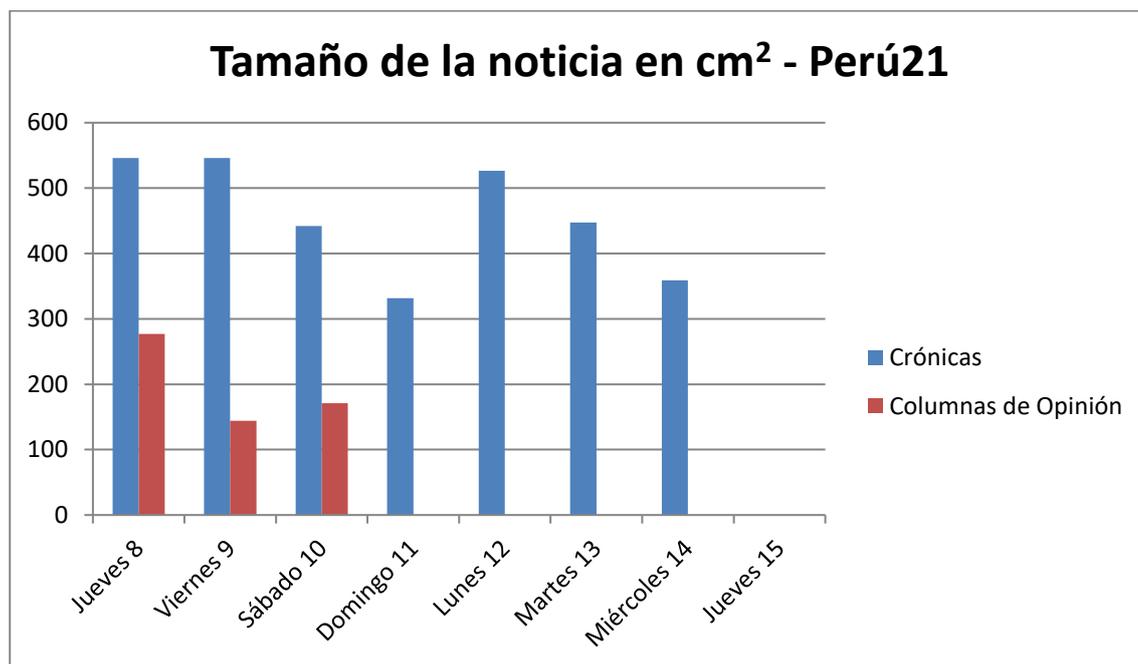
El gráfico poligonal indica que el diario “El Comercio” le dio un aproximado de 561 cm² a la noticia en su primera edición posterior al atentado (Ubicándola en el titular principal); el día posterior la noticia no fue incluida en la edición. En las portadas de las ediciones de los días sábado 10 y lunes 12 de enero, la cobertura subió a 88.16 cm² y 27.2 cm² respectivamente. Los días no incluidos en el gráfico si tuvieron cobertura del terrorismo internacional, sin embargo, al no estar relacionados con la revista Charlie Hebdó, no han sido considerados.

Con esto se demuestra que este diario es el que más relevancia le otorgó al suceso, manteniéndolo en su portada por 3 días en sucesos relacionados a Charlie Hebdó y 6 en los vinculados al terrorismo internacional.

**CATEGORÍA
NOTICIA**

**INDICADOR
TAMAÑO EN LA EDICIÓN**

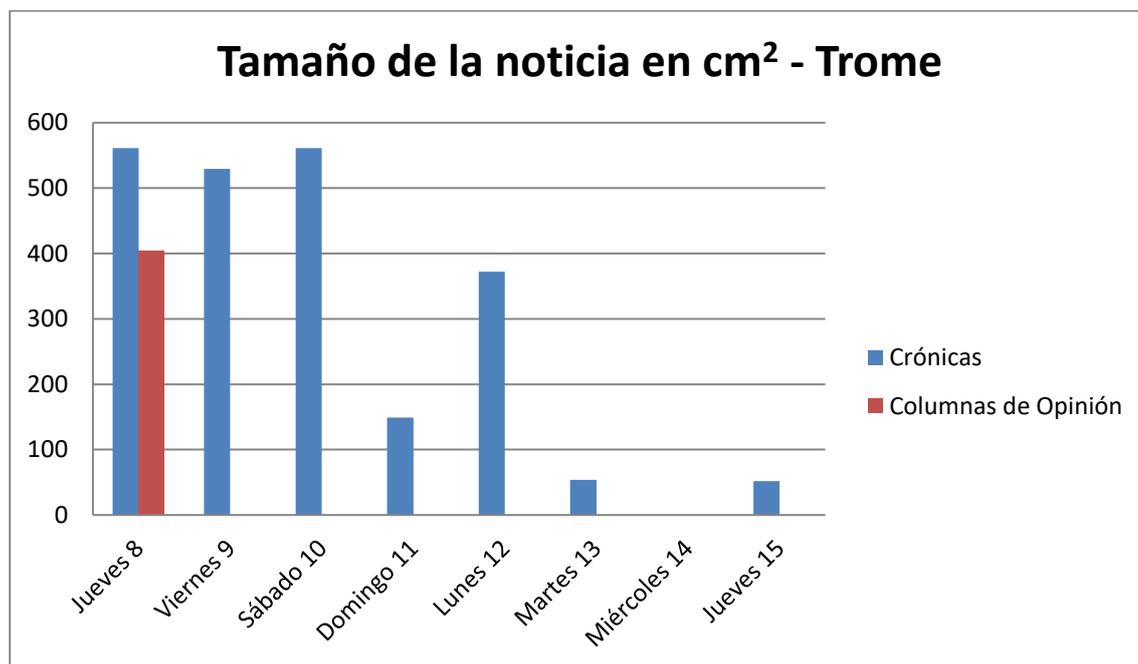
Figura 6. Tamaño de la noticia en las ediciones del Diario “Perú21”



Interpretación

En el siguiente gráfico se observa que el diario Perú21 otorgó un promedio 400 cm² en cada edición para el abordaje de la información. La más alta fue 546 cm² el día posterior al atentado y la más baja 317 cm² el día miércoles 14, periodo de transición entre el suceso y la publicación de una nueva edición del semanario satírico Charlie Hebdo.

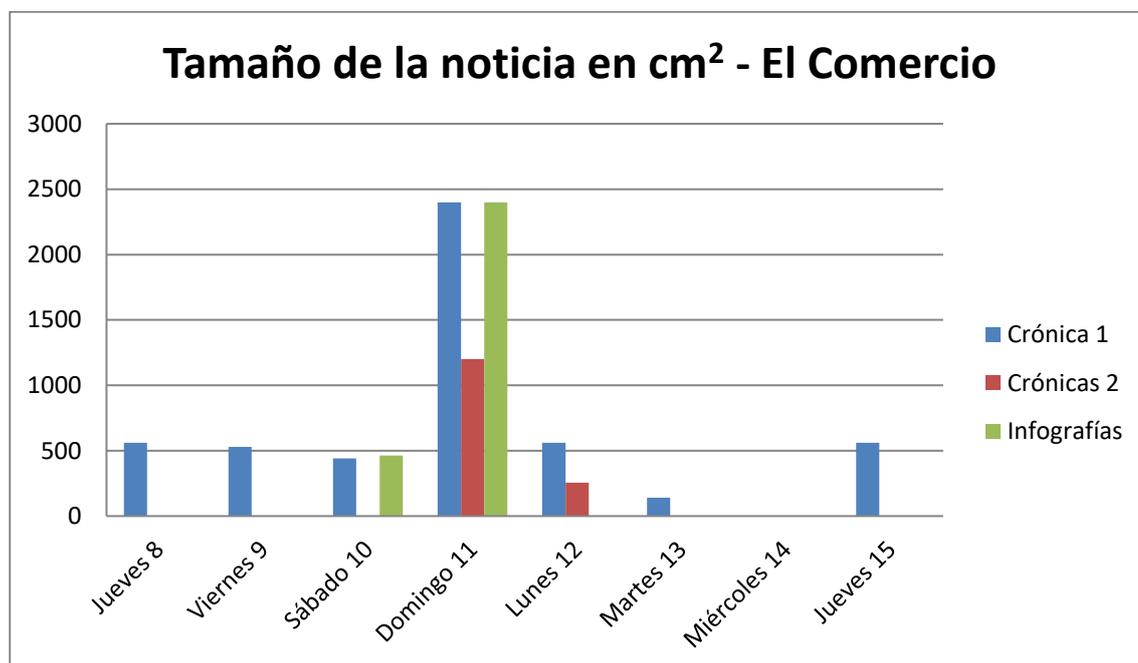
Figura 7. Tamaño de la noticia en las ediciones del Diario “Trome”



Interpretación

En el siguiente gráfico se observa que el diario “Trome” mostró una cantidad decreciente respecto al área utilizada para cubrir el suceso. El rendimiento más alto fueron los días posteriores al atentado, abarcando páginas completas (Una página diaria). El tamaño de la noticia disminuyó en los últimos días de la investigación, siendo la de menor extensión la del día jueves 15 con 52 cm².

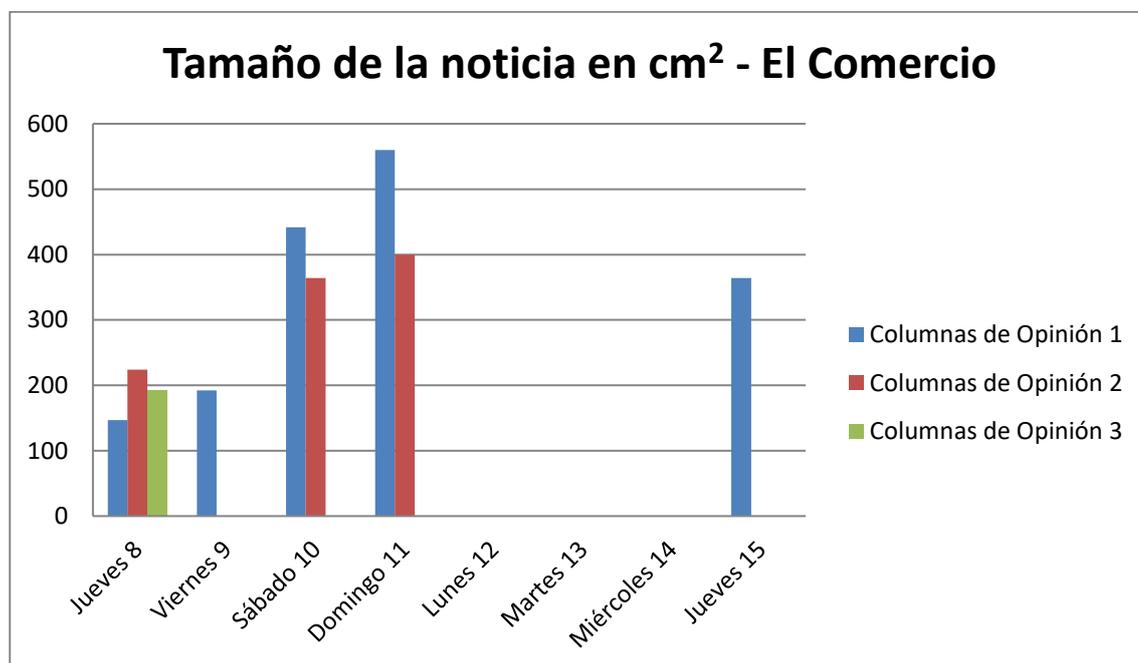
Figura 8. Tamaño de la noticia en las ediciones del Diario “El Comercio” (Crónicas e infografías)



Interpretación

En el siguiente gráfico se observa que el diario “El Comercio” fue el único en su línea editorial en utilizar infografías en días posteriores al atentado, dándole mayor importancia en su edición dominical (En tamaño Gran Formato) en el segmento “Luces”, utilizando una página completa para mostrar la noticia. Respecto a las crónicas, género periodístico predominante en la cobertura del caso, la de mayor extensión fue la publicada en la edición del domingo 11 de enero. Sin embargo, esta publicación se realizó, al igual que la infografía, en Gran Formato, por lo cual tendrá mayor espacio respecto a las páginas completas de la edición posterior al atentado.

Figura 9. Tamaño de la noticia en las ediciones del Diario “El Comercio”
(Columnas de Opinión)



Interpretación

En el siguiente gráfico se observa que el diario “El Comercio” fue el que mayor cantidad de columnas de opinión empleó durante sus ediciones. La de mayor extensión fue la publicada con el título de “Religión por mano propia” el domingo 11 de enero, mientras que el jueves 8 del mismo mes se publicaron más columnas en una misma edición.

INDICADOR
CANTIDAD DE PÁGINAS

Figura 10. Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “Perú21”

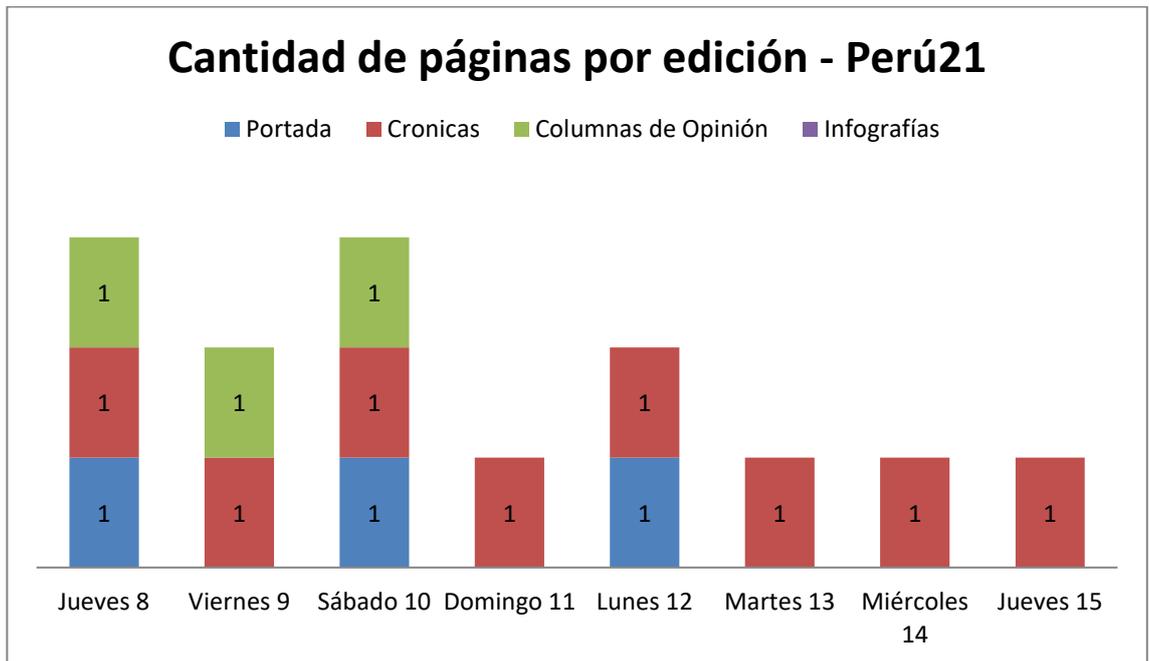


Tabla1. Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “Perú21”

Jueves 8	Viernes 9	Sábado 10	Domingo 11	Lunes 12	Martes 13	Miércoles 14	Jueves 15
3	2	3	1	2	1	1	1

Interpretación

Del gráfico y la tabla se resume que el diario “Perú21” mostró noticias relacionadas al atentado durante todos los días que duró la investigación, sin embargo, esta no fue detallada respecto a otros diarios del grupo periodístico. En 3 ocasiones fue portada, pero solo una fue el titular de la misma. Las columnas de opinión referentes al suceso fueron las más recurrentes.

Figura 11. Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “Trome”

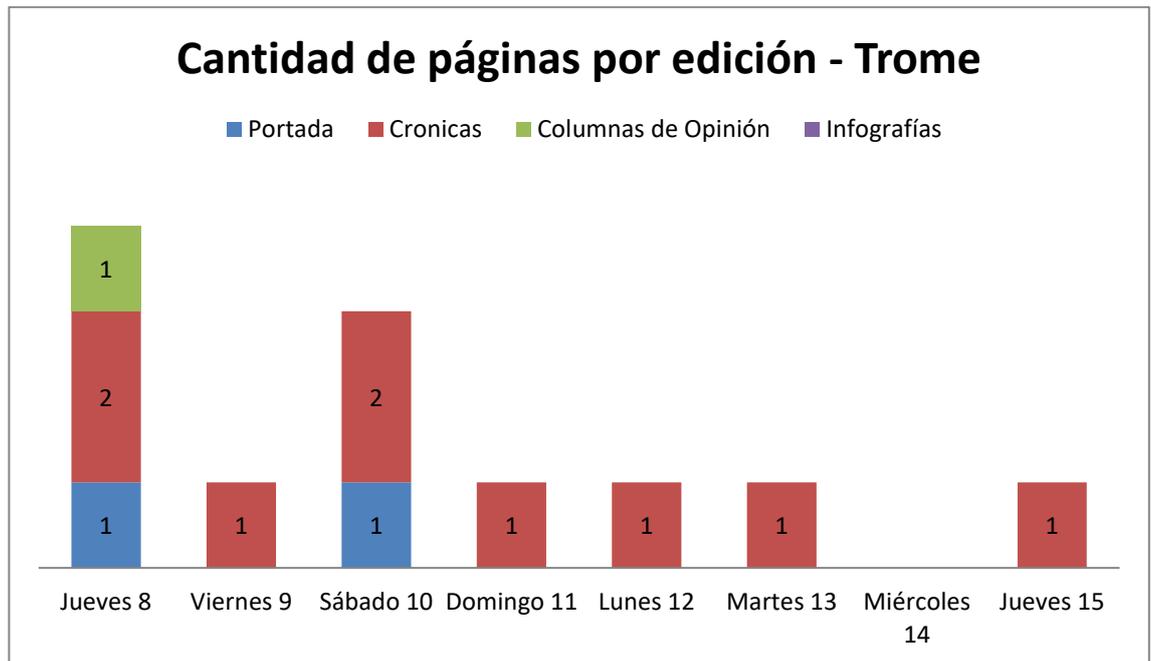


Tabla2. Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “Trome”

Jueves 8	Viernes 9	Sábado 10	Domingo 11	Lunes 12	Martes 13	Miércoles 14	Jueves 15
4	1	3	1	1	1	-	1

Interpretación

Del gráfico y la tabla se resume que el diario “Trome” mostró noticias en casi todas sus ediciones dentro del periodo de investigación, aunque estas fueron disminuyendo su tamaño en la edición. La mayor cantidad de páginas referentes al suceso en una edición del diario fueron tres, el día posterior al suceso. A partir del día 4 de la investigación, la cobertura cayó a una página por edición y en tamaños reducidos.

Figura 12. Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “El Comercio”

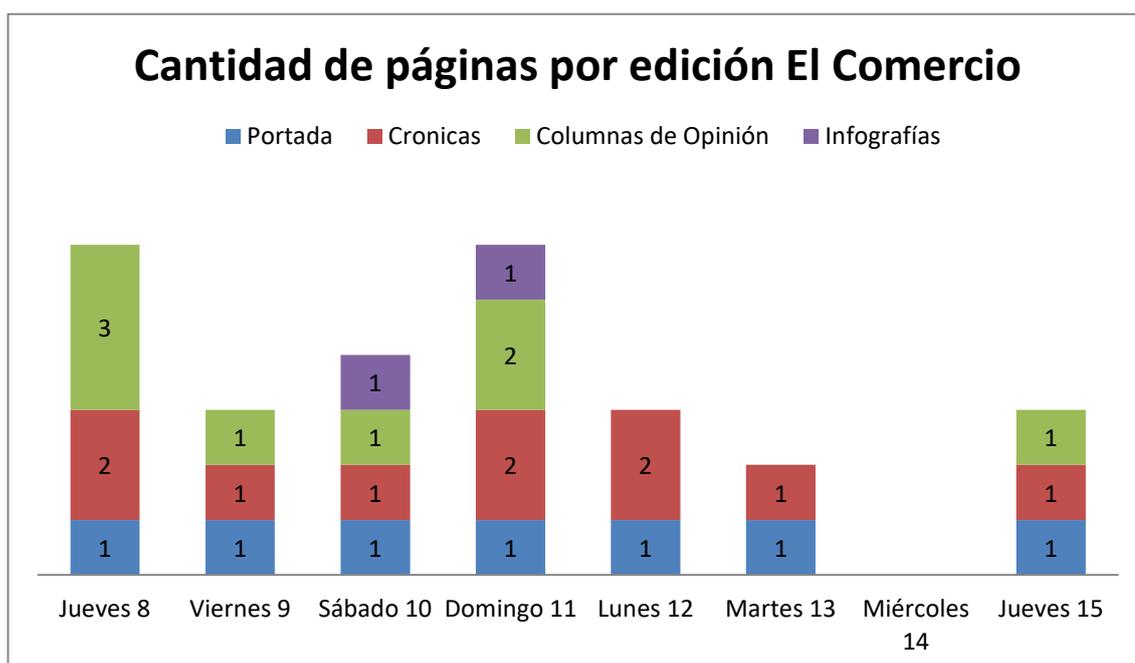


Tabla3. Cantidad de páginas utilizadas por el Diario “El Comercio”

Jueves 8	Viernes 9	Sábado 10	Domingo 11	Lunes 12	Martes 13	Miércoles 14	Jueves 15
6	3	4	6	3	2	-	3

Interpretación

Del gráfico y tabla se resume que fue “El Comercio” el diario que mayor cobertura le otorgó al atentado y sus consecuencias, aplicando distintos géneros periodísticos en sus publicaciones. La mayor cantidad de páginas referidas al suceso estuvieron en las ediciones del jueves 6 de enero, día posterior al atentado, y en la edición dominical del diario, cuyo tamaño más grande (Estilo Gran Formato) permitió informar de manera más detallada lo que, hasta esa edición, sucedió en Francia.

INDICADOR
GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Tabla4. Géneros Periodísticos utilizados por los diarios

	Crónicas	Columnas de Opinión	Infografías
Perú21	x	x	
Trome	x		
El Comercio	x	x	x

Tabla5. Cantidad de páginas en las que se incluyen los géneros periodísticos utilizados por los diarios:

	Crónicas	Columnas de Opinión	Infografías
Perú21	8	3	-
Trome	9	2	-
El Comercio	10	7	2

Interpretación

De las tablas se concluye que los diarios apostaron, comprensiblemente, por la Crónica como el género periodístico principal para informar al público respecto al suceso. En suma, los diarios utilizaron la crónica en 27 ocasiones (solo en noticias relacionadas a Charlie Hebdó, los atentados y la reacción del mundo frente a estos).

El segundo género en ser empleado fue la Columna de Opinión. Porcentualmente, fue el diario El Comercio el que más recurrió a los columnistas (48% de sus publicaciones), seguido por Perú21 (25% de sus publicaciones) y el diario Trome (10% de sus publicaciones).

INDICADOR
SECCIÓN

Tabla6. Sección utilizada por el diario “Perú21”

	Mundo
Perú21	8

Tabla7. Secciones utilizadas por el diario “Trome”

	Especial	Actualidad
Trome	3	4

Tabla8. Secciones utilizadas por el diario El Comercio:

	Tema del día	Mundo	Opinión	Luces
El Comercio	2	10	3	1

Figura 13. Cantidad de elementos informativos por sección:

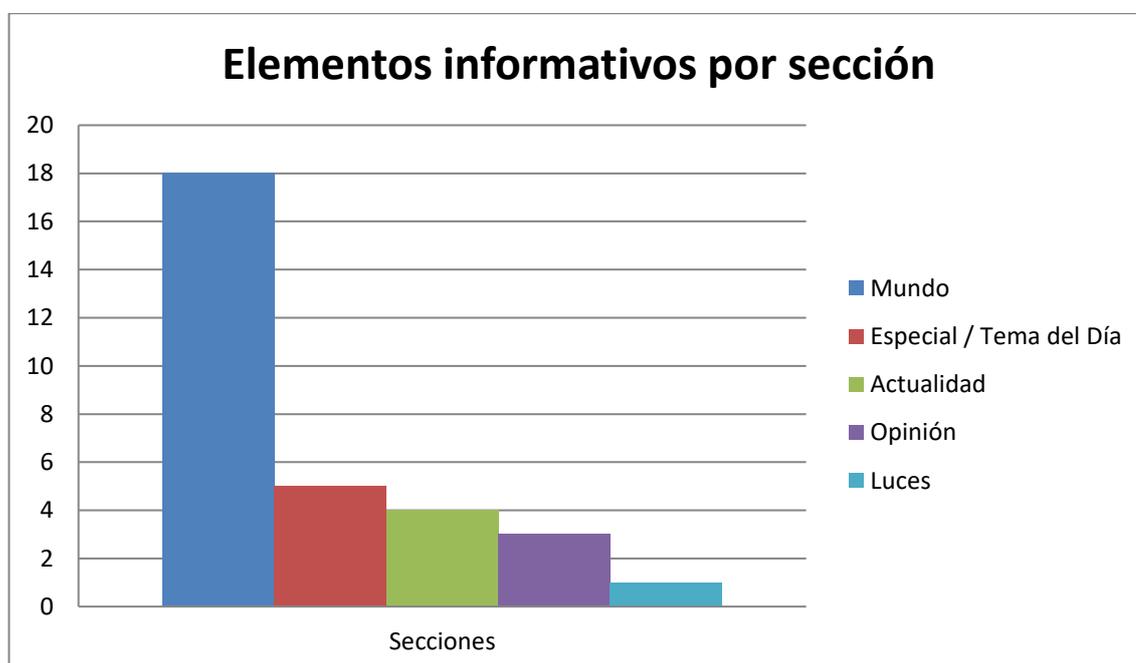


Tabla9: Cantidad de indicadores en los instrumentos:

	Mundo	Especial/Tema del Día	Actualidad	Opinión	Luces
Secciones	18	5	4	3	1

Interpretación:

De los siguientes gráficos se concluye que los diarios incluyeron mayoritariamente la cobertura del suceso en la sección “Mundo” debido al lugar en el cual se desarrollaron los sucesos. En el caso de “Perú21”, esto se mantuvo durante todas las ediciones.

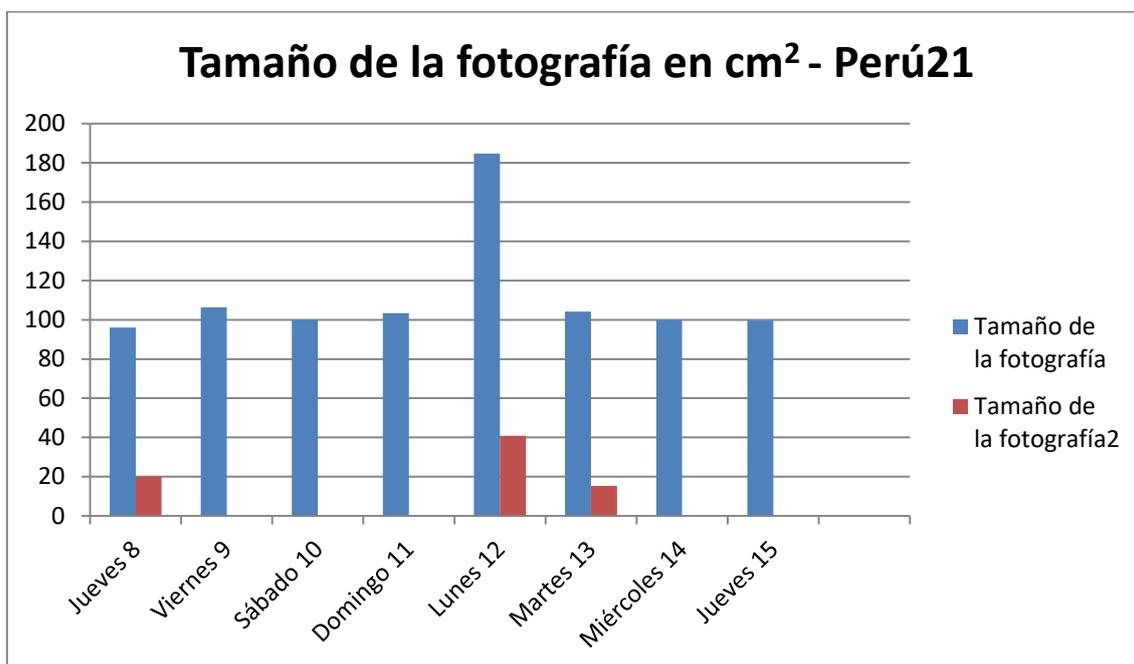
Durante los primeros días de la investigación (Del jueves 8 al domingo 11 de enero), el suceso fue incluido en las secciones especiales de “Trome” y “El Comercio” (Especial / Tema del día), siendo desplazado posteriormente a la sección Mundo.

En el caso del diario “El Comercio”, la cobertura se realizó, además de las mencionadas “Mundo” y “Tema del día” en las secciones Luces (Sección C del diario) y “Opinión” (Sección A del diario).

CATEGORÍA IMÁGENES

**INDICADOR
TAMAÑO DE LA
FOTOGRAFÍA**

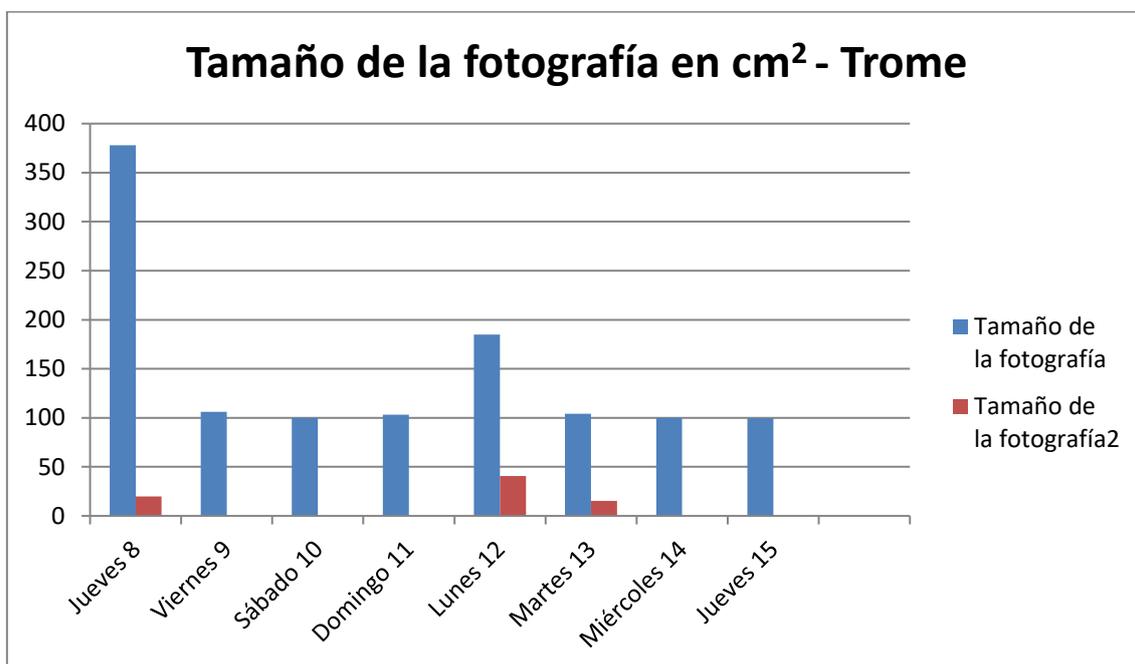
Figura 14: Tamaño de la fotografía principal/secundaria en la noticia del Diario "Perú21"



Interpretación:

A partir del gráfico se concluye que el diario Perú 21 utilizó el mismo promedio de imágenes en todas sus ediciones durante la cobertura del atentado y sus consecuencias (Exceptuando la edición del día Lunes 12, la fotografía más grande), demostrando que las imágenes no fueron relevantes en sus ediciones.

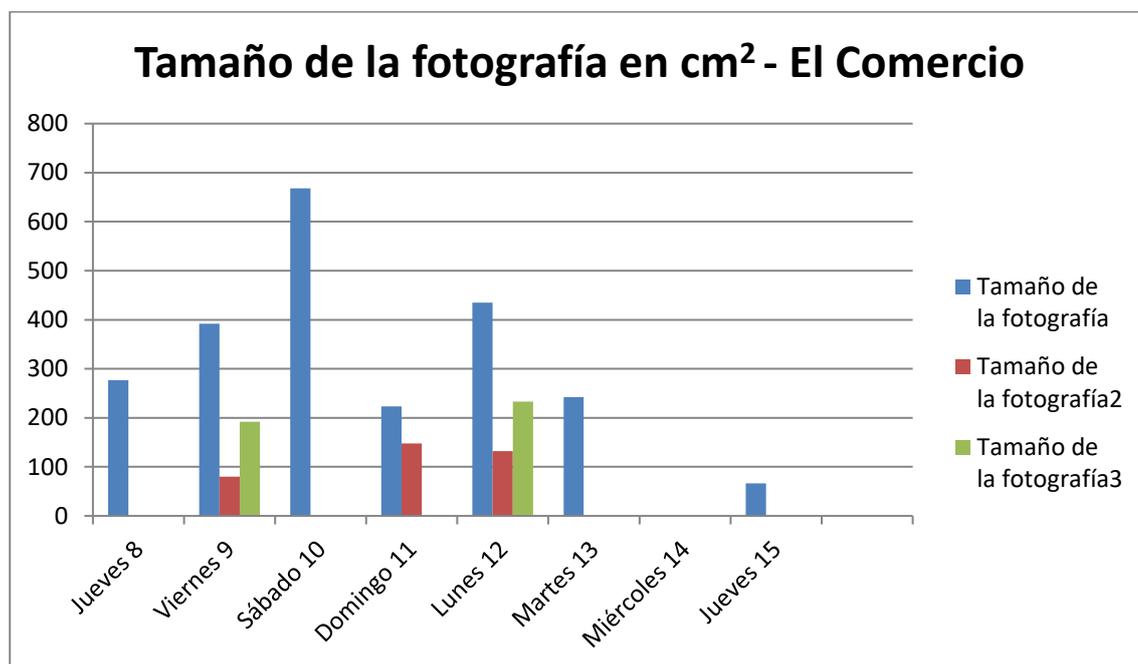
Figura 15: Tamaño de la fotografía principal/secundaria en la noticia del Diario Trome:



Interpretación:

A partir del gráfico se concluye que el diario Perú 21 utilizó distintos tamaños de imágenes en la cobertura de sus imágenes. A partir de esta conclusión, se demuestra que el suceso, desde el punto de vista de las imágenes, solo fue relevante en la edición posterior al atentado. El pico de extensión más alto alcanzado, además de la del día jueves 8, fue el conseguido en la edición del martes 2 en la cobertura de la marcha por la paz.

Figura 16: Tamaño de la fotografía principal/secundaria en la noticia del Diario El Comercio

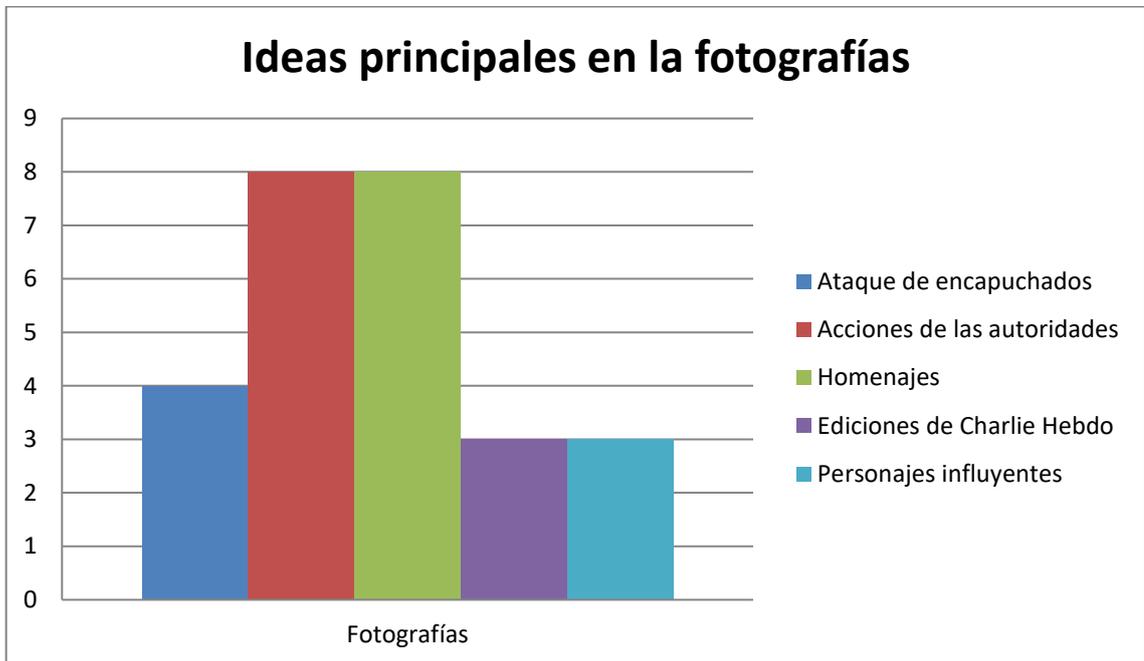


Interpretación:

A partir del gráfico se concluye que el diario El Comercio utilizó fotografías de distinta extensión en la cobertura del suceso, siendo la de mayor tamaño la mostrada en la edición del día sábado 10 y en la que se realizó un recuento de lo sucedido hasta aquel momento. El pico más bajo de extensión lo tuvo la imagen publicada en la edición del jueves 15, día final de la investigación, y que servía de apoyo a la noticia respecto a una nueva edición de Charlie Hebdó.

**INDICADOR
MENSAJE DE LAS
FOTOGRAFÍAS**

Figura 17: Mensaje de las fotografías en los diarios “El Comercio”, “Perú21” y “Trome”.



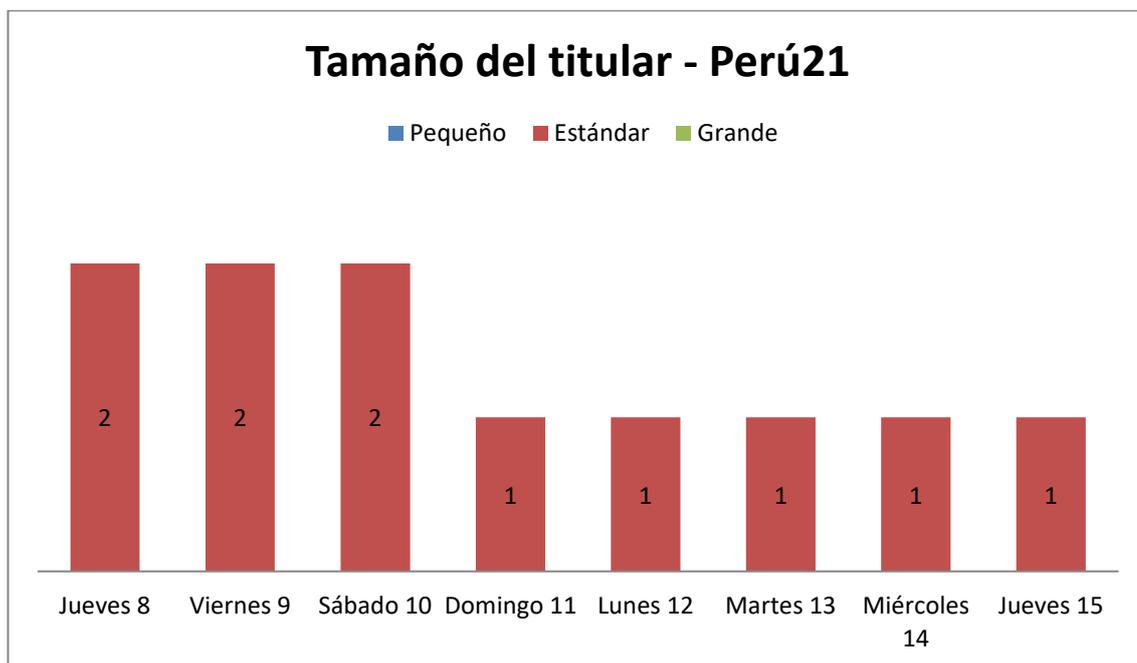
Interpretación:

A partir del gráfico se concluye que el mensaje más recurrente en las imágenes empleadas por los diarios son los que expresan la reacción de las autoridades. Por su parte, el que menos utilizado fueron las publicaciones de Charlie Hebdó y de personajes influyente en el suceso. Se consideró, además, imágenes y captura del ataque de los encapuchados.

CATEGORÍA TITULARES

**INDICADOR
TAMAÑO DEL TITULAR**

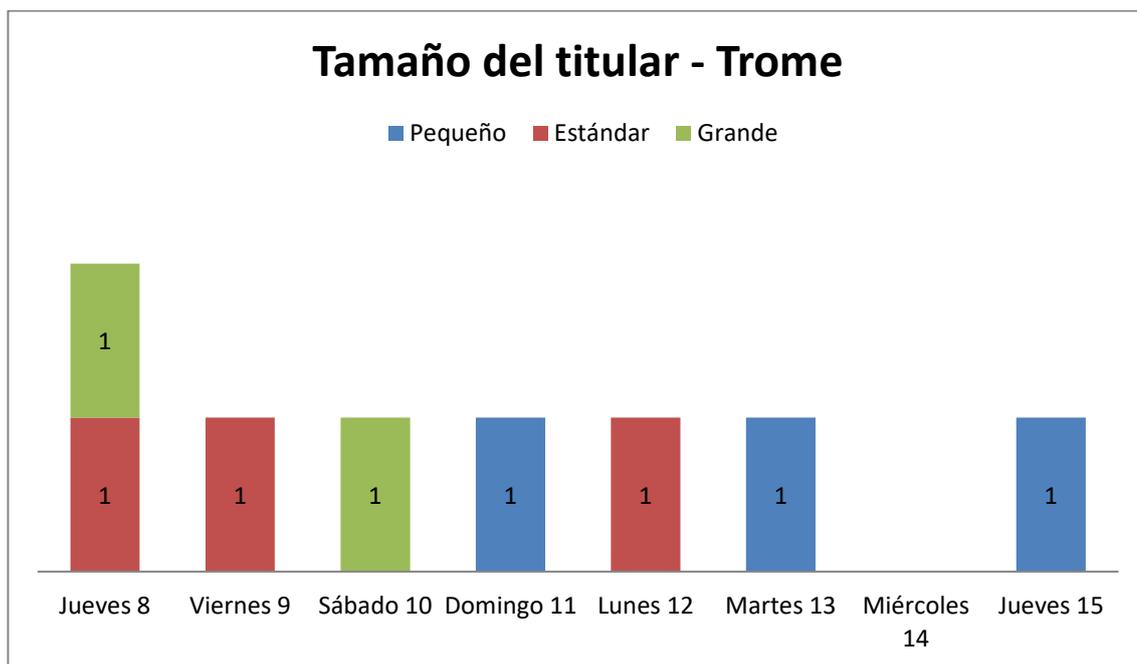
Figura 18. Tamaño del titular de las noticias dentro del Diario “Perú21”



Interpretación:

Del gráfico se resume que el diario Perú21 utilizó titulares en tamaño estándar en todas sus publicaciones referidas al atentado. Se define como estándar pues usa la misma fuente y tamaño respecto a las demás secciones y sucesos.

Figura 19. Tamaño del titular de las noticias dentro del Diario “Trome”

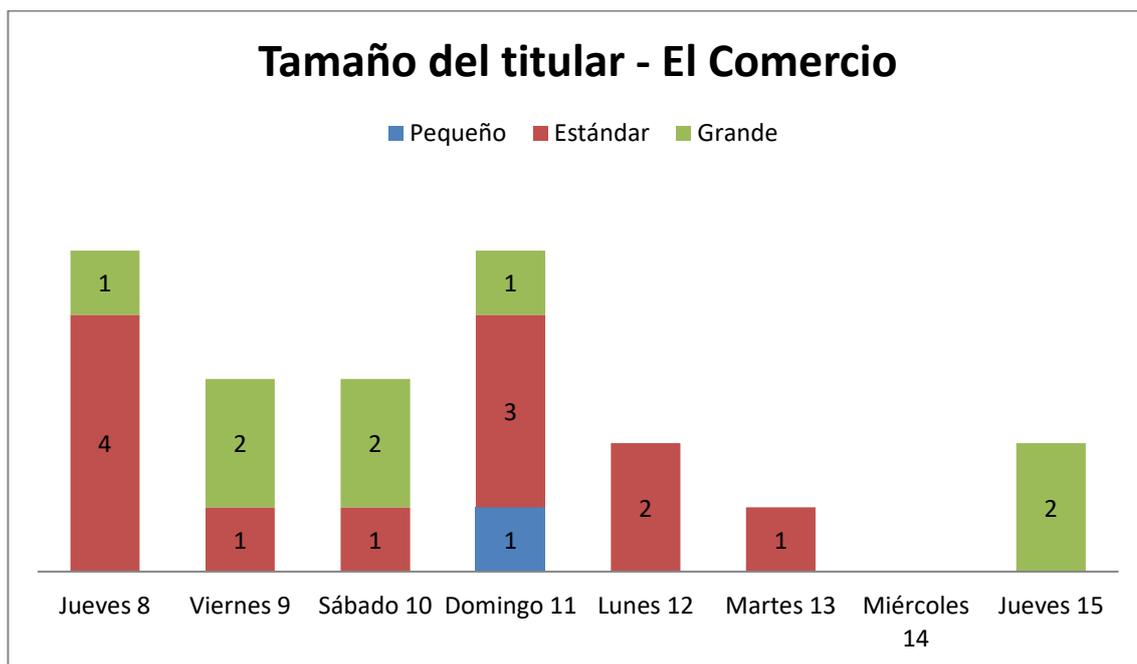


Interpretación:

Del gráfico se resume que el diario Trome utilizó titulares en tamaño Grande en 2 ocasiones, la primera fue en el día posterior al suceso, mostrando su condena a los atentados y la segunda para señalarla captura de los responsables.

La única Columna de Opinión empleada y otros sucesos fueron publicadas con titulares en tamaño estándar (o mediano) y titulares pequeños.

Figura 20. Tamaño del titular de las noticias dentro del Diario El Comercio



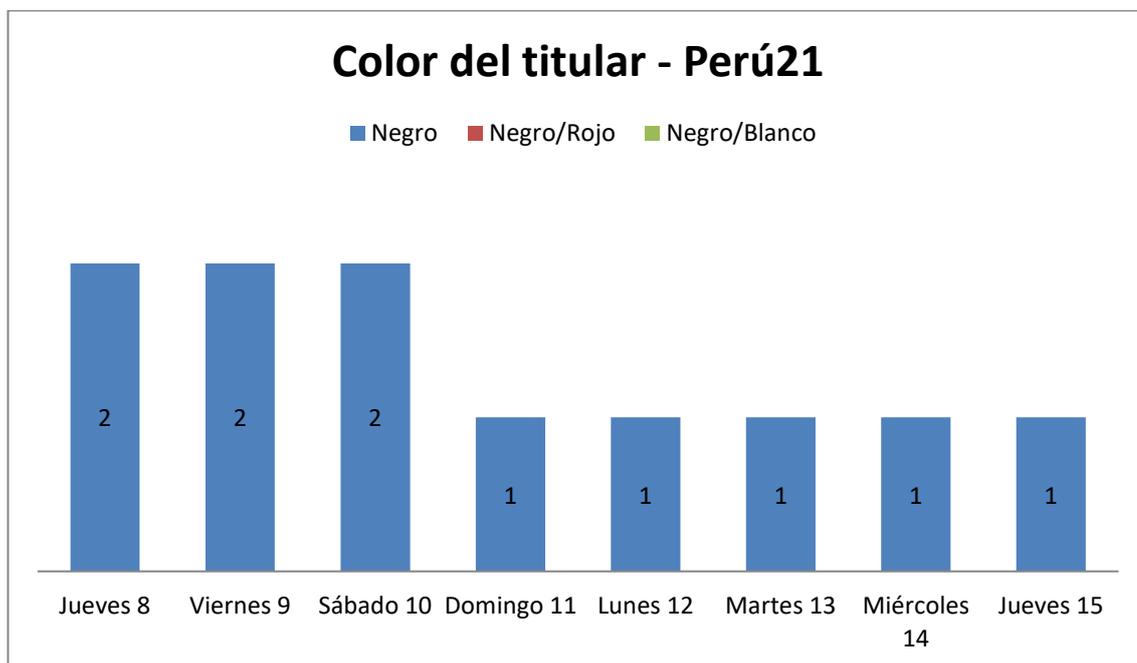
Interpretación:

Del gráfico se resume que el diario El Comercio utilizó titulares en tamaño Grande en 8 ocasiones, la primera para indicar, al igual que el diario Trome, el impacto del suceso. Los titulares siguientes en este tamaño fueron los empleados en las portadas y para anunciar la captura y ejecución de los responsables del atentado. El último titular se utilizó para informar las ventas de la siguiente edición del semanario satírico.

El tamaño estándar o mediano fue empleado en 12 ocasiones para expresar distintos sucesos anexos al suceso o consecuencias del atentado. Se utilizó con mayor frecuencia este tamaño en la edición posterior al suceso y en las publicadas en la edición Gran Formato del domingo 11 de enero.

INDICADOR
COLOR DEL TITULAR

Figura 21. Color del titular de las noticias dentro del Diario Perú21

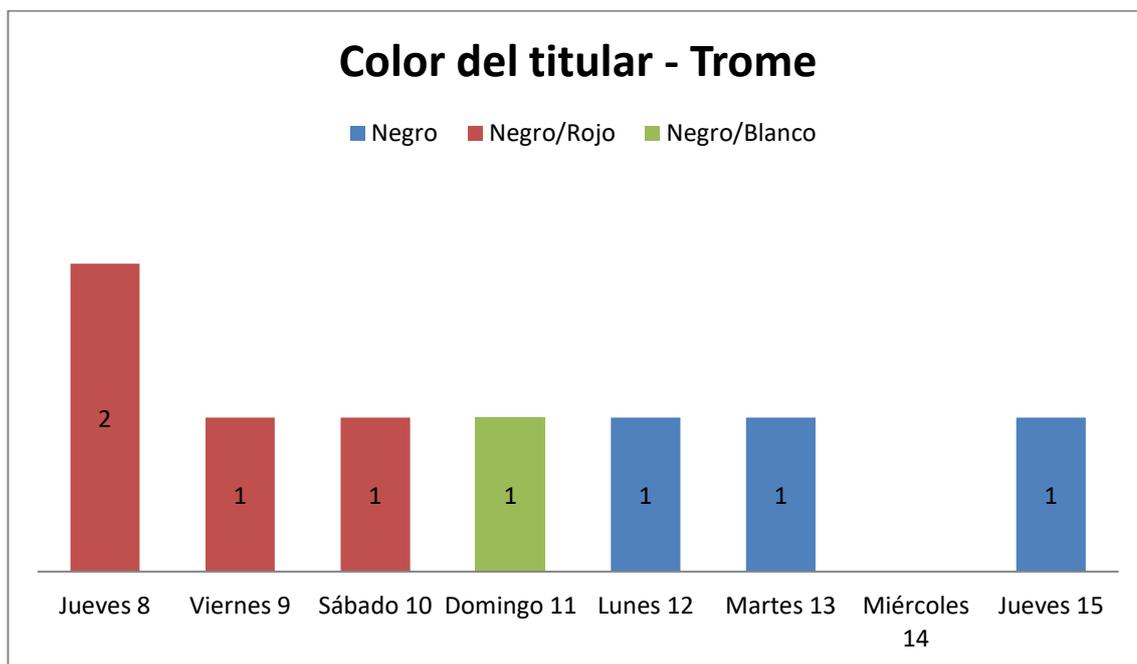


Interpretación:

Del gráfico se resume que el diario Perú21 utilizó titulares en color negro en todas sus publicaciones referidas al atentado.

Se debe destacar que el color negro es utilizado en todas las publicaciones del diario (a excepción de la portada, cuyo color puede variar según la fotografía de fondo).

Figura 22. Color del titular de las noticias dentro del Diario Trome



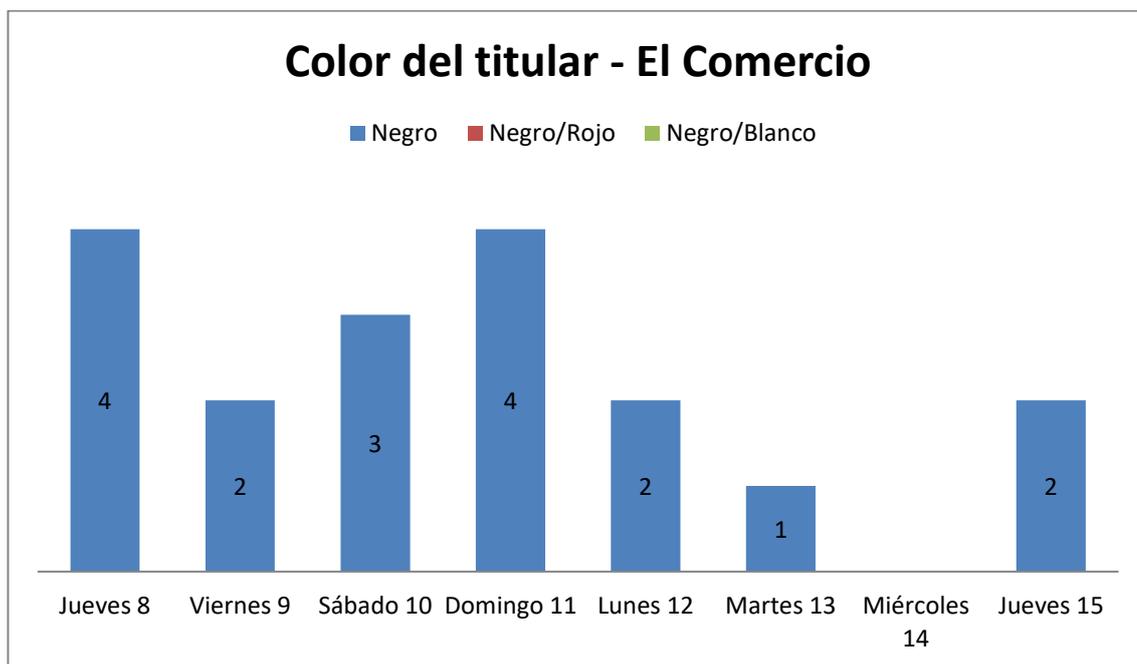
Interpretación:

Del gráfico se resume que el diario Perú21 utilizó titulares de diversos colores en sus publicaciones referidas al atentado. Los primeros días de la investigación (del jueves 8 al sábado 10 de enero) utilizó colores rojos para, en palabras del experto, demostrar el impacto y las consecuencias mortales del atentado.

En la edición del domingo 11 de enero, la noticia tuvo un titular de color blanco. Es el único titular en la investigación que posee este tono en su cobertura.

Las ediciones de los días restantes aplicaron color negro a sus titulares, color común en todas las publicaciones que no son principales en la sección “Mundo” y “Actualidad”.

Figura 23. Color del titular de las noticias dentro del Diario El Comercio



Interpretación:

Del gráfico se resume que el diario El Comercio, a pesar de poseer la mayor cantidad de noticias y titulares del suceso, utilizó titulares en color negro en todas sus publicaciones referidas al atentado.

Se debe destacar que el color negro es utilizado en todas las publicaciones del diario (a excepción de la portada, cuyo color puede variar según la fotografía de fondo).

Figura 24. Porcentaje de páginas en El Comercio

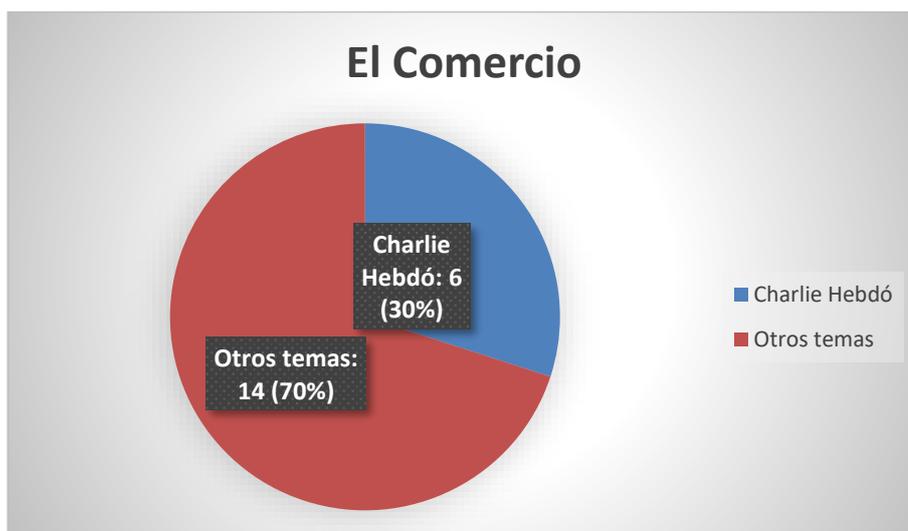


Figura 25. Porcentaje de páginas en Perú 21

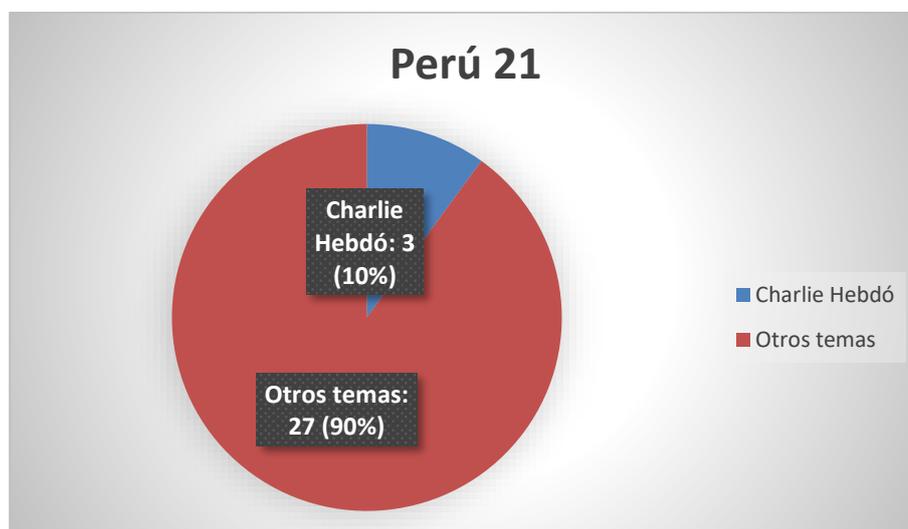
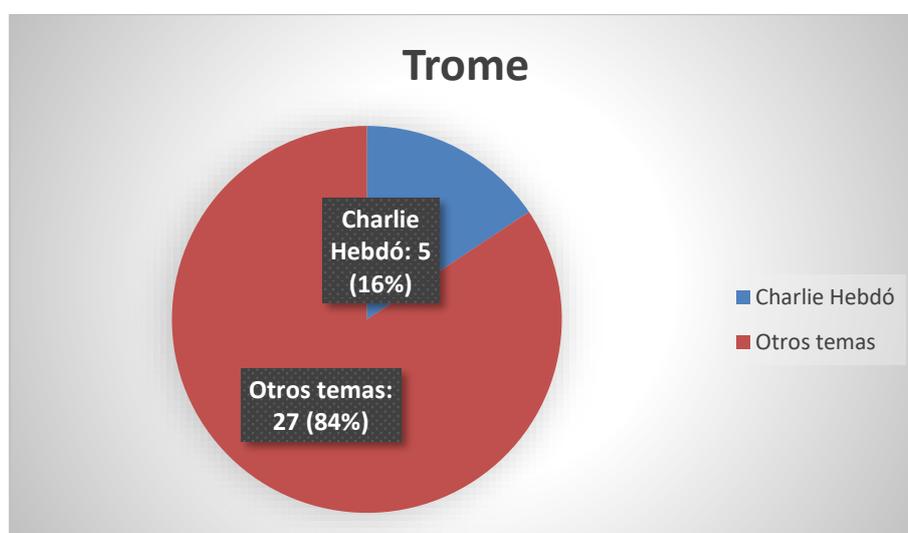


Figura 26. Porcentaje de páginas en Trome



Interpretación:

Del gráfico se resume que El Comercio utilizó 6 páginas, incluyendo portada, para informar sobre el atentado, siendo el diario que más páginas destinó. Lo sigue en cantidad Trome con 5 y Perú21 con 3 páginas.

El recuento se realizó en la primera edición de cada diario posterior al atentado (Edición del 8 de enero del 2015).

INSTRUMENTO 2: ENTREVISTA

Las entrevistas se realizaron a Aldo Nieves, diagramador del diario “La República”, y Erlo Coetez, exdiagramador de la revista “Caretas”, basados en la Guía de Entrevista.

Pregunta 1: En lo que respecta a portada, ¿Considera que la portada posee un atractivo destinado a captar la atención del lector?

	ALDO NIEVES	ERLO COETEZ
Jueves 08 de octubre	En el Comercio la portada, desde el titular, es conmovedora. Busca capturar al lector con esto. En Peru21, la portada busca realizar un homenaje, es conceptual, pero se aleja de la realidad. La portada de Trome es la más completa, los elementos alrededor complementan muy bien al titular.	En El Comercio la portada es la más seria, posee un titular conmovedor y una fotografía que sintetiza lo que pasó. En Perú21 la caricatura le resta seriedad al atentado, aunque parece un intento por no mostrar violencia en la edición. En Trome, es muy completa, la cantidad de fotografías y el poco texto son útiles para el público.
Viernes 09 de octubre	En El Comercio, si bien el suceso no es el titular, la foto es lo primero que se va a ver. En Perú21, no aparece en la portada. En Trome el diario volvió a lo habitual, a pesar de estar en la portada.	En El Comercio sí, pues es la única imagen y eso llama la atención. En Perú21, no aparece en la portada. En Trome sí, aunque es muy débil comparado con la portada del día anterior.
Sábado 10 de octubre	En El Comercio sí, pues mantiene cobertura del atentado. En Perú21 La fotografía es confusa, no se relaciona al titular. En Trome es tercera noticia, otorga cierta importancia, no como al inicio.	El Comercio sí, desde el primer día abordan la noticia. En Perú21 no, solo es una noticia más. En Trome, para ser un diario de espectáculos, que lo mantenga en la portada le da importancia al suceso.

Domingo 11 de octubre	En El Comercio sí, a pesar de tener una imagen más pequeña. En Perú21 no aparece en la portada. En Trome no aparece en la portada.	En El Comercio sí, se mantiene en la portada con una fotografía. En Perú21 no aparece en la portada. En Trome no aparece en la portada.
Lunes 12 de octubre	En El Comercio la noticia está en segundo plano. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.	En El Comercio, solo para quien lee todos los elementos de la portada. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.
Martes 13 de octubre	En El Comercio no, porque no refiere al atentado. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.	En El Comercio solo para los interesados en el terrorismo, pues se aleja de Charlie Hebdo. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.
Miércoles 14 de octubre	En El Comercio no se encuentra en la portada. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.	En El Comercio no se encuentra en la portada. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.
Jueves 15 de octubre	El Comercio: Sí, pues ofrece información nueva del atentado y la imagen tiene mayor calidad. Perú21: No se encuentra en la portada. Trome: No se encuentra en la portada.	El Comercio: Sí, posee una fotografía que capta la atención del público. Perú21: No se encuentra en la portada. Trome: No se encuentra en la portada.

Interpretación:

- Jueves 8: Ambos especialistas coinciden en la portada de Trome como la más completa por la gran cantidad de imágenes; la de El Comercio como la que mejor expresó la importancia del suceso y la de Perú21 como la de menor seriedad.
- Viernes 9: Los especialistas coinciden en afirmar que “El Comercio” mantiene un grado elevado de relevancia para los sucesos pues, a pesar de no ser la noticia principal, mantiene una imagen y eso es llamativo. Mientras que Trome no le otorgó importancia similar a su edición del día anterior. Perú21 no la consideró en su portada.
- Sábado 10: Los especialistas coinciden al afirmar que los diarios El Comercio y Trome le otorgan importancia al suceso, el primero al mantenerlo en su portada desde el primer día mientras que el segundo, al mantenerlo en su portada a pesar de su temática relacionada a los espectáculos, demuestra que es un suceso importante. En el caso de Perú21, las imágenes confusas demuestran el poco interés del diario en cubrir la noticia.
- Domingo 11: Los especialistas coinciden en la capacidad de la portada del diario El Comercio para mantener el interés de sus lectores en el suceso. Perú21 y Trome no incluyeron el suceso o sus consecuencias en sus portadas.
- Lunes 12: Los especialistas señalan que el suceso ha perdido relevancia en las portadas de El Comercio. Los diarios Perú21 y Trome no incluyeron el suceso en sus portadas.
- Martes 13: Ambos especialistas coinciden en afirmar que la portada no posee la capacidad de captar la atención del lector, a excepción de los interesados en el atentado.
- Miércoles 14: No apare en la portada.
- Jueves 15: Los especialistas coinciden al afirmar que la noticia en la portada es capaz de captar la atención del público interesado en el suceso.

Pregunta 2: ¿Considera que las noticias que rodean al titular en la portada le restan importancia al mismo?

	ALDO NIEVES	ERLO COETEZ
Jueves 08 de octubre	El Comercio las noticias son de sucesos ajenos y no le restan importancia. En Perú21 las noticias le restan seriedad por su colorido. En Trome las noticias no le restan importancia, están en la parte posterior de la edición.	En El Comercio no, aunque pudieron incluir más sobre el atentado en su lugar. En Perú21 sí, el colorido de la sección gastronómica le quita seriedad. En Trome le restan seriedad, aunque estén en la contraportada, porque son de espectáculos.
Viernes 09 de octubre	En El Comercio no, porque la imagen de la portada le otorga importancia. En Perú21 no aparece en la portada. En Trome sí. Aunque la fotografía ayuda.	En El Comercio no, son temas distintos. Y como son de política, no le quitan seriedad. En Perú21 no aparece en la portada. En Trome sí, la vida privada de personas y la farándula afectan a la noticia.
Sábado 10 de octubre	En El Comercio no, son temas distintos. En Perú21, no. En Trome, no.	En El Comercio no, son temas políticos. En Perú21 sí, debido a la caricatura. En Trome sí, las noticias de farándula le quitan importancia.
Domingo 11 de octubre	En El Comercio no, pues son secundarios. En Perú21 no aparece en la portada. Trome no aparece en la portada.	En El Comercio son de política y economía, no restan importancia. En Perú21 no aparece en la portada. En Trome: No aparece en la portada.
Lunes 12 de octubre	En El Comercio no, Refieren a otros temas. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.	En El Comercio no, aunque por la diferencia de tamaños pueden afectar a la cobertura. En Perú21 no se encuentra en

		la portada. En Trome no se encuentra en la portada.
Martes 13 de octubre	El Comercio no, son temas distintos. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.	El Comercio sí, posee poco tamaño y, por eso, le da poca importancia. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.
Miércoles 14 de octubre	En El Comercio no se encuentra en la portada. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.	En El Comercio no se encuentra en la portada. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.
Jueves 15 de octubre	En El Comercio sí, pues ofrece información nueva del atentado y la imagen tiene mayor calidad. En Perú21 no se encuentra en la portada. Trome no se encuentra en la portada.	En El Comercio sí, posee una fotografía que capta la atención del público. En Perú21 no se encuentra en la portada. En Trome no se encuentra en la portada.

Interpretación:

- Jueves 8: Ambos especialistas coinciden que las noticias de la portada de El Comercio no quitan seriedad al suceso, mientras la portada de Perú21 pierde seriedad por el colorido del anuncio de una columna gastronómica. Ambos discrepan respecto a las noticias del diario Trome y su relación con el titular.
- Viernes 9: Ambos especialistas coinciden afirmar que en el caso de “El Comercio”, las noticias no le restan importancia al suceso, mientras que en las portadas de “Trome”, las noticias de espectáculos le restaron importancia al suceso. Perú21 no la consideró en su portada.
- Sábado 10: Los especialistas discrepan respecto al efecto que producen las noticias que rodean al titular. Mientras que uno afirma que no existe relación, el otro señala que las noticias de espectáculos y las caricaturas afectan la forma como el diario informa el suceso.

- Domingo 11: Los especialistas coinciden al afirmar que las noticias que rodean al suceso no le restan importancia ni afectan el interés de los lectores. Perú21 y Trome no incluyeron el suceso o sus consecuencias en sus portadas.
- Lunes 12: Los especialistas señalan que, si bien el suceso ha perdido relevancia en El Comercio, las demás noticias de la portada no le afectarían. Los diarios Perú21 y Trome no incluyeron el suceso en sus portadas.
- Martes 13: Los especialistas difieren respecto al efecto que pueden producir las noticias que rodean a la información en la portada. Mientras uno afirma por el reducido tamaño, el suceso puede perder impacto, el otro considera que no existe una relación entre las noticias.
- Miércoles 14: No aparecen en la edición.
- Jueves 15: Ambos especialistas coinciden al señalar que las noticias que rodean al suceso no le restan importancia al suceso.

Pregunta 3: Respecto a la diagramación, ¿Considera que la ubicación de la noticia influye en el impacto que esta puede producir?

	ALDO NIEVES	ERLO COETEZ
Jueves 08 de octubre	En El Comercio las noticias no le restan importancia, pues por el tamaño son secundarias y no restan impacto. En Perú21 la ubicación de la noticia le resta importancia al suceso, el atentado fue en la mañana solo le han dado una página. En Trome la ubicación es influyente, trata muy bien la noticia.	En El Comercio sí, está presente en 5 páginas en la edición. En Perú21 sí, se le dedicó menos de una página. En Trome: La ubicación demuestra la importancia. A más páginas, más importancia.
Viernes 09 de octubre	En El Comercio sí, porque lo tienen en "Tema del día". En Perú21 la idea es hacer notas breves que resuman todo, pero en este caso es necesario un despliegue. En Trome sí, le otorgan casi una página.	El Comercio sí, la posición en la segunda página le hace honor al suceso. En Perú21 no, aunque es política del diario mantener cada suceso en su categoría. En Trome para ser un diario de espectáculos, le dan un espacio amplio.
Sábado 10 de octubre	En El Comercio, a pesar de no estar como "Tema del Día", aún mantiene relevancia para el diario. En Perú21 no influye. En Trome sí, se ubica al centro y con gran cantidad de fotografías.	El Comercio sí, debido al espacio que utilizan para la noticia. En Perú21 no, tiene el lugar que siempre tuvo. En Trome la cantidad de fotografías ayudan a impactar.
Domingo 11 de octubre	En El Comercio no, ya ha estado en la sección Mundo. En Perú21 sí, aunque desde el primer día ha estado en la sección Mundo. En Trome sí, el reducido tamaño demuestra la	En El Comercio no ha salido de "Tema del Día", pero sigue teniendo amplia cobertura. En Perú21 cada vez tiene menos espacio. En Trome, al igual que

	intención de cumplir con informar.	Perú21, cada vez tiene menos espacio.
Lunes 12 de octubre	En El Comercio, ahora solo son reacciones. Ha perdido impacto. En Perú21 se encuentra en la sección Mundo. En Trome no, es un suceso mundial, pero no impactante.	En El Comercio sí, es propio de la noticia cuando pasan algunos días. En Perú21 no ha salido de la sección en la que estaba. En Trome posee mayor tamaño que en la edición anterior.
Martes 13 de octubre	En El Comercio no, se encuentra donde le corresponde. En Perú21 no, está en la sección que le corresponde. En Trome no, está en la sección que le corresponde.	El Comercio no, ya no. Ha pasado mucho tiempo. En Perú21 no ha cambiado de sección desde el atentado. En Trome se mantiene en la posición habitual.
Miércoles 14 de octubre	En El Comercio no, se encuentra en la edición. En Perú21 no, se encuentra en la ubicación que le corresponde. En Trome no se encuentra en la edición.	En El Comercio no se encuentra en la edición. En Perú21 está en el mismo lugar desde el atentado. En Trome no se encuentra en la edición.
Jueves 15 de octubre	El Comercio sí, porque también se encuentra en las columnas de opinión. En Perú21 no, se encuentra en la sección que le corresponde. En Trome no se encuentra en la sección que le corresponde.	En El Comercio la lejanía con las primeras páginas le resta importancia a la noticia, pero el tamaño que le otorga recupera el interés. En Perú21 no, se mantiene en su sección. En Trome no, se mantiene en su sección.

Interpretación:

- Jueves 8: Ambos especialistas coinciden que Trome y El Comercio le otorgaron mucha importancia al colocar las noticias en sus secciones especiales, mientras que Perú21 abordó el suceso como uno poco relevante al colocarlo en su sección “Mundo”.
- Viernes 9: Ambos especialistas coinciden al afirmar que la ubicación de la noticia es influyente, pues está en la sección más importante en la edición. En el caso de Perú21, mantenerla en la sección “Mundo” es una muestra de la poca relevancia que le otorgan al suceso. El diario “Trome”, a pesar de no ser la noticia especial del día, le entrega una página y muchas imágenes al suceso.
- Sábado 10: Ambos especialistas coinciden en afirmar que la ubicación de la noticia en las ediciones de Trome y El Comercio demuestran la importancia del suceso, mientras que en el caso de Perú21, que lo mantiene en su sección “Mundo”, la ubicación no otorga relevancia al suceso.
- Domingo 11: Los especialistas coinciden al afirmar que Perú21 y Trome le otorgaron poca importancia a los sucesos y sus consecuencias en sus ediciones. Ambos también señalaron que El Comercio mantuvo la cobertura del suceso, demostrando su importancia.
- Lunes 12: Ambos especialistas coinciden en señalar que el suceso ha perdido relevancia en los tres diarios debido al tiempo transcurrido tras el atentado.
- Martes 13: Ambos especialistas coinciden al señalar que la ubicación de la noticia en la edición no influye en la noticia, pues se encuentra en la sección habitual y destinada para este tipo de información.
- Miércoles 14: Los especialistas coinciden, pues señalan que la noticia se encuentra en la sección correspondiente dentro de la edición.
- Jueves 15: Los especialistas señalan que la ubicación de las noticias en el diario El Comercio influye en el impacto que se pretende lograr con la noticia. En el caso de Perú21 y Trome, es irrelevante pues conservan las ubicaciones que ya poseían.

Pregunta 4: ¿Los elementos anexos otorga información adicional importante a la idea principal o desvían al lector de la idea principal?

	ALDO NIEVES	ERLO COETEZ
Jueves 08 de octubre	El Comercio la información es complementaria. Se acostumbraba antes a utilizar un solo punto de entrada. En el diario Perú21 los elementos ocupan demasiado espacio, y le restan importancia a la débil portada. En el diario Trome la información adicional es útil, no es necesario leer la noticia para comprender el suceso.	En El Comercio sí, los datos ayudan mucho a crear un contexto al autor. En Perú21 los datos adicionales son útiles, pero ocupan demasiado espacio. Se pudo incluir dentro de la noticia. En Trome: La cantidad de imágenes que acompañan a la información adicional es muy útil para el lector.
Viernes 09 de octubre	En Perú21 sí, son las víctimas. En Trome: Sí, pues explican por qué la matanza. En El Comercio los elementos anexos completan muy bien la información.	En El Comercio son el mejor complemento para quienes no leen el artículo completo. En Perú21 menciona a las víctimas de la matanza, lo que es relevante en una lectura veloz. En Trome sí, junto a la infografía.
Sábado 10 de octubre	En El Comercio sí, pues es información de los protagonistas de la noticia. En Trome: Sí, informa sobre los autores. En Perú 21 sí, pues es información de los protagonistas de la noticia.	En Perú21: Sí, también son útiles. En Trome: Sí. Dan información que no funcionaría dentro del artículo. El Comercio sí, estos elementos siempre son útiles.
Domingo 11 de octubre	En El Comercio sirven de complemento para la información. En Perú21 otorgan información, pero no sobre la idea principal. En Trome: No posee elementos anexos.	Trome no posee elementos anexos. En El Comercio sí, el recuadro superior da información para quien busca conocer más sobre el suceso. En Perú21 desvía. Es

		información que se aleja del artículo.
Lunes 12 de octubre	En El Comercio en los elementos, como la foto, refuerzan la noticia por el titular. En Perú21 no, complementan información de otros sucesos. En Trome no es relevante para la noticia	En Perú21 pueden desviar al lector, es información distinta al artículo. En El Comercio es complicado establecer cual es un elemento anexo y cual es un artículo pequeño. En Trome no contiene información importante para el desarrollo de la noticia.
Martes 13 de octubre	En El Comercio sí, porque otorgan información complementaria. En Perú21 sí, porque muestran la reacción musulmana ante las acciones francesas. En Trome no posee elementos anexos.	El Comercio sí, se relacionan al artículo. En Perú21 sí, a pesar de alejarse de la idea del artículo, recuerda el origen del problema. En Trome no poseen elementos anexos.
Miércoles 14 de octubre	En El Comercio no se encuentra en la edición. En Perú21 sirven como apoyo al lector. En Trome no se encuentra en la edición.	En El Comercio no se encuentra en la edición. En Trome No se encuentra en la edición. En Perú21 son complementarios. La noticia funciona sin ellos.
Jueves 15 de octubre	En El Comercio los elementos gráficos es lo primero que se ve, atrae al lector. En Perú21 no, porque es información distinta al tema principal. En Trome no posee elementos anexos.	En El Comercio la galería es un refuerzo para el lector. En Perú21 no distraen al lector, es más, otorgan un contexto. En Trome no posee elementos anexos.

Interpretación:

- Jueves 8: Ambos especialistas coinciden en afirmar que los elementos anexos que presentan El Comercio y Perú21 dan detalles de la noticia, mientras que Trome apela a las imágenes para expresar lo que ya se encuentra en el artículo principal.
- Viernes 9: Ambos especialistas coinciden al afirmar que los tres diarios, en sus respectivas ediciones, hacen un uso adecuado de los elementos anexos para brindar mejor información.
- Sábado 10: Ambos especialistas coinciden al afirmar que los tres diarios, en sus respectivas ediciones, hacen un uso adecuado de los elementos anexos para brindar mejor información.
- Domingo 11: Los especialistas coinciden al afirmar que los elementos anexos en el diario El Comercio complementan la información, mientras que en Perú21 desvía el interés del lector, pues refieren temas distintos. Trome no utilizó elementos anexos.
- Lunes 12: Los especialistas señalan que los elementos anexos del diario El Comercio refuerzan al titular, aunque son demasiados extensos. Los del diario Perú21 pueden desviar al lector mientras que los utilizados por Trome no poseen información relevante.
- Martes 13: Ambos especialistas coinciden al señalar que los elementos anexos de las noticias en las ediciones de los diarios El Comercio y Perú21 sirven de complemento a la información.
- Miércoles 14: Los especialistas coinciden al señalar que los elementos anexos sirven de apoyo a la noticia, sin embargo, uno añade que, a pesar de la utilidad de los datos, la noticia funciona incluso sin ellos.
- Jueves 15: Los especialistas coinciden al afirmar que los elementos anexos en El Comercio sirven de refuerzo para la noticia. Discrepan, sin embargo, en los utilizados en Perú21, mientras uno afirma que la información desvía al lector, el otro señala que sirven para generar un contexto.

Pregunta 5: ¿Qué importancia tienen las imágenes en el desarrollo de un contexto dentro una noticia impresa de esa naturaleza?

	ALDO NIEVES	ERLO COETEZ
Jueves 08 de octubre	<p>El Comercio: En la edición, las imágenes son violentas, pero eran necesarias.</p> <p>Perú21: La imagen es simple, es la que dio la vuelta al mundo.</p> <p>Trome: las imágenes son muy útiles y más completas, aunque no tienen la crudeza de El Comercio.</p>	<p>El Comercio: Las imágenes son las de mayor calidad.</p> <p>Perú21: Es una de las que incluyó El Comercio en su edición.</p> <p>Trome: La gran cantidad de imágenes ayudan al lector a comprender la noticia sin leerla.</p>
Viernes 09 de octubre	<p>El Comercio: Sí porque demuestra que existe rechazo a los musulmanes.</p> <p>Perú21: Es refuerzo del titular, no del contexto.</p> <p>Trome: La fotografía está recortada, pero en el fondo la bandera francesa da contexto.</p>	<p>El Comercio: Mucha, demuestra la unión del pueblo francés ante la masacre.</p> <p>Perú21: No apoya a la noticia, a pesar de estar relacionada.</p> <p>Trome: Resalta donde sucede la noticia y a los protagonistas.</p>
Sábado 10 de octubre	<p>El Comercio: Las dos fotografías principales ayudan a crear un contexto.</p> <p>Perú21: La fotografía es confusa, podría ser en cualquier lugar</p> <p>Trome: La imagen del soldado es impactante y reemplaza a los abatidos.</p>	<p>El Comercio: Las fotografías son útiles.</p> <p>Perú21: Es de las que menor utilidad da a la noticia. Se puede interpretar de muchas formas.</p> <p>Trome: Coloca al lector en el lugar. Están todos los elementos para que entienda lo que sucedió.</p>

<p>Domingo 11 de octubre</p>	<p>El Comercio: Las figuras demuestran el apoyo a la revista</p> <p>Perú21: Ninguna, la imagen podría ser de cualquier suceso. No hay forma de relacionarla.</p> <p>Trome: Solo son una referencia, la noticia funciona bien, aun sin las fotografías.</p>	<p>El Comercio: Son importantes porque demuestran unidad de los franceses.</p> <p>Perú21: Las imágenes de homenajes son útiles, pero la fotografía es confusa.</p> <p>Trome: Para el tamaño del artículo, la fotografía sirve de apoyo al titular.</p>
<p>Lunes 12 de octubre</p>	<p>El Comercio: Las noticias y el titular se complementan. Con uno solo bastaría. La mirada del protagonista</p> <p>Perú21: La mitad de la fotografía no “dice nada” y contradice el titular de la noticia.</p> <p>Trome: La imagen es más completa y descriptiva, se ve “un mar humano”.</p>	<p>El Comercio: En la fotografía en la que el protagonista mira a la cámara se siente tensión.</p> <p>Perú21: Es una fotografía muy grande y muy vacía. Pudieron elegir otra.</p> <p>Trome: La imagen es muy útil, las personas están apretadas en un pequeño espacio. Es muy descriptivo.</p>
<p>Martes 13 de octubre</p>	<p>El Comercio: Las fotografías muestran las actividades del ejército francés.</p> <p>Perú21: No poseen importancia. A pesar de estar relacionada con el titular, no demuestran la tensión vivida.</p> <p>Trome: Solo muestra la nueva portada del semanario.</p>	<p>El Comercio: Crean un ambiente para que el lector entienda lo que pasa sin leer la noticia.</p> <p>Perú21: Sí. Mezcla a las personas comunes con un guardia de seguridad.</p> <p>Trome: Es la descripción del titular.</p>

<p>Miércoles 14 de octubre</p>	<p>El Comercio: No se encuentra en la edición.</p> <p>Perú21: Las imágenes, aunque poseen poca calidad, se justifican.</p> <p>Trome No se encuentra en la edición.</p>	<p>El Comercio No se encuentra en la edición.</p> <p>Perú21: La imagen sirve para mostrar al protagonista de la noticia.</p> <p>Trome No se encuentra en la edición.</p>
<p>Jueves 15 de octubre</p>	<p>El Comercio: La captura de pantalla es una prueba de la veracidad del suceso y la infografía se apoya con el titular.</p> <p>Perú21: Al ser una captura de pantalla, demuestra que el suceso es real.</p> <p>Trome: A pesar de ser pequeña, sirve de apoyo a la noticia.</p>	<p>El Comercio: Solo es un complemento.</p> <p>Perú21: Es la misma imagen que eso El Comercio, pero en menor calidad.</p> <p>Trome: Solo sirve si se combina con el titular. No funciona por sí misma.</p>

Interpretación:

- Jueves 8: Ambos especialistas coinciden que hubo una relación de cantidad y calidad. Aunque El Comercio utilizó pocas fotografías, fueron más descriptivas que otros diarios, mientras que Trome usó muchas fotografías que describían el suceso mejor que el texto. Perú21, por su parte, utilizó fotografías poco relevantes y que estaban presentes en la edición de El Comercio.
- Viernes 9: Los especialistas coinciden en las funciones de las imágenes de los diarios “El Comercio” y “Trome”, afirmando que ambas permiten al lector ubicarse en el lugar de la noticia, mientras que las fotografías de “Perú21” no guardan relación con el suceso.
- Sábado 10: Ambos especialistas coinciden al afirmar que los diarios El Comercio y Trome, en sus respectivas ediciones, hacen un uso adecuado

de las imágenes, mientras que en el caso de Perú21 la fotografía principal carece de impacto y puede confundir al lector.

- Domingo 11: Los especialistas señalan que las fotografías de El Comercio poseen un mensaje relacionado al titular, mientras que las fotografías de Perú21 y Trome son confusas y/o irrelevantes.
- Lunes 12: Los especialistas coinciden en la importancia de las imágenes en las ediciones y como estas pueden aportar o disminuir relevancia a las noticias. En el caso de El Comercio y Trome describen la escena y complementan al titular, mientras que en la edición de Perú21, la fotografía posee elementos innecesarios y vacíos.
- Martes 13: Los especialistas señalan que la fotografía de El Comercio es importante pues permiten al lector ubicarse en el contexto, mientras que las imágenes de Trome solo son descriptivas y carecen de importancia. Discrepan en la importancia de la noticia en Perú21, pues uno señala que no posee importancia debido a su composición.
- Miércoles 14: Los especialistas señalan que, a pesar de la poca calidad, las imágenes son demostrativas.
- Jueves 15: Los especialistas coinciden al señalar que las imágenes de los diarios permiten comprobar la veracidad de la noticia y servirle de apoyo.

Pregunta 6: ¿Considera que, así como el color de un titular guarda un mensaje subliminal, el tamaño de la fotografía puede hacerlo también?

	ALDO NIEVES	ERLO COETEZ
Jueves 08 de octubre	<p>El Comercio: La fotografía es una muy fuerte, algunos medios no la habrían colocado.</p> <p>Perú21: No, pues es una imagen que muchos medios utilizaron.</p> <p>Trome: No, porque son distintos momentos del atentado.</p>	<p>El Comercio: Busca el impacto del lector.</p> <p>Perú21: Es una foto impactante, pero no es la más destacada.</p> <p>Trome: La gran cantidad de imágenes juntas restan importancia a la imagen principal que, aun así, es fuerte.</p>
Viernes 09 de octubre	<p>El Comercio: No, en este caso no es influyente.</p> <p>Perú21: No, no lo hace.</p> <p>Trome: No. Solo describe la noticia.</p>	<p>El Comercio: Sí, pues demuestra unión de la gente.</p> <p>Perú21: No, solo ayuda al titular.</p> <p>Trome: Quizá por el tamaño del soldado y el arma que destaca.</p>
Sábado 10 de octubre	<p>El Comercio: No en este caso.</p> <p>Perú21: No, la imagen no es clara.</p> <p>Trome: Representa el momento (de la captura) tenso.</p>	<p>El Comercio: No, son fotografías de apoyo.</p> <p>Perú21: Los colores son grises, van de acuerdo al titular.</p> <p>Trome: Sí. La fotografía superior muestra el caos tras el atentado.</p>
Domingo 11 de octubre	<p>El Comercio: Sí, hay una muestra de apoyo a la revista y al periodismo.</p> <p>Perú21: No en este caso.</p>	<p>El Comercio: El tamaño y la ubicación, además del mensaje de la fotografía.</p>

	Trome: No, no son influyentes.	Perú21: No, solo sirve de complemento. Trome: No, no influyen.
Lunes 12 de octubre	El Comercio: Las noticias y el titular se complementan. Con uno solo bastaría. Perú21: Demuestra la unión, pero no menciona quiénes son los personajes. Trome: El recorte de la fotografía es más útil que otros diarios.	El Comercio: No, solo se usa para describir. Perú21: No, y si era la intención, no lo logra. Trome: La imagen de los líderes mundiales caminando juntos demuestra unidad.
Martes 13 de octubre	El Comercio: No, pero muestra protección al único ciudadano de la fotografía. Perú21: No, solo sirve de apoyo a la noticia. Trome: No, solo es un apoyo.	El Comercio: No, el tamaño de la fotografía es normal. Perú21: Es el tamaño común del diario. Trome: Es una imagen pequeña, acorde con el tamaño del artículo.
Miércoles 14 de octubre	El Comercio: No se encuentra en la edición. Perú21: No, la fotografía es necesaria. Trome No se encuentra en la edición.	El Comercio: No se encuentra en la edición. Perú21: No, solo es un complemento para la información. Trome No se encuentra en la edición.
Jueves 15 de octubre	El Comercio: Sí, junto con la bajada y las imágenes informan al lector. Perú21: Sí. Es descriptivo y se complementa con la fotografía.	El Comercio: Sí. No es necesario leer el artículo completo. Perú21: Es similar al titular de El Comercio, y tienen funciones similares.

	Trome: Sí. Utiliza un lenguaje coloquial y permite al lector captar el mensaje.	Trome: Sí, no necesita de bajada o imagen para que el lector entienda la idea principal.
--	---	--

Interpretación:

- Jueves 8: Los especialistas coinciden en afirmar que las fotografías de El Comercio buscaron el impacto sobre la descripción; las de Perú21 no lograron tal impacto porque eran imágenes muy difundidas; mientras que Trome, al tener tantas imágenes perdió el impacto que podría haber logrado su fotografía principal.
- Viernes 9: Los especialistas discrepan respecto a la intencionalidad en las fotografías principales de El Comercio y Trome. Uno afirma que representan unión y tensión respectivamente, mientras que el otro no observa algún mensaje o intención en las imágenes.
- Sábado 10: Los especialistas coinciden al afirmar que las imágenes empleadas por los diarios Perú21 y El Comercio no poseen un mensaje o intencionalidad, mientras que las utilizadas por Trome, podrían generar una percepción de caos, la misma que se vivía en la sociedad francesa en aquel momento.
- Domingo 11: Los especialistas señalan que las fotografías de El Comercio poseen un mensaje relacionado al titular, mientras que las fotografías de Perú21 y Trome no poseen intencionalidad, solo son un refuerzo del titular, aunque confuso.
- Lunes 12: Los especialistas coinciden en afirmar que las fotografías en las ediciones de El Comercio y Trome demuestran la unión de las personas frente al terrorismo, mientras que las imágenes utilizadas por Perú21 pierden la intencionalidad por el espacio desaprovechado.
- Martes 13: Ambos especialistas coinciden al afirmar que el uso de las fotografías en las ediciones de los diarios no posee intencionalidad, solo pretenden informar.
- Miércoles 14: Para los especialistas, el tamaño de la fotografía es irrelevante.

- Jueves 15: Los especialistas coinciden al afirmar que los titulares en los artículos poseen la capacidad de resumir la noticia, permitiendo que un lector comprenda la noticia incluso sin leer el artículo.

Pregunta 7: Antes de leer el contenido ¿El titular posee la capacidad para resumir la noticia?

	ALDO NIEVES	ERLO COETEZ
Jueves 08 de octubre	<p>El Comercio: Sí, pues anuncia a los autores y los hechos.</p> <p>Perú21: Es un titular descriptivo, resume muy bien lo que sucedió.</p> <p>Trome: Sí. Es un titular descriptivo.</p>	<p>El Comercio: Sí, se comprende antes de leer.</p> <p>Perú21: Sí, es simple.</p> <p>Trome: Es simple, al igual que los otros.</p>
Viernes 09 de octubre	<p>El Comercio: Sí, porque refiere a Francia y Europa.</p> <p>Perú21: Sí. Es descriptiva.</p> <p>Trome: Sí, y se complementa bien con la volada y la foto de los terroristas.</p>	<p>El Comercio: Sí. No es necesario leer el artículo para conocer los detalles.</p> <p>Perú21: Sí, porque la tendencia del diario a solo relatar lo que sucede, ayuda en este aspecto.</p> <p>Trome: Sí. Para alguien que no quiere leer la noticia, con el titular le basta.</p>
Sábado 10 de octubre	<p>El Comercio: Sí, es descriptivo.</p> <p>Perú21: No, es confuso para un lector ocasional</p> <p>Trome: Si, junto con las imágenes resumen bien la noticia.</p>	<p>El Comercio: Sí. Cuenta qué pasó. El cómo y el por qué están en el artículo.</p> <p>Perú21: No. Es una conclusión más que un resumen.</p> <p>Trome: Sí. Resumen qué sucedió.</p>

<p>Domingo 11 de octubre</p>	<p>El Comercio: Sí. Es descriptivo. Perú21: No, es confuso. Se puede interpretar de distintas formas Trome: Sí, es descriptivo.</p>	<p>El Comercio: Sí, es un buen resumen de lo que viene. Perú21: Sí. Aunque alguien que no está “enganchado” podría confundirse. Trome: Sí, lo resume bien, incluso sin fotografías.</p>
<p>Lunes 12 de octubre</p>	<p>El Comercio: Sí, es descriptivo y exacto. Perú21: Sí. Es muy descriptivo. Trome: Si se enlaza la “bajada” con la foto, se puede entender el titular.</p>	<p>El Comercio: Sí, resumen bien lo que viene. Perú21: Es la idea principal, no es necesario leer el artículo para saber qué sucede Trome: Es simple, deja algunos puntos sueltos como “quién” o “dónde”.</p>
<p>Martes 13 de octubre</p>	<p>El Comercio: No, porque dentro de la noticia se incluyen otros elementos no explicados en el titular. Perú21: No, porque no explica el porqué de la alerta. Trome: Sí. A pesar del poco espacio de la noticia, describe bien la idea principal.</p>	<p>El Comercio: No. Hay muchos temas en la página. Perú21: No. Se debe leer el artículo. Trome: Sí. Si se combina con la imagen se obtendrá un mejor resultado.</p>
<p>Miércoles 14 de octubre</p>	<p>El Comercio No se encuentra en la edición. Perú21: Sí, aunque dentro de la noticia se abordan otros temas. Trome: No se encuentra en la edición.</p>	<p>El Comercio No se encuentra en la edición. Perú21: Sí, y se refuerza con la bajada. Trome: No se encuentra en la edición.</p>

Jueves 15 de octubre	<p>El Comercio: Sí, junto con la bajada y las imágenes informan al lector.</p> <p>Perú21: Sí. Es descriptivo y se complementa con la fotografía.</p> <p>Trome: Sí. Utiliza un lenguaje coloquial y permite al lector captar el mensaje.</p>	<p>El Comercio: Sí. No es necesario leer el artículo completo.</p> <p>Perú21: Es similar al titular de El Comercio, y tienen funciones similares.</p> <p>Trome: Sí, no necesita de bajada o imagen para que el lector entienda la idea principal.</p>
----------------------	---	---

Interpretación:

- Jueves 8: Ambos especialistas coinciden que los titulares de las noticias en los tres diarios fueron muy descriptivos, permitiendo al lector comprender lo sucedido sin leer los artículos y columnas.
- Viernes 9: Ambos especialistas coinciden al afirmar que los tres diarios, en sus respectivas ediciones, hacen un uso adecuado de los titulares, pues resumen correctamente la noticia.
- Sábado 10: Ambos especialistas coinciden al afirmar que los diarios El Comercio y Trome, en sus respectivas ediciones, hacen un uso adecuado de los titulares, permitiendo al lector informarse incluso sin leer el artículo. Mientras que en el caso de Perú21, el titular principal sirve más como una conclusión del contexto.
- Domingo 11: Los especialistas sostienen que los titulares de las noticias de los diarios El Comercio y Trome resumen la noticia de manera eficiente, mientras que los utilizados por Perú21 podrían confundir al lector.
- Lunes 12: Los especialistas coinciden al afirmar que las ediciones de El Comercio y Perú21 resumen la noticia de manera efectiva. Discrepan, sin embargo, en la función del titular en Trome, pues uno afirma que permite al lector comprender la noticia sin leer el artículo, mientras que otro lo considera insuficiente.
- Martes 13: Ambos especialistas coinciden en sus conclusiones: En El Comercio y Perú21, la cantidad de ideas reunidas en un mismo artículo

impiden que el titular las describa completamente, mientras que el titular de Trome, debido al reducido tamaño de la noticia, resume bien la idea principal.

- Miércoles 14: Los especialistas coinciden al afirmar que el titular es capaz de resumir la noticia eficientemente.
- Jueves 15: Los especialistas coinciden al afirmar que los titulares en los artículos poseen la capacidad de resumir la noticia, permitiendo que un lector comprenda la noticia incluso sin leer el artículo.

Pregunta 8: ¿Considera que el titular muestra algún sesgo o incita al lector a tomar una postura?

	ALDO NIEVES	ERLO COETEZ
Jueves 08 de octubre	<p>El Comercio: Muestra un contenido moderado, otros habrían utilizado el término “extremista”.</p> <p>Perú21: El diario es muy moderado al expresarse, el titular es descriptivo.</p> <p>Trome: El titular de la portada puede incitar posturas. En el interior es muy “noticioso”, no es influyente.</p>	<p>El Comercio: El titular de la portada sí. Directamente lo califica como un “Ataque a la libertad de expresión”.</p> <p>Perú21: No, el titular solo informa.</p> <p>Trome: Es un titular descriptivo. Dice qué hicieron y quiénes lo hicieron.</p>
Viernes 09 de octubre	<p>El Comercio: No, porque busca no generalizar.</p> <p>Perú21: No, es descriptivo.</p> <p>Trome: El titular no lo hace, pero la volada es una interpretación.</p>	<p>El Comercio: No, aunque la fotografía crea identificación.</p> <p>Perú21: No, solo explica lo que pasa.</p> <p>Trome: No, también es una explicación de lo que sucede.</p>
Sábado 10 de octubre	<p>El Comercio: No, sintetiza la noticia, “Terror en Francia” es un cintillo.</p> <p>Perú21: No, es confuso para un lector ocasional</p> <p>Trome: No. Es descriptiva.</p>	<p>El Comercio: No. Pero la frase “Terror en Francia” puede influir en el lector.</p> <p>Perú21: Sí, porque coloca a los franceses como las únicas víctimas.</p> <p>Trome: No, solo resume lo que pasó.</p>
Domingo 11 de octubre	<p>El Comercio: Aquí se muestra su adhesión al semanario, es pro francesa.</p>	<p>El Comercio: El titular de la nota inferior muestra a un Charlie Hebdó heroico.</p>

	<p>Perú21: No. Es descriptivo.</p> <p>Trome: No, el titular es descriptivo.</p>	<p>Perú21: No, solo es informativo.</p> <p>Trome: No, solo informa.</p>
Lunes 12 de octubre	<p>El Comercio: No creo, hemos vivido algunos años de terrorismo como para tomar esa actitud. Sin embargo, la fotografía sí lo hace.</p> <p>Perú21: El titular es redundante con la fotografía.</p> <p>Trome: No, han pasado muchos días desde el atentado.</p>	<p>El Comercio: La palabra “Islamofobia” es fuerte, y siempre despertará actitudes en el lector.</p> <p>Perú21: No, solo describe lo que pasó.</p> <p>Trome: Si buscan demostrar la unión, entonces el titular tiene un objetivo.</p>
Martes 13 de octubre	<p>El Comercio: No. Solo es informativo</p> <p>Perú21: No, es informativo</p> <p>Trome: No, es informativo.</p>	<p>El Comercio: No, es un resumen de lo que sucedió.</p> <p>Perú21: No.</p> <p>Trome: No. Solo informan.</p>
Miércoles 14 de octubre	<p>El Comercio No se encuentra en la edición.</p> <p>Perú21: No, es un titular descriptivo.</p> <p>Trome No se encuentra en la edición.</p>	<p>El Comercio No se encuentra en la edición.</p> <p>Perú21: No, es solo un resumen.</p> <p>Trome: No se encuentra en la edición.</p>
Jueves 15 de octubre	<p>El Comercio: No, es solo información.</p> <p>Perú21: No, la noticia es informativa.</p> <p>Trome: No, solo informa al lector lo que sucede.</p>	<p>El Comercio: No, solo busca dar a conocer lo que pasó.</p> <p>Perú21: No.</p> <p>Trome: No.</p>

Interpretación:

- Jueves 8: Los especialistas discrepan respecto a los titulares de El Comercio y Trome, uno lo califica como “Conservador” mientras que otro considera que toma una postura en la noticia. Coinciden, sin embargo, en la función del titular de Perú21, al que consideran descriptivo.
- Viernes 9: Ambos especialistas coinciden al afirmar que los diarios El Comercio y Trome, en sus respectivas ediciones, evitan la parcialidad e influir en el lector. Difieren, sin embargo, en el caso de Perú21, pues uno de ellos afirma que coloca a los franceses como las únicas víctimas en el suceso.
- Sábado 10: Los especialistas señalan que, mientras Perú21 y Trome no demuestran intencionalidad, el titular de El Comercio coloca al semanario Charlie Hebdo “como un héroe”.
- Domingo 11: Los especialistas poseen opiniones distintas respecto a la función del titular en las ediciones de El Comercio y Trome. Mientras uno afirma que poseen intencionalidad y podrían generar posturas en el lector, el otro afirma que esta no existe. Coinciden, sin embargo, en el titular de Perú21, y su función descriptiva.
- Lunes 12: Ambos especialistas coinciden al afirmar que los titulares publicados en las ediciones de los diarios carecen de intencionalidad y su único objetivo es informar.
- Martes 13: Ambos especialistas coinciden al afirmar que los titulares publicados en las ediciones de los diarios carecen de intencionalidad y su único objetivo es informar.
- Miércoles 14: Los especialistas coinciden al afirmar que el titular no posee intencionalidad.
- Jueves 15: Los especialistas coinciden al afirmar que el titular no posee intencionalidad y solo es informativo.

1.2 Discusión de resultados

El análisis del manejo de la información ha sido un tema recurrente en las investigaciones, sobre todo cuando se realiza en diarios de circulación nacional con líneas editoriales similares. Es así como distintos investigadores se han propuesto hallar similitudes o diferencias en el tratamiento de dos o más medios de comunicación, siendo las portadas e imágenes los indicadores más utilizados.

En el país, los diarios de circulación nacional empleados suelen ser frecuentes categorías de estudio. Tal es el caso de esta investigación, que posee categorías similares a los antecedentes utilizados.

Respecto a las bases teóricas, se optó por la “Metodología del Análisis de contenido”, pues es necesario realizar una observación cuantitativa de los indicadores presentes en las categorías de estudio y así confirmar hipótesis respecto a las tendencias, intenciones y estilos de comunicación de los diarios analizados.

Es bajo esta base teórica que se analizaron los indicadores del Diario “El Comercio”, y se concluyó que les otorgaron énfasis a los sucesos a partir del mensaje de “Ataque a la libertad de expresión”. Este enfoque fue decayendo con el desarrollo de las investigaciones.

Sometido al “Análisis de contenido”, el diario “Perú21” utilizó un estilo de comunicación basado en las columnas de opinión para expresar su posición respecto al suceso y apeló al uso de caricaturas sobre las fotografías.

Por su parte, esta metodología aplicada al diario “Trome” permitió deducir que el tabloide empleó diversas fotografías para expresar los sucesos, por encima de las crónicas o columnas de opinión.

La segunda base teórica empleada en la investigación es la desarrollada por Harold Lasswell y denominada “Teoría de la Aguja Hipodérmica”. Esta teoría plantea que los medios masivos de comunicación masivos influyen en la opinión

del público y buscan, a través de la generación de impulsos, que este apruebe distintas medidas tomadas por un grupo dominante.

Al someter las Categorías de la investigación a esta Teoría, se concluyó que, durante su primera edición, que tanto el diario “El Comercio” como “Trome” enfatizaron que los atentados constituyeron un “Atentado a la libertad de expresión” y desaprobaron la intención con la que el acto fue ejecutado, tal y como después se demostraría al otorgar encabezados que, en opinión de los analistas, colocaban al semanario como héroe en el suceso.

Por su parte, “Perú21” utilizando el enfoque de las teorías de Laswell, buscó generar debate por encima de la investigación. Solo en los últimos días de la investigación presentó al semanario francés como una víctima real del suceso.

Es importante destacar que esta teoría se realizó analizando las publicaciones cuyas ideas principales justificaban el ingreso de Estados Unidos en algún conflicto. Si se traslada al contexto de la investigación, existiría la posibilidad de condicionar al público para que apruebe una intervención militar en países señalados como responsables o que brinden asilo a los autores intelectuales del atentado.

La última base empleada es la “Teoría del establecimiento de Agendas”, que coloca a los medios de comunicación como los reguladores de la información otorgada al público y condicionando las opiniones y elecciones de este último. Es decir, un medio puede elegir el tipo de noticia, frecuencia de exposición, acompañamiento y características necesarias para lograr que el público acepte un mensaje como real, sea comercial o ideológico.

Es bajo esta teoría que se analizaron, además de la cobertura del suceso, las portadas en cada edición durante el periodo de investigación, estableciendo si las noticias que le rodeaban le restaban importancia o atraían al lector. Es así como se concluyó que el diario “El Comercio” le otorgó relevancia e independencia de otras noticias y el abordaje no disminuyó durante el periodo de investigación, aunque el mensaje de un “Atentado a la libertad de expresión”

fue cambiando en medida que los días fueron pasando y se conoció la reacción internacional.

Sometiendo al diario "Perú21" a la misma base teórica, se concluye que las noticias relacionadas directamente con el atentado y el semanario fueron publicadas todos los días, estas obtuvieron el mismo nivel de importancia de otros sucesos distintos.

Por su parte, el diario "Trome" solo le otorgó relevancia los dos primeros días posteriores al atentado, utilizando una gran cantidad de páginas y manteniéndolo en su portada. Tras esto, dio paso a su habitual cobertura a sucesos del espectáculo nacional.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos en los análisis a las guías de observación y las fichas de entrevista respondidas por los especialistas, se realizaron las siguientes conclusiones:

- El diario “El Comercio” fue el diario que más información otorgó respecto al atentado y sus consecuencias, empleando 27 páginas y apelando a Columnas de opinión, crónicas e infografías para sustentar su producto. Respecto a esto, fue el diario que con mayor frecuencia empleó columnas de opinión, mostrándolas en 8 ocasiones, y el que mayor tiempo lo mantuvo en su portada, durante 7 días. El diario colocó al suceso en la sección más importante en las ediciones posteriores al atentado (“Tema del día”).
- Fue “Trome” el diario que empleó mayor cantidad de fotografías como refuerzo de los artículos. Solo en la primera edición posterior al atentado utilizaron 20 fotografías entre retratos, capturas de pantalla y caricaturas de otras portadas, además de agregar una infografía. Este tabloide fue también el que menor cantidad de veces empleó las columnas de opinión, pues solo la utilizó en una ocasión, en la edición posterior al atentado. Se destaca que solo colocó al suceso en su portada en 3 ocasiones durante la investigación y empleó 12 páginas durante el periodo de investigación.
- El diario “Perú21” fue el que menor información brindó al respecto, pues utilizó en 3 ocasiones las columnas de opinión. Sin embargo, si se

compara con la cantidad de herramientas utilizadas, esta representa un gran recurso para el diario. Durante la investigación, se evidenció que colocaron el suceso en 2 portadas y únicamente en la sección “Mundo”, además de brindarle 14 páginas durante el periodo de investigación.

- Se concluye que, a partir de los análisis de las técnicas y herramientas informativas, los diarios le otorgaron distintos niveles de importancia a un mismo suceso que los afectaba directamente, como lo es un atentado a la libertad de expresión. Estos distintos niveles son el resultado de la línea informativa del diario, que prefirió, en algunos casos, dar prioridad a sucesos de entretenimiento o igualarla a otros sucesos.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones obtenidas durante la investigación, se realizan las siguientes recomendaciones:

- El diario “El Comercio” demostró un alto nivel de compromiso con el suceso, sin embargo, la mayor parte de las columnas de opinión mostradas en sus ediciones pertenecen a analistas internacionales, mientras que los nacionales omitieron realizar una comparación entre el contexto del atentado y el peruano, de esta manera el público perdió una perspectiva distinta respecto al manejo de la sátira y el respeto mutuo. Esto se vuelve aún más necesario si se considera que, durante aquel periodo de tiempo, la ironía con la que el entonces ministro del Interior, Daniel Urresti, se expresaba de sus rivales políticos en medios sociales, trazaba un paralelo con la actitud desafiante de los editores de Charlie Hebdo frente al islam.
- El diario “Perú21”, según lo expresado en las conclusiones, fue el diario que menor relevancia le otorgó al suceso debido a la poca cobertura, los titulares ambiguos y la baja calidad de las fotografías empleadas. Los editores del diario deberían destacar los sucesos y contenerlos en distintas áreas, siendo el más importante aquel que utilice la sección principal del diario, pues en el caso del atentado siempre fue abordado en la sección “Mundo”, sin otorgarle relevancia alguna. Se recomienda, además, y basado en la opinión de uno de los analistas, seleccionar

fotografías capaces de desarrollar un contexto para la noticia y complementarse con los titulares. Estos últimos, por su parte, no deben ser ambiguos y deben resumir la noticia, así captará la atención del lector y mantendrá informado al lector ocasional. En el caso de las portadas, las noticias pierden impacto al ser ilustradas con caricaturas, tal y como lo realizó el diario en la primera edición posterior al atentado.

- El diario "Trome" fue el diario que mayor relevancia le otorgó al atentado en su primera edición, sin embargo, esto solo se mantuvo durante el primer día. Una característica destacada del estilo empleado por el diario fue la cantidad de fotografías empleadas durante sus artículos y los pocos recuadros de información adicional. Es recomendable que, para complementar la amplia galería de imágenes, se agregara mayor información en los artículos, pues no todos los miembros del público obtendrán las mismas conclusiones al observar imágenes. También es importante seleccionar la información que se agregará en los elementos anexos, pues esta debe ser importante para el lector y complementar la información.
- Se recomienda al grupo editorial que, al ser los elementos de las categorías miembros de una misma línea editorial, se debe entregar a los lectores la misma cantidad de información, aun si son públicos objetivos distintos, pues, como se ha visto en la investigación, muchos detalles se omiten en algunas ediciones y son retomados en días posteriores sin una introducción previa o continuidad, confundiendo o desinformando al lector que solo consume un solo diario.

FUENTES BIBLIOGRÁFICA

FUENTES BIBLIOGRÁFICA

- Lipman, W., (1922). *La Prensa y la Opinión Pública*. Princeton: Princeton University Press.
- Rjtassi (1922). *Teoría de la Agenda-Setting*. Scribd. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/284445/TEORIA-DE-LA-AGENDA>
- Rodríguez, R (2009). *La agenda de los alumnos en clase, profesores como medios y Agenda-Setting*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3101722>
- De Esteban, J (2009). *La prensa escrita sigue siendo necesaria*. ElMundo.es Recuperado de: <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/07/29/consejoeditorial/1248860225.html>
- ICRC (2015) ¿Qué establece el DIH sobre el terrorismo? Comité Internacional de la Cruz Roja. Recuperado de: <https://www.icrc.org/es/document/que-establece-el-dih-sobre-el-terrorismo>
- RAE (2017) *TERRORISMO*. Diccionario de la Lengua española. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=Zd3L6Oc>
- Bernabeu, J (2016) *Prefiero la prensa escrita*. Diario Información. Recuperado de: <https://www.diarioinformacion.com/opinion/2016/03/01/prefiero-prensa-escrita/1733527.html>
- Díaz, E. (2013) *El análisis de contenido como herramienta de investigación*. Universidad Panamericana EDU. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=dhONbzSupCA>
- Vildoso, C. (2012) *INVESTIGACIÓN: El Análisis del Contenido*. TELDE DUEDE. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=QIJWgB8lit0>
- Martín, R. (2012) *Estadística y metodología de la investigación*. Universidad de Castilla - La Mancha. Recuperado de: https://previa.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/Metodologia%20de%20la%20Investigacion2.pdf

- Díaz, E. (2013) *El análisis de contenido como herramienta de investigación*. Universidad Panamericana EDU. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=dhONbzSupCA>
- Gorraiz, G. (2015) *El Poder y la manipulación de las masas*. Telesur TV. Recuperado de: <https://www.telesurtv.net/opinion/El-Poder-y-la-manipulacion-de-las-masas-20150902-0048.html>
- Ruiz, I. (2015) *Cristalizando la opinión pública, de Edward I. Bernays*. Razón y palabra. University of Málaga. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/32_Ruiz_M75.pdf
- () Recuperado de: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IFjW0aGZ6RQJ:fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/876.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe
- Mora, D. (2013) *TEORÍA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA*. <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.pe>. Recuperado de: <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.pe/2013/03/teoria-de-la-aguja-hipodermica.html#!/2013/03/teoria-de-la-aguja-hipodermica.html>
- Cárdenas, A. (2015) *Agenda-setting 2.0: en las estrategias... pero no de la sociedad civil*. Forbes. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/agenda-setting-2-0-en-las-estrategias-pero-no-de-la-sociedad-civil/>
- Guzmán, L. (2015) *Teoría de la Agenda Setting*. leticiaguzmanuence.wordpress.com. Recuperado de: <https://leticiaguzmanuence.wordpress.com/2011/12/06/teoria-de-la-agenda-setting/>
- Acevedo, J. (2015) *La concentración mediática es la principal amenaza para la libertad de expresión*. revistaideele.com Recuperado de: <https://revistaideele.com/ideele/content/la-concentración-mediática-es-la-principal-amenaza-para-la-libertad-de-expresión>
- Maldonado, P. (2015) *Grupo El Comercio: Un pulpo de los medios de comunicación*. revistaideele.com Recuperado de: <https://revistaideele.com/ideele/content/grupo-el-comercio-un-pulpo-de-los-medios-de-comunicación>
- Sifuentes, M. (2013) *Todo lo que querías saber sobre la concentración de medios y no te atreviste a preguntar*. [Utero.pe](http://utero.pe) Recuperado de: <http://utero.pe/2013/12/30/todo-lo-que-querias-saber-sobre-la-concentracion-de-medios-y-no-te-atreviste-a-preguntar/>
- Caballero, V. (2014) *¿Qué es la concentración de medios?* [Revistaideele.com](http://revistaideele.com) Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=czAd97NWHZQ>

- Garrido Lecca, M. (2013) *Prensa escrita, regulación y concentración de poder*. Revista Themis PUCP. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/251021619/Concentracion-de-Medios>
- Aguilar, J. (2014) *Los Límites del Liberalismo #Concentración de Medios*. Lamula.pe Recuperado de: <https://lamula.pe/2014/01/06/los-limites-del-liberalismo-concentraciondemedios/jaguilarsantur/>
- Mineo, L. (2013) *El Diario Más Vendido en el Mundo de Habla Hispana se Hace en Perú*. ReVista Harvard Review of America. Recuperado de: <https://revista.drclas.harvard.edu/book/el-diario-más-vendido-en-el-mundo-de-habla-hispana-se-hace-en-perú>
- Berger, P. (2008) *Secularization Falsified*. firstthings.com Recuperado de: <https://www.firstthings.com/article/2008/02/secularization-falsified>
- Bukele, A. (2010) *Aclarando la Sura 9 Aleya 5 del Sagrado Corán*. webislam.com Recuperado de: <https://www.webislam.com/articulos/39239-aclarando-la-sura-9-aleya-5-del-sagrado-coran.html>
- Aguirre, M. (2015) *¿Justifica el islam la violencia indiscriminada?* BBC.com Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/11/151127_finde_islam_violencia_terrorismo_ataques_coran_yihadismo_mr
- Meschoulam, M. (2017) *Barcelona: El terrorismo viralizado*. Eluniversal.com Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/mauricio-meschoulam/mundo/barcelona-el-terrorismo-viralizado>
- CDI. (2003) *A Brief History of Terrorism*. CDI.com Recuperado de: https://web.archive.org/web/20120309180945/http://www.cdi.org/program/document.cfm?documentid=1502&programID=39&from_page=../friendlyversion/printversion.cfm
- Segal, A. (2016) *¿Qué es el terrorismo? Una definición cada vez más compleja*. RPP.pe Recuperado de: <https://rpp.pe/mundo/terrorismo/existe-una-definicion-de-terrorismo-noticia-947845>
- RAE (2017) *semanario, ria*. Diccionario de la Lengua española. Recuperado de: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=XVID12R>
- Canga, J. (1994) *El diseño periodístico en prensa diaria*. periodismograficoisec.com Recuperado de: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:dU8LLwLU6O4J:https://periodismograficoisec.files.wordpress.com/2014/08/conceptos-diagramatic3b3n-canga-larequi.doc+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Alarcos, E. (2013) *Lenguaje de los titulares* Academia.edu Recuperado de:
http://www.academia.edu/31356550/Lenguaje_de_los_titulares

Tello, N. (1998) *Periodismo actual: guía para la acción*. Book.google.mx
Recuperado de:
<https://books.google.com.mx/books?id=bNAaYmIW6qIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

ANEXO 1
Matriz de Consistencia

Análisis de contenido sobre los atentados a Charlie Hebdó en los diarios "El Comercio", "Perú 21", "Trome". Enero 2015						
PG	OG	VARIABLE	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
¿Cuál es el contenido de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en los diarios "El Comercio", "Perú 21", "Trome"- enero 2015?	Diferenciar el contenido de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en los diarios "El Comercio", "Perú 21", "Trome". Enero 2015. Con el fin de reconocer la importancia que se otorga a los sucesos internacionales en los diferentes diarios.	Manejo de la información				
¿Cuál es el contenido de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario "El Comercio" enero 2015?	Identificar el contenido de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario "El Comercio". Enero 2015. Con el fin de reconocer la importancia que se otorga a los sucesos internacionales en este diario.		El comercio	- Portadas - Noticia - Imágenes - Titular	Observación	Ficha de observación
¿Cuál es el contenido de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario "Perú 21" - enero 2015?	Identificar el contenido de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario, "Perú 21". Enero 2015. Con el fin de reconocer la importancia que se otorga a los sucesos internacionales en este diario.		Perú 21		Entrevista	Guía de entrevista
¿Cuál es el contenido de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario "Trome" - enero 2015?	Identificar el contenido de la información sobre los atentados a Charlie Hebdó en el diario "Trome". Enero 2015. Con el fin de reconocer la importancia que se otorga a los sucesos internacionales en este diario.		Trome			

ANEXO 2
Ficha de Observación

	Portadas			Noticia					Imágenes			Titular			
	Fotografía	Posición	Tamaño	Tamaño	Número de página	Cantidad de páginas	Género Periodístico	Sección	Tamaño	Mensaje	Posición	Tamaño	Color	Volada/Titular	
Perú 21															
Trome															
El Comercio															

ANEXO 3

Guía de entrevista

Ficha de Entrevista – Manejo de Información

1. ¿Considera que la portada posee un atractivo destinado a captar la atención del receptor (lector)?
2. En caso de existir, ¿Considera que las noticias que rodean al titular le restan importancia al mismo?
3. ¿Cuál considera es la influencia que tiene la ubicación de la noticia en el impacto que esta puede producir?
4. ¿Los elementos anexos otorga información adicional importante a la idea principal o pueden saturar al lector?
5. ¿La(s) imagen(es) proporcionan un refuerzo al lector? ¿Le permiten obtener un contexto?
6. ¿Considera que el tamaño de la fotografía es el adecuado o puede producir un efecto adicional en el receptor?
7. Antes de leer el contenido ¿El titular posee la capacidad para resumir la noticia?
8. ¿Muestra algún sesgo el titular? ¿Incita al espectador a tomar una postura?

ANEXO 4

Validación de instrumentos