

FACULTAD DE COMUNICACIONES
Carrera de **COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

“ANÁLISIS DE LA ESPECTACULARIZACIÓN DE
LA IMAGEN Y CREDIBILIDAD DE LA AUDIENCIA
EN LIMA METROPOLITANA. CASO:
FOTOGRAFÍAS DE PORTADA DEL DIARIO
TROME AL INICIO DE LA CUARENTENA - 2020”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Comunicación y Periodismo

Autor:

David Daniel Chipana Centeno

Asesor:

Mg. Troy Requena Portella

<https://orcid.org/0000-0003-4445-2212>

Lima - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	NORKA DEL PILAR SEGURA CARMONA	41163071
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	JEAN PIERRE DAVIS GALVEZ CASTAÑEDA	45143983
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Michael Helfer Mancilla	41722274
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Reporte de similitud	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
ANÁLISIS DE LA ESPECTACULARIZACIÓN DE LA IMAGEN Y CREDIBILIDAD DE LA AUDIENCIA EN LIMA METROPOLITANA	David Daniel Chipana Centeno
RECUENTO DE PALABRAS	RECUENTO DE CARACTERES
47324 Words	251784 Characters
RECUENTO DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
262 Pages	5.3MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Jul 21, 2023 7:09 PM GMT-5	Jul 21, 2023 7:11 PM GMT-5
● 13% de similitud general	
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos	
<ul style="list-style-type: none">• 12% Base de datos de Internet• Base de datos de Crossref• 8% Base de datos de trabajos entregados• 2% Base de datos de publicaciones• Base de datos de contenido publicado de Crossref	

DEDICATORIA

A pesar de nuestras diferencias, malos encuentros y constantes discusiones, formas parte de este trabajo, querida y odiada depresión.

Y si en algo (o mucho) ayudó la música, las siguientes líneas inspiradas en el gran cantautor peruano Manuel Acosta Ojeda, fueron un buen refugio:

*Y qué importa mañana la condena, si estuvo un rato el
corazón contento...*

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mis abuelos y padres: donde quiera que estén, les envío amor.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO CALIFICADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
TABLA DE CONTENIDO.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN.....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO II:METODOLOGÍA.....	39
CAPÍTULO III:RESULTADOS.....	48
CAPÍTULO IV:DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	178
BIBLIOGRAFÍA.....	191
ANEXOS.....	196

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Códigos asignados a los participantes</i>	40
Tabla 2. <i>Modificación de preguntas para el focus group</i>	41
Tabla 3. <i>Índices de espectacularización de la portada del 16/03/20</i>	49
Tabla 4. <i>Índices de espectacularización de la portada del 17/03/20</i>	51
Tabla 5. <i>Índices de espectacularización de la portada del 18/03/20</i>	53
Tabla 6. <i>Índices de espectacularización de la portada del 19/03/20</i>	55
Tabla 7. <i>Índices de espectacularización de la portada del 20/03/20</i>	57
Tabla 8. <i>Índices de espectacularización de la portada del 21/03/20</i>	59
Tabla 9. <i>Índices de espectacularización de la portada del 22/03/20</i>	61
Tabla 10. <i>Índices de espectacularización de la portada del 23/03/20</i>	63
Tabla 11. <i>Índices de espectacularización de la portada del 24/03/20</i>	65
Tabla 12. <i>Índices de espectacularización de la portada del 25/03/20</i>	67
Tabla 13. <i>Índices de espectacularización de la portada del 26/03/20</i>	69
Tabla 14. <i>Índices de espectacularización de la portada del 27/03/20</i>	71
Tabla 15. <i>Índices de espectacularización de la portada del 28/03/20</i>	73
Tabla 16. <i>Índices de espectacularización de la portada del 29/03/20</i>	75
Tabla 17. <i>Índices de espectacularización de la portada del 30/03/20</i>	77
Tabla 18. <i>Índices de espectacularización de la portada del 31/03/20</i>	79
Tabla 19. <i>Índices de espectacularización de la portada del 01/04/20</i>	81
Tabla 20. <i>Índices de espectacularización de la portada del 02/04/20</i>	83
Tabla 21. <i>Índices de espectacularización de la portada del 03/04/20</i>	85
Tabla 22. <i>Índices de espectacularización de la portada del 04/04/20</i>	87
Tabla 23. <i>Índices de espectacularización de la portada del 05/04/20</i>	89
Tabla 24. <i>Índices de espectacularización de la portada del 06/04/20</i>	92
Tabla 25. <i>Índices de espectacularización de la portada del 07/04/20</i>	94
Tabla 26. <i>Índices de espectacularización de la portada del 08/04/20</i>	96
Tabla 27. <i>Índices de espectacularización de la portada del 09/04/20</i>	98
Tabla 28. <i>Índices de espectacularización de la portada del 10/04/20</i>	100
Tabla 29. <i>Índices de espectacularización de la portada del 11/04/20</i>	102
Tabla 30. <i>Índices de espectacularización de la portada del 12/04/20</i>	104

Tabla 31. <i>Índices de espectacularización de la portada del 13/04/20</i>	106
Tabla 32. <i>Índices de espectacularización de la portada del 14/04/20</i>	108
Tabla 33. <i>Índices de espectacularización de la portada del 15/04/20</i>	111
Tabla 34. <i>Índices de espectacularización de la portada del 16/04/20</i>	114
Tabla 35. <i>Índices de espectacularización de la portada del 17/04/20</i>	117
Tabla 36. <i>Índices de espectacularización de la portada del 18/04/20</i>	119
Tabla 37. <i>Índices de espectacularización de la portada del 19/04/20</i>	121
Tabla 38. <i>Índices de espectacularización de la portada del 20/04/20</i>	123
Tabla 39. <i>Índices de espectacularización de la portada del 21/04/20</i>	125
Tabla 40. <i>Índices de espectacularización de la portada del 22/04/20</i>	127
Tabla 41. <i>Índices de espectacularización de la portada del 23/04/20</i>	130
Tabla 42. <i>Índices de espectacularización de la portada del 24/04/20</i>	133
Tabla 43. <i>Índices de espectacularización de la portada del 25/04/20</i>	135
Tabla 44. <i>Índices de espectacularización de la portada del 26/04/20</i>	137
Tabla 45. <i>Índices de espectacularización de la portada del 27/04/20</i>	139
Tabla 46. <i>Índices de espectacularización de la portada del 28/04/20</i>	142
Tabla 47. <i>Índices de espectacularización de la portada del 29/04/20</i>	144
Tabla 48. <i>Índices de espectacularización de la portada del 30/04/20</i>	146
Tabla 49. <i>Uso de la fotografía en los diarios según el primer focus group</i>	152
Tabla 50. <i>Uso de la fotografía en los diarios según el segundo focus group</i>	152
Tabla 51. <i>Portadas que transmitieron más emociones por sus fotografías</i>	176

Índice de figuras

Figura 1. <i>Carátula del libro de Marios Vargas Llosa</i>	12
Figura 2. <i>Índices de espectacularización más usados en las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena</i>	148
Figura 3. <i>Jerarquización de los índices más usados en las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena</i>	149
Figura 4. <i>Identificación de una fotografía falsa según los grupos focales</i>	154
Figura 5. <i>Jerarquización de las características más llamativas de las cuatro portadas</i>	157
Figura 6. <i>Etapas que crean conciencia en las fotografías de las cuatro portadas según los participantes</i>	162
Figura 7. <i>Niveles de confiabilidad en las fotografías de las cuatro portadas analizadas</i>	169
Figura 8. <i>Niveles de validez en las fotografías de las cuatro portadas analizadas</i>	175
Figura 9. <i>Proceso de filtración según la teoría Gatekeeper</i>	182

RESUMEN

La presente investigación se ha realizado con el objetivo de analizar la influencia que tiene la espectacularización de la imagen en la credibilidad de la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena. Para ello, se trabajó con dos muestras: (1) 46 portadas del diario Trome que fueron analizadas mediante el instrumento de ficha de recolección de datos, la cual fue adaptada en base al trabajo de investigación llevado a cabo por estudiosos de la espectacularización como el Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona Nel·lo Pellisser Rossell y el doctor con una tesis sobre propaganda y publicidad comercial en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, Antonio Pineda Cachero; (2) 12 lectores del diario Trome de quienes, mediante la técnica del *focus group*, se pudo conocer la validez y confiabilidad que brindan (o no) a las fotografías de cuatro portadas representativas del diario mencionado en el contexto establecido. Los resultados evidenciaron que las 46 portadas analizadas presentan índices de espectacularización y los lectores brindan altos niveles de validez y confiabilidad a las fotografías de dichas portadas. Por tanto, se concluyó que la espectacularización de la imagen influye directamente en la credibilidad de la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena, por mostrar lo que los lectores consideran la “realidad”, convirtiendo a la exageración en un valor agregado para tomar conciencia sobre un hecho noticioso.

PALABRAS CLAVES: Espectacularización, infoentretenimiento, credibilidad, Trome.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

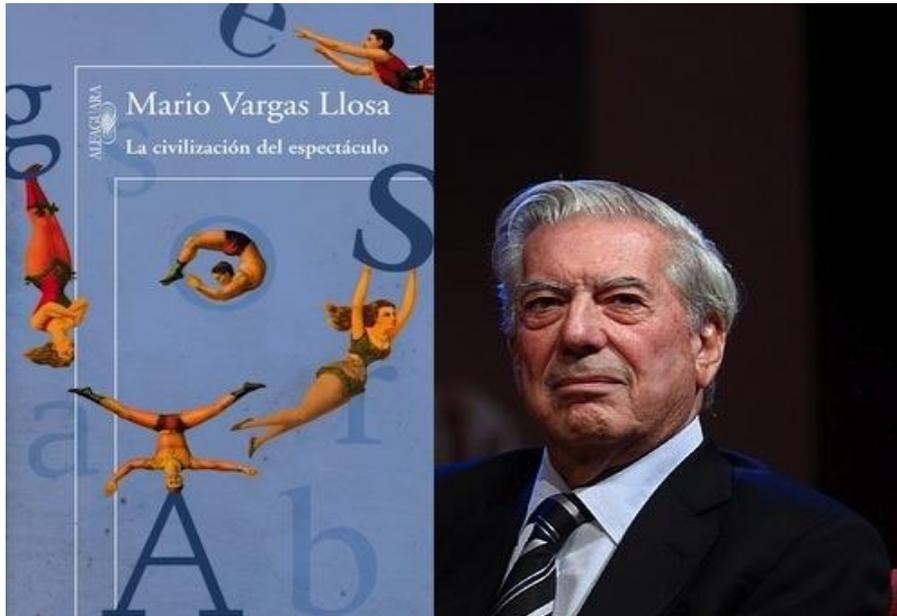
La espectacularización, según la periodista y profesora de la Facultad de Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, Ferré Pavia y la dominicana Montero Vargas, investigadora y consultora en Comunicación Estratégica (2017), es un criterio que irrumpió en la construcción de la noticia debido a sus componentes dramatizados y de conflicto. Entonces, la información espectacularizada (textual o visual) busca, constantemente, índices que emocionen o conmuevan al espectador.

Estas trazas se imprimen en la información que interpreta la realidad, y que establece la función fundacional del periodismo. El modelo espectacularizado en los medios es el que en el periodismo coloca amarillismo, superficialidad, frivolidad, chisme, escándalo, conflicto y drama. (Montero & Ferré, pág. 36).

El escritor peruano Mario Vargas Llosa, en su libro *La civilización del espectáculo*, reflexiona sobre ello, lamentando que la diversión ha tomado la delantera en la tabla de valores de la sociedad. “Lo anterior nos recuerda las palabras de Jacques Rancière, cuando se refiere a que la enfermedad del hombre espectador se puede resumir en: Cuanto más contempla, menos es”. (Cisternas, 2013, pág. 256).

Figura 1

Carátula del libro de Mario Vargas Llosa (2012)



Nota: Tomado de Comunicultura – Wordpress.com

Si se habla de espectacularización, no puede faltar el libro *La sociedad del espectáculo*, escrito por el filósofo y escritor francés Guy Ernest Debord, donde expresa que todo lo vivido, dentro del espectáculo, se aparta en una representación. “El espectáculo en general, como inversión concreta de la vida, es el movimiento autónomo de lo no-viviente” (1967).

El neologismo “espectacularizar”, para la Fundación Fundéu (2020), buscador urgente de datos asesorado por la Real Academia Española, es un verbo válido que indica que una acción pasa a ser espectacular o se convierte en un espectáculo. Si a este verbo se le añade el sufijo -ción, el cual forma sustantivos que expresan acción y efecto, reflejan la voz de “espectacularización”, también válida.

Ahora bien, la fotografía periodística transmite emociones –sin necesidad de ser manipuladas o personalizadas-, y su presencia en los diarios impresos o digitales es indiscutible. Aunque no hay muchas investigaciones que relacionen a la fotografía

periodística con la espectacularización -es más, esta última suele ser primordial en estudios televisivos-, se debe entender que el poder comunicador de la imagen fotográfica “es incuestionable y la capacidad de lectura de esas imágenes, por parte de la opinión pública, va más allá que otros sistemas de comunicación, ya que nos habla de una amplia capacidad de interpretación subjetiva”. (Torres Romay, 2006).

El problema, entonces, ocurre en la selección de las fotografías que se plasman en las portadas y esa intención de dramatizar o hacer un espectáculo de la crisis que se vive, por ejemplo, sobre la covid-19. Varela Gadea, doctora en Filosofía, Área de Estética y Teoría del Arte por la Universidad de Salamanca, y Porciúncula Brune, fotoperiodista y docente de la Universidad Católica del Uruguay, en su artículo de investigación *Estética de cercanía, un lazo entre el fotoperiodismo y la representación de la realidad*, indican que este género periodístico es un espacio crítico y que resulta significativa en las coberturas noticiosas, por ello, su tratamiento “debería” ser trabajado de la manera más ética posible:

Gran parte del acceso a la realidad local y planetaria se produce a través de los medios, lo que convierte a la imagen periodística en un potente espacio de mediaciones simbólicas en lo que respecta a las coordenadas de lo real. (2016, pág. 23).

El licenciado en Periodismo, Langle Briceño (2016), comenta también que, “la trascendencia de la fotografía como documento y herramienta psicosocial la transformaron en el recurso oportuno para valorar y sugerir opinión pública” (pág. 23). Y es que el archivo visual-conceptual del medio cumple un rol importante: generar un pensamiento crítico en la audiencia sobre la coyuntura que atraviesa un país.

A través del tiempo, los parámetros periodísticos en los diarios populares han sido señalados por hacer de la noticia una idea errónea de la realidad; pero, “más que observar artículos especializados o aquellos dedicados al debate de coyunturas sociopolíticas, el lector se inclinó más por la noticia cotidiana, simple y melodramática”. (Mejía Chiang, 2004, pág. 3).

Y en la actualidad, los medios tradicionales o digitales buscan, en su mayoría, generar impacto de forma “espectacular” sin importar la alteración del contenido informativo. Para el español especializado en Fotografía y Arte por la Universidad Politécnica de Valencia, Doménech Fabregat (2013), tal suceso solo quiebra el contrato de confianza entre el trabajo del fotoperiodista y su público, el cual es “tan necesario para que esta categoría de imágenes periodísticas funcione en su contexto informativo” (pág. 116).

La doctora en Comunicación Audiovisual y licenciada en Periodismo, Blanco Ruíz (2008), expresa en el contexto del fotoperiodismo, que una fotografía cumple su función informativa si presenta técnicas visuales como equilibrio, simetría, regularidad, simplicidad, economía, predictibilidad, pasividad, realismo y/o agudeza. “Mientras que habría intencionalidad de provocar emociones en el lector si es: inestable, asimétrica, irregular, compleja, profusa, espontánea, activa, distorsionada y/o difusa” (pág. 266).

Cabe resaltar que, en el artículo de investigación titulado *Análisis de los contenidos de índices impresos de la portada de diario Correo edición región Puno 2012*, “las fotografías son el elemento impreso que más llama la atención de los lectores, más aún si se encuentran en la página principal, por lo que se convierten en un aspecto fundamental para incrementar o disminuir la atención del lector”. (Peñarrieta Bedoya, Rodríguez Rocha, & Ramos Condori, 2014, pág. 63).

De esa forma, la credibilidad guarda relación con la percepción independiente y neutral que existe frente a la noticia ofrecida, es decir, algo que merece o puede ser creído. Y ante esta situación, ¿qué pasaría si existiese un gran nivel de credibilidad en las fotografías de portada que difunden los diarios sensacionalistas? “Si la opinión pública no está muy bien informada, mal podrá opinar y menos decidir auténticamente sobre los asuntos de interés público”. (Morales Castillo, 2000, pág. 131).

Por ello, cualquier hecho noticiable debe buscar la representación de la realidad sin ser trastocada. Anuar Saad, periodista y profesor en la Universidad Autónoma del Caribe de Colombia, en su trabajo *El sensacionalismo o la "insurrección" de las masas* (2012), explica que el problema central de la proliferación de imágenes exageradas, editadas o dramatizadas, se da por la falta de mediación del periodista o del medio de comunicación.

La puesta en circulación de estas imágenes hace uso de tres discursos principalmente: el de la autenticidad, el de la neutralidad y el de la objetividad, todos ellos violados en la loca carrera por destacar en forma desproporcionada una información determinada (pág. 5).

Y en el Perú, la comunicadora Dávila Benavente (2017), evidencia que la población enfoca, mayoritariamente, su atención en un solo diario: Trome. “Este es un medio de comunicación escrita, cuya marca está posicionada dentro de los *Top of Mind* (Ipsos, 2016). Además, posee más del cincuenta y dos por ciento, es decir aproximadamente 3’902 lectores a la semana en Lima Metropolitana” (pág. 11).

Cabe agregar que el 16 de marzo de 2020, el expresidente de la República, Martín Vizcarra, anunció la instauración del estado de emergencia a nivel nacional para prevenir la covid-19, donde los medios de comunicación, específicamente la prensa escrita y/o digital,

no dejaron de laborar, difundiendo los hechos noticiables durante la cuarentena establecida. Por lo que se hace relevante estudiar y analizar índices espectaculares en las portadas del diario con mayor lectoría en el Perú y su credibilidad en el contexto mencionado.

Pues bien, si la espectacularización de la imagen –la fotografía en este caso-, influyera en la credibilidad, se estaría ante un problema ya mencionado por el escritor y catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, Imbert Gérard (2004), quien redacta que el espectáculo refleja más una crisis de la realidad; las cuales afectan la condición del sujeto, produciendo una “desrealización de lo real”, con una tendencia a la auto referencialidad, obviamente, descontextualizada, exagerada (pág. 76).

Antecedentes

Desde la perspectiva de los comunicadores nicaragüenses Orozco Alvarado y Díaz Pérez (2018), los antecedentes o también denominados “estados de la cuestión” son estudios previos que se realizaron en base al asunto de análisis, gracias a ello, se genera un conjunto de facilidades como ampliar las ideas previas sobre la problemática del tema y así proporcionar una mayor información para encaminar qué es lo que se analizará y cómo será desarrollada.

Además, se resalta la importancia de una revisión actualizada de la bibliografía direccionada a la cuestión de la investigación, por lo que se obtendrán hallazgos preliminares, nacionales y/o extranjeros. “Reafirmando lo anterior, el contenido de los antecedentes de la investigación debe estar indispensablemente relacionado con el campo de conocimiento que se investiga, dicho de otra manera, deben estar vinculados con las variables o categorías del estudio”. (Orozco Alvarado & Díaz Pérez).

Antecedentes internacionales

A nivel internacional, en el trabajo de Fin de Grado de **Medina Manzano** (2016), titulado, *El conflicto entre el interés público y el sensacionalismo en las redacciones de El País, El Mundo y La Vanguardia. Caso del niño sirio, Aylan Kurdi*, de la Facultad de Filosofía y Letras, Grado en Periodismo, se utilizaron las técnicas de entrevista semiestructurada para obtener la información de los sujetos implicados y análisis de contenido para estudiar las diferentes portadas que se hicieron públicas con relación al tema planteado. Cabe resaltar que, las personas entrevistadas debían responder al cargo de jefe de fotografía o formar parte de la directiva del medio, con la condición que participasen de forma activa en los Consejos de Redacción y la toma de decisiones.

El objetivo principal de este estudio, presentado por Medina, fue analizar motivaciones y argumentos que influyeron en la decisión de publicar la imagen del menor Aylan Kurdi como portada en los diarios *El País, La Vanguardia y El Mundo*. Este trabajo de investigación concluye que el motivo principal que suscitó la publicación de la imagen de Aylan Kurdi (menor de edad), fue el deseo de los medios de concienciar a la opinión pública sobre el drama de los refugiados.

De acuerdo con la autora, la competencia en los medios hace que, justamente, la información se presente de maneras ilimitadas tan solo para capturar la atención de la audiencia o lector, y la fotografía es una de las principales formas de vender una noticia:

Es una máxima generalmente admitida que “una imagen vale más que mil palabras”. Este aforismo tiene especial significado en el caso de los medios de comunicación. Se ha demostrado empíricamente que la mayoría de sus publicaciones generan más visitas si incorporan imágenes impactantes. (Medina Manzano, 2016, pág. 18).

La investigación titulada, *La espectacularización de la información: lenguaje narrativo y prosumidores*, redactada por **Mori Cureses** (2020), evidencia un enfoque cualitativo con un nivel de investigación descriptivo, ya que la autora realizó un vaciado de contenidos de 31 programas informativos de cuatro cadenas televisivas españolas (*Televisión Española, Antena 3, Telecinco y La Sexta*) con el objetivo de (1) conocer hasta qué punto la espectacularización se transforma en información y (2) cuáles son los índices principales que enfatizan dicha manera de espectacularizar en los informativos generalistas de España. Así mismo, se decidió analizar las redes sociales *Twitter* e *Instagram* que manejan las cadenas televisivas seleccionadas para establecer el perfil de los prosumidores (consumidores que también producen) y si son fácilmente identificables entre los demás usuarios.

Mori Cureses concluye que, el universo mediático en la actualidad ha cambiado y desdibujado el modelo de comunicación tradicional, lo que ha creado un concepto erróneo del periodismo y los medios de comunicación. “La espectacularización, el sensacionalismo, el dramatismo o la falsa representación de la realidad es una de las características que se encuentra en auge en los contenidos informativos” (pág. 34).

Además, Mori menciona que la audiencia es creativa y tiene un amplio campo de información para difundir o modificar las noticias mediante sus redes sociales, provocando (en la mayoría de los casos) *fake news* que entorpecen el proceso comunicativo y significan un peligro para el periodismo.

Ramírez Alvarado, Pérez Daza, & Mancinas Chávez (2022), en su trabajo de investigación, *Fotoperiodismo en Venezuela: de “El Porteñazo” a las protestas y las caras del hambre*, presentan un enfoque cualitativo donde incorporan una matriz de análisis de la

imagen fija (tabla de identificación con información general sobre autoría, contextualización política, social y cultural, identificación del autor de la imagen e identificación de referentes de la imagen) para el estudio general de las series fotográficas que refieren a Venezuela y que han recibido reconocimiento internacional en los premios *World Press Photo* y *Pulitzer* (prestigioso concurso anual de fotoperiodismo).

El objetivo general es indagar en el valor fotoperiodístico para documentar la realidad a través del estudio sociocultural que existe dentro del escenario venezolano. La muestra fue direccionada a las fotografías que recibieron reconocimiento internacional en los premios *World Press Photo* y *Pulitzer* y que tienen parámetros comunes como imágenes llevadas a cabo por fotógrafos venezolanos o radicados en el mencionado país. Uno de los valores, fundamentan los autores de la presente revisión sistemática, que desarrolla la fotografía de prensa es la imagen como denuncia, aquella proximidad a la realidad y los matices que contextualizan un acontecimiento noticioso.

Esta investigación tuvo como conclusión que las fotografías periodísticas estudiadas aportan a la construcción e interpretación de sucesos significativos para la sociedad en cualquiera de sus ámbitos: político, económico, cultural, social, salud, etc. Por ello la importancia y responsabilidad del fotoperiodista para capturar y el medio de difundir algún hecho de relevancia histórica. “En tal sentido, en Venezuela la fotografía ha sido pieza clave y factor determinante en la conformación de ideas y conceptos sobre los temas de la agenda mediática y comunicacional. Las fotografías analizadas así lo constatan” (pág. 24).

Antecedentes Nacionales

A nivel nacional, la investigación de **Bernaola Meza** (2019), *Análisis de contenido de la portada del diario el Trome en lectores limeños entre las edades 20 a 40 años*, para

obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación, tuvo como objetivo general analizar y evaluar los niveles de impacto que generan las portadas del diario Trome en lectores de 20 a 40 años de edad a través del uso del lenguaje, titulares y fotografías seleccionadas en la presentación. La evaluación fue realizada por medio de una encuesta personal de 100 preguntas. Así mismo, la muestra utilizada fue no probabilística por conveniencia (elección del investigador de acuerdo a la accesibilidad de la información que requiere). Dicha muestra estuvo conformada por 100 personas, entre hombres y mujeres de 20 a 40 años de edad que vivan en distritos de Lima Metropolitana.

Bernaola Meza, realizó un trabajo de campo utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, los mismos que permitieron comprobar que los contenidos fotográficos del diario Trome fomentan, principalmente, emociones a través de la violencia o la cosificación (convertir en cosa a alguien o algo) de la mujer.

Gracias a los datos analizados, Bernaola confirma que el diario Trome busca más el escándalo que la “sangre”, enviando las notas rojas o de crímenes en las páginas interiores. Sin embargo, se observan en sus portadas fotografías con un alto nivel de violencia para generar el morbo en los lectores:

Las imágenes que se muestran en el diario Trome son sensacionalistas, ya que fomentan el morbo y buscan crear aceptación de sus lectores a través de emociones, sensaciones o sentimientos positivos o negativos. El afán principal es vender y mantener el récord número uno en ventas en el país. (2019, pág. 44).

En esta investigación se concluye entonces que, las portadas del diario Trome son llamativas por el lenguaje inapropiado que usa, los titulares de corte popular y sus fotografías con cargas emotivas que seducen a su público, en su mayoría, del sector B y C.

La tesis de **Dávila Benavente** (2017), titulada *Análisis del tratamiento periodístico de las portadas del diario “Trome” publicado en Lima Metropolitana entre enero y abril del 2017*, para obtener el título profesional de licenciada en Ciencias de la Comunicación, presenta un enfoque cualitativo con un nivel de investigación hermenéutico que permite al investigador interpretar todas las informaciones connotativas y denotativas del objeto de estudio y posee un diseño no experimental, ya que, se observan situaciones existentes. El objetivo general de este estudio fue describir y analizar el tratamiento periodístico de las portadas del diario Trome, publicadas en Lima Metropolitana, de enero a abril del 2017.

En este trabajo se menciona que la rapidez y el entretenimiento han hecho que el diario Trome disminuya su misión informativa e investigativa. Respecto a las fotografías que se publicaron en las portadas del diario mencionado, de acuerdo al tiempo limitado por el investigador, la mayoría de las imágenes son retocadas, recortadas y saturadas, haciendo del caso del Niño Costero (tema abordado en la investigación), un acontecimiento que entretiene:

El estudio concluye que el tratamiento periodístico de las 120 portadas del diario Trome, publicadas en Lima Metropolitana, de enero a abril de 2017; es subjetivo y dependiente, ya que, exagera las noticias presentadas y omite de la información publicada los problemas del caso Odebrecht vinculados a Graña y Montero, accionista del grupo “El Comercio”. Además, aún se mantiene en agenda principal el entretenimiento y morbo del lector (farándula, deporte y policiales), lo cual supera mayoritariamente al alto índice de conciencia que debería formar el periódico bandera de la ciudad (pág. 46).

Otro antecedente nacional fue escrito por **Martínez García** (2019), titulado *Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía*, un artículo de investigación publicado en el diario *Los Angeles Time*, referido a la Segunda Guerra del Golfo de 2003. Este trabajo tuvo como objetivo general conocer de qué manera la manipulación fotográfica se relaciona con la credibilidad del medio periodístico.

Para ello, se aplicó la técnica de la encuesta a 25 alumnos de la carrera profesional de fotografía del Instituto Centro de la Imagen (Lima, Perú) y 25 estudiantes de la carrera de Dirección de Arte de la *Miami Ad School* (Nueva York, Estados Unidos). El diseño de investigación utilizado fue no experimental de corte transversal (datos se tomaron en una sola ocasión - 2017), además el tipo de investigación fue de carácter aplicativo, pues se usaron conocimientos ya existentes como teorías, enfoques y principios en las dos variables usadas: manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico. Por último, el nivel de investigación fue descriptivo y así conocer las características más llamativas de cada variable.

Los resultados obtenidos permitieron conocer la siguiente conclusión:

Se determina que la manipulación fotográfica se relaciona de manera significativa con la credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario *Los Angeles Times*, referida a la Segunda Guerra del Golfo (2003), según las afirmaciones dadas por parte de los alumnos de la carrera de fotografía del Instituto Centro de la Imagen (Lima, Perú) y de los alumnos de Dirección de Arte del *Miami Ad School* (Nueva York, Estados Unidos) (pág. 123).

Con ello se comprueba que estudiantes de fotografía no están familiarizados con conceptos claves del fotoperiodismo, dando a entender que, si ellos no pueden identificar manipulaciones en las fotografías publicadas en los medios, la audiencia menos podría hacerlo. “Dicho escenario da pie a ambigüedades en la interpretación de la labor periodística y, en consecuencia, fomenta la generación de faltas éticas a causa del desconocimiento de las mismas” (pág. 123).

Bases teóricas

Es importante dar a conocer definiciones de términos que forman parte de la presente investigación y de tal manera brindar mayor fuerza argumentativa al estudio.

Portada

La portada de un periódico acaparará toda la atención del lector, influyendo en su decisión de compra. Contiene la identificación y en ello se ve resumido los “mejores artículos” que están empleados en el interior de este. El semiólogo y sociólogo argentino Eliseo Verón (1969) sostiene que en un periódico impreso existen tres series:

- Serie visual lingüística (titulares)
- Serie visual para lingüística (textos)
- Serie visual no lingüística (imágenes)

Estos índices se encuentran distribuidos estratégicamente en la primera página de acuerdo con su importancia. Así mismo, la licenciada en Ciencias de la Comunicación, Bernaola Meza (2019), menciona algunas líneas básicas que se establecen en las portadas, principalmente, de los diarios de corte popular:

- Garantiza contenidos relacionados con la violencia y el sexo.

- Las fotografías como el resto de los gráficos serán los protagonistas de las páginas, el texto jugará un rol complementario.
- El color rojo será el más usado, no solo por la sangre, sino por su uso frecuente en titulares, que logran así un mayor impacto en los lectores.
- El texto escrito es muy cercano al lenguaje popular (pág. 44).

Prensa popular

Es toda aquella publicación de circulación periódica que hace uso de la jerga o replana nacida del encuentro lingüístico ciudadano o criollo y andino, serrano. “Uno de los cargos más serios sobre esa prensa es, precisamente, haberse apartado del uso de la lengua común prefiriendo la replana o jerga de los delincuentes” expresa el periodista y docente cajamarquino Quirós Sanchez (2015).

También, se caracteriza por su estilo vulgar de explotación de imágenes, usando siluetas del sexo femenino, personajes públicos, escándalos, etcétera, como noticias de interés humano. “En los diarios populares, priman los primeros planos en las imágenes, como si se buscara centrar lo visual en los protagonistas antes que en el contexto general de la imagen en cuestión” (Bernaola Meza, 2019, pág. 14).

Imagen

El concepto de la imagen se basa en la representación visual que manifiesta la apariencia de un objeto real o imaginario. Y el licenciado y magíster en Historia, Castillo Parra (2010), así también lo define, manifestando que “la imagen es reflejo de un objeto ausente, fantasía y realidad, producto individual y social, concreto y abstracto, expresión del pasado, presente y futuro” (pág. 69).

Las imágenes cumplen diferentes funciones, entre las más importantes están:

- Función informativa: su intención es transmitir hechos.

- **Función documental:** es una imagen descriptiva, muestra detalles de un hecho.
- **Función exhortativa:** la intención es convencer o seducir, invita a comprar o consumir algún producto.
- **Función emotiva:** se intenta transmitir sentimientos, la realidad es distorsionada y exagerada.
- **Función estética:** se le da gran importancia al valor estético logrado desde la composición.
- **Función simbólica:** la imagen del objeto o persona simboliza una representación negativa o positiva dentro de un contexto determinado.
- **Función humorística:** imágenes con intención de burla en su presentación.

Además, cumple una función de relación, ya que es una mediación efectiva al momento de comunicarse simbólicamente. El escritor Guy Gauthier (1996), sostiene que antes de analizar lo que hay en una imagen, y los índices que la componen, se debe estudiar aquello que está detrás de dicha representación figurativa: lo oculto.

Fotografía

Deriva del griego foto: luz y grafía: escritura, dándole significado a escribir o dibujar mediante la luz. El término de fotografía resume el proceso de elaboración de la imagen como al conjunto de capturas obtenidas.

Las fotografías parecen haber congelado un instante de nuestra visión, almacenándolo para que podamos disfrutar de una experiencia diferida, repitiendo ese momento de observación. Se trata de lo que se ha definido como el carácter mecánico de la fotografía, su capacidad de captar la luz

tal y como es, de congelar ese momento visual de forma fidedigna.
(Munarriz Ortiz, 1999, pág. 120).

De acuerdo con sus pretensiones y la naturaleza del objeto que es fotografiado, se pueden clasificar los siguientes tipos de fotografía:

- Fotografía publicitaria, la cual sirve de publicidad o promoción a los productos de consumo.
- Fotografía de moda, que hace énfasis en la manera de vestir o lucir.
- Fotografía paisajística, aquella que se realiza para exhibir la naturaleza y su plenitud
- Fotografía científica, muestra comúnmente aquello que es difícil de observar a simple vista.
- Fotografía artística, aquella que persigue fines estéticos.
- Fotografía periodística, la cual se hace con fines informativos, con el objetivo de compartir un mensaje noticioso mediante la imagen.

Fotoperiodismo

O también denominado periodismo gráfico, refleja los hechos tal y como son y a los personajes tal y como actúan. Y aunque el reportero gráfico sea quien elija el ángulo, la narrativa visual, perspectiva y composición -la estética de la imagen-, es el espectador quien contempla el retrato y a partir de ello, tiene una posición y conclusión sobre un caso de coyuntura nacional o internacional. “El fotoperiodismo, un género vinculado con temas tan importantes como el poder, la censura y la opinión pública” (Del Castillo Troncoso, 2015, pág. 230).

Así mismo, Paez Alejandra, en su investigación titulada *El Fotoperiodismo como fuente de la Memoria Colectiva*, reflexiona e indica que, “en el contexto

periodístico la fotografía ha sido un elemento esencial para registrar los eventos de manera gráfica y brindar más información a las personas que siguen un evento actual o desean revisar otros eventos históricos” (2019, pág. 6).

Para calificar a una fotografía dentro del género periodístico, debe contar con las siguientes características:

- Actualidad: época o tiempo presente.
- Objetividad: hace juicio de valor a los hechos y a la lógica, más no a los propios sentimientos o sensaciones.
- Narrativa: que sea comprensible para los espectadores.
- Estética: debe primar el rigor de la fotografía como encuadre, plano, ángulo, luz, fondo y forma, etcétera.

Espectáculo

Las doctoras en Comunicación, Luzón Virginia & Ferrer, Iliana (2008), exponen que la información se convierte en espectáculo cuando aplica de manera individual o mezclada alguno de los siguientes parámetros: imagen impacto, estructura dramatizada del discurso o hibridación de contenidos (págs. 139,140).

Además, el periodista y ensayista colombiano, Rincón Omar, en su investigación *Pensar el entretenimiento: discursos y mutaciones de la cultura del espectáculo*, sustenta que la sociedad vive en un ambiente que ya no distingue lo que es cultura, ni lo que se debe defender o preservar:

Los argumentos para criticar a la forma entretenimiento y su interpelación espectacular son muchos, pero se pueden organizar en tres: las masas, el gusto frívolo y el hombre banal (2017, pág. 38).

Juan Gargurevich, periodista y docente universitario, en su libro *La prensa sensacionalista en el Perú*, señala al espectáculo como base del sensacionalismo, por ello, Reaño Hurtado (2016), cita:

El gran recopilador de la historia del sensacionalismo en el Perú, Juan Gargurevich sostiene que el efecto espectacular se obtiene mediante el impacto y la imprevisibilidad, las cuales conforman las bases del sensacionalismo (pág. 19).

El espectáculo es, entonces, una práctica del entretenimiento que se rige en dramatizar un suceso y seducir a quien la contempla, de forma que transmita emociones sin importar el desvío de la realidad. Guy Debord (1967), afirma también que la espectacularización no es un conjunto de imágenes, sino, una relación social entre las personas mediatizadas por dichas imágenes. O sea, el espectáculo en la sociedad corresponde a una fabricación concreta de la alienación.

Espectacularización

Uso de índices dramáticos o personalizados (según la intencionalidad del emisor) para informar a la audiencia. Según la doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad Autónoma de Barcelona, Pereira Fontes (2014), “se caracteriza por la utilización de recursos en la forma y fondo que apelen a las emociones y a los sentidos, privilegiando la personalización, la dramatización y la fragmentación en la cobertura de los acontecimientos” (pág. 27).

Así mismo, se pretende cuantificar la tendencia de espectacularización mediante recursos conceptuales, por ello, se ha operado con una serie de índices de espectacularización recopilados del estudio de Rossell & Pineda (2014), los cuales servirán luego para categorizarlos en una matriz direccionada a fotografías. “Los

índices de espectacularización se han obtenido de autores como Bourdieu (cfr.1997: 25), Ramonet (cfr. 1998: 91, 95), Díaz Nosty (cfr. 2006: 21-24), Ortells Badenes (cfr. 2009), León (cfr. 2010: 23), y Bernardo y Pellisser (cfr. 2010: 38)” (pág. 827). Los cuales son:

- Contenidos de *soft news*: noticias blandas relacionadas al entretenimiento, como la vida de los famosos, la delincuencia, corrupción y el crimen (por encima de los asuntos políticos, cívicos y públicos).
- Búsqueda de la parte más “humana” de la información (por encima del interés público).
- Personalización de los temas (por encima de la consideración estructural o abstracta de los mismos).
- Sensacionalismo (por encima del juicio calibrado).
- Escándalo (sentimiento ante una conducta desvergonzada).
- Vida social y mundo de la farándula
- Banalización y trivialidad (por encima de lo relevante).
- Lo anecdótico (por encima de lo prioritario y sustancial).
- Superficialidad (por encima de la profundidad en el tratamiento temático).
- Emoción y sentimentalismo (por encima de la racionalidad).
- Dramatización, exageración de la gravedad de los acontecimientos y acentuación de los aspectos trágicos
- Búsqueda de la acción (violencia, sufrimiento), por encima de ideas o explicaciones.

- Presencia o mención de imágenes espectaculares (incendios, disturbios, violencia callejera, catástrofes, guerras).
- Sucesos.

Rossell & Pineda definen a la espectacularización como elemento clave tanto para juzgar la producción mediática como para garantizar el éxito y rentabilidad de dicha producción, las cuales se manifiestan en formatos o contenidos que generan los medios de comunicación. “La tendencia a la espectacularización se manifiesta a través de distintos indicadores; fundamentalmente, y en el caso de los informativos, mediante el recurso a la personalización (el indicio más importante de todos), la dramatización, el sentimentalismo y el sensacionalismo” (pág. 836).

Audiencia

La definición de audiencia se basa en el público espectador de lo que difunden los medios de comunicación. Los investigadores Carpaño, Hernández, & Sánchez en su investigación *La Utilización del Sensacionalismo en los Noticieros Televisivos Salvadoreños con Énfasis en Código 21*, identifican, justamente, el concepto de audiencia:

Audiencia, es el término utilizado para describir e identificar a los diferentes tipos de individuos a los que es posible hacer llegar el mensaje de una persona, grupo o medio de comunicación. Estas audiencias pueden ser delimitadas por varias características, como los son el sexo de los individuos, la edad, su condición económica, su afinidad política, entre otras. (2014, pág. 28).

Credibilidad

Concepto que las personas utilizan para decidir si creen o no sobre algún acontecimiento, debido a que no son testigos directos, sino espectadores. En su aplicación, se refugian en fuentes, canales o plataformas que difundan información.

La credibilidad va de la mano con la verdad solo si no se ha visto perjudicada en acusaciones que la contradigan o sospechas que la refuten: a medida que un suceso presente incoherencias, el nivel de credibilidad disminuirá. Como mencionan los investigadores Calvo Porral, Martínez Fernández, & Juanatey Boga (2014), la credibilidad es un criterio esencial en la selección de un medio.

De acuerdo con los mencionados, un medio de comunicación posee credibilidad si su contenido y sus mensajes son considerados válidos y de confianza. Por tanto, su credibilidad se refiere a su buen hacer en términos de confiabilidad desde el punto de vista de los consumidores.

- Validez: referencia a un contenido lógico y coherente que lo hace justificable.

Para el investigador y docente argentino, Samaja Toro (2004), el término "validez" es un término genérico:

En efecto el término, se aplica genéricamente a un cierto hecho para significar que él es congruente con las normas y finalidades del sistema en el que pretende estar incluido. Decir que "este concepto es válido" o "este dato es un dato válido" significa, entonces, que es posible mostrar que puede formar parte del sistema conceptual (de la teoría científica) o del sistema operacional (pág. 220).

- Confiabilidad: es la capacidad de un ítem de desempeñar una función requerida en condiciones establecidas durante un período de tiempo

determinado. Por ende, es la probabilidad de que una cosa funcione bien, según la percepción del individuo. En el artículo de investigación *Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach* (2010), se plantea el siguiente ejemplo:

En una pareja uno de los dos puede considerar altamente confiable al otro, en el sentido de la puntualidad, porque generalmente llega a las citas a la hora convenida. Vale comentar, que en esta situación un solo encuentro con retardo, aunque sea el primero de los encuentros, no permite estimar la confiabilidad. (Quero Virla, pág. 248).

En síntesis, para Faria Battle, director del Informe Anual de la Profesión Periodística 2008, la credibilidad se trata de “una cualidad que indica el grado de confianza en la veracidad que la audiencia atribuye al medio, a sus informaciones o al periodista” (2008, pág. 113). Por ende, es fruto de un proceso de percepción social o atribución cognitiva (relacionado al conocimiento).

Teorías tratadas en la presente investigación

Sociología de la producción de mensajes

En el trabajo de Lozano Rendón (1996), investigador en el área de estudios latinoamericanos de medios, se evidencia que este enfoque tiene como finalidad primordial estudiar las condicionantes que influyen en la producción de los mensajes elaborados por los medios y la decisión de seleccionar qué contenidos deben ser difundidos.

Dentro de esta teoría existe un sujeto denominado *Gatekeeper* (término acuñado por el psicólogo y filósofo Kurt Lewin en 1947), el cual está encargado en filtrar las noticias y decidir cuáles se deben publicar y cuáles no.

La pregunta clave que se formula esta perspectiva, según Shoemaker y Reese (1991:1) es: “¿Qué factores, desde adentro y desde afuera de las organizaciones de medios, afectan el contenido de los mensajes?” Entre esos factores, los investigadores de esta tendencia analizan las actitudes personales y orientaciones de los comunicadores, los valores profesionales, las políticas corporativas de las organizaciones de medios, la propiedad y el control de los mismos, los condicionantes derivados del sistema económico y las influencias ideológicas del sistema social global (pág. 58).

Lozano también cita al sociólogo y ensayista italiano Mauro Wolf (1987), quien denomina a esta teoría como *Newsmaking* o producción de noticias, en la cual identifica dos corrientes. La primera relacionada a la sociología de las profesiones que estudia básicamente el rol de los emisores desde sus características sociológicas. La segunda se direcciona a la lógica de los procesos con las que se elabora la comunicación de masas y el tipo de organización de labores en las que se desarrolla la construcción del mensaje.

Para estudiar los condicionantes que inciden en la producción de los mensajes, se debe plasmar el modelo planteado por los profesores Shoemaker Pamela y Reese Stephen, identificados en el libro de *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, los cuales se dividen en los siguientes niveles:

- a) Nivel Factores individuales (de los reporteros, editores, productores, etcétera)
 - Sexo
 - Edad

- Clase social
 - Educación
 - Valores personales y creencias
 - Actitud política personal
 - Orientación religiosa
 - Valores Profesionales
- b) Nivel procedimiento de los medios (rutinas de trabajo)
- Horarios de trabajo.
 - Cargas laborales.
 - Transporte de los reporteros
 - Canales oficiales rutinarios
 - Roles y ética profesionales
- c) Nivel de organización (de la organización misma)
- Política Interna
 - Recursos Asignados
 - Servicios Informativos
 - Infraestructura
 - Tiempo o espacio asignados
 - Condicionantes individuales de los dueños o directores
- d) Nivel extra medios (externos)
- Políticos
 - Económicos
 - Competencia de otros medios
- e) Nivel ideológico

- Neoliberalismo
- Modernización vs. Cultura popular
- Moralidad vigente
- Malinchismo
- Democracia, pluralismo

Agenda Setting

En la presente investigación, también se hace relevante estudiar y fundamentar la teoría de la *Agenda Setting*, planteada en 1972 principalmente por McCombs Maxwell, director del *New Research Center* de la *American Newspaper Publishers Association (1975-84)* y Shaw Donald, profesor norteamericano de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Masas en la Universidad de Carolina del Norte, mediante la cual, se manifiesta que los medios de comunicación de masas influyen sobre el público, determinando que sucesos merecen tener mayor espacio y notoriedad informativa en la sociedad. En pocas palabras, ellos (los medios) controlan el interés y la opinión del público con lo que consideran hechos relevantes para la colectividad: no le dice a la gente lo que tienen que pensar, sino, sobre qué pensar.

Desde el punto de vista de la Teoría de la agenda-*setting*, el término agenda se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia. Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también

aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar. (Rodríguez Díaz, 2004, pág. 15).

En el libro del investigador Rodríguez Díaz, la *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*, se menciona que existen tres tipos de agenda:

- a) La agenda-*setting* de los medios, es un elemento fundamental a la hora de generar contenidos como los que se imprimen en las portadas o ediciones especiales. Se mide a través de la distribución y trascendencia temporal.
- b) La agenda-*setting* del público, determina el interés que tiene el público frente a un suceso. Este modelo se mide con encuestas en las que se consulta qué problemas repercuten o impactan en los individuos.
- c) La agenda-*setting* política, contenido que siempre va a generar un debate público. Su estudio se caracteriza por estudiar cómo influye en los otros tipos de agenda.

Justificación

¿Dónde está el límite entre información y espectáculo? En los últimos años, la mayoría de los medios de comunicación han logrado mezclar ambos puntos, ofreciendo imágenes - fotografías en este caso-, impactantes que aportan poco o nada a la explicación de un suceso. Pero, la credibilidad de la audiencia, frente a tal combinación (información y espectáculo), es un aspecto que también debe ser estudiado para conocer cuánto influye el uso de índices espectaculares en la percepción de los lectores.

Guy Debord (1967), se refirió al espectáculo como un carácter que elimina cualquier vínculo con la realidad objetiva, siendo más bien, una representación de lo no existente, de lo exagerado y/o distorsionado. Ante tal referencia, surge el propósito de la presente investigación.

El tratamiento fotográfico que se ofrece en las portadas de uno de los diarios más leídos en el país sirvió para establecer un campo de trabajo y analizar la influencia que tienen los índices de espectacularización de la imagen en la credibilidad de la audiencia en Lima Metropolitana durante los dos primeros meses de cuarentena en el país.

Montero y Ferré (2017), indican que “la profesión periodística se arma de códigos éticos que muchas veces no cumple y la pulsión del espectáculo supone una tentación tanto para empresas como para las audiencias” (pág. 58). Así mismo, estudios previos han demostrado que la espectacularización materializada en las noticias es una tendencia global y creciente (Montero Vargas, 2018, pág. 19).

Tal panorama reafirma la urgencia de generar mecanismos que estudien e identifiquen formas manipuladoras de comunicación social. Por ello, es importante describir y esclarecer el problema en cuestión porque sin referentes similares al presente trabajo, es imposible realizar un ejercicio estrictamente informativo plasmados en las fotografías periodísticas de las portadas de los diarios.

Y a ello se suma el papel fundamental de la audiencia, ya que, son quienes generarán su opinión y/o postura ante lo que acontece el país y el mundo mediante la información difundida por los medios de comunicación.

Formulación del problema

- ¿De qué manera influye la espectacularización de la imagen en la credibilidad de la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo – abril de 2020)?

Objetivos

Objetivo general

- Analizar la influencia que tiene la espectacularización de la imagen en la credibilidad de la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo – abril de 2020)

Objetivos específicos

- Identificar los índices de espectacularización que existen en las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo-abril de 2020).
- Conocer la validez y confiabilidad que tiene la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo-abril de 2020)

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La investigación presenta un enfoque cualitativo, el cual tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno, en el que se hace relevante encontrar un concepto que sea capaz de abarcar una parte de dicha realidad. Este tipo de investigación recolecta información o datos sin medición numérica que busca descubrir la pregunta, es decir, el problema en sí de la investigación. “La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 358).

Además, el nivel de investigación es descriptivo, ya que se busca describir las características más significativas de cada variable según la intención de los objetivos específicos anteriormente mencionados. Así mismo, el diseño de investigación es no experimental, debido a que no se manipuló ninguna de las variables (espectacularización de la imagen y credibilidad de la audiencia), pues los efectos entre ellas existen. Es decir, se observó el problema tal como se da en la realidad.

Población y muestra

Para esta investigación se consideraron dos poblaciones que ayudaron a contextualizar y comprender el problema planteado, clasificados en (1) portadas y (2) lectores del diario Trome.

La primera población fueron las portadas del diario Trome publicadas entre los meses de marzo y abril de 2020.

La muestra, para dicha población, estuvo conformada por 46 portadas, ya que cumplen con los dos primeros meses de cuarentena (16 de marzo al 30 de abril).

En la segunda población se decidió trabajar con los lectores del diario Trome en Lima Metropolitana.

Para ello, la muestra se enfocó en 12 personas entre hombres y mujeres que tengan desde 22 a 45 años, y que vivan en Lima Metropolitana. Según Kantar Ibope Media, líder en el mercado de investigación de medios de comunicación en América Latina, el diario Trome presenta un mayor porcentaje de lectores en Lima que cumplen las edades entre 20 a 54 años. (Media, 2019).

Las 12 personas seleccionadas serán reconocidas mediante códigos, las cuales estarán divididas y estructuradas de la siguiente manera:

Tabla 1

Códigos asignados a los participantes

SEGUNDA MUESTRA		LECTORES DEL DIARIO TROME DE 22 A 45 AÑOS EN LIMA METROPOLITANA
FOCUS GROUP	CÓDIGOS ASIGNADOS A LOS PARTICIPANTES	
FG1	A1	
	A2	
	A3	
	A4	
	A5	
	A6	
FG2	B1	
	B2	
	B3	

	B4	
	B5	
	B6	

Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La técnica utilizada para **la primera muestra fue el análisis de contenido**, que sirvió para sistematizar las fotografías periodísticas de portada del diario Trome y la presencia de índices espectaculares en su publicación durante los dos primeros meses de cuarentena. Para el doctor en Marketing de la Universidad Complutense de Madrid, Tinto Arandes (2013), esta técnica “es fundamentalmente un tipo de medición de carácter científico aplicado a un mensaje, en el marco de propósitos del ámbito de las ciencias sociales” (pág. 141).

Por ende, **el instrumento fue la ficha de recolección de datos**, mediante la cual se analizó las portadas con categorías vinculadas a índices de espectacularización de la imagen fotográfica.

Para la segunda muestra se trabajó con la técnica del *focus group*, con el objetivo de conocer la percepción de los lectores frente a las fotografías periodísticas que aparecen en las portadas del diario Trome. En el libro *Metodología de la Investigación*, se indica sobre esta técnica que “más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar la interacción ente ellos y cómo se construyen grupalmente significados” (2014, pág. 409).

Se elaboró una **guía de preguntas como instrumento** de la segunda muestra para fomentar la interacción y profundización en las respuestas con los participantes (lectores del diario Trome). Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican que “las guías temáticas son breves, con pocas preguntas o frases detonantes (...) Al diseñar la guía, el investigador

debe anticiparse a las posibles respuestas y reacciones de los participantes para optimizar la sesión” (pág. 411).

Para el análisis de los datos del primer instrumento (ficha de recolección de datos), se utilizó la técnica de la observación para proceder con la descripción de cada fotografía estudiada. Por lo que el instrumento usado fue una matriz de categorías y subcategorías que evidenciaron índices de espectacularización en las fotografías de portada durante los dos primeros meses de cuarentena.

El análisis de los datos del segundo instrumento (guía de preguntas) tuvo como técnica la transcripción y simplificación de los datos con el fin de analizar las respuestas que contestan directamente a las preguntas planteadas. Por ello, el instrumento que se usó en la transcripción de los *focus group* fue el programa *Atlas.ti*, el cual sirvió para dividir en 9 ítems (preguntas planteadas) la información e interpretación de los datos. Luego, para su simplificación se elaboraron tablas y figuras que ayudaron a contrastar la información obtenida.

Procedimiento

Validación

La validación de los instrumentos se realizó mediante la aprobación de dos docentes expertos en el tema que aborda la presente investigación.

- María Elena Mamani Gómez, comunicadora, investigadora universitaria y docente de la Universidad Privada del Norte, validó los instrumentos (fichas de recolección de datos y guía de preguntas) sin observaciones.
- Carlos Ulises Castro Castro, comunicador y docente universitario especializado en medios audiovisuales e interactivos, validó los instrumentos

(fichas de recolección de datos y guía de preguntas) con observaciones, los cuales son:

- Convertir las subcategorías de “alto impacto” y “emotivos”, presentes en la primera ficha de recolección de datos, en una misma subcategoría.
- Modificar las preguntas del cuestionario para los *focus group*, ya que algunas son muy técnicas.

Este último escenario permitió realizar el análisis correspondiente de las observaciones recibidas –evidenciadas en anexos- y se decidió aceptar las sugerencias para realizar modificaciones que logren resultados eficientes.

- Se eliminó la subcategoría de “alto impacto” para dejar solo la subcategoría de “emotivos” en la categoría de “dramatización de la imagen” presente en la primera ficha de recolección de datos.
- Se eliminaron dos preguntas del cuestionario para los *focus group* por considerarlas “técnicas” y también se modificaron otras para una mejor comprensión –se conversó previamente con los validadores para realizar tal suceso-, en la siguiente tabla se observarán las modificaciones (5 preguntas no fueron modificadas).

Tabla 2

Modificación de preguntas para el focus group

ORIGINAL	MODIFICACIÓN
¿Cómo la fotografía en los diarios puede ayudar a que te informes? Ejemplos.	¿Qué opinas sobre el uso de la fotografía en los diarios?
¿Qué características debe tener una fotografía para ser incluida en una portada?	Eliminado

¿Qué sensación le transmite la(s) fotografía(s) presentada(s)?	Eliminado
¿Qué aspectos positivos le asignas a la fotografía presentada?	¿Qué puntos positivos observas en la fotografía presentada?
¿Qué aspectos negativos le asignas a la fotografía presentada?	¿Qué puntos negativos observas en la fotografía presentada?
¿La fotografía presentada te hace comprender la realidad? Sea su respuesta sí o no, por favor fundamente brevemente por qué	¿La fotografía presentada necesita de texto para ser entendida? Sea su respuesta sí o no, por favor fundamente brevemente por qué
¿Cuál de las fotografías presentadas te transmitieron más emociones?	¿Cuál de las portadas te transmitieron más emociones por sus fotografías?

Por último, se decidió, por cuenta propia, eliminar una segunda ficha de recolección de datos definida como “función de la fotografía principal de las portadas del diario Trome” porque si bien fue tomada en cuenta al principio, al aplicarse se observó que no era pertinente para los objetivos que busca la presente investigación.

Recolección de datos

Para la ficha de recolección de datos (primer instrumento) se utilizaron las categorías, las cuales se definen como casillas o cuadros de análisis que ayudan a desglosar la comunicación estudiada respondiendo a reglas de homogeneidad, exhaustividad, exclusividad, etc. Según el libro *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (2014) “son niveles o variables que asumen las unidades de análisis y que permiten su caracterización”.

En base a los índices de espectacularización, vistos en el marco teórico, se procede a categorizar aquellos que servirán para el estudio de las fotografías periodísticas de las 46 portadas:

- Contenidos de *softnews* (famosos, delincuencia, corrupción y crimen)
- Personalización de la imagen (retoques, montajes y recortes)
- Banalización de la imagen (superficialidad)
- Dramatización de la imagen (emotivas)
- Búsqueda de la acción fotográfica (violencia y sufrimiento).

Además, se procedió a dividir en dos partes las fotografías analizadas en la ficha de recolección de datos:

- Fotografía principal (que acompaña al titular del diario)
- Fotografías secundarias

Gracias a ello, se recolectó e interpretó la información para contrastarla con la próxima técnica empleada, por lo que se seleccionaron cuatro portadas representativas –vistas en anexos- para ser objeto de estudio del siguiente trabajo de campo.

El *focus group* (segundo instrumento), se realizó los fines de semana por la plataforma “Zoom” en dos oportunidades con distintas personas que cumplieran con los requerimientos evidenciados en la respectiva muestra. En cada reunión participaron seis personas cumpliendo con la muestra de 12 lectores del diario Trome.

Para su recolección de datos se formularon preguntas relacionadas a la credibilidad de la audiencia frente a las fotografías de portada del diario Trome. Dichas preguntas presentaron repreguntas, las cuales contribuyeron a recopilar información extra y valiosa para el objetivo planteado.

Análisis de los datos

Según Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014), “el análisis de datos consiste en desentrañar las estructuras de significación y en determinar su campo social y su alcance” (pág. 268).

En el primer caso (ficha de recolección de datos) se utilizó la técnica de la observación para describir e interpretar cada fotografía evidenciada en las 46 portadas del diario Trome. Para ello, se tomaron en cuenta los índices de espectacularización obtenidos de autores como Bourdieu (1997), Ramonet (1998), Díaz Nosty (2006), Ortells Badenes (2009), León (2010), y Bernardo y Pellisser (2010), los cuales aparecen también en el artículo de investigación *Información política televisiva y espectacularización: un análisis comparativo de programas informativos y de infoentretenimiento* (Rossell & Pineda, 2014).

Al finalizar, se implementaron dos figuras de integración para observar los índices de espectacularización más usados en las fotografías de las portadas del diario Trome durante los dos primeros meses de cuarentena.

Para el segundo caso, análisis de los *focus group*, se realizaron cuatro procedimientos que ayudaron a obtener información general del contexto en cuestión:

- Transcripción de la información gracias al programa *Atlas.ti*.
- División en nueve ítems (preguntas planteadas) para la interpretación de los datos
- Elaboración de tablas y figuras para trasladar la información simplificada de todos los participantes de los *focus group*.
- Contrastar la información.

Luego, se estudiaron y compararon los datos de ambas muestras y con ello se ejerció la conclusión respondiendo a la pregunta de investigación.

Aspectos éticos

La ética entendida como “el estudio de valores y sus relaciones con las pautas de conducta” (Baca Olamendi, 1996, pág. 39), invita a que la relación de investigador y participante esté mediada por la verdad, pues el participante es dueño de la información que el investigador desea recopilar. Y esta investigación, justamente, se basó en el consentimiento libre, consciente y reflexivo del contexto social que se intervino.

Los aspectos éticos que se consideraron para desarrollar la presente investigación se lograron definir gracias a las teorías de Hernández, Fernández y Baptista (2014), las cuales son:

- **Objetividad:** se estudió balanceadamente los puntos generales que cuestionaba el problema planteado, con el fin de primar la verdad en ambos contextos: espectacularización de la imagen y credibilidad de la audiencia.
- **Credibilidad:** existió una correspondencia entre la forma en la que el participante percibió los conceptos tratados en el planteamiento y la manera en la que el investigador retrató dicho punto de vista.
- **Autenticidad:** tanto el investigador como los participantes se expresaron tal y como son, haciendo que las descripciones sean equilibradas y justas.

Cabe agregar que las 46 fotografías de portada del diario Trome, fueron estrictamente usadas sin ninguna alteración o manipulación, obteniendo dicho material de la misma fuente del medio estudiado.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Este capítulo presenta los resultados obtenidos en el trabajo de campo a partir de la aplicación de los siguientes instrumentos:

1. Ficha de recolección de datos
2. Guía de preguntas

Se respetará tal orden para la coherencia que pretende la presente investigación. Lo que se mostrará a continuación son las 46 portadas (primera muestra) que se analizaron del diario Trome mediante la ficha de recolección de datos.

Tabla 3

Índices de espectacularización de la portada del 16/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p style="text-align: center;">1</p>				<p>IDENTIFICADORES</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">16/03/20</p>				<p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p style="text-align: center;">2</p>				
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS	
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA	-	-	
	DELINCUENCIA	-	-	
	CORRUPCIÓN	-	-	
	CRIMEN	-	-	
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	RETOQUES	Se eliminó el fondo del expresidente Martín Vizcarra	Se eliminó el fondo de la mujer con mascarilla	
	MONTAJES	-	-	

	SILUETAS/RECORTES	Expresidente Martin Vizcarra recortado en plano medio para acompañar la información del titular	Mujer con mascarilla recortada en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
Las fotografías de la primera portada son solo recortes y cumplen su función complementaria de texto-imagen, siendo dependientes del titular: no son capaces de brindar información por sí solas.			

Tabla 4

Índices de espectacularización de la portada del 17/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>2</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía(s) principal(es)</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>17/03/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>4</p>			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	-
	<p>DELINCUENCIA</p>	-	-
	<p>CORRUPCIÓN</p>	-	-
	<p>CRIMEN</p>	-	-
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	-	<p>En la parte izquierda de la portada, se eliminó el fondo de un miembro del ejército. Además, en la parte inferior</p>

			central de la portada, también se eliminó el fondo de la mujer vestida con mameluco, lentes de bioseguridad y mascarilla
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Primero, silueta del miembro del ejército en plano entero. Segundo, mujer vestida con mameluco, lentes de bioseguridad y mascarilla recortada en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL(no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir el miedo a través de la composición fotográfica: conglomeración de personas en las calles intervenidas por la policía nacional, evidenciando el caos ante el inicio de la cuarentena en el Perú	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>A un solo día de haberse anunciado la cuarentena obligatoria a nivel nacional, las autoridades intervinieron a todas las personas que circulaban en las calles. Las dos fotografías centrales de esta portada buscan la emotividad a través de la acción fotográfica lograda desde su composición: planos generales. Las fotografías secundarias cumplen su función complementaria de texto-imagen, siendo dependientes del titular, pues no son capaces de brindar información por</p>			

sí solas.

Tabla 5

Índices de espectacularización de la portada del 18/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>3</p>		<p>IDENTIFICADORES</p> <p>■ Fotografía(s) principal(es)</p> <p>■ Fotografía(s) secundaria(s)</p>	
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>18/03/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>2</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>Hombre detenido por incumplir la cuarentena obligatoria, realizando actos prohibidos durante la pandemia (salir sin mascarilla)</p>

	CORRUPCIÓN	-	-
	CRIMEN	-	-
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	La figura de un miembro del ejército se sale del recuadro original	-
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Produce un contexto de miedo al mostrar a un miembro del ejército interviniendo a personas que se trasladan en un vehículo (algunas personas sin mascarillas)	Busca la emotividad a través de la acción fotográfica: persona intervenida por incumplir el estado de emergencia
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>Ambas fotografías contextualizan la coyuntura por la que pasa el país. Pero, tienen la intención de transmitir emociones o sentimientos negativos sobre una realidad (covid-19), de por sí, preocupante. Dichas fotos no son dependientes de información textual, pues su composición refleja un hecho tal y como es. Dato curioso: en la fotografía principal, el miembro del ejército no cuenta con mascarilla.</p>			

Tabla 6

Índices de espectacularización de la portada del 19/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p style="text-align: center;">4</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fotografía(s) principal(es) ■ Fotografía(s) secundaria(s)
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">19/03/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p style="text-align: center;">2</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	-
	<p>DELINCUENCIA</p>	-	-
	<p>CORRUPCIÓN</p>	-	-
	<p>CRIMEN</p>	-	-
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>La figura de un miembro del ejército se sale del recuadro original y está desenfocado</p>	-
	<p>MONTAJES</p>	-	-

	SILUETAS/RECORTES	Silueta del miembro del ejército en plano americano	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir el miedo a través de un miembro del ejército armado	Busca la emotividad a través de la acción fotográfica: intervención de un miembro del ejército
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal es totalmente dependiente del titular, ya que, no contextualiza un hecho noticioso sino simboliza lo que la noticia informa a través del texto. Lo mismo sucede con la fotografía secundaria, cumple su función complementaria de texto-imagen.</p>			

Tabla 7

Índices de espectacularización de la portada del 20/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>5</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>	
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>20/03/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>5</p>				
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>		<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
		<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>En la parte inferior derecha de la portada, se observan a dos personas detenidas por no respetar el estado de emergencia</p>
		<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
		<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN</p>		<p>RETOQUES</p>		<p>En la parte inferior</p>

DE LA IMAGEN		-	izquierda de la portada, se eliminó el fondo de la mujer con mascarilla. Además, en la parte inferior derecha de la portada, también se eliminó el fondo del militar con un detenido
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Primero, mujer con mascarilla recortada en plano medio. Segundo, hombre detenido y militar recortados en plano americano
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Produce miedo de lo que acontece el país: primeras imágenes de los muertos por covid-19, pero de manera sutil. No se muestra directamente al fallecido	Las 4 fotografías buscan transmitir emociones negativas como angustia e incertidumbre
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
En las 5 fotografías estudiadas se evidencian tres índices de espectacularización: contenido <i>softnews</i> , personalización de la imagen y dramatización de la imagen. Todas ellas con la intención de alertar a la sociedad de manera exagerada.			

Tabla 8

Índices de espectacularización de la portada del 21/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p style="text-align: center;">6</p>				<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fotografía principal ■ Fotografía(s) secundaria(s)
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">21/03/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p style="text-align: center;">4</p>				
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS	
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA	-	-	
	DELINCUENCIA	-	-	
	CORRUPCIÓN	-	-	
	CRIMEN	-	-	
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	RETOQUES	-	Se eliminó el fondo del miembro del ejército desenfocado en la parte derecha de la portada	
	MONTAJES	Figura que hace referencia a	-	

		un virus, ubicada en la parte izquierda central de la fotografía	
	SILUETAS/RECORTES	-	Silueta del miembro del ejército en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Figura que hace referencia a un virus	Miembro del ejército innecesario: no contribuye con el titular.
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir terror y/o miedo al mostrar a un fallecido llevado en una camilla especial para contagiados de covid-19 (de alto impacto)	Busca la emotividad de la imagen a través de un miembro del ejército armado
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal hace un espectáculo de la realidad al mostrar partes del cuerpo de un fallecido por covid-19 acompañado de una figura que hace referencia a un virus. Dicha fotografía trata de alertar a la sociedad, pero de manera negativa, exagerada. Además, las fotografías secundarias cumplen su función complementaria de texto-imagen, siendo dependientes de la información textual.</p>			

Tabla 9

Índices de espectacularización de la portada del 22/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>7</p>				<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>22/03/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>				
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>Hombre detenido por no respetar el estado de emergencia</p>	<p>-</p>	
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>En la parte izquierda de la portada, se eliminó el fondo de un miembro del ejército</p>	

	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Silueta del miembro del ejército en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Miembro del ejército innecesario: no suma ni resta al contexto informativo
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas (como indignación), a través de la acción fotográfica: persona detenida por no respetar el estado de emergencia y llevando la mascarilla mal puesta	Personas sosteniendo una camilla especial para enfermos por covid-19
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal cumple su función complementaria de texto-imagen, aunque por su composición y acción fotográfica, también puede informar por sí sola. Así mismo, las fotografías secundarias están colocadas de manera reducida, aportando poco al contexto informativo.</p>			

Tabla 10

Índices de espectacularización de la portada del 23/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p style="text-align: center;">8</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">23/03/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p style="text-align: center;">4</p>			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	-
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>Hombre detenido por no respetar el estado de emergencia</p>	-
	<p>CORRUPCIÓN</p>	-	-
	<p>CRIMEN</p>	-	-
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	-	-
	<p>MONTAJES</p>	-	<p>Las tres fotografías presentan un símbolo de</p>

			“prohibido” en su presentación
	SILUETAS/RECORTES	-	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	Busca la emotividad a través del montaje
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal cumple su función complementaria de texto-imagen, siendo dependiente del titular. Además, las fotografías secundarias buscan transmitir emociones a través de su producción (símbolo de “prohibido” en las fotografías) para ejemplificar lo que no se debe hacer en un estado de emergencia.</p>			

Tabla 11

Índices de espectacularización de la portada del 24/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>9</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>24/03/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>En la parte superior izquierda de la portada, se eliminó el fondo de un hombre de la tercera edad</p>

	MONTAJES	En la parte derecha de la fotografía, se observan billetes de 100 soles. Y en la parte inferior izquierda, una figura que hace referencia a un virus de color verde	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Persona de la tercera edad recortado en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas a través de la composición y acción fotográfica: conglomeración de personas que no respetan el distanciamiento social. Además, se dramatiza el hecho mediante el montaje	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	Fotografía en la parte inferior izquierda de la portada, muestra a un miembro del ejército dando una cachetada a un civil
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La producción interviene en la fotografía principal, observando montajes que dramatizan un hecho noticioso: cobro del bono de 380 soles. Dicha foto no es dependiente del titular, pues, logra informar visualmente un suceso gracias a su composición y producción. Así mismo, la fotografía secundaria ubicada en la parte inferior izquierda de la portada, aunque su presentación es muy pequeña, describe una acción violenta donde un miembro del ejército golpea (con la palma de su mano) en la mejilla de un ciudadano. Dicha acción refleja la violencia y el miedo que transmiten los integrantes de las fuerzas armadas.</p>			

Tabla 12

Índices de espectacularización de la portada del 25/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p style="text-align: center;">10</p>				<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fotografía principal ■ Fotografía(s) secundaria(s)
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">25/03/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p style="text-align: center;">4</p>				
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS	
<p style="text-align: center;">CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	-	
	<p style="text-align: center;">DELINCUENCIA</p>	-	<p>Fotografía en la parte inferior izquierda de la portada, muestra la detención de personas que no respetaron el estado de emergencia, acompañados de un miembro del ejército</p>	
	<p style="text-align: center;">CORRUPCIÓN</p>	-	-	

	CRIMEN	-	-
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	-	En la parte inferior derecha de la portada, se eliminó el fondo de la enfermera sosteniendo un bebé
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Enfermera sosteniendo un bebé, recortada en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	La fotografía de mayor tamaño (donde se ve a un miembro del ejército sosteniendo su arma), no aporta al hecho noticioso
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	Fotografía de mayor tamaño (donde se ve a un miembro del ejército sosteniendo su arma), está publicada para transmitir temor, al igual que la fotografía vista en la parte inferior izquierda de la portada
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal busca transmitir la realidad: 7 muertos a nivel nacional por covid-19, pero al ser de un tamaño pequeño no se logra identificar perfectamente el suceso. En esta oportunidad el diario Trome opta por no enseñar, directamente, una fotografía de alto impacto con relación a</p>			

los fallecidos por el virus mencionado.

Tabla 13

Índices de espectacularización de la portada del 26/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>11</p>		<p>IDENTIFICADORES</p> <p>■ Fotografía principal</p> <p>■ Fotografía(s) secundaria(s)</p>	
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>26/03/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>1</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>La figura de la persona vestida con mameluco se sale del recuadro original logrando</p>	<p>-</p>

		resaltar su imagen. Su cabeza sobresale ocultando parte del nombre del diario Trome	
	MONTAJES	Se observa un tubo de ensayo con muestra de sangre para covid-19 a la altura de la pierna izquierda de la persona vestida con mameluco y accesorios de protección	-
	SILUETAS/RECORTES	-	
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Tubo de ensayo con muestra de sangre para covid-19	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal no transmite ninguna emoción, es dependiente del titular y el tubo de ensayo con muestra de sangre para covid-19, no suma ni resta al contexto informativo (difícil de identificar su procedencia). No se logra saber si la persona vestida con mameluco es algún profesional de salud o no, además el contexto detrás no es visible.</p>			

Tabla 14

Índices de espectacularización de la portada del 27/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>12</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>27/03/20</p>	<p>ENCERRADOS HASTA LA SEMANA SANTA</p>		
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>2</p>	<p>ENCERRADOS HASTA LA SEMANA SANTA</p>		
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>Se eliminó el fondo del miembro del ejercito</p>
	<p>MONTAJES</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>SILUETAS/RECORTES</p>	<p>-</p>	<p>Miembro del ejército recortado en plano</p>

			americano
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)		-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	Busca la emotividad de la imagen, a través de un miembro del ejército armado
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal no es dependiente del titular y transmite un hecho sin ser alterado: prueba covid-19 a un hombre acostado en una camilla, atendido por un personal de salud. Dicha foto refleja una acción tal y como es. Además, la fotografía secundaria se relaciona directamente con el titular transmitiendo temor y rigidez, cumpliendo una función complementaria de texto-imagen.</p>			

Tabla 15

Índices de espectacularización de la portada del 28/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p style="text-align: center;">13</p>				<p>IDENTIFICADORES</p> <p>■ Fotografía principal</p> <p>■ Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">28/03/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p style="text-align: center;">6</p>				
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS	
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA	-	-	
	DELINCUENCIA	-	-	
	CORRUPCIÓN	-	-	
	CRIMEN	-	-	
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	RETOQUES	Efecto mosaico para ocultar el rostro de un menor de edad	Se eliminó los fondos de: Ricardo Gareca, Martín Vizcarra y Nolberto Solano	
	MONTAJES	-	En la parte izquierda de la	

			portada, se evidencia una figura que hace referencia a un virus
	SILUETAS/RECORTES	-	Primero, Ricardo Gareca y Martín Vizcarra recortados en plano medio. Segundo, Nolberto Solano en plano americano y en tamaño reducido
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Fotografía en la parte inferior derecha de la portada anteriormente usada (portada número 9).
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas (como indignación) por la acción de un personaje conocido nacionalmente: Nolberto Solano, quien también sale sin mascarilla en la fotografía expuesta y con un menor de edad	
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>Dos fotografías principales donde se observa a Nolberto Solano sin mascarilla con su menor hijo y una fotografía secundaria del mismo personaje recortado que, evidencian una intención de dramatizar el accionar de la figura mencionada. La imagen de Ricardo Gareca es dependiente del titular, ya que cumple una función complementaria de texto-imagen. Cabe resaltar que, en esta portada la covid-19 pasa a segundo plano a nivel de fotografías. El mal accionar de un personaje reconocido en el Perú (Nolberto Solano) resalta como hecho noticioso.</p>			

Tabla 16

Índices de espectacularización de la portada del 29/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>14</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> Fotografía principal Fotografía(s) secundaria(s)
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>29/03/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>2</p>			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	-
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>Hombre detenido por no respetar el estado de emergencia</p>	
	<p>CORRUPCIÓN</p>	-	-
	<p>CRIMEN</p>	-	-
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	-	<p>La figura del hombre (economista González)</p>

			izquierdo) se sale del recuadro original
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas (como indignación) a través de la composición y acción fotográfica: detenido por no respetar el estado de emergencia, quien sale descubierto del cuello hasta su cintura	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	Dos policías retienen a un detenido, sosteniéndose de su pecho para que no escape	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal busca transmitir emociones negativas sobre la realidad problemática del país: 26 mil detenidos que no respetan el estado de emergencia. La fotografía no tiene ningún retoque y está en plano entero, contextualizando un hecho tal y como es. Dicha foto no es dependiente del titular.</p>			

Tabla 17

Índices de espectacularización de la portada del 30/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>15</p>		<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>30/03/20</p>		
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>		
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>	<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p> <p>DELINCUENCIA</p> <p>CORRUPCIÓN</p> <p>CRIMEN</p>	<p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p> <p>MONTAJES</p> <p>SILUETAS/RECORTES</p>	<p>Se eliminó el fondo dando relevancia a la acción del personal de salud</p> <p>-</p> <p>Personal de salud recortado en plano medio</p>

BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Intención de transmitir preocupación, temor, miedo a través de la expresión del personal de salud	Fotografía en la parte superior central de la portada, busca transmitir miedo mostrando indirectamente el cuerpo de un fallecido, el cual está siendo llevado en una camilla. La fotografía de la parte inferior derecha de la portada intenta transmitir temor a través de los miembros del ejército armados en medio de la pista
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal es dependiente del titular, cumple su función complementaria de texto-imagen. Así mismo, su intención es transmitir emociones que produzcan la reflexión de lo que acontece el país, pues, las expresiones del personal de salud se interpretan como: preocupación, miedo, temor, sorpresa, susto. Al ser una fotografía recortada no cumple una finalidad informativa, sino más bien, es una representación de lo que pretende el titular. Además, las fotografías secundarias, las cuales están presentadas con un tamaño pequeño, muestran el contexto donde ocurren los hechos y no se recurre a los recortes.</p>			

Tabla 18

Índices de espectacularización de la portada del 31/03/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>16</p>				<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> Fotografía principal Fotografía(s) secundaria(s)
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>31/03/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>2</p>				
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>Hombre detenido por miembros del ejército</p>	<p>-</p>	
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>La figura del miembro del ejército se sale del recuadro original</p>	
	<p>MONTAJES</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	

	SILUETAS/RECORTES		Miembro del ejército recortado en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones a través de la acción fotográfica: detención de una persona sin mascarilla de manera forzada	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	Dos miembros del ejército reteniendo a un detenido que se encuentra de rodillas. Se hace uso de la fuerza para conseguir un fin	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal está en plano entero y muestra la acción de un hecho: detención de una persona que no respetó el estado de emergencia. Tal fotografía busca la emotividad mediante la composición y acción fotográfica, funcionando con o sin texto. La fotografía secundaria es simbólica y dependiente del titular.</p>			

Tabla 19

Índices de espectacularización de la portada del 01/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>17</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>01/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>1</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>Personas detenidas por no respetar el estado de emergencia (detenidos sin mascarilla)</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>La fotografía presenta una coloración <i>vintage</i> de tonos suaves (predomina la combinación del rosa y naranja)</p>	<p>-</p>

	MONTAJES	En la parte inferior derecha de la fotografía, se observa una figura que hace referencia a un virus	-
	SILUETAS/RECORTES	-	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Figura que hace referencia a un virus	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones (como indignación) a través de los detenidos que no respetaron el estado de emergencia	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal cumple una función informativa porque comunica un suceso. No es dependiente del titular y tiene intención de provocar emociones negativas a través de su representación (teniendo la figura de un virus sobre la fotografía original). Se observó el uso de efectos de color como el <i>vintage</i> que permiten suavizar los colores más fuertes: rojo, azul y amarillo en este caso.</p>			

Tabla 20

Índices de espectacularización de la portada del 02/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>18</p>		<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fotografía principal ■ Fotografía(s) secundaria(s) 		
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>02/04/20</p>		<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>	<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>2</p>		<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p> <ul style="list-style-type: none"> FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA DELINCUENCIA CORRUPCIÓN CRIMEN 	<p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>	<p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<ul style="list-style-type: none"> RETOQUES MONTAJES SILUETAS/RECORTES 	<p>Se eliminó el fondo dando relevancia a la acción del hombre que carga dos bolsas</p> <p>-</p> <p>Silueta del hombre cargando dos bolsas en plano entero</p>	<p>-</p> <p>-</p> <p>Expresidente Martín Vizcarra</p>	

			recortado en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal, al ser un recorte, no evidencia el contexto y cumple su función complementaria de texto-imagen, pues es dependiente del titular. Lo mismo sucede con la fotografía secundaria, sirve como complemento de lo que el texto informa.</p>			

Tabla 21

Índices de espectacularización de la portada del 03/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>19</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>■ Fotografía principal</p> <p>■ Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>03/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>6</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>Se eliminaron los fondos de: hombre ubicado en la parte izquierda de la portada, de miembro del ejército ubicado en la parte central</p>

			inferior de la portada y de la mujer ubicada en la parte derecha de la portada para complementar la información textual
	MONTAJES	Fondo que representa las figuras de “virus” y por encima sobresale una mano sosteniendo un martillo	-
	SILUETAS/RECORTES	Mano sosteniendo un martillo	Primero, hombre recortado en plano americano. Segundo, miembro del ejército recortado en plano entero de tamaño pequeño. Tercero, mujer recortada en plano americano.
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	El fondo que representa las figuras de “virus” y la mano sosteniendo el martillo	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Exagera la realidad a través de su producción	
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal exagera la realidad, pues se percibe un recurso gráfico creado (figuras de virus) acompañado de una mano sosteniendo un martillo recortado, produciendo una sobrecarga visual en la parte central de la portada. Dicha imagen es directamente dependiente del titular y no es capaz de transmitir información por sí sola. Así mismo, tres de las fotografías secundarias (hombre, miembro del ejército, mujer) cumplen su función complementaria de texto–imagen para contextualizar el hecho noticioso: hombres salen lunes, miércoles, viernes; mujeres salen martes, jueves, sábados; domingos nadie sale.</p>			

Tabla 22

Índices de espectacularización de la portada del 04/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>20</p>				<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>04/04/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>6</p>				
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>Personaje público conocido como “Melcochita”</p>	<p>-</p>	
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>Se eliminó el fondo del personaje público “Melcochita” para resaltar su figura</p>	<p>Se eliminó el fondo del militar ubicado en la parte inferior derecha de la portada para resaltar su figura</p>	
	<p>MONTAJES</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	

	SILUETAS/RECORTES	Personaje público “Melcochita” recortado en plano medio	Silueta del militar en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir melancolía y/o tristeza colocando la acción de llanto de un personaje público	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	El personaje público experimenta una acción que causa algún dolor emocional	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal busca transmitir emociones negativas con el accionar de un personaje público y así concientizar con la audiencia. Pero, al ser una fotografía recortada no cumple una finalidad informativa, sino más bien, es una representación de lo que pretende el titular. Las fotografías secundarias son complementarias del texto informativo.</p>			

Tabla 23

Índices de espectacularización de la portada del 05/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>21</p>				<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>05/04/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>4</p>				
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
<p>DELINCUENCIA</p>		<p>-</p>	<p>-</p>	
<p>CORRUPCIÓN</p>		<p>-</p>	<p>-</p>	
<p>CRIMEN</p>		<p>-</p>	<p>-</p>	
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>Se eliminaron los fondos de: la persona vestida con un mameluco y protegida facialmente en la parte derecha de la</p>	

			portada, dos mujeres con mascarilla en la parte inferior derecha de la portada y la de un médico ubicado en la parte inferior izquierda de la portada. La intención es resaltar sus figuras para complementar el texto informativo
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Primero, persona vestida con un mameluco y protegida facialmente recortado en plano americano. Segundo, dos mujeres con mascarilla, también recortadas en plano americano. Tercero, médico recortado en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL(no contribuye al hecho noticioso)	-	Persona vestida con mameluco y las dos mujeres con su mascarilla producen una sobrecarga visual: innecesarios

DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas (como indignación, preocupación, culpa y enfado) a través de la composición y acción capturada: conglomeración de personas	La fotografía ubicada en la parte superior derecha de la porta busca la emotividad mediante su composición: fotografía de plano general que evidencia la ausencia de distanciamiento social entre las personas
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal tiene una alta carga emotiva (negativa) que contextualiza una realidad problemática en el país. No es dependiente del titular, pues transmite un suceso tal y como es: caos, desorden. Las fotografías secundarias son complementarias y cumplen su función de texto-imagen con excepción de la fotografía que no ha sido recortada y en su composición se muestra un plano general de la conglomeración de personas en un contexto dado (no depende de un texto para sacar conclusiones).</p>			

Tabla 24

Índices de espectacularización de la portada del 06/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>22</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>■ Fotografía principal</p> <p>■ Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>06/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>2</p>			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	-
	<p>DELINCUENCIA</p>	-	-
	<p>CORRUPCIÓN</p>	-	-
	<p>CRIMEN</p>	-	-
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	-	<p>Se eliminó el fondo de la mujer sosteniendo y cargando bolsas</p>
	<p>MONTAJES</p>	-	-
	<p>SILUETAS/RECORTES</p>	-	<p>Mujer sosteniendo y cargando bolsas,</p>

			recortada en plano entero y presentada en un tamaño pequeño
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Mujer sosteniendo y cargando bolsas totalmente innecesarias: no suma ni resta al contexto informativo
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir tristeza y preocupación a través de la composición y acción capturada	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	Mujer mirando al cielo con sus manos al pecho	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal intenta transmitir emociones negativas a través de la acción fotográfica: el sufrir de una persona presentada en plano americano. Así mismo, no se logra observar el entorno, por lo que se convierte en dependiente del titular para entender el hecho informativo en su totalidad.</p>			

Tabla 25

Índices de espectacularización de la portada del 07/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>23</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>07/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>Hombre detenido por no respetar el estado de emergencia</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>Se desenfoca el fondo para resaltar la figura de un miembro del ejército</p>

	MONTAJES	-	En la parte derecha de la portada se observa la figura que hace referencia a un virus
	SILUETAS/RECORTES	-	Silueta del miembro del ejército en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Figura que hace referencia a un virus
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Buscan transmitir emociones negativas (como indignación y preocupación) al colocar acciones prohibidas durante la cuarentena: no respetar el estado de emergencia ni el distanciamiento social	Busca la emotividad mediante la figura de un miembro del ejército armado y en tamaño grande
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>Las fotografías principales no son dependientes del titular y contextualizan la coyuntura que atraviesa el país. La composición de ambas fotos permite observar el entorno y la acción del hecho noticioso. Además, la fotografía secundaria es simbólica con intención de transmitir temor y rigidez cumpliendo una función complementaria de texto-imagen.</p>			

Tabla 26

Índices de espectacularización de la portada del 08/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>24</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>	
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>08/04/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>				
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>		<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	-
<p>DELINCUENCIA</p>			-	-
<p>CORRUPCIÓN</p>			-	-
<p>CRIMEN</p>			-	-
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>		<p>RETOQUES</p>	-	<p>Se eliminó el fondo del policía ubicado en la parte superior izquierda de la portada</p>
<p>MONTAJES</p>			-	-

	SILUETAS/RECORTES	-	Policía recortado en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Fotografía en tamaño pequeño ubicado en la parte central de la portada: no suma ni resta al contexto informativo
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas (como preocupación, culpa y enfado) a través de la composición y acción capturada	
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal, a través de su composición (plano general), busca la emotividad del suceso: conglomeración de personas que no respetan el distanciamiento social obligatorio. Dicha foto contextualiza un suceso tal y como es, siendo independiente del titular e informando visualmente sin necesidad de texto.</p>			

Tabla 27

Índices de espectacularización de la portada del 09/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>25</p>				<p>IDENTIFICADORES</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>09/04/20</p>	<p>ENCERRADOS</p> <p>HOY JUEVES Y VIERNES SANTO NO SALE NADIE</p> <p>EL DOMINGO TAMBIEN HABRA TOQUE DE QUEDA LAS 24 HORAS</p> <p>SEMANAS MAS</p> <p>FORMARON LARGAS COLAS EN MERCADOS Y TERMINALES PESQUEROS</p> <p>MILES SE QUEDARON SIN PESCADITO</p>			<p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>	<p>ENCERRADOS</p> <p>HOY JUEVES Y VIERNES SANTO NO SALE NADIE</p> <p>EL DOMINGO TAMBIEN HABRA TOQUE DE QUEDA LAS 24 HORAS</p> <p>SEMANAS MAS</p> <p>FORMARON LARGAS COLAS EN MERCADOS Y TERMINALES PESQUEROS</p> <p>MILES SE QUEDARON SIN PESCADITO</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>Se eliminó el fondo de las dos personas ubicadas en la parte inferior izquierda de la portada</p>	
	<p>MONTAJES</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	

	SILUETAS/RECORTES	-	Las personas ubicadas en la parte inferior izquierda de la portada, recortadas en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas (como fastidio, agresión, lastima e indignación) por la acción fotográfica capturada	Busca la emotividad a través de su composición, mostrando a un enfermo por covid-19 recostado en una camilla
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	Dos policías retienen a un civil sosteniéndolo de sus brazos para que no logre escapar	-
	SUFRIMIENTO	-	Enfermo por covid-19 recostado en una camilla
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal muestra el hecho tal y como es, pues funciona en su contexto informativo por la acción lograda desde la composición (plano entero) logrando transmitir emociones negativas. Así mismo, la fotografía secundaria ubicada en la parte derecha de la portada también evidencia un suceso sin la necesidad de acompañarse con un texto, teniendo una carga emotiva gracias al contexto evidenciado: personal de salud recibiendo a un enfermo por covid-19 en una camilla.</p>			

Tabla 28

Índices de espectacularización de la portada del 10/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>26</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>■ Fotografía principal</p> <p>■ Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>10/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>Se eliminó el fondo del personal de salud para destacar su figura en el contexto informativo</p>	<p>Se eliminó el fondo de la mujer rezando en la parte inferior derecha de la portada</p>
	<p>MONTAJES</p>	<p>Se observa la figura de un “virus” en el hombro</p>	<p>-</p>

		izquierdo del personal de salud	
	SILUETAS/RECORTES	Personal de salud recortado en plano medio	Mujer rezando recortada en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Figura que hace referencia a un virus	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca la emotividad a través de su producción: personal de salud cabizbajo con una figura que hace referencia a un virus a su costado	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal es dependiente del titular, pues cumple su función complementaria de texto-imagen: no tiene la capacidad de informar por sí sola. Además, está recortada y no muestra un contexto en el que se pueda evidenciar un hecho noticioso, solo es simbólica. La fotografía secundaria ubicada en la parte superior derecha de la portada contextualiza un suceso gracias a su composición (plano general) pero aún es dependiente del texto para comprender el acontecimiento.</p>			

Tabla 29

Índices de espectacularización de la portada del 11/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>27</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>11/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>6</p>			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>Se observa a Angie Jibaja, figura pública perteneciente a la farándula nacional</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>Angie Jibaja fue atacada por Ricardo Márquez, quien la hirió de dos impactos de bala: uno en la cadera y otro en el brazo derecho</p>	<p>-</p>

PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	Se eliminó el fondo de Angie Jibaja para destacar su figura en el contexto informativo	Se eliminó el fondo del hombre y de la mujer ubicados en la parte inferior derecha de la portada
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	Angie Jibaja recortada en plano americano	Hombre y mujer ubicados en la parte inferior derecha de la portada recortados en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL(no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>Las fotografías presentes en la portada son dependientes del titular, ya que, no son capaces de informar por sí solas. En la fotografía principal, el recorte es utilizado para resaltar la figura de un personaje perteneciente a la farándula. Además, las tres fotografías secundarias ubicadas en la parte inferior derecha de la portada (con relación al caso Angie Jibaja) contextualizan el hecho noticioso, pero por el tamaño pequeño que presentan no se logra apreciar los detalles capturados. En general, las fotografías no representan una acción fotográfica significativa para transmitir un suceso, solo cumplen su función complementaria de texto-imagen. Cabe mencionar que, esta es la segunda portada donde la covid-19 no es protagonista a nivel de fotografías ni a nivel noticioso.</p>			

Tabla 30

Índices de espectacularización de la portada del 12/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>28</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fotografía principal ■ Fotografía(s) secundaria(s)
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>12/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>4</p>			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	<p>Modelo Lady Mejía, amiga de Angie Jibaja, ubicada en la parte inferior izquierda de la portada</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	-	-
	<p>CORRUPCIÓN</p>	-	-
	<p>CRIMEN</p>	-	<p>Lugar de los hechos ubicados en la parte inferior derecha de la portada: se observan fotografías relacionadas al</p>

			crimen cometido por Ricardo Márquez contra Angie Jibaja
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	Se desenfocó el fondo para resaltar la figura de la mujer (doctora Patricia García)	Se destacó la figura de Lady Mejía por encima del fondo. Además, en la parte central de la portada, se unieron dos fotografías
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL(no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	Las fotografías unidas, ubicadas en la parte central de la portada buscan la emotividad a través de su presentación: caos, desorden, conglomeración
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	En la parte inferior derecha se observa el desarrollo del crimen causado por Ricardo Márquez
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal cumple su función complementaria de texto-imagen, siendo dependiente del titular. No transmite emociones, es una figura representativa de lo que anuncia el texto. Dos de las fotografías secundarias (personas conglomeradas y la escena del crimen causado por Ricardo Márquez) contextualizan el hecho noticioso, pero por su presentación no se logran</p>			

percibir detalles de lo capturado.

Tabla 31

Índices de espectacularización de la portada del 13/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>29</p>		<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fotografía principal ■ Fotografía(s) secundaria(s) 	
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>13/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>4</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>Angie Jibaja y Ricardo Márquez en la parte inferior izquierda de la portada</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>		<p>El caso de Ricardo</p>

		-	Márquez y su crimen cometido contra Angie Jibaja
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	Se eliminó parte del fondo fotográfico (derecha superior de la fotografía) para que aparezca el titular de la portada	-
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Fotografía de Ricardo Márquez y Angie Jibaja nuevamente usado: no suma ni resta a la información
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir miedo y/o temor a través de la realidad problemática nacional: 193 fallecido por covid-19, mostrando a un fallecido cubierto completamente en una camilla	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal busca la emotividad mediante la composición y acción capturada: personal de salud llevando a un fallecido por covid-19 cubierto totalmente en una camilla. Dicha fotografía transmite un hecho tal y como es y contextualiza la situación sin necesidad de texto.</p>			

Tabla 32

Índices de espectacularización de la portada del 14/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>30</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>14/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>5</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>	<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>Angie Jibaja y Ricardo Márquez en la parte izquierda de la portada</p>
<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>El caso de Ricardo Márquez y su crimen cometido contra Angie Jibaja</p>

PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	Se observa una saturación opaca de la fotografía	La fotografía ubicada al centro de la portada (personas comprando en la calle) presenta un contraste y brillo más resaltante que la fotografía principal. Además, se eliminó los fondos de: Angie Jibaja y el militar ubicado en la parte inferior izquierda de la fotografía principal
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Primero, silueta de Angie Jibaja en plano entero. Segundo, militar recortado en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Militar armado: sobrecarga la información visual
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas (como preocupación, culpa y enfado) a través de la composición y acción capturada	La fotografía ubicada en la parte central de la portada (personas comprando en la calle) busca la emotividad a través de la acción fotográfica: caos, conglomeración. Así mismo, la figura del militar armado intenta transmitir miedo y temor dentro del hecho noticioso
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-

OBSERVACIONES

La fotografía principal, a través de su composición (plano general) busca la emotividad del suceso: conglomeración de personas que no respetan el distanciamiento social obligatorio. Dicha foto contextualiza un suceso tal y como es, siendo independiente del titular e informando visualmente sin necesidad de texto (largas colas en los bancos). Las fotografías secundarias cumplen su función complementaria de texto-imagen, con excepción de la fotografía donde se observan a personas comprando en la calle, la cual puede informar por sí sola.

Tabla 33

Índices de espectacularización de la portada del 15/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>31</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>15/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>4</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>Angie Jibaja y Ricardo Márquez en la parte inferior derecha de la portada</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>El caso de Ricardo Márquez y su crimen cometido contra Angie Jibaja en la parte izquierda de la</p>

			portada
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	-	Se elimina el fondo de la mujer llorando en la parte izquierda de la portada para resaltar su figura y su acción. Además, se eliminó una parte del fondo de la fotografía ubicada en la parte superior izquierda de la portada, haciendo sobresalir la cabeza de una mujer
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Mujer llorando es recortada en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL(no contribuye al hecho noticioso)	-	Fotografía de Ricardo Márquez y Angie Jibaja nuevamente usado
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir emociones negativas (como miedo y preocupación) al mostrar a un enfermo por covid-19 trasladado en una camilla especializada	Busca la emotividad a través de la acción capturada en dos fotografías (mujer llorando y personas recostadas en la calle)
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	Características faciales y corporales de la mujer ubicada en la parte izquierda de la portada
OBSERVACIONES			

La fotografía principal intenta transmitir emociones a través de la acción fotográfica haciendo un espectáculo de la realidad logrado desde su composición. Pues, se colocó la figura de una mujer llorando en la parte izquierda de la portada para darle una carga emotiva mucho más negativa. La fotografía principal no es dependiente del titular, ya que, muestra el contexto en el que se desarrolla la noticia. Además, las fotografías secundarias complementan a la foto principal, haciendo hincapié en la realidad problemática nacional. La misma fotografía de Angie Jibaja y Ricardo Márquez es usado en la portada: innecesaria.

Tabla 34

Índices de espectacularización de la portada del 16/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>32</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>16/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>5</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>Se observa a Angie Jibaja, figura pública perteneciente a la farándula nacional</p>	<p>Angie Jibaja y Ricardo Márquez en la parte superior derecha de la portada. Además, Angie Jibaja aparece sola en una camilla en la parte central derecha de la portada</p>
<p>DELINCUENCIA</p>		<p>-</p>	<p>-</p>
<p>CORRUPCIÓN</p>		<p>-</p>	<p>-</p>

	CRIMEN	-	El caso de Ricardo Márquez y su crimen cometido contra Angie Jibaja en la parte central de la portada
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	Se desenfocó el fondo para resaltar la figura de Angie Jibaja dentro del contexto informativo	Se elimina el fondo de la madre de Angie Jibaja, ubicada en la parte superior derecha de la portada, para resaltar su figura dentro del contexto informativo
	MONTAJES	-	Se coloca la figura de George Forsyt por encima de la fotografía ubicada en la parte inferior izquierda de la portada. Así mismo, en la parte inferior derecha de la portada, se observa una figura que hace referencia a un virus
	SILUETAS/RECORTES	-	Silueta de la madre de Angie Jibaja, recortada en plano americano
	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Primero, fotografía de Ricardo Márquez y Angie Jibaja nuevamente usado. Segundo, figura que hace referencia a un virus: innecesarios

<p>DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>EMOTIVOS</p>	<p>-</p>	<p>Busca la emotividad en el montaje de la fotografía ubicada en la parte inferior izquierda: descontrol, preocupación, miedo</p>
<p>BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA</p>	<p>VIOLENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>SUFRIMIENTO</p>	<p>-</p>	<p>Características faciales de Angie Jibaja recostada en una camilla, ubicada en la parte central derecha de la portada</p>
<p>OBSERVACIONES</p>			
<p>La fotografía principal cumple una función complementaria de texto-imagen, es totalmente dependiente del titular, pues no es capaz de contextualizar un hecho por sí solo (imagen recortada). Las fotografías secundarias que se relacionan al caso de Angie Jibaja no contribuyen con la información, haciendo un show mediático de lo sucedido. Además, esta es la tercera portada que la realidad problemática (covid-19) no es protagonista a nivel de fotografías.</p>			

Tabla 35

Índices de espectacularización de la portada del 17/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>33</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>	
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>17/04/20</p>				
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>5</p>				
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>	
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>		<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>Angie Jibaja y su madre aparecen en la parte inferior derecha de la portada</p>
<p>DELINCUENCIA</p>		<p>-</p>	<p>-</p>	<p>Fotografía del mercado mayorista, lugar donde ocurrió un robo de 27 mil soles</p>
<p>CORRUPCIÓN</p>		<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>CRIMEN</p>		<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>

			-
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	Se eliminó el fondo de la mujer para resaltar su figura dentro del contexto informativo	Se eliminó el fondo de Angie Jibaja y sumadre para resaltar sus figuras dentro del contexto informativo
	MONTAJES	Se observan ajos cerca a la rodilla de la mujer	-
	SILUETAS/RECORTES	La mujer es recortada en plano americano	Madre de Angie Jibaja es recortada en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Angie Jibaja y su madre no suman ni restan al hecho noticioso
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal es dependiente del titular con montajes en su presentación: ajos, logrando una intención de burla en su utilización. Al ser una fotografía recortada no cumple una finalidad informativa, sino más bien, es una representación de lo que pretende el titular. Además, las fotografías secundarias complementan la información textual.</p>			

Tabla 36

Índices de espectacularización de la portada del 18/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>34</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>18/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>6</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>		<p>Se observa a “Melcochita”, Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán ubicados en la parte inferior central de la portada</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>

PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	Se eliminó el fondo de la mujer para resaltar su figura dentro del contexto informativo	En la parte inferior izquierda de la portada se eliminó el fondo de la policía nacional junto al perro para complementar la información textual
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	La mujer es recortada en plano busto	Silueta del policía nacional en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir preocupación a través de la acción fotográfica: Mujer con ojos caídos.	La fotografía ubicada en la parte superior derecha de la portada busca la emotividad a través de la acción fotográfica: joven caído en la calle a causa del covid-19
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	Características faciales de la mujer: melancolía, miedo y/o temor	Hombre caído en la calle a causa del covid-19
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal cumple su función complementaria de texto-imagen, siendo dependiente del titular (imagen recortada). Al ser una fotografía recortada no cumple una finalidad informativa, sino más bien, es una representación de lo que pretende el titular. Así mismo, se observa que la fotografía secundaria, ubicada en la parte superior derecha de la portada, contextualiza un suceso buscando la emotividad, pero su presentación (tamaño pequeño) dificulta ver más a detalle lo capturado.</p>			

Tabla 37

Índices de espectacularización de la portada del 19/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>35</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>19/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>Se observa a Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Paolo Guerrero ubicados en la parte inferior derecha de la portada</p>
<p>DELINCUENCIA</p>		<p>-</p>	<p>-</p>
<p>CORRUPCIÓN</p>		<p>-</p>	<p>-</p>
<p>CRIMEN</p>		<p>-</p>	<p>-</p>

PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	Se desenfocó el fondo para resaltar la figura del periodista Gunter Rave. Además, su cabeza se sale de la fotografía original para que funcione como la letra “O” en referencia al nombre del diario “Trome”	-
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL(no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal se acerca al retrato fotográfico logrado desde su composición, cumpliendo la función complementaria de texto-imagen, pues es dependiente del titular. No existe acción fotográfica, el periodista se encuentra en una postura estática para lograr la intención textual del hecho noticioso: reportero que sale todos los días a la calle desafiando al coronavirus. Las fotografías secundarias también son complementarias de la información textual. Así mismo, es importante mencionar que esta portada es la primera que transmite un mensaje positivo a nivel fotográfico y textual ante la covid-19.</p>			

Tabla 38

Índices de la espectacularización de la portada del 20/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>36</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>20/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>6</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>Se desenfocó el fondo para resaltar la figura del hombre abrazando a la mujer</p>	

	MONTAJES	-	En la parte inferior izquierda de la portada, se observa un plato de comida y un hombre sobre un fondo amarillo
	SILUETAS/RECORTES	-	Hombre recortado en plano busto y un plato de comida en plano detalle
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir el temor y la preocupación a través de la acción capturada: cabizbajos abrazados	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La fotografía principal informa visualmente a través de la acción que realizan las personas fotografiadas (hombre y mujer cabizbajos abrazados) siendo independiente del titular, así mismo, busca la emotividad en su representación (no se percibe el distanciamiento social): escandaliza sutilmente la realidad problemática (abrazos prohibidos, mayores de edad no pueden salir de sus casas –la mujer de la fotografía en este caso-). Las fotografías secundarias complementan la información textual.</p>			

Tabla 39

Índices de espectacularización de la portada del 21/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>37</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fotografía principal ■ Fotografía(s) secundaria(s)
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>21/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>Se observa a Magaly Medina, figura pública perteneciente a la farándula nacional</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>La cabeza de Magaly Medina se sale del recuadro original ocultando parte del nombre del diario</p>	<p>-</p>

	MONTAJES	Se observa una figura de virus en la parte superior derecha de la fotografía	-
	SILUETAS/RECORTES	Se recortó parte de la fotografía (inferior derecha) para colocar el titular de la portada	-
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Figura que hace referencia a un virus	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca dramatizar la realidad colocando la figura de un virus en la fotografía de un personaje de la farándula nacional: Magaly Medina	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La producción interviene en la fotografía principal, observando montajes y recortes que dramatizan un hecho noticioso: Magaly Medina (personaje público) revela que sus trabajadores están infectados de covid-19. No es dependiente del titular por el hecho de observar dos índices claves: uso de una figura pública (con características faciales negativas como susto, impacto, miedo) y un virus, tal relación induce a interpretaciones logradas desde su manipulación. Además, las fotografías secundarias son complementarias, pues cumplen su función de texto-imagen.</p>			

Tabla 40

Índices de espectacularización de la portada del 22/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>38</p>		<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>	
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>22/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>4</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>Primero, en la parte inferior izquierda de la portada se observa a Alondra García, personaje público. Segundo, en la parte inferior central de la portada se encuentra Magaly Medina, personaje público perteneciente a la farándula nacional</p>

	DELINCUENCIA	-	-
	CORRUPCIÓN	-	-
	CRIMEN	-	-
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	-	La cabeza de Alondra García se sale del recuadro original. Además, se eliminaron los fondos de: Alondra García y Magaly Medina para resaltar sus figuras
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Alondra García recortada en plano americano. Y Magaly Medina recortada en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL(no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir el miedo y la preocupación mediante la composición y acción capturada: infectado de covid-19 atendido por un personal de salud	La fotografía ubicada en la parte superior derecha de la portada busca la emotividad a través de la acción fotográfica y su composición: conglomeración de personas
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			

La fotografía principal no es dependiente del titular, ya que logra informar visualmente un suceso tal y como es. Pero, dramatiza la realidad presentando en un tamaño grande la acción fotográfica de un infectado de covid-19 postrado en una camilla y atendido por un personal de salud: intención de alarmar a la sociedad. Además, la fotografía secundaria, ubicada en la parte superior central de la portada, contextualiza un hecho noticioso logrado desde su composición (plano general). Las otras fotografías secundarias son recortes y cumplen su función complementaria de texto-imagen.

Tabla 41

Índices de espectacularización de la portada del 23/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>39</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>23/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>5</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>Primero, en la parte inferior central de la portada, se observa al cantante de salsa Josimar y a su expareja Gianella Ydoña. Segundo, en la parte inferior derecha de la portada, se encuentra el artista Esteban Avelino conocido como</p>

			“Supermán peruano”
	DELINCUENCIA	-	-
	CORRUPCIÓN	-	-
	CRIMEN	-	-
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	La figura del expresidente Martín Vizcarra se sale del recuadro original. Así mismo, se eliminó su fondo para resaltar su figura dentro del contexto informativo	La figura de Gianella Ydoña y el “Supermán peruano” se salen del recuadro original. Además, se eliminaron los fondos de ambos para resaltar sus figuras
	MONTAJES	Expresidente Martín Vizcarra sosteniendo un martillo (en tamaño grande) y acompañado de figuras que hacen referencia a un “virus”: intención de presentar a Vizcarra como un héroe ante la covid-19	-
	SILUETAS/RECORTES	Expresidente Martín Vizcarra recortado en plano medio	Gianella Ydoña y “Supermán peruano” recortados en plano medio
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Martillo y figuras que hacen referencia a un “virus”	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Exagera y dramatiza la realidad nacional a través de su producción	Busca la emotividad a través de la acción fotográfica y su composición: enfermo de covid-19 recostado en una camilla
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-

OBSERVACIONES

La producción interviene en la fotografía principal, observando montajes y recortes que dramatizan un hecho noticioso: aumento de fallecidos y contagiados por covid-19. No necesita de texto para lograr interpretaciones y su presentación (tamaño grande) busca alarmar a la sociedad como también de inducir a la burla: expresidente Martin Vizcarra es representado como si fuese un justiciero o héroe ante la covid-19. Además, la fotografía secundaria ubicada en la parte superior derecha de la portada contextualiza un hecho gracias a su composición y no es dependiente de información textual para ser entendida.

Tabla 42

Índices de espectacularización de la portada del 24/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>40</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>24/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>5</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>		<p>En la parte inferior izquierda de la portada, se observa a la conductora Maju Mantilla junto a sus compañeros del programa “En boca de todos”</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>

PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	-	La figura de Maju Mantilla se sale del recuadro original y se eliminó su fondo para resaltar su figura
	MONTAJES	Mujer sobre un fondo blanco y detrás de ella se observa una figura que hace referencia a un virus	En la parte superior izquierda se observan manos sosteniendo billetes de 100 soles
	SILUETAS/RECORTES	Mujer recortada en plano medio	Silueta de Maju Mantilla en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Figura que hace referencia a un virus	Manos sosteniendo billetes de 100 soles
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir miedo al colocar la figura que hace referencia a un virus detrás de la mujer	Busca la emotividad a través de la acción fotográfica y su composición: enfermo de covid-19 recostado en una camilla
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	Características faciales y corporales en la mujer	-
OBSERVACIONES			
<p>La producción interviene en la fotografía principal, observando montajes y recortes que dramatizan un hecho noticioso: ampliación de cuarentena hasta el 10 de mayo. Su presentación busca alarmar a la sociedad y no es dependiente del titular, se utilizan índices claves como el uso de una figura que se relaciona con un virus detrás de una persona de la tercera edad, tal combinación permite interpretar un hecho sin necesidad de información textual. Además, la fotografía secundaria ubicada en la parte superior derecha de la portada es usada como causa-</p>			

efecto del texto, ambas se complementan.

Tabla 43

Índices de espectacularización de la portada del 25/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>41</p>		<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> Fotografía principal Fotografía(s) secundaria(s) 	
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>25/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>5</p>			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	-	-
	<p>DELINCUENCIA</p>	-	-
	<p>CORRUPCIÓN</p>	-	-
	<p>CRIMEN</p>	-	-
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>Se eliminó el fondo del policial nacional para resaltar</p>	<p>En la parte inferior derecha de la</p>

		su figura dentro del contexto informativo	portada, las figuras de las cuatro personas se salen del recuadro original y se eliminaron sus fondos para resaltar sus figuras. Además, en la parte inferior izquierda de la portada, se eliminó también el fondo de la mujer que sostiene la bandera del Perú
	MONTAJES	Figura que hace referencia a un virus al costado del policía nacional	-
	SILUETAS/RECORTES	Silueta del policía nacional en plano entero	Silueta de Maju Mantilla en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Figura que hace referencia a un virus	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir preocupación y miedo a través del policía nacional acompañado de la figura que hace referencia a un virus	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La producción interviene en la fotografía principal, observando montajes y recortes que dramatizan un hecho noticioso: más de mil trescientos efectivos infectados de covid-19. Dicha presentación busca escandalizar tal suceso a través de dos índices: figura de la policía nacional y el virus a su costado. Así mismo, se complementa con el titular, aunque su sola presentación también puede permitir interpretaciones sobre un hecho. Las fotografías secundarias son</p>			

dependientes de la información textual que las acompañan, cumpliendo su función complementaria de texto-imagen.

Tabla 44

Índices de espectacularización de la portada del 26/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>42</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>■ Fotografía principal</p> <p>■ Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>26/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>En la parte derecha de la portada se observa a la conductora Ethel Pozo, personaje público</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>

	CORRUPCIÓN	-	-
	CRIMEN	-	-
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES	La figura del reportero Gunter Rave se sale del recuadro original. Además, se evidencia el uso excesivo del brillo, contraste y saturación en su presentación	Se eliminó el fondo de Ethel Pozo para resaltar su figura
	MONTAJES	-	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Silueta de Ethel Pozo en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	-	-
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>Las tres fotografías utilizadas en la portada cumplen su función complementaria de texto-imagen, siendo dependientes del titular (fotografía principal) y de la información textual que las acompañan (fotografías secundarias). Ninguna de las fotografías tiene el poder de transmitir emociones, ya que no existe acción fotográfica que evidencie un tema noticioso y por sí solas, no contextualizan un hecho. Además, esta es la segunda vez que una portada muestra una noticia positiva a nivel fotográfico y textual con la representación del mismo personaje: periodista Gunter Rave.</p>			

Tabla 45

Índices de espectacularización de la portada del 27/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>43</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>27/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>6</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>Se observan colores opacos en la presentación de la fotografía</p>	<p>Se eliminaron los fondos de: mujer con mascarilla ubicada en la parte izquierda de la portada y hombre sosteniendo una</p>

			caja ubicado en la parte inferior central de la portada
	MONTAJES	Se observa una figura que hace referencia a un virus en la parte inferior derecha de la fotografía	En la parte izquierda de la portada, se observan manos sosteniendo un martillo sobre la parte superior izquierda de la fotografía principal. Así mismo, se evidencian manos sosteniendo billetes de 100 soles en la parte inferior derecha de la portada
	SILUETAS/RECORTES	-	Primero, mujer con mascarilla recortada en plano busto. Segundo, hombre sosteniendo una caja recortado en plano medio. Por último, en plano detalle se observan las manos sosteniendo un martillo y otras manos sosteniendo billetes de 100 soles
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	-	Manos sosteniendo un martillo

<p>DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>EMOTIVOS</p>	<p>Busca transmitir el miedo y la preocupación a través de la composición y acción capturada: personas comprando cervezas en plena cuarentena</p>	<p>Mujer con mascarilla junto a la mano sosteniendo el martillo, en dirección a la fotografía principal, dramatizan la realidad</p>
<p>BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA</p>	<p>VIOLENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>SUFRIMIENTO</p>	<p>-</p>	<p>Características faciales y corporales de la mujer con mascarilla</p>
<p>OBSERVACIONES</p>			
<p>La fotografía principal contextualiza un hecho noticioso, siendo independiente del titular, su intención es alertar a la sociedad mediante la imagen. Así mismo, se observa una dramatización de la realidad en la combinación que existe en dos fotografías secundarias (mujer con mascarilla y manos sosteniendo un martillo) y la fotografía principal, logrando evidenciar un problema por la información visual que transmiten, pero de forma burlesca, exagerada.</p>			

Tabla 46

Índices de espectacularización de la portada del 28/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>44</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>28/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>3</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p> <p>DELINCUENCIA</p> <p>CORRUPCIÓN</p> <p>CRIMEN</p>	<p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>Tres presos murieron durante un motín por miedo a contagiarse de covid-19</p>	<p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>-</p>	<p>En la parte izquierda de la portada, se desenfoca el fondo del militar.</p>

			Además, su figura se sale del recuadro original. Luego, en la parte inferior derecha se eliminó el fondo de un hombre (doctor Elmer Huerta) para resaltar su figura
	MONTAJES	En la parte central de la fotografía se observa un helicóptero	En la parte inferior izquierda de la portada, se observa una figura que hace referencia a un virus
	SILUETAS/RECORTES	Plano detalle del helicóptero	Silueta del militar en plano entero
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Helicóptero: sobrecarga visual	Figura que hace referencia a un virus
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir el miedo y la preocupación a través de la acción capturada: internos del penal Castro Castro protestando con carteles y banderas para salir de dicho lugar	Busca la emotividad a través del militar armado
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	Presos conglomerados realizando disturbios	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La producción interviene en la fotografía principal, logrando dramatizar un hecho noticioso: motín por temor al covid-19 deja tres muertos en penal Castro Castro. No es dependiente del titular, aunque su presentación (tamaño reducido de las fotos, collage y montaje) no permite mostrar más a detalle tal acontecimiento, solo produce una sobrecarga visual. Además, las fotografías secundarias cumplen su función complementaria de texto-imagen.</p>			

Tabla 47

Índices de espectacularización de la portada del 29/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>45</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Fotografía principal</p> <p>Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>29/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>4</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i></p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>Se desenfoca el fondo para resaltar la figura del hombre con mameluco y mascarilla</p>	<p>En la parte izquierda central de la portada, se desenfoca parte del fondo derecho</p>

			(personas corriendo con sus maletas). Además, En la parte inferior central de la portada se eliminó el fondo de la mujer para resaltar su figura
	MONTAJES	Se observa una figura que hace referencia a un virus al costado del hombre con mameluco y mascarilla	-
	SILUETAS/RECORTES	-	Mujer sobre fondo amarillo recortada en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Figura que hace referencia a un virus	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir preocupación y miedo a través del hombre vestido con un mameluco y mascarilla junto a la figura que hace referencia a un virus	Busca la emotividad a través de la acción fotográfica (personas corriendo con sus maletas)
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	-	-
OBSERVACIONES			
<p>La producción interviene en la fotografía principal y su presentación busca escandalizar un suceso (más de mil muertos en Lima y Callao por covid-19) a través de dos índices: el hombre con mameluco y mascarilla y la figura de un virus a su costado. Así mismo, se complementa con el titular, aunque su sola presentación también puede permitir interpretaciones sobre un hecho. Las fotografías secundarias son dependientes de la información textual que las acompañan, cumpliendo su función complementaria de texto-imagen.</p>			

Tabla 48

Índices de espectacularización de la portada del 30/04/20

<p>NÚMERO DE PORTADA</p> <p>46</p>			<p>IDENTIFICADORES</p> <p> Fotografía principal</p> <p> Fotografía(s) secundaria(s)</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN</p> <p>30/04/20</p>			
<p>CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS</p> <p>4</p>			
<p>CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN</p>		<p>FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</p>	<p>FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS</p>
<p>CONTENIDOS SOFT NEWS</p>	<p>FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>DELINCUENCIA</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CORRUPCIÓN</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
	<p>CRIMEN</p>	<p>-</p>	<p>En la parte superior derecha de la portada, se observa el caso del motín en el penal Castro Castro</p>
<p>PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN</p>	<p>RETOQUES</p>	<p>Se eliminó el fondo del hombre con mameluco, lentes</p>	<p>Se eliminó el fondo del policía y</p>

		de bioseguridad y mascarilla para resaltar su figura dentro del contexto informativo	soldado ubicados en la parte inferior derecha de la portada
	MONTAJES	Se observa la figura que hace referencia a un virus en la parte inferior izquierda de la foto	-
	SILUETAS/RECORTES	Hombre recortado en plano busto	Policía y soldado recortados en plano busto
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)	Figura que hace referencia a un virus	-
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS	Busca transmitir preocupación y miedo a través de la acción fotográfica: hombre tocándose la cabeza con una mirada de angustia	Busca la emotividad a través de la acción fotográfica presentes en las dos fotografías ubicadas en la parte superior de la portada (mercado con personas conglomeradas y motín en el penal Castro Castro)
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA	-	-
	SUFRIMIENTO	Características faciales y corporales del hombre con mameluco, lentes de bioseguridad y mascarilla que reflejan miedo, preocupación y temor	-
OBSERVACIONES			

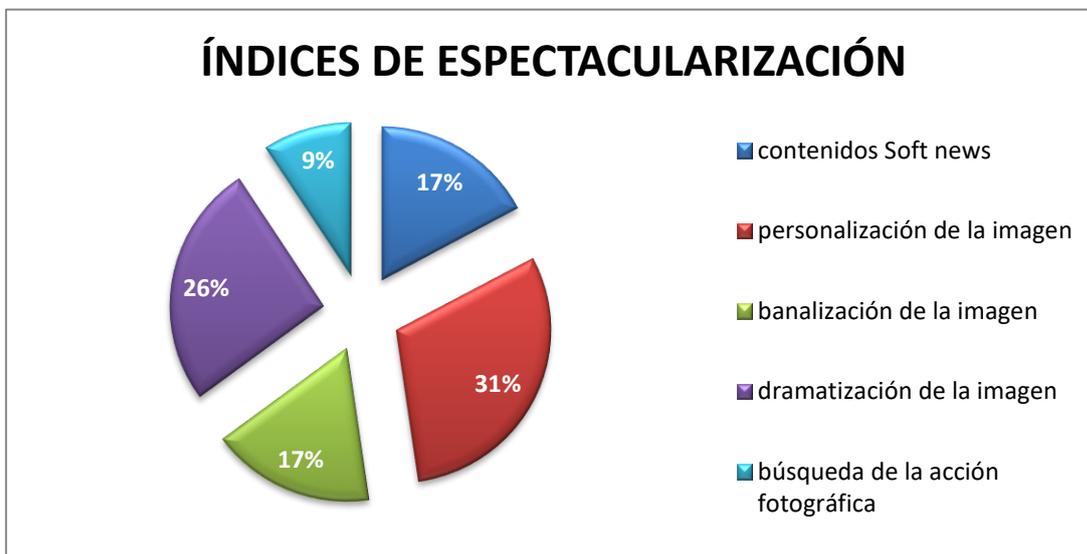
La fotografía principal cumple su función complementaria de texto-imagen, siendo dependiente del titular. Al ser una fotografía recortada no cumple una finalidad informativa, sino más bien, es una representación de lo que pretende el titular, apelando a las emociones a través de la presentación. Así mismo, se observa que las fotografías secundarias, ubicadas en la parte superior de la portada, contextualizan un hecho y sirven como causa-efecto del titular.

Resultado del primer instrumento

A continuación, se presentan dos figuras de integración para identificar los índices de espectacularización más usados en estas fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena.

Figura 2

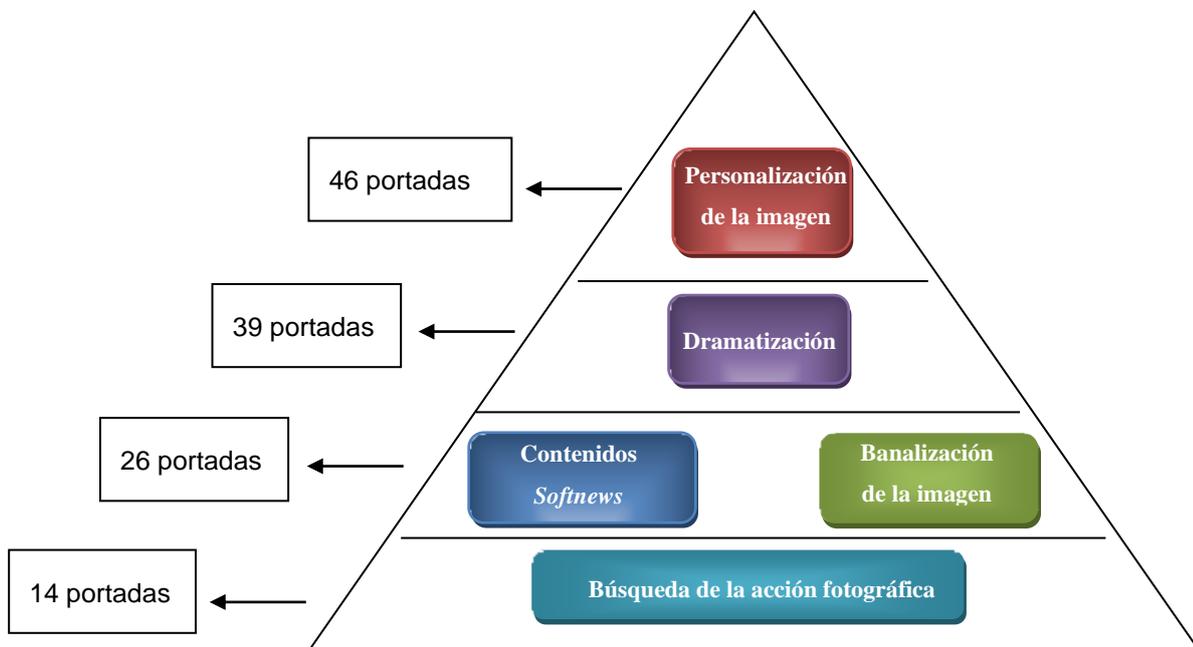
Índices de espectacularización más usados en las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena



Nota. El gráfico evidencia el porcentaje que tuvieron los índices de espectacularización en las fotografías periodísticas de las 46 portadas analizadas.

Figura 3.

Jerarquización de los índices más usados en las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena



Nota. Esta figura muestra la presencia de índices de espectacularización en las portadas analizadas.

Gracias a la descripción y análisis de los índices de espectacularización presentes en las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena, se procedió a seleccionar cuatro portadas que cumplan con lo siguiente:

- Utilización del morbo a través de la manipulación fotográfica
- Fotografías con contenido escandaloso
- Fotografías que interpreten la realidad de manera superficial
- Portadas que presenten de 3 a 5 índices de espectacularización evidenciados en la ficha de recolección de datos.

Seguidamente, se presentan las portadas representativas que cumplan con los términos anteriormente mencionados:

- Portada 43 (fecha de publicación 27/04/2020)
- Portada 23 (fecha de publicación 07/04/2020)
- Portada 31 (fecha de publicación 15/04/2020)
- Portada 21 (fecha de publicación 05/04/2020)

Dichas portadas seleccionadas (se respetó tal orden en la presentación de los *focus group*), sirvieron para completar el estudio y análisis del segundo instrumento realizado mediante la técnica del *focus group*. En los siguientes párrafos se detallará la información obtenida por parte de 12 lectores del diario Trome, entre hombres y mujeres de 22 a 45 años, que viven en Lima Metropolitana.

Resultado del segundo instrumento

Los resultados del segundo instrumento se dividieron en 9 ítems, los cuales son:

- Primer ítem: Opinión de los lectores del diario Trome sobre el uso de la fotografía en los diarios
- Segundo ítem: ¿Cómo saber si una fotografía miente o dice la verdad?
- Tercer ítem: Características que más llaman la atención de las fotografías presentadas en las cuatro portadas
- Cuarto ítem: Puntos positivos y negativos en las fotografías presentadas de las cuatro portadas
- Quinto ítem: ¿Las fotografías presentadas en las cuatro portadas son capaces de crear conciencia?
- Sexto ítem: ¿Las fotografías presentadas en las cuatro portadas necesitan de texto para ser entendidas?

- Séptimo ítem: ¿Las fotografías presentadas en las cuatro portadas son confiables?
- Octavo ítem: ¿Las fotografías presentadas en las cuatro portadas son válidas?
- Noveno ítem: Portadas que transmitieron más emociones por sus fotografías.

1. Opinión de los lectores del diario Trome sobre el uso de la fotografía en los diarios

Para la mayoría de los participantes, la fotografía en el periodismo es una herramienta esencial, ya que aporta al texto la contextualización del hecho noticioso. “Considero que las fotografías en los diarios son fundamentales, no solo porque, básicamente, permite confirmar un hecho sino porque también muestra una realidad”. (A3, primer grupo focal, octubre 2020).

Así mismo, el participante B5 mencionó que, gracias al buen uso de la fotografía en los diarios, el lector puede verse influenciado en comprar un periódico, pues llaman la atención sin la necesidad de leer la información textual (segundo grupo focal, octubre del 2020).

De la misma forma, la mayoría de los participantes coinciden en que las fotografías transmiten emociones y su sola representación es el reflejo de la realidad. Uno de los participantes explicó que también es dependiendo de la fotografía que se coloque en las portadas, ya que las imágenes que han pasado por una producción (editadas) se prestan para distintas interpretaciones -incluso llegar a malinterpretar una noticia-, y “por eso las que se deben priorizar son las reales las que no se manipulan”. (B2, segundo grupo focal, octubre 2020).

No obstante, el participante B3 (segundo grupo focal, octubre 2020) indica que en los diarios las fotografías suelen ser muy exageradas, y no son solo los adultos quienes lo leen u observan, sino también menores de edad, y en ese sentido debería haber un mejor cuidado de las imágenes que se publican en las portadas.

Tabla 49

Uso de la fotografía en los diarios según el primer focus group

	Primer ítem
A1	Es parte primordial, muestra hechos, sucesos
A2	Técnica de mucha importancia para los medios de comunicación
A3	Hace acercar al lector sobre qué es lo que está pasando en el contexto del día a día
A4	Apoya a la nota informativa, transmite un mensaje más contundente del tema
A5	La fotografía expresa mucho más o de manera más inmediata que un texto en las portadas
A6	Es un recurso fundamental para transmitir un mensaje en la sociedad

Tabla 50

Uso de la fotografía en los diarios según el segundo focus group

	Primer ítem
B1	Son reales y verídicas
B2	Son necesarias, los títulos tienen que ir acompañadas de las fotos
B3	Dependiendo de la imagen que se coloque. Se debe priorizar las imágenes que no han sido manipuladas
B4	A veces exageran con lo que muestra una fotografía
B5	A través de la imagen se transmite lo que quiere decir una noticia
B6	Brindan mayor información

2. ¿Cómo saber si una fotografía miente o dice la verdad?

Se observó que la mayoría de los participantes coincidieron con que la manipulación o producción de una fotografía hace que el lector pueda identificar la veracidad de una imagen con respecto a una noticia.

Uno de los participantes indicó una forma de poder saber si una fotografía miente o dice la verdad:

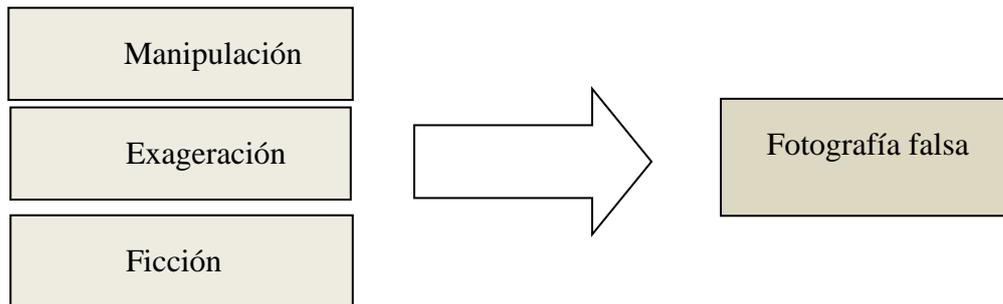
Reportar la imagen que el lector considere dudosa, porque hay empresas de verificación de noticias. En el Perú tenemos a La República y Ojo Público, por ejemplo. Ahora, debemos entender que no todos somos especialistas para evaluar una imagen trucada. Imagínate un adulto mayor que, básicamente se está adaptando a las redes sociales, ve una imagen trucada se la cree y la comparte, lógicamente, es por ese motivo que se recomienda usar estas herramientas para reducir de alguna u otra forma la desinformación. (A4, primer grupo focal, octubre 2020).

Algunos de los participantes reconocieron que les resulta difícil saber si una imagen es verídica o no. “Tenemos que estar indagando, una fotografía puede engañar, algunas pueden ser realistas, otras pueden tener *Photoshop*” (A1, primer grupo focal, octubre 2020). Por eso, la fotografía debe ser observada con detenimiento, como indica B1 (segundo grupo focal octubre 2020), ya que, a veces puede estar “trucada” y eso se reconocería cuando no existe una similitud con lo real.

Según los lectores de ambos grupos focales, la fotografía no dice la verdad si cumple con lo siguiente:

Figura 4.

Identificación de una fotografía falsa según los grupos focales



Nota. Existen tres formas, según los lectores, para reconocer fotografías que eliminan cualquier vínculo con la realidad.

3. Características que más llaman la atención de las fotografías presentadas en las cuatro portadas

En el caso de la primera portada, la mayoría de los participantes indicaron que las características más llamativas son lo que describen las fotos por sí solas y el montaje (personas comprando cervezas y manos sosteniendo un martillo), además, se mencionó que existe una mala relación con el titular “martillazo a cerveceros”, pues tal combinación de imagen-texto se presta para muchas interpretaciones, logrando la confusión entre algunos de los participantes.

Justamente, el participante A5 explicó lo siguiente:

Es un poco ambiguo el titular relacionado a la fotografía. Sé que está usando una figura retórica al decir “martillazo a cerveceros”, pero (...) el titular se presta para muchas interpretaciones y no precisamente positivas. El uso del montaje es bueno, pero, yo preferiría una imagen no montada para que muestre una realidad. (A5, primer grupo focal, octubre 2020).

Así mismo, se indicó que la imagen recortada de las manos sosteniendo un martillo es violento, pero “hay que entender que el Trome es el diario amarillista de El Comercio ¿no? y tanto sus titulares como sus fotografías van a ser violentas en algunos casos”. (A6, primer grupo focal, octubre 2020).

En la segunda portada, la mayoría de los participantes coincidieron en que la figura de un miembro del ejército transmite autoridad, y es la parte que más llama la atención de la portada. Según el participante A5 (primer grupo focal), se “utiliza la imagen del militar para dar una sensación de autoridad. Es decir, los peruanos necesitan autoridad para cumplir cierta ordenanza, incluso se pone ahí en un plano de arriba hacia abajo que te da la sensación de autoridad” (octubre 2020).

Además, se vuelve a percibir que la acción fotográfica es lo que también llama la atención de los participantes, tal como lo dice el lector B1: “la forma en la que se presentan las fotografías ayuda a saber lo que está pasando” (segundo grupo focal, octubre 2020).

Sin embargo, hubo un comentario que señaló al titular como la parte que más llama la atención de la portada. “Leer “Toque de queda” en ese tamaño con letras rojas es algo casi no creíble para nosotros, como si estuviésemos en una película y por eso me llama la atención” (B6, segundo grupo focal, octubre 2020).

La característica que más llamó la atención en la tercera portada para los participantes fue la acción fotográfica: descripción de la imagen. Se indicó que la presentación y combinación de las fotografías presentes en la tercera portada tienen la intención de transmitir emociones por las expresiones y acciones que realizan las personas fotografiadas. “Me llama la atención lo que describe la foto, personas llorando, en el suelo o en la camilla” (B3, segundo grupo focal, octubre 2020).

El participante B4 se refirió a la presentación de las fotografías, cuestionando el tamaño y la expresión de las personas retratadas:

Poner a un enfermo en ese tamaño o la acción de la chica agarrándose la mascarilla me parece una exageración. Aunque claro, me describen hechos, como que están habiendo más muertos o que hay personas en abandono (segundo grupo focal, octubre 2020).

En ese sentido, la figura de la chica sosteniendo su mascarilla fue otra de las características que más llamó la atención de los lectores, pues genera emociones negativas como intriga, terror y sufrimiento.

Por otro lado, un participante sostuvo que la presentación de fotografías en esta tercera portada satura la realidad y que, aunque no es malo retratarla, exponerla de tal forma es entrar en discusión. (A4, primer grupo focal, octubre 2020).

En el caso de la cuarta portada, los participantes sostienen que la característica que más llama la atención es el plano general de las fotografías, ya que se logra percibir una acción determinada: conglomeración de personas en las calles.

Estas fotos me muestran lo que está sucediendo y se logra apreciar a simple vista las acciones de las personas que han sido fotografiadas en forma general, o sea son imágenes amplias, que permiten hacernos ver cómo la gente no hace caso. (B1, segundo grupo focal, octubre 2020).

Un participante añadió lo siguiente:

Lo que me llama la atención también es que, en este caso, esas dos fotografías que muestra la aglomeración no fueron publicadas en un mayor tamaño dentro de la portada, creo que debieron ser un poco más grandes, al fin y al cabo, muestran lo que está sucediendo en los mercados creo y ni siquiera son trucadas.

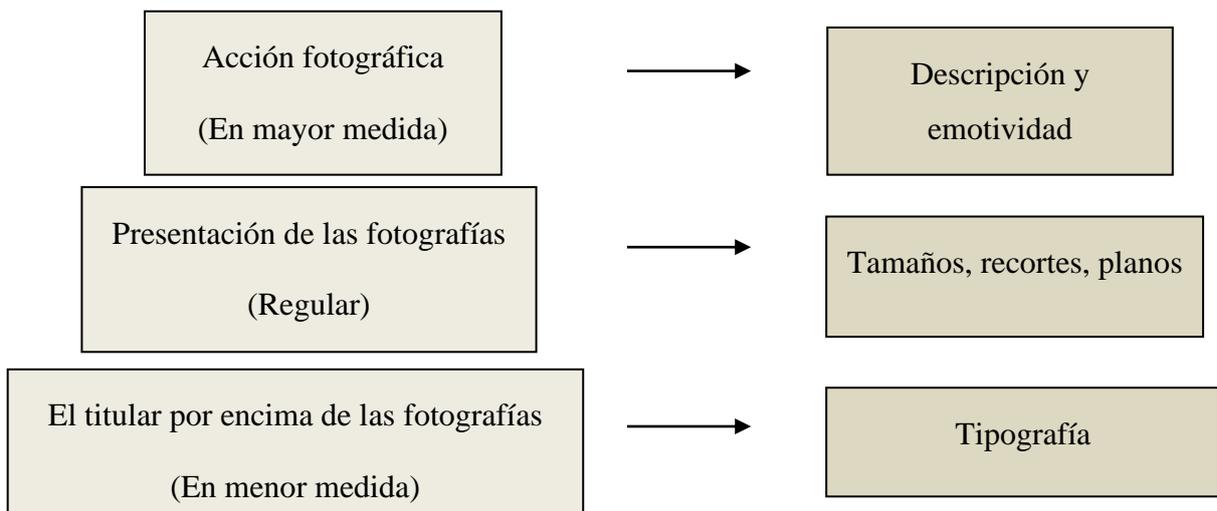
Pero esas personas recortadas quitan espacio, es más, no las considero tan necesarias. (B4, segundo grupo focal, octubre 2020).

Para el lector B4, los recortes utilizados en esta cuarta portada quitan espacio a las fotografías principales, resaltando que dichas fotos, al no estar manipuladas debieron estar en mayor tamaño, pues están informando visualmente un tema de coyuntura.

A continuación, se presentan las características más mencionadas por los participantes, en base a las cuatro portadas estudiadas:

Figura 5.

Jerarquización de las características más llamativas de las cuatro portadas



Nota. Esta figura comprueba que la acción fotográfica es uno de los recursos más llamativos para los lectores debido a la emotividad y descripción de un suceso gracias a la imagen.

4. Puntos positivos y negativos en las fotografías presentadas de las cuatro portadas

Los participantes señalan que en la primera portada existe un balance entre puntos positivos y negativos. Entre los puntos positivos, lo que más se mencionó es que la fotografía principal refleja una realidad, mientras que los puntos negativos serían la manipulación y exageración de las imágenes secundarias que aparecen como recortes.

Así lo confirma el participante A1 (Primer grupo focal), quien menciona que lo positivo es que muestra una noticia verdadera representado en una foto (personas comprando cervezas en pleno estado de emergencia), y lo “negativo sería la forma en cómo exageran en la presentación de todas las imágenes, muy sobrecargado” (octubre 2020).

Lo mismo sucede en la segunda portada, existe un balance entre puntos positivos y negativos en las fotografías presentes, mencionando que la acción fotográfica es tomada en cuenta como un aporte positivo/negativo, es decir, la mayoría de los participantes presentan una postura según lo que realizan las personas fotografiadas, más no de la presentación de dichas fotografías como tamaños, recortes o planos usados:

Lo positivo es el enfoque mayormente de la falta de disciplina y que a través de la imagen se pueda limitar a que las personas se aglomeren en las calles. En el aspecto negativo es lo que muestra la foto que está en la parte de abajo, la aglomeración, es justamente lo que no debemos hacer. (B2, segundo grupo focal, octubre 2020).

B5 (segundo grupo focal) también explica que:

Lo positivo es que te informa la verdad, lo que pasa el día a día. Lo negativo podría decir que ver las mismas fotos en las portadas como esta, te llega a estresar, esa saturación de lo mismo causa dolores de cabeza (octubre 2020).

En la tercera portada se observan dos tendencias: en el primer *focus group* se mencionan más puntos negativos, mientras que en el segundo *focus group* se percibe un balance entre puntos positivos y negativos.

En base al primer grupo focal, se expresa que hay más puntos negativos porque se exagera la noticia con imágenes que transmiten emociones negativas de la realidad, causando terror en la población, tal como lo indica A2 (primer grupo focal, octubre 2020).

Sin embargo, en el segundo grupo focal, se menciona que uno de los puntos positivos que hay en las fotografías mostradas es el reflejo de un panorama actual, de la realidad que acontece el país. Justamente, el lector B6 sustenta su respuesta de la siguiente manera:

Lo positivo es que se está mostrando lo que vivimos y lo negativo, obviamente, es lo que nos causa esa realidad. Es como un sube y baja, sabes que necesitas verlo para saber si es verdad, pero a su vez entiendes que lo que verás no será algo bueno (segundo grupo focal, octubre 2020).

Lo mismo sucedió en la cuarta portada, se percibieron dos tendencias: en el primer grupo focal se mencionó más puntos positivos, mientras que en el segundo grupo focal se resaltó solamente puntos negativos.

Para el primer grupo focal, las fotografías muestran la realidad sin ser manipuladas, lo que las convierten en puntos positivos.

El participante A6 (primer grupo focal) manifiesta que dichas imágenes muestran más de lo evidente –coyuntura del covid-19-, lo que resulta ser positivo para que la población entienda y reflexione del panorama que atraviesa el país. Así mismo, identificó un punto negativo:

Digamos que, en la composición, creo que no ayuda mucho porque son dos imágenes que no te hacen entender exactamente lo que las personas realizan, no sé si están en un mercado o si están comprando, no se observa tan bien (...)

obviamente hay una saturación de imágenes y te dice más de lo mismo, lo mal que estamos (octubre 2020).

Según los participantes del segundo grupo focal, las fotografías presentadas evidencian puntos negativos desde la acción fotográfica y su carga emotiva. Un ejemplo claro lo brindó el lector B5 (segundo grupo focal) quien explicó:

Lo negativo ¿sabes qué es? que esas imágenes y el texto te desesperan también, porque es como que a la vez te informan, pero te transmiten terror, como si no supieras si fuese real, luego sales de casa y te das cuenta de que lo que se ve en los diarios es solo un poco de lo mal que estamos (octubre 2020).

En general, se conoció que hay balance entre puntos positivos y negativos en las fotografías de las cuatro portadas estudiadas según los lectores.

5. ¿Las fotografías presentadas en las cuatro portadas son capaces de crear conciencia?

Lo percibido en la primera portada es que todos los participantes coinciden en que las fotografías presentadas sí son capaces de crear conciencia, pero de manera exagerada, distorsionada.

Para A4 (primer grupo focal) dichas fotografías no tienen la intención de contextualizar un hecho noticioso, sino dramatizar tal hecho. “La portada en sí no me parece que busque reflejar la realidad, sino exagerarla, y más que crear conciencia, me transmite alarmismo” (octubre 2020).

En la segunda portada, todos los lectores sostienen que las fotografías presentadas sí son capaces de crear conciencia por lo que describe la acción capturada. Las imágenes por sí

solas inducen a la reflexión, tal como lo indica B1: “la gente que lee o ve la portada va a saber que no debe salir o que no debe estar en sitios donde hay mucha gente” (segundo grupo focal, octubre 2020).

Así mismo, A6 (primer grupo focal) expresa que dichas imágenes “son capaces de crear conciencia porque las fotos te describen un hecho, lo que te permite reflexionar sobre la coyuntura que vivimos” (octubre 2020).

La tercera portada presentó una tendencia similar a lo sucedido con la primera portada, ya que, la mayoría de los participantes indicaron que las fotografías sí son capaces de crear conciencia por el hecho de mostrar imágenes reales de la coyuntura nacional, aunque, su presentación sigue siendo un tema de discusión. “Pasa lo mismo que en la primera portada, te hace tomar conciencia de lo que vivimos, pero de manera exagerada”. (A3, primer grupo focal, octubre 2020).

Otro aspecto que se percibió fue la perspectiva que tuvo el segundo grupo focal, donde algunos lectores mencionaron la necesidad de fotografías como las plasmadas en la tercera portada para que la población entienda la realidad problemática del país. “Lo que se ve concientiza con lo del cuidado y la protección que debemos tener constantemente” (B6, segundo grupo focal, octubre 2020).

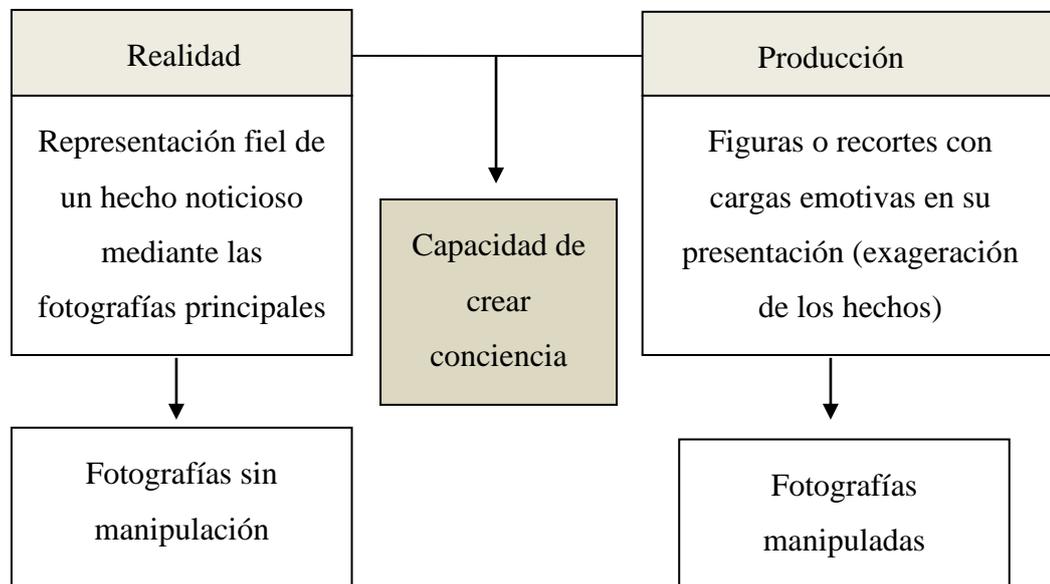
En la cuarta portada, los lectores también explicaron que las fotografías mostradas permiten tomar conciencia sobre un hecho en específico por mostrar la realidad. Sin embargo, para A5 “crea alarma a la población. A largo plazo puede generar conciencia, pero no creo que sea el objetivo principal de estas fotografías” (primer grupo focal, octubre 2020).

En ese sentido, hubo una cantidad menor de participantes que indicaron que las fotos de las cuatro portadas no son capaces de crear conciencia, sino más bien de dramatizar un suceso y alarmar a la sociedad.

Pero, para la mayoría de los participantes, las fotografías presentadas en las cuatro portadas sí son capaces de crear conciencia mediante dos etapas:

Figura 6.

Etapas que crean conciencia en las fotografías de las cuatro portadas según los participantes



Nota. Lectores del diario Trome mencionan que las fotografías principales reflejan la realidad y las fotografías secundarias exageran la noticia pero ambas se complementan y producen la reflexión.

6. ¿Las fotografías presentadas en las cuatro portadas necesitan de texto para ser entendidas?

En la primera portada se evidencian dos tendencias: todos los participantes del primer grupo focal manifiestan que las fotografías mostradas necesitan de texto para lograr la comprensión del hecho noticioso. A continuación, se presentarán algunos de sus comentarios:

“Al ver varias imágenes se puede malinterpretar una noticia, por eso la letra es fundamental en esta portada, al menos para que contextualice lo que las fotos quieren mostrar”. (A1, primer grupo focal, octubre 2020).

“(…) Para mí las fotos si deben estar acompañadas de texto como en este caso, pero de texto que tenga coherencia y precisión para que se logre el entendimiento”. (A6, primer grupo focal, octubre 2020).

“(…) Sin texto se vería muy desordenado y sin coherencia”. (A3, primer grupo focal, octubre 2020).

No obstante, también se especificó que en esta primera portada el titular no está bien formulado, A6 así lo explica:

La combinación de las imágenes con el titular, no se relacionan mucho, por ejemplo, con la chica que parece una enfermera, quien hace un gesto como si fuese contra ella inclusive, o como si ella fuese la cervecera. Creo que tiene distintas interpretaciones (primer grupo focal, octubre 2020).

Ahora bien, en el segundo grupo focal, la mayoría de los lectores indicaron que las fotografías de la primera portada no necesitan de texto para transmitir un hecho noticiable. Para B2 las fotos, sin necesidad de información textual, transmiten “sentimientos, tanto de pena, angustia como, prácticamente, mofa, pero de esa forma la imagen misma te muestra lo que sucede” (segundo grupo focal, octubre 2020).

En la segunda portada, el lector A4, indicó que “las imágenes no pueden andar por sí solas, creo que sí necesitan de texto, porque debe haber una explicación, una descripción que acompañe a la noticia” (primer grupo focal, octubre 2020).

Así mismo, otros participantes manifestaron que la imagen y el texto se complementan y siempre deben estar presentes en una portada.

Por último, lectores como A1, A2 y B1 explicaron que las fotografías de la segunda portada sí pueden funcionar por sí solas, ya que reflejan una realidad y la composición y acción fotográfica son suficientes para sacar conclusiones sobre un hecho.

Para la tercera portada, la mayoría de los participantes sostienen que las fotografías si necesitan de texto para que se pueda comprender el hecho noticioso. Como indica A1 “las fotos por sí solas en esta portada transmiten muchas emociones y en distintos contextos, eso hace la necesidad de un titular que generalice la información” (primer grupo focal, octubre 2020).

B2 comenta también:

Depende del contexto, en esta época o año se sobre entiende que las fotos hacen referencia al drama que vivimos, pero en unos años más, obviamente necesitarán de texto para explicar qué es lo que está pasando en cada una de esas fotos (segundo grupo focal, octubre 2020).

De igual forma, la mayoría de los participantes comentaron que las fotografías de la cuarta portada necesitan de texto para funcionar en su contexto informativo.

B4 mencionó lo siguiente: “el texto te comunica datos específicos que la foto no puede hacer” (segundo grupo focal, octubre 2020).

En general, este ítem presentó distintas perspectivas, teniendo con mayor frecuencia el uso necesario de texto e imagen para comprender una noticia, ya que, no se lograría la comprensión si ambas (texto e imagen), funcionan por sí solas en una portada.

7. ¿Las fotografías presentadas en las cuatro portadas son confiables?

Con respecto a la primera portada, la mayoría de los lectores indicaron que la fotografía principal es confiable por mostrar la realidad, pero que la presentación general de las imágenes secundarias, exageran el hecho noticioso.

Al respecto, se observaron los siguientes comentarios:

“Salvo la fotografía principal donde están los cerveceros te podría decir que es fiel a la realidad, y por eso me parece una foto confiable”. (A6, primer grupo focal, octubre 2020).

“La foto principal se me hace confiable porque permite interpretar la realidad a través de lo que muestra la fotografía”. (A3, primer grupo focal, octubre 2020).

“Sé que son confiables porque me muestran lo que está pasando claramente, pero agregarle muchas cosas quizá está de más”. (B4, segundo grupo focal, octubre 2020).

“Creo que son confiables cuando muestran una noticia verídica, y en este caso sí lo hace, al menos con el tema de la foto donde salen los cerveceros”. (A5, primer grupo focal, octubre 2020).

“Son confiables porque lo que veo en las fotos de esa portada es lo que observo en las calles, personas comprando cervezas, no respetando la cuarentena y todo eso”. (B1, segundo grupo focal, octubre 2020).

Además, otro participante mencionó que el diario Trome resulta confiable por la forma en la que difunden sus noticias, las cuales permiten una mejor comprensión de la realidad, a pesar de reconocer que es un periódico sensacionalista:

Yo siempre compro el Trome, un diario que todas sus noticias son más digeribles por así decirlo, y confío bastante en lo que muestran sus portadas, quizá más exagerado que otros, pero no deja de ser la realidad. (B6, segundo grupo focal, octubre 2020).

No obstante, el participante A4 explicó que las fotografías de la primera portada no le resultan confiables por observar una personalización y manipulación en su presentación, pero, que dicha percepción nace a través del análisis. “No diría que son confiables por el hecho de saber que ya hubo una manipulación, pero eso lo digo porque estoy analizando las fotos, a simple vista quizá me haga pensar lo contrario”. (A4, primer grupo focal, octubre 2020).

En la segunda portada, los lectores explicaron que las fotografías mostradas son totalmente confiables por no distorsionar la realidad. Según el lector A6 (octubre 2020) “mientras exista esa representación fiel de lo real, las imágenes se volverán confiables” (primer grupo focal).

Otros lectores comentaron, también, que las fotos por sí solas transmiten confianza y tal motivo vuelve a las imágenes confiables:

“Me transmite confianza porque a simple vista no se ve que han sido manipuladas”. (B2, segundo grupo focal, octubre 2020).

“Son confiables porque no nos están ocultando temas que deben ser difundidos como la falta de responsabilidad y conciencia, el no salir o el estar en lugares donde hay muchas personas pueden ser perjudiciales, y esos policías transmiten confianza”. (B3, segundo grupo focal, octubre 2020).

Cabe resaltar que, algunos lectores a pesar de reconocer la línea editorial del diario Trome, indican que las fotografías presentadas son confiables. El lector B5 (octubre 2020) justificó su respuesta de la siguiente forma:

El Trome, un diario que circula a nivel nacional y muy reconocido, te transmite esa confianza, aunque claro, se sabe que son más exagerados que otros diarios

como La República que es un diario muy serio, pero te colocan lo que es (segundo grupo focal).

A5, comentó también que: “analizándolo como ahora, veo que es fiel a nuestra realidad, pero un martes o jueves si lo veo, a primera vista, me va a parecer sensacionalista” (primer grupo focal, octubre 2020).

Para la tercera portada, los participantes coincidieron en que las fotografías mostradas son confiables por reflejar hechos que no se alejan de la coyuntura nacional: pandemia por covid-19. Sin embargo, hubo una gran cantidad de comentarios mencionando que la forma en la que están presentadas dichas fotos es inadecuada y exagerada.

Al respecto, A4 opina que “si bien muestran fotos que ya nos resultan familiares, sigo creyendo que la forma en cómo están presentadas no son adecuadas, sobre todo si están en la portada” (primer grupo focal, octubre 2020).

Para A6 (octubre 2020) también pasa lo mismo:

Me parecen confiables las fotos en sí mismas, más no la forma en la que han sido plasmadas. Concuero con los otros comentarios, la única forma de saber si son confiables o no, es reconociendo si son fieles a la realidad (primer grupo focal).

Otros participantes manifestaron que la presentación de las fotografías periodísticas en la tercera portada es un punto a favor para lograr concientizar con la población:

“Sigue siendo confiable porque muestran la realidad, claro que da pena, pero de esa forma quizá nos demos cuenta de que debemos tener mayor cuidado”. (B1, segundo grupo focal, octubre 2020).

“Nadie está ajeno a esto y esas fotos solo retratan lo que vivimos, es creíble porque así la pasamos, asustados obviamente, pero es lo que atraviesa el mundo”. (B5, segundo grupo focal, octubre 2020).

“Sé que en este caso las fotos están muy exageradas, pero al fin y al cabo es nuestro día a día”. (A3, primer grupo focal, octubre 2020).

De igual forma, en la cuarta portada todos los participantes consideran confiables a las fotografías presentadas. Algunos sustentan que dichas imágenes no solo lo ven en las portadas de diarios, sino también en televisión y por tal motivo se genera la confianza del hecho noticioso:

Son confiables para mí porque he visto este tipo de imágenes en noticieros y otros diarios, y a eso sumémosle que nosotros lo vivimos día a día cuando salimos de nuestras casas, o sea, me contextualizan lo que se está viviendo en otros lugares de nuestro país, y para mí son creíbles. (B4, segundo grupo focal, octubre 2020).

A4 opina también que “se trata de un diario popular y que se adapta a lo que nosotros como público ya acostumbramos a ver, no solo en diarios, sino en televisión. Y solo por eso me resulta confiable” (primer grupo focal, octubre 2020).

Además, se sigue percibiendo en los comentarios de los participantes que, las fotografías generan confianza por su aproximación con la realidad.

Así lo explica B6:

Aunque impactan, creo que están informando la realidad, como ya dijeron anteriormente, y eso hace confiable a las fotos, quizá es inadecuada la forma en la que presentan, tanto las imágenes como el texto, pero en este caso, esas fotos

son parte de nuestro día a día y a mí, por ejemplo, me permiten reflexionar.
(Segundo grupo focal, octubre 2020).

Para A5 (octubre 2020) las fotografías “mientras no se alejen de lo real, serán confiables. Muy aparte de cómo están representados en la portada, porque el Trome no es un diario formal obviamente, siguen siendo fotos confiables” (primer grupo focal).

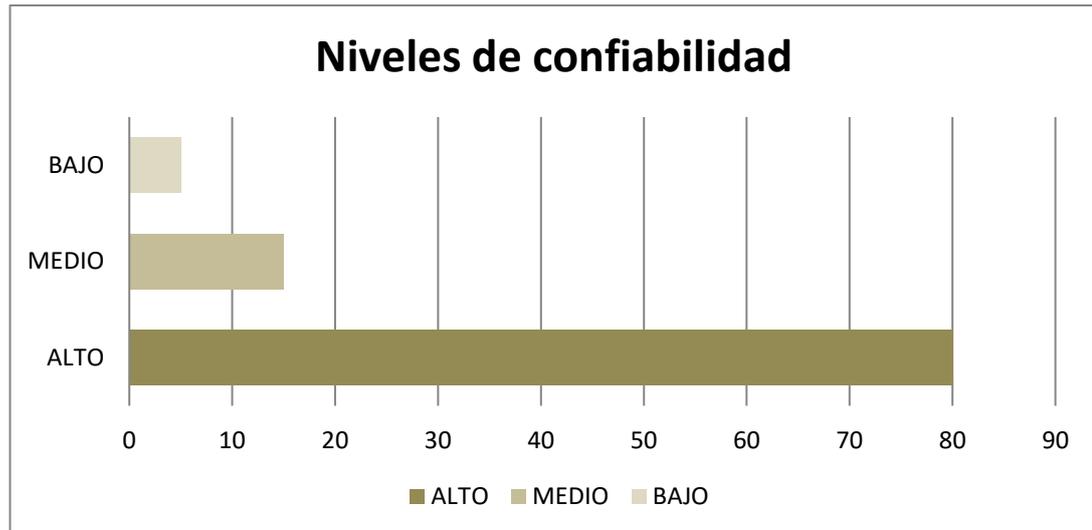
En resumen, se encontraron los siguientes resultados en base a las cuatro portadas estudiadas:

- 11 participantes (de 12) brindaron confiabilidad a la portada 43 por su fotografía principal.
- 12 participantes (de 12) brindaron confiabilidad a las fotografías de la portada 23.
- 9 participantes (de 12) brindaron confiabilidad a las fotografías de la portada 31.
- 11 participantes (de 12) brindaron confiabilidad a las fotografías de la portada 21.

Seguidamente, se presenta una figura que muestra los niveles de confiabilidad que se obtuvieron según los resultados anteriormente mencionados:

Figura 7.

Niveles de confiabilidad en las fotografías de las cuatro portadas analizadas



Nota. El 80% de los lectores del diario Trome brindan confiabilidad a las fotografías de las cuatro portadas seleccionadas para el *focus group*.

En la presente figura se evidencia que hubo un alto nivel de confiabilidad (80% de los participantes) ante las fotografías periodísticas de portada del diario Trome durante los dos primeros meses de cuarentena en Lima Metropolitana, por ser imágenes fieles a la realidad.

Un 15 % de los participantes dijeron tener dudas de si las fotografías mostradas en las cuatro portadas son confiables o no, por su forma de ser presentadas: personalización de la imagen (exageración).

Por último, un 5% de los participantes explicaron que algunas de las fotografías mostradas no son confiables por haber sido manipuladas (montaje).

8. ¿Las fotografías presentadas en las cuatro portadas son válidas?

En el caso de la primera portada, hubo comentarios variados:

Algunos lectores expresaron que solo la fotografía principal es válida, mientras que las imágenes secundarias son una exageración de la realidad, siendo totalmente innecesarios.

A4 (octubre 2020), menciona lo siguiente: “para mí, enfocados solamente en las fotos, creo que válido es la foto principal en este caso, las otras están de más, no aportan a la información, solo la exageran” (primer grupo focal).

A3 también indica que la fotografía principal es válida mientras que “las otras no porque justamente hacen una sobrecarga o saturación de la realidad que vivimos” (primer grupo focal, octubre 2020).

Del mismo modo, A2 opina que es válido “la foto de los cerveceros porque en nuestro contexto esa imagen es un hecho de interés nacional” (primer grupo focal, octubre 2020).

Otros lectores explicaron que las fotografías de esta primera portada son válidas por conocer la línea editorial del diario Trome. Posteriormente, se citarán los respectivos comentarios:

“Dependiendo del medio periodístico, porque este periódico Trome es farandulero y en otros periódicos yo creo que no saldrían estas imágenes. Pero por ser del Trome, si me parecen válidas”. (B1, segundo grupo focal, octubre 2020).

“Como dijo anteriormente B1, por ser el diario Trome si considero válidas estas fotos”. (B2, segundo grupo focal, octubre 2020).

“Por ser el diario Trome, creo que las fotos si son válidas, salvo por el martillo, es más, solo la fotografía de los cerveceros la considero válida”. (A1, primer grupo focal, octubre 2020).

Así mismo, el lector A5, sustenta que las fotos son válidas por tener la capacidad de transmitir emociones. “Las fotos tienen eficacia para producir emociones, por ese lado creo que sí son válidas. Aparte porque el Trome es un diario de espectáculos, menos no se puede esperar creo” (primer grupo focal, octubre 2020).

En la segunda portada, todos los lectores coincidieron en que las fotografías presentadas son válidas por producir emociones y contextualizar un hecho noticioso sin necesidad de la manipulación fotográfica.

A6 (primer grupo focal, octubre 2020) opina que:

Son válidas, porque te están llevando al contexto, a lo que se está refiriendo y me parece que te quiere dar a conocer que, si no respetas a la autoridad, te va a llevar y segundo, si no respetas el distanciamiento social, te vas a contagiar.

Además, el lector A4, fundamenta que las fotografías son válidas porque en su representación causan emociones que producen una reflexión sobre el hecho noticioso:

Debemos entender que la mano dura funciona, y lógicamente, en algunos casos puede herir la susceptibilidad de las personas, pero más allá de si genera conciencia o no, la responsabilidad del periodismo está en transmitir lo que es. Lo principal es informar, y cuando se habla de noticias de toque de queda, es normal encontrarnos con imágenes que tratan de contextualizar. (A4, primer grupo focal, octubre 2020).

La tercera portada, para la mayoría de los lectores, presenta fotografías válidas porque “aunque se exagera con las fotos, provoca reflexionar sobre la realidad”. (A2, primer grupo focal, octubre 2020).

B6 refuerza tal afirmación mencionando lo siguiente:

Me parece válida porque todos los medios buscan informar y justamente esta portada me transmite emociones a través de su presentación, eso hace que pueda reflexionar y que no deje de darle importancia a algo tan peligroso como lo de este virus (segundo grupo focal, octubre 2020).

Además, el lector B6 (segundo grupo focal, octubre 2020) explicó que, si bien las fotos son válidas, exagerar y abusar de dicha realidad solo provoca sensaciones negativas en la sociedad.

Cabe recalcar que, en esta tercera portada también se percibieron comentarios reconociendo que las fotos son válidas solo por estar publicadas en un diario sensacionalista. Y en los siguientes párrafos, se procederá a citarlos:

“Por ser del Trome, es más amarillista, y siempre te vende aquellas fotografías más fuertes con un titular más frío, entonces son válidas porque sabemos el diario que es”. (A3, primer grupo focal, octubre 2020).

“Sí son válidas, sobre todo si hablamos de un diario como el Trome que siempre busca llamar la atención”. (A5, primer grupo focal, octubre 2020).

Sin embargo, el entrevistado A4 no considera válidas las fotos, explicando que “hay maneras de compartir una noticia y optar por lo más cruel, probablemente se valora el objetivo, conseguir ventas, pero está el otro tema de la responsabilidad y la falta de profesionalidad” (primer grupo focal, octubre 2020).

Las fotografías de la cuarta portada son, en su mayoría, válidas según los entrevistados. El poder transmitir emociones reflejando la realidad, es uno de los comentarios más mencionados. Para los lectores de ambos *focus group*, el hecho de que las fotografías puedan informar, con su sola representación, las vuelve válidas en el contexto que sea.

Mientras las fotos informen sin ser alteradas, para mí serán válidas y en esta portada, las fotos principales sobre todo me parecen válidas porque te informan, aunque claro, como ya dije, a veces se sigue mostrando más de lo mismo. (A6, primer grupo focal, octubre 2020).

B1, también explica lo siguiente:

El Trome publica mayormente fotos así, y no todas son confiables, sobre todo las que están trucadas o manipuladas, pero en este caso, se busca concientizar a la población para que tengan cuidado y bueno las fotos ayudan a ver eso (segundo grupo focal, octubre 2020).

A pesar de la personalización y exageración de las fotografías en algunos diarios nacionales, la ausencia de manipulación fotográfica es otra de las formas que permiten saber si una imagen es válida o no, así lo expresa B6:

Todo medio actualmente exagera, sobre todo para tener más ventas, y hacen llamativas sus portadas, las vuelven exageradas y hay personas que en su inocencia creen todo y terminan asustadas de lo que ven, me incluyo porque no soy un especialista para saber cómo funcionan las cosas en los medios o en los periódicos, pero yo creo que mientras me muestren cosas reales sin ser trucadas ni animadas, ni nada, las fotografías serán válidas, como en este caso (segundo grupo focal, octubre 2020).

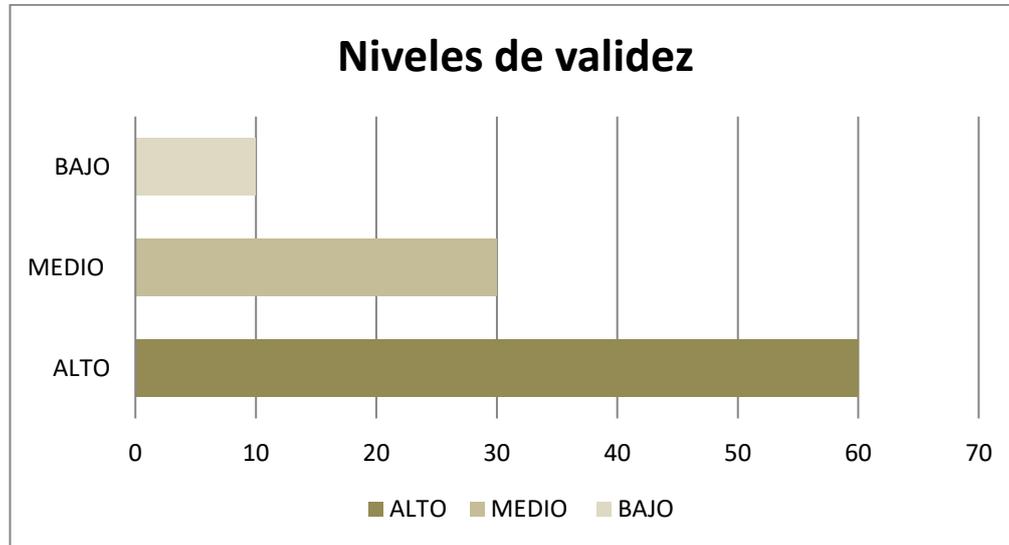
En resumen, se encontraron los siguientes resultados en base a las cuatro portadas estudiadas:

- 10 participantes (de 12) brindaron validez a la portada 43 por su fotografía principal.
- 8 participantes (de 12) brindaron validez a las fotografías de la portada 23.
- 9 participantes (de 12) brindaron validez a las fotografías de la portada 31.
- 9 participantes (de 12) brindaron validez a las fotografías de la portada 21.

Seguidamente, se presenta una figura que muestra los niveles de validez que se obtuvieron según los resultados anteriormente mencionados:

Figura 8.

Niveles de validez en las fotografías de las cuatro portadas analizadas



Nota. El 60% de los lectores del diario Trome brindan validez a las fotografías de las cuatro portadas seleccionadas para el *focus group*.

En la presente figura se evidencia que hubo un alto nivel de validez (60% de los lectores) ante las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena, por ser imágenes que transmiten emociones a través de su representación.

Un 30 % de los lectores indicaron tener dudas de si las fotografías mostradas en las cuatro portadas son válidas o no, por hacer un espectáculo de la pandemia mediante la saturación de imágenes. Muchos de ellos, indicaron que las fotografías principales de cada portada sí son válidas, mientras que las fotografías secundarias, solo hacen hincapié en una realidad de por sí lastimosa: muertes y contagios por covid-19.

Por último, un 10% de los lectores explicaron que algunas de las fotografías mostradas no son válidas por la falta de profesionalidad (responsabilidad ética) al mostrar fotografías fuera de contexto, que alarman y solo buscan llamar la atención a través de su producción.

9. Portadas que transmitieron más emociones por sus fotografías

Se formula una tabla de integración para presentar las portadas que transmitieron más emociones por sus fotografías. Cabe resaltar que el número de portadas se definen por el orden establecido en la ficha de recolección de datos (numeración de las 46 portadas conformadas mediante su fecha de publicación, que corresponden desde el 16 de marzo - portada 1-, hasta el 30 de abril -portada 46-, de 2020).

Tabla 51

Portadas que transmitieron más emociones por sus fotografías

LECTORES	PORTADAS SELECCIONADAS			
	PORTADA 21	PORTADA 23	PORTADA 31	PORTADA 43
A1			X	
A2			X	
A3				X
A4			X	
A5				
A6			X	
B1				X
B2			X	
B3			X	
B4			X	
B5				X
B6			X	

Nota. La portada 31 publicada el 15 de abril de 2020 fue la que transmitió más emociones según los lectores.

Entonces, se conoció que las fotografías que transmitieron más emociones, en los 12 lectores, están ubicadas en la portada 31 (fecha de publicación 15/04/2020 - evidenciado en el primer instrumento). La mayoría de ellos comentaron que dichas fotos impactan de manera exagerada. Precisamente el participante B2, explicó lo siguiente:

Es más que todo por las acciones que hacen cada una de las personas fotografiadas, el personal de salud, la chica llorando, las personas en el suelo, y pues creo que, si exagera en colocar todos estos índices, pero justamente eso hace que se transmita más emociones (segundo grupo focal, octubre 2020).

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados señalan que el total de las portadas estudiadas (46) contienen índices de espectacularización, donde la personalización y dramatización de la imagen fueron las más usadas. Así mismo, mediante los *focus group* se comprobó que existen altos niveles de credibilidad por parte de los lectores en Lima Metropolitana hacia las fotografías periodísticas publicadas en las portadas del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo-abril del 2020). Ambos resultados concuerdan con Guy Debord (1967), quien expresa que la espectacularización “es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante” (pág. 3).

Ahora bien, en el artículo de investigación de Rossell & Pineda (2014), se identifica una misma tendencia en cuanto a indicios de espectacularización más utilizados en los medios de comunicación. Para ambos autores, la personalización de la imagen es uno de los recursos más frecuentes porque permite focalizar la atención en un individuo o una acción colectiva, y ya sea la forma en cómo es representada, puede contribuir a dramatizar un hecho de manera positiva o negativa.

Justamente, de las 46 portadas analizadas, se confirma que solo dos de ellas (portada 35 y 42) presentan noticias positivas a nivel fotográfico. En relación con la investigación de Bernaola Meza (2019), donde se manifiesta que las imágenes publicadas en el diario Trome fomentan el morbo y la carga emotiva a través de emociones, sensaciones o sentimientos positivos o negativos, se puede indicar que, en los dos primeros meses de cuarentena, el diario Trome utilizó mayormente imágenes que apelan a la negatividad para informar.

Mario Vargas Llosa, en su libro *La civilización del espectáculo* (2012), reflexiona sobre la “normalidad” que la sociedad ha atribuido a la información exagerada y descontextualizada, alegando que la civilización tiene como pasión universal el entretenimiento y la diversión, lo cual es totalmente válido, pero convertir aquello en un valor supremo y confiable solo refleja una generalización de la frivolidad, una banalización de la cultura y a un periodismo dependiente del escándalo. Dicha percepción no se aleja de los comentarios que tuvieron los participantes de los *focus group*, ya que, mayormente, se manifestó que las fotografías mostradas en las portadas del diario Trome resultan válidas y confiables por transmitir emociones y mostrar la realidad –incluso de manera exagerada–.

En ese sentido, también se encuentra similitud con lo señalado por Blanco Ruíz (2008), al decir que actualmente, más allá de informar, se pretende emocionar para que exista una mayor influencia con el espectador, haciendo desaparecer la objetividad.

Tal objetividad excluida, hace que el fotoperiodismo y el periodismo en sí, se preste para conceptos erróneos. Con respecto a este punto, Saad Saad (2012), dice que la constancia de prácticas sensacionalistas, amarillistas y espectacularizadas en los medios, hace que la sociedad la confunda con la evolución natural del periodismo.

Cabe resaltar que, en los *focus group* hubo comentarios donde se destacó la difusión de fotografías emotivas, ya que, de esa forma, se logra concientizar a la población: solo con imágenes fuertes, se podrá reflexionar sobre el mal accionar del pueblo ante la covid-19.

Si bien la presencia fotográfica en las portadas es indiscutible, distintos estudios han tratado de elegir, entre imagen y texto, cuál es el que repercute con mayor intensidad ante la vista de los ciudadanos. Según la tesis titulada *Análisis de los contenidos de índices impresos de la portada de diario Correo edición región Puno 2012*, las fotografías en las portadas son los índices que más llaman la atención. Y en el presente estudio se determina

(gracias a los resultados obtenidos) que, en el caso de las portadas del diario Trome durante los dos primeros meses de cuarentena, también es la imagen la parte más llamativa de las portadas por la acción fotográfica (emotividad).

Y es que, la fotografía pasó a tener un alto valor comunicativo –sobre todo con la llegada del ciberperiodismo o periodismo digital-, desde una doble mirada: (1) como elemento para atraer al lector y (2) para lograr la comprensión informativa del hecho noticioso.

Medina Manzano (2016), utiliza la frase “una imagen vale más que mil palabras”, indicando que tal aforismo tiene mayor relevancia y especial significado en el caso de los medios de comunicación, pues, para esta autora, la incorporación de imágenes impactantes en los medios genera más visitas y tiene la capacidad de producir la contextualización de un suceso (aunque depende del tratamiento de quien captura la imagen y de cómo un medio lo difunde).

A ello, se suma lo expuesto por Torres Romay (2006), quien sustenta que la fotografía logra tener mayor protagonismo en la prensa dependiendo a la coyuntura que atraviesa un país, o una determinada población. Torres, reconoce que son pocos los estudios que se centran en la parte visual de la prensa, pero que en muchas ocasiones (la fotografía) puede ser considerada más importante que la información textual debido a su gran poder de impacto y evocación.

Es cierto que la fotografía es un recurso para valorar o sugerir opinión pública, tal como lo señala Langle Briceño (2016), y su utilización busca generar un pensamiento crítico sobre un suceso, en este caso sobre la covid-19, pues la mayoría de los lectores que participaron en esta investigación, mencionaron que las imágenes de las portadas estudiadas

son capaces de crear conciencia por los significados que presentan, las cuales no se alejan de la realidad.

Pero, al conocer que las fotografías de las 46 portadas contienen índices de espectacularización (exageración y dramatización de la realidad) se hace necesario citar lo expresado por Morales Castillo (2000), al referirse que la opinión pública mal podrá opinar si no está bien informada y/o tiene como base una realidad descontextualizada.

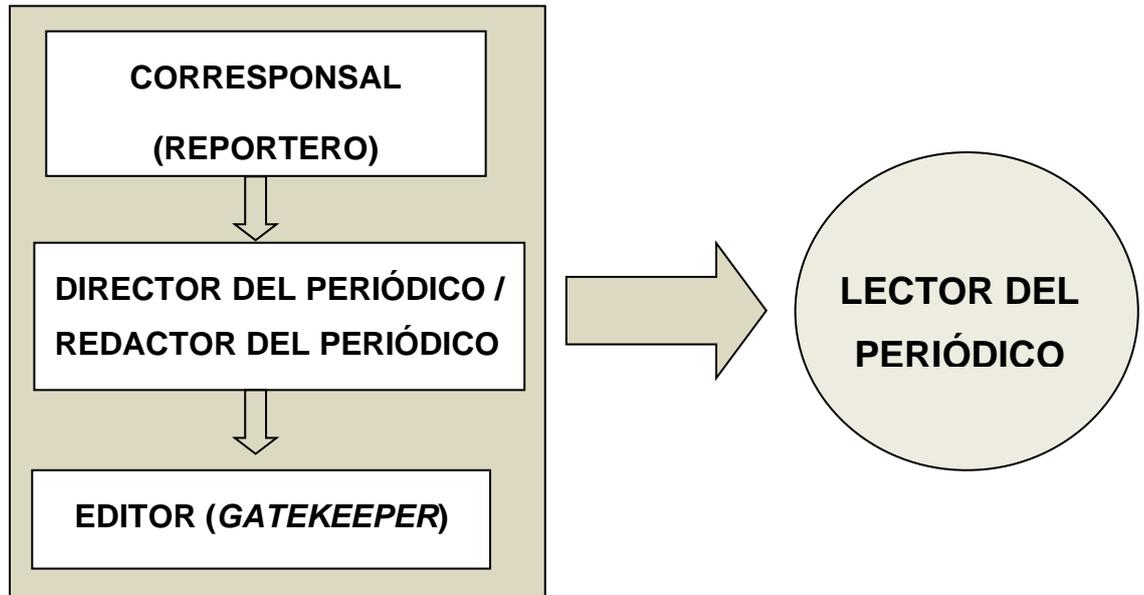
A propósito, Doménech Fabregat (2013), menciona que la alteración del contenido informativo –que en muchas ocasiones se utiliza para banalizar un hecho-, solo hace perder la confianza que tiene el trabajo del fotoperiodista con su público, el cual es primordial para que las imágenes funcionen en su contexto informativo. Esta mención no se traduce con los resultados de los *focus group*, ya que, hubo una superioridad de comentarios indicando que, si bien las fotografías estudiadas no informan, sino alarman, es la línea editorial del diario mencionado que permite darle validez y confiabilidad a las fotografías de portada. En otras palabras, solo por saber que es el diario Trome, se puede permitir la publicación de imágenes con cargas emotivas y manipuladas (costumbre).

Lo anterior es apto para ser asociado con las teorías de la comunicación propuestas en esta investigación. La primera es la sociología de la producción de mensajes, la cual tiene la finalidad de estudiar condicionantes que determina que contenidos son difundidos o no a la sociedad mediante un proceso de filtración. El comunicólogo norteamericano David Manning White, en 1950, fue quien adaptó el término *Gatekeeping* a la comunicación gracias al trabajo de campo de Kurt Lewin (1947), justamente Mannig sustenta, que la publicación de hechos noticiosos en la prensa es “orquestada” por el editor del medio de comunicación.

En la siguiente figura, se mostrará el proceso que realizaría un medio para presentar la noticia.

Figura 9.

Proceso de filtración según la teoría Gatekeeper



Nota. El sujeto denominado *Gatekeeper* surge en 1947 por Kurt Lewin, quien realizó un estudio de campo sobre la alimentación de los norteamericanos durante la Segunda Guerra Mundial. Para Lewin las amas de casa eran los *Gatekeeper* debido a que se encargaban de filtrar ciertos alimentos (por su valor o atractivo) y decidir la comida que va y no va en su mesa. Tal estudio se relacionó a los medios de comunicación donde los altos cargos serían vistos como los nuevos *Gatekeeper*.

Gracias a la figura 9 y a los resultados obtenidos en la primera muestra, se evidencia que el diario Trome presentó noticias vinculadas a la covid-19 en la mayoría de sus portadas, produciendo, mediante índices de espectacularización, un escenario dramático de una realidad de por sí angustiante. Solo hubo tres portadas, de las 46 estudiadas, donde la coronavirus pasaba a segundo plano (pero no desaparecía en su totalidad). Esto refleja las intenciones del diario mencionado por escandalizar un hecho durante los dos primeros meses de cuarentena.

Precisamente, McCombs y Shaw, creadores de la segunda teoría utilizada en esta investigación -*Agenda Setting*-, sostienen que los medios de comunicación de masas influyen sobre el público al determinar cuánto espacio e importancia se le debe dar a un hecho. Y no le indica lo que tienen que pensar, sino, sobre qué deben pensar.

Tal referencia trae como consecuencia lo evidenciado en la mayoría de las respuestas de los participantes de los *focus group*, quienes reconocen que el diario Trome exagera la noticia sobre la cuarentena por medio de la imagen y el texto, pero que, justamente esa “exageración” es capaz de producir la reflexión.

Es decir, la constante difusión de portadas que presentan exageración en su presentación fotográfica, sobre la covid-19, es una solución para que las personas puedan tomar conciencia de la realidad problemática que vive un país: el diario Trome generaría una solución de miedo sobre el miedo –valga la redundancia- que de por sí ya sentía el pueblo.

Lo cierto es que, ante las nuevas tecnologías de divulgación, el universo informativo encontró en el entretenimiento y la espectacularización, un recurso infaltable para informar y captar más atención, así como lo indica Montero Vargas (2018), quien también habla sobre la responsabilidad que deben tener los medios de comunicación, sobre todo si ellos son quienes manejan la agenda pública, en el tratamiento informativo que utilizan para propagar temas de coyuntura, ya que, influye directamente en la percepción que tendrá la sociedad sobre aquellos sucesos noticiosos.

Esta autora, cita a Gayá Morlá, otra estudiosa de la información espectacularizada, quien manifestó en su libro *Infoentretenimiento: el formato imparable de la era del espectáculo* (2013), que el drama y el conflicto son actualmente las características que dominan los criterios de noticiabilidad y que forman parte del discurso mediático. A su vez,

dichos criterios bañan la información que interpreta la realidad, logrando de esa forma, publicar una realidad con altas dosis de emotividad.

Sin ir muy lejos, los resultados evidenciados en esta investigación reflejan, por una parte, al medio de comunicación Trome espectacularizando el tema de covid-19 y, por otro lado, lectores alarmados de lo que consideran “real” por lo percibido en las portadas.

De hecho, Imbert Gerad (2004), confiesa que el espectáculo ya no es tanto el espectáculo del mundo en sí, sino es más una crisis de la realidad. En ese caso, la sociedad se encuentra en una desrealización de lo real, llevado a cabo por la descontextualización y exageración informativa.

En relación con los objetivos específicos

Con relación al primer objetivo específico, que refiere a identificar los índices de espectacularización que existen en las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena, se observó que el 90% de dichas portadas –a nivel fotográfico- tienen de dos a cinco indicios de espectacularización (retoques, recortes y manipulación de la imagen tuvieron mayor protagonismo).

Este resultado se asemeja con la tesis de Dávila Benavente (2017), titulada *Análisis del tratamiento periodístico de las portadas del diario “Trome” publicado en Lima Metropolitana entre enero y abril del 2017*, donde se menciona que mayormente las imágenes de portada que publica el diario Trome son retocadas, recortadas y saturadas con gran carga dramática y exageración.

En ese sentido, se destaca la tendencia del diario Trome por hacer primar la dramatización de los hechos de coyuntura que presenten sufrimiento, muerte y accidentes. Y aunque el contexto de pandemia mundial se presta para informar diariamente sobre el desarrollo de dicho escenario, la tesis de Dávila evidencia que en el 2017 se prefirió ocupar

portadas con altos niveles de dramatización y exageración en el caso del fenómeno del Niño Costero (2017), en vez de informar sobre otro acontecimiento de carácter relevante en ese entonces, como el caso de corrupción internacional Odebrecht. De tal forma, se percibe que el diario estudiado omite y exagera informaciones, priorizando beneficios ante el interés público. Y la pandemia, solo fue una oportunidad más para prevalecer tal intención.

Bernaola Meza (2019), también coincide en su investigación *Análisis de contenido de la portada del diario el Trome en lectores limeños entre las edades 20 a 40 años*, donde explica que el diario Trome no disfrutaría de su impacto si no presentara en sus portadas fotografías con altas cargas de morbosidad, escándalo e incluso sensualidad.

Bajo una perspectiva internacional, el panorama no es del todo similar, pues la periodista española Medina Manzano (2016), en su investigación *El conflicto entre el interés público y el sensacionalismo en las redacciones de El País, El Mundo y La Vanguardia. Caso del niño sirio, Aylan Kurdi*, redacta que los medios de comunicación muchas veces fallan a favor de la información que omite la autocensura, pues iría en contra de la función principal del periodismo donde no estaría permitido una política de ocultación. Así mismo, el interés público influiría en la toma de decisiones de una línea editorial en un medio, es decir, se puede derivar en amarillismo o sensacionalismo de un hecho para atraer un mayor número de lectores. Para esta autora, los periodistas y medios españoles reconocen tal influencia y no lo toman como un principio determinante para publicar un tema noticioso siempre y cuando sea de España o alrededores, por ello es más frecuente la difusión de imágenes escabrosas de personas extranjeras (o al menos que no pertenezcan a Europa) en los medios españoles.

Conforme al segundo objetivo específico, que refiere a conocer la validez y confiabilidad que tiene la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías

periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena, se comprobó que hay altos niveles de credibilidad por parte de los lectores hacia las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante el tiempo establecido (marzo-abril de 2020).

Dicha situación es semejante a la investigación de Martínez García (2019), titulada *Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía*, en la cual se evidencia que la manipulación de la fotografía logra relacionarse de manera significativa con la credibilidad del medio periodístico. Lo anterior comprueba que las malas prácticas periodísticas generan faltas éticas a causa del desconocimiento de las mismas, pues, este estudio tuvo como muestra a estudiantes de fotografía, concluyendo entonces que si profesionales del campo no reconocen las manipulaciones evidenciadas en las fotografías analizadas, menos podrán hacerlo los lectores. Según Martínez, debería haber cursos exclusivos de fotoperiodismo para que se generen trabajos que contribuyan positivamente con la sociedad, sin la necesidad de alterar o manipular la información.

La investigación titulada *La tendencia a la espectacularización como criterio periodístico: el caso de los refugiados (2021)*, alerta también que, la espectacularización y emotividad son un gran intermediario entre el impacto de un suceso noticioso sobre la persona. De tal forma, el tipo de intensidad que se emplee para plasmar una noticia influirá en la recepción del mensaje y a través de ello, los receptores podrán construir sus propias conclusiones.

Conclusiones

Los datos obtenidos en los instrumentos de análisis establecidos para la presente tesis permiten comprobar que la espectacularización de la imagen influye directamente en la credibilidad de la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de

portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena. Esto se debe principalmente a que la personalización y dramatización fotográfica causan emociones (en su mayoría negativas) a los lectores del diario estudiado, y dichas emociones nacen por la saturación de un hecho: covid-19, lo que conlleva a la validez y confiabilidad por mostrar, lo que ellos consideran, la “realidad” (volviendo a la exageración un valor agregado para concientizar).

Los lectores consultados brindan credibilidad al diario Trome porque, aunque reconocen que es un diario sensacionalista, muestra los hechos noticiosos sin ocultar ni censurar la información visual y textual, evidenciando que la frivolidad y banalización de los hechos se han vuelto un punto a favor.

Otra tendencia que se observó, gracias a los comentarios de los participantes de los *focus group*, fue la presencia fotográfica como parte más llamativa de una portada, esto podría deberse a que:

- La inmediatez informativa que produce una fotografía no se compara con el texto que, para ser comprendido, necesita ser leído: nuevas costumbres y modos de lectura donde la imagen puede ser automáticamente textual.
- La ambigüedad de los titulares/textos de diarios de corte popular no logran contextualizar los hechos noticiosos.

Así mismo, se pone en evidencia que el uso exagerado del diario Trome sobre la cuarentena, serviría como un llamado a la conciencia para los lectores en Lima Metropolitana. Dicha percepción podría explicarse porque los lectores necesitan ver el lado negativo de un problema (social, político, cultural o económico) para reflexionar -incluso puede tener mayor relevancia si la realidad se presenta distorsionada y/o exagerada-.

Es importante resaltar también que existe una contradicción por parte de los lectores, pertenecientes a la segunda muestra de esta investigación, ya que inicialmente, la mayoría manifestó que la manipulación fotográfica y el montaje hacen que una fotografía pierda credibilidad. No obstante, se percibió que después brindaron validez y confiabilidad a fotografías de portada que fueron trabajadas mediante la producción/alteración de la imagen. Tal panorama podría ser causado porque:

- Los lectores se conforman y sienten confianza hacia un periódico líder en la categoría de diarios populares y el más leído del mundo en habla hispana.
- Los lectores confunden la manipulación y exageración fotográfica, con la intención de informar duramente sobre la realidad.

Por otro lado, las características más llamativas, en base al **primer objetivo específico** de este estudio, son:

- Las 46 portadas analizadas durante los dos primeros meses de cuarentena presentan índices de espectacularización.
- La personalización de la imagen fue el índice más utilizado en las portadas (presencia en las 46 portadas), donde el recorte fotográfico fue la subcategoría más empleada.
- Tres portadas (31, 40 y 44) evidencian todos los índices de espectacularización utilizados para la primera muestra (*contenidos softnews*, personalización de la imagen, banalización de la imagen, dramatización de la imagen, búsqueda de la acción fotográfica).
- Hubo 43 portadas que presentaban a la covid-19 como noticia central a nivel fotográfico. En las tres portadas restantes, la covid-19 pasó a ser noticia secundaria.

- La mayoría de las portadas contenían mensajes negativos a nivel fotográfico. Solo las portadas 35 y 42 presentaban lo contrario.

De acuerdo con la credibilidad que tuvo la audiencia frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante el tiempo establecido en esta investigación –perteneciente al **segundo objetivo específico**-, se conoció lo siguiente:

- La característica más llamativa de las fotografías de portada analizadas fue la acción fotográfica, debido a su poder descriptivo y emotivo.
- La imagen es la parte más llamativa de las portadas. Pero, su sola función no permite contextualizar un hecho informativo (en algunos casos), por eso la combinación de texto-imagen, será necesario para lograr la comprensión de la noticia.
- Existe un balance entre puntos positivos y negativos en las portadas analizadas.
- Las fotografías de portada analizadas son capaces de crear conciencia mediante la realidad (fotografías principales) y la producción (manipulación fotográfica). Ambas influyen en las emociones y generan la reflexión sobre un hecho: covid-19.
- Hubo una mayor cantidad de participantes de los *focus group*, que indicaron que las fotografías de portada analizadas son válidas por tener eficacia para producir emociones. Así mismo, consideraron que, por ser el diario Trome, dichas fotografías son aprobadas para ser incluidas en una portada.
- Hubo una mayor cantidad de participantes de los *focus group*, que indicaron que las fotografías de portada analizadas son confiables por ser fieles a la realidad a pesar de reconocer una exageración en la presentación.

Limitaciones

Al finalizar el presente trabajo de investigación es necesario señalar la presencia de diversos factores limitantes, que no ha sido posible controlar durante el desarrollo de las mismas.

1. Se observó que hubo escasas investigaciones que relacionen la espectacularización de la imagen y credibilidad de la audiencia en el fotoperiodismo. Gracias al estado de la cuestión recopilada, se pudo conocer que la mayoría de los artículos científicos enfocan ambas categorías a medios televisivos.
2. Debido a la cuarentena establecida por el Gobierno peruano por la covid-19, el presente trabajo de investigación se limitó a obtener resultados más amplios (ejercicios de campo) y con ello una mejor recolección de los datos, sobre todo con relación a la segunda población determinada en este estudio (lectores del diario Trome en Lima Metropolitana)
3. Los participantes de los *focus group*, pertenecientes a la segunda población de esta investigación, no fueron cooperativos y negaron el permiso para que sus datos personales aparezcan redactados en el desarrollo de este trabajo. Por ende, se ordenaron sus nombres mediante códigos para una mejor comprensión de los resultados obtenidos.

Bibliografía

- Baca Olamendi, L. (1996). *Ética de la responsabilidad*. Revista mexicana de sociología, pág. 39.
- Bernaola Meza, K. (2019). *Análisis de contenido de la portada del diario el Trome en lectores limeños entre las edades 20 a 40 años*. Universidad Inca Garcilazo de la Vega, pág. 44.
- Blanco Ruíz, S. (2008). *Portadas de prensa 11-S y 11-M. Información vs espectacularización*. Laberinto Visual, pág. 266.
- Calvo Porral, C., Martínez Fernández, V., & Juanatey Boga, Ó. (2014). *Credibilidad de los medios de comunicación: análisis de la prensa diaria desde el comportamiento del consumidor*. El profesional de la información, pág. 301.
- Carpaño, W., Hernández, S., & Sánchez, L. (2014). *La Utilización del Sensacionalismo en los Noticieros Televisivos Salvadoreños con Énfasis en Código 21*. Universidad Tecnológica de El Salvador, pág. 28.
- Castillo Parra, C. (2010). *El estudio de las imágenes*. Revista de Educacion y Pensamiento, pag. 69.
- Cisternas, D. (2013). *Vargas Llosa, Mario. La Civilización del Espectáculo*. México D.F.: Editorial Alfaguara, 2012, 226 páginas. Universum, pág. 256.
- Dávila Benavente, K. (2017). *Análisis del tratamiento periodístico de las portadas del diario "Trome" publicado en Lima Metropolitana entre enero y abril del 2017*. Universidad César Vallejo.

Del Castillo Troncoso, A. (2015). *Algunas reflexiones en torno al fotoperiodismo y la dictadura en la historiografía argentina reciente*. *Secuencia Revista de historia y Ciencias sociales*, pág. 230.

Doménech Fabregat, H. (2013). *La manipulación de la imagen informativa. Retos y oportunidades para el fotoperiodismo en el contexto digital*. *Revista Sphera Publica*, pág. 116.

Farias Batlle, P. (2008). *Informe anual de la Profesión Periodística 2008*. Madrid-España: Asociació de la Prensa de Madrid.

Fundéu. (14 de Julio de 2020). Fundéu. Obtenido de Fundéu: <https://www.fundeu.es/recomendacion/espectacularizar-y-espectacularizacion-neologismos-validos/>

Guy, D. (1967). *La sociedad del espectáculo*. París: La marca editora.

Guy, G. (1996). *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Ediciones Cátedra.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación (Sexta ed.)*. México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.

Imbert, G. (2004). *De lo espectacular a lo especular (apostilla a La Sociedad del Espectáculo)*. *Cuadernos de Información y Comunicación*, pág. 76.

Langle Briceño, V. (2016). *Imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del Diario Correo Chimbote. Abril - junio, 2013*. Universidad Nacional del Santa, pág. 23.

Lozano Rendón, J. C. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Alhambra Mexicana.

- Luzón, V., & Ferrer, I. (2008). *Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann*. Revista académica Trípodos, pág. 139-140.
- Martínez García, G. (2019). *Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía. Correspondencias y análisis*, <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n9.06>.
- Media, K. I. (Noviembre de 2019). *EcoMedia*. Obtenido de EcoMedia: http://ecomedia.pe/producto_detalle/19
- Medina Manzano, E. (2016). *El conflicto entre el interés público y el sensacionalismo en las redacciones de El País, El Mundo y La Vanguardia. Caso del niño sirio, Aylan Kurdi*. Universidad de Valladolid, pág. 18.
- Mejía Chiang, C. (2004). *Cultura popular en el diseño de la prensa sensacionalista limeña. Análisis de las portadas de Ajá, Trome y el Popular (abril-junio 2004)*. Repositorio Académico USMP, pág. 3.
- Montero Vargas, E. (2018). *La espectacularización en los informativos televisivos de Prime Time: estudio comparativo entre la República Dominicana y España*. Comunicación audiovisual y Publicidad, pág.19.
- Montero, E., & Ferré, C. (2017). *Elementos de espectacularización en los informativos televisivos de 'prime time': el caso de 'Charlie Hebdo'*. Observatorio (OBS), pág. 36.
- Morales Castillo, F. (2000). *Los medios de comunicación y la opinión pública*. Piura-Perú: Comunifé.
- Mori Cureses, M. (2020). *La espectacularización de la información: lenguaje narrativo y prosumidores*. Revista Mediterránea de Comunicación, pág. 34.

Munarriz Ortiz, J. (1999). *La fotografía como objeto. La relación entre los aspectos de la fotografía considerada como objeto y como representación*. Universidad Complutense de Madrid, pag. 120.

Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (4 ed.). Bogotá: Ediciones de la U.

Orozco Alvarado, J., & Díaz Pérez, A. (2018). *¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa?* Revista Electrónica de Conocimientos, Saberes y Prácticas, pág. 69.

Paez Hernández, A. (2019). *El fotoperiodismo como fuente de la memoria colectiva*. Universidad Santo Tomás de Aquino, pág. 6.

Peñarrieta Bedoya, L., Rodríguez Rocha, L., & Ramos Condori, K. (2014). *Análisis de los contenidos de elementos impresos de la portada de diario Correo edición región Puno 2012*. Comuni@cción. Revista de comunicación y Desarrollo, pág. 63.

Pereira Fontes, S. (2014). *El tratamiento informativo en la decisión de la sede olímpica 2016 : Análisis del tratamiento informativo del Jornal Nacional: una aproximación a la espectacularización de la información*. Recercat, pág. 27.

Porciúncula, P., & Varela, F. (2016). *Estética de cercanía, un lazo entre el fotoperiodismo y la representación de la realidad*. Revista Académica Semestral Dixit, pág. 23.

Quero Virla, M. (2010). *Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach*. Redalyc , pág.248.

Quirós Sanchez, E. (2015). *¿Prensa popular o prensa chicha?* pág. 1.

- Ramírez Alvarado, M., Pérez Daza, J., & Mancinas Chávez, R. (2022). *Fotoperiodismo en Venezuela: de “El Porteñazo” a las protestas y las caras del hambre*. Fundación Dialnet, pág. 24.
- Reaño Hurtado, J. (Mayo de 2016). *La muerte como espectáculo en la prensa escrita sensacionalista: los casos de “El Chino” y “Ojo”*. Pontificia Universidad Católica del Perú, pág. 19.
- Rincón, O. (Mayo de 2017). *Pensar el entretenimiento: discursos y mutaciones de la cultura del espectáculo*. Centro de Estudios Sociales, pág. 38.
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Rossell, P., & Pineda, A. (2014). *Información política televisiva y espectacularización: un análisis comparativo de programas informativos y de infoentretenimiento*. Estudios sobre el mensaje periodístico, págs. 827,828.
- Saad Saad, A. (2012). *El sensacionalismo o la "insurrección" de las masas*. Razón y Palabra, pág.5.
- Samaja Toro, J. A. (2004). *Epistemología y Metodología: elementos para una teoría de la investigación científica* (3 ed.). Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Serrano Oceja, J., & Solano Oltaba, M. (2021). *La tendencia a la espectacularización como criterio periodístico: el caso de los refugiados*. Araucaria - 2021 - N° 48 , págs. 535-536.
- Tinto Arandes, J. A. (2013). *El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva*. Redalyc.Org, pág. 141.
- Torres Romay, E. (2006). *El tratamiento de la imagen en los atentados del 11-M Terrorismo y violencia en la prensa*. Revista Latina de Comunicación Social.

ANEXOS

Anexo N. °1. Matriz de consistencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>Problema general:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿De qué manera influye la espectacularización de la imagen en la credibilidad de la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo – abril de 2020)? 	<p>Objetivo general:</p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar la influencia que tiene la espectacularización de la imagen en la credibilidad de la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo – abril de 2020). <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar los índices de espectacularización que existen en las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo – abril de 2020). Conocer la validez y confiabilidad que tiene la audiencia en Lima Metropolitana frente a las fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena (marzo – abril de 2020). 	<p>Variable Independiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> Espectacularización de la imagen. <p>Variable dependiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> Credibilidad de la audiencia. 	<p>Tipo de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> La presente investigación exhibe un enfoque cualitativo, con un nivel de investigación descriptivo y un diseño no experimental. 	<p>Primera población:</p> <ul style="list-style-type: none"> Portadas del diario Trome durante los dos primeros meses de cuarentena. <p>Primera muestra:</p> <ul style="list-style-type: none"> 46 portadas del diario Trome. <p>Segunda población:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lectores del diario Trome en Lima Metropolitana. <p>Segunda Muestra:</p> <ul style="list-style-type: none"> 12 personas entre hombres y mujeres de 22 a 45 años. <p>Primera técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis de contenido. <p>Primer instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ficha de recolección de datos. <p>Segunda técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> Focus group. <p>Segundo instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Guía de preguntas/temas.

Anexo N.º 2. Instrumentos de recolección de datos

1. Fichas de recolección de datos

- Índices de espectacularización de la portada

NÚMERO DE PORTADA	PEGAR FOTO DE PORTADA	IDENTIFICADORES	
FECHA DE PUBLICACIÓN		 Fotografía principal	 Fotografía(s) secundaria(s)
CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS			
CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE LOS ÍNDICES DE ESPECTACULARIZACIÓN		FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	FOTOGRAFÍAS SECUNDARIAS
CONTENIDOS <i>SOFT NEWS</i>	FAMOSOS/PERSONAJES DE FARÁNDULA		
	DELINCUENCIA		

	CORRUPCIÓN		
	CRIMEN		
PERSONALIZACIÓN DE LA IMAGEN	RETOQUES		
	MONTAJES		
	SILUETAS/RECORTES		
BANALIZACIÓN DE LA IMAGEN	SUPERFICIAL (no contribuye al hecho noticioso)		
DRAMATIZACIÓN DE LA IMAGEN	EMOTIVOS		
BÚSQUEDA DE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA	VIOLENCIA		
	SUFRIMIENTO		
OBSERVACIONES			

2. *Focus group*

- Guía de preguntas

Fase de calentamiento

1. ¿Qué opinas sobre el uso de la fotografía en los diarios?
2. ¿Cómo saber si una fotografía miente o dice la verdad?

Validez y confiabilidad

3. ¿Cuál es la característica que más le llama la atención de la fotografía presentada?
4. ¿Qué puntos positivos observas en la fotografía presentada?
5. ¿Qué puntos negativos observas en la fotografía presentada?
6. ¿La fotografía presentada es capaz de crear conciencia? Sea su respuesta sí o no, por favor fundamente brevemente por qué
7. ¿La fotografía presentada necesita de texto para ser entendida? Sea su respuesta sí o no, por favor fundamente brevemente por qué
8. ¿Cómo puedes saber si la fotografía presentada es confiable o no?
9. ¿Cómo puedes saber si la fotografía presentada es válida o no?
10. ¿Cuál de las portadas te transmitieron más emociones por sus fotografías?

Anexo N.º 3. Validación de los instrumentos por juicio de expertos

- Experto: María Elena Mamani Gómez

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Nombre del validador	: María Elena Mamani Gómez
Nombre del (de los) estudiante(s)	: CHIPANA CENTENO, DAVID DANIEL
Título de la tesis	: Espectacularización de la imagen y credibilidad de la audiencia. Caso: fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena en Lima Metropolitana
Instrumentos validados	: Guía de preguntas (para entrevistas y grupos focales), Ficha de recolección de datos
Fecha y hora de validación	: 02/10/2020 19:27

CRITERIOS DE VALIDACIÓN

(1) En base a lo evidenciado en la matriz de consistencia y los instrumentos, la tesis aporta en el estudio de la comunicación	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(2) En la matriz de consistencia, la población y la muestra son coherentes con el problema y los objetivos de investigación	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(3) Los instrumentos presentados son suficientes para alcanzar los objetivos de la tesis	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(4) Las preguntas o ítems en los instrumentos son adecuados para obtener conclusiones relevantes	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(5) El lenguaje utilizado en los instrumentos es apropiado para recoger información de la muestra	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones

- Experto: Carlos Ulises Castro Castro

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Nombre del validador	: Carlos Ulises Castro Castro
Nombre del (de los) estudiante(s)	: CHIPANA CENTENO, DAVID DANIEL
Título de la tesis	: Espectacularización de la imagen y credibilidad de la audiencia. Caso: fotografías periodísticas de portada del diario Trome, durante los dos primeros meses de cuarentena en Lima Metropolitana
Instrumentos validados	: Guía de preguntas (para entrevistas y grupos focales), Ficha de recolección de datos
Fecha y hora de validación	: 10/10/2020 06:23

CRITERIOS DE VALIDACIÓN

(1) En base a lo evidenciado en la matriz de consistencia y los instrumentos, la tesis aporta en el estudio de la comunicación	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(2) En la matriz de consistencia, la población y la muestra son coherentes con el problema y los objetivos de investigación	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(3) Los instrumentos presentados son suficientes para alcanzar los objetivos de la tesis	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(4) Las preguntas o ítems en los instrumentos son adecuados para obtener conclusiones relevantes	: Validado con observaciones
Observaciones	: Criterios de selección de la muestra para el focus group. ¿Será un solo focus group? Análisis de contenido: dramatización de la imagen: de alto impacto / emotivos (aclaración). El alto impacto tiene como base principal apelar a la emoción.
(5) El lenguaje utilizado en los instrumentos es apropiado para recoger información de la muestra	: Validado con observaciones
Observaciones	: Los participantes del Focus Group no son un público especializado y en ese sentido habría que aclarar las preguntas, las palabras empleadas y el "tono" de las mismas que suenan varias de ellas como "muy técnicas" para un público que como dije no es especializado.

Portadas seleccionadas para el procedimiento del *focus group*

- Portada 43



- Portada 23



- Portada 31



- Portada 21



Transcripción de los *focus group*

- Primer grupo focal

¿Qué opinas del uso de la fotografía en los diarios? A1 enciende tu micrófono por favor

A1: Bueno, es parte primordial, muestra hechos, sucesos. Cuestión que hace pensar al lector acerca de lo que ha sucedido. La imagen determina el lugar y el campo visual de lo que se ve.

Muchas gracias, apaga tu micrófono, A2 te hago la misma pregunta ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

A2: Es una teoría técnica de mucha importancia para los medios de comunicación, son mensajes informativos de carácter visual que forman parte de la noticia.

Apaga tu micrófono por favor, A3 ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

A3: Bueno, considero que las fotografías en los diarios son fundamentales, no solo porque, básicamente, permite confirmar un hecho sino porque también muestra una realidad. Este tipo de imágenes hace acercar al lector sobre qué es lo que está pasando en el contexto del día a día, y así describir plenamente un hecho.

Listo, apaga tu micrófono por favor, A4 ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

A4: Básicamente, la fotografía apoya a la nota informativa, transmite un mensaje más contundente del tema, y al lector le permite saber sobre un tema viendo esas fotografías. Como ya dijeron mis compañeros, la fotografía es una parte fundamental en una nota

informativa o en un periódico, inclusive se transmite en redes sociales que apoyan a todas las notas.

Correcto, apaga tu micrófono por favor, A5 ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

A5: Bueno, yo coincido con mi compañero A3 y A4, por una parte, es indispensable e importantísimo, porque como dice A4, la fotografía expresa mucho más o de manera más inmediata que un texto en las portadas. Es decir, desde que apareció la fotografía, se volvió en parte indispensable del periodismo. Por otro lado, me parece que debe existir un componente ético para mostrar algunas fotografías.

A6, la misma pregunta ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

A6: Una imagen dice más que mil palabras, obviamente considero que las imágenes que se ven en los diarios, es un recurso fundamental para transmitir un mensaje en la sociedad, independiente de los medios de comunicación que pueden usar ciertas imágenes que pueden ser susceptibles para la sociedad. Pero de manera concreta, cada medio utiliza imágenes dependiendo de cada diario, algunas pueden ser muy sensacionalistas y hay otras imágenes que son más cuidadas, pero de manera concreta son muy importantes porque ayudan de alguna forma a explicar y abrir un poco más el panorama de lo que se quiere transmitir.

A1 ¿Cómo saber si una fotografía miente o dice la verdad?

A1: Buena pregunta, y es que, tampoco lo sabemos, tenemos que estar indagando, una fotografía puede engañar, algunas pueden ser realistas, otras pueden tener *Photoshop*, manipuladas. Es decir, uno nunca sabe hasta que se sepa la verdadera noticia.

Listo, A4, la misma pregunta ¿cómo saber si una fotografía miente o dice la verdad?

A4: Hay dos maneras, la primera es la que dice David Alandete, periodista español, el menciona que una fotografía, cuando es modificada o “*photoshopeada*” esos términos que se crean, son para tergiversar la realidad.

Lo que él recomienda es utilizar el buscador *Google*, arrastrar la imagen, el archivo que se muestra, y ponerlo en la barra de búsqueda y ahí *Google* muestra las dimensiones con resultados donde las noticias han replicado imágenes. Entonces, si esas imágenes, supongamos que la noticia esté en referencia al congreso de la república, y se muestra una imagen, pero ya está sacada hace 4 años atrás, es porque está fuera de contexto y es utilizada para crear una noticia falsa. La otra opción sería reportar la imagen que el lector considere dudosa, porque hay empresas de verificación de noticias.

En el Perú tenemos a La República y Ojo Público, por ejemplo. Ahora, debemos entender que no todos somos especialistas para evaluar una imagen trucada. Imagínate un adulto mayor que, básicamente se está adaptando a las redes sociales, ve una imagen trucada se la cree y la comparte, lógicamente, es por ese motivo que se recomienda usar estas herramientas para reducir de alguna u otra forma la desinformación.

Gracias, apaga tu micrófono por favor.

A3 ¿Tienes ejemplos de fotografías que te hayan informado un hecho sin necesidad de haber leído el texto?

A3: Claro, por ejemplo, hay una fotografía que en realidad no me conmovió a mí, sino que, a todo el Perú, cuando Beto Ortiz la lanzó, la fotografía es tomada en Plaza San Martín, donde un policía le da un beso a una anciana en plena protesta. Es una fotografía muy

emotiva y dura a la vez, pero, es una fotografía que si la vez, va a cautivar. Y Beto Ortiz la usó para unas de sus crónicas, creo.

A6 ¿tienes ejemplos de fotografías que te hayan informado un hecho sin necesidad de haber leído el texto?

A6: En realidad hay muchas fotografía que te podría decir, de manera concreta, por ejemplo, no recuerdo el nombre exactamente de esta imagen que dio la vuelta al mundo con el niño en África y atrás un cóndor o gallinazo, algo por estilo, creo que esa imagen, o las imágenes, te dicen más cuando te muestran algo impactante, y sobre todo cuando ésta tiene una composición con detalles, ya es ahí cuando impacta al lector o a cualquier persona, creo que en eso está la historia que te puede contar una fotografía con solo un detalle, entonces eso te puede decir muchas cosas.

Muchas gracias, apaga tu micrófono por favor. A5 ¿tienes ejemplos de fotografías que te hayan informado un hecho sin necesidad de haber leído el texto?

A5: Yo soy muy escéptico en relación con la fotografía, para mí la fotografía es un recurso, no es en sí misma información o noticia, la fotografía en el periodismo necesita texto porque puede muchas veces, sino siempre, engañar. Por eso en mi opinión una fotografía transmite un mensaje, pero no una información. Eso en relación con tu pregunta.

Correcto. Ahora vamos a tocar un tema en específico, haré preguntas relacionadas a las fotografías de portada del diario Trome. La primera pregunta en base a la primera portada que observan (portada 43) ¿Qué características llaman más su atención de las fotografías que están observando?

A1, enciende tu micrófono por favor.

A1: Aparte de la imagen de la chica, las letras.

Re: O sea, no te llama la atención las fotografías en sí misma...

A1: Cuando hay colores fuertes en el titular y te están diciendo lo que hay en ese hecho y con un tamaño tan grande, ya te dicen casi todo.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta portada?

A1: Positivo que me muestra una noticia verdadera, esa fotografía salió en muchos diarios, negativo sería la forma en cómo exageran en la presentación de todas las imágenes, muy sobrecargado.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A1: De mala forma sí, porque logra concientizar con quien lo ve.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A1: En este caso sí, porque al ver varias imágenes se puede malinterpretar una noticia, por eso la letra es fundamental en esta portada, al menos para que contextualice lo que las fotos quieren mostrar.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

A1: Me parecen confiables porque si bien la presentación es exagerada, no podemos discutir que las fotos son parte de nuestro día a día.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son válidas o no?

A1: Por ser el diario Trome, creo que las fotos si son válidas, salvo por el martillo, es más, solo la fotografía de los cerveceros la considero válida.

Listo, apaga tu micrófono por favor. A2 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A2: Bueno, impacta más la fotografía donde se observa al pueblo piurano en tiempos de covid, cuando hacían largas colas para comprar cerveza sabiendo que había una pandemia mundial, que los hospitales estaban colapsando y aun así la gente salía. Más que todo la fotografía revela la gente, se observa a la chica llorando, el martillo, todo eso me llama la atención.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta portada?

A2: Más que nada negativos porque se está exagerando sobre todo con las figuras que acompañan a la foto principal.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A2: Igual como dije mi compañero, sí crean conciencia, pero por lo exagerado de su presentación.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A2: Creo que sí, hay muchas imágenes y se pueden prestar para distintas interpretaciones.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

A2: Por lo real ¿no?, o sea más allá de colocar ese martillo y la chica con mascarilla, la foto de los cerveceros es un tema que sí ha pasado, es real.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son válidas o no?

A2: Válido me parece solamente la foto de los cerveceros porque en nuestro contexto esa imagen es un hecho de interés nacional.

Muchas gracias, apaga por favor tu micrófono. A3 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A3: Lo que más llama la atención son las cervezas, que fueron un “boom” en realidad. Pero, es que ahora hasta ir a restaurantes es distinto, ya no es normal salir a comprar, ahora hay un miedo y todo cambia, por eso me impacta la imagen porque este año ha sido un cambio brutal.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta portada?

A3: Coincido con A2, se exagera una realidad, no veo puntos positivos.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A3: O sea, me transmite una sensación de indignación, creo que sí es capaz de crear conciencia.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A3: Sí, porque no se entendería el enfoque de las propias imágenes, sin texto se vería muy desordenado y sin coherencia.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

A3: Por la foto principal o de mayor tamaño, y en este caso, la foto principal se me hace confiable porque permite interpretar la realidad a través de lo que muestra la fotografía.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

A3: La foto principal sí, las otras no porque justamente hacen una sobrecarga o saturación de la realidad que vivimos.

A4 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A4: Lo que más me llama la atención, lógicamente, es el gran tumulto de personas que muestra la imagen, estamos de acuerdo que en plena pandemia eso es casi ilegal, pero más allá de la fotografía, me vas a disculpar si salgo del tema, pero criticaría el titular, si te das cuenta el titular no se relaciona con la fotografía. Y es que, ¿qué tiene que ver ese “martillazos a cerveceros” del titular?

Re: La referencia de ese titular seguro está en aquellas manos que sostienen un martillo en dirección a la fotografía principal de esta portada...

A4: Claro, lógicamente, yo creo que, eso ha sido intencionado, ¿que está tratando de decirnos Trome al colocar un martillo con ese titular enorme? Yo creo que ahí hay un problema, de cómo los periódicos hacen un tipo de distorsión en estos casos. Y bueno, este

titular puede incitar al odio, las personas que lo miran pueden tener una reacción negativa viendo el titular y las fotografías que aparecen “martillazos a cerveceros” y esas manos que aparecen, no sé, debe haber mayor responsabilidad en lo que se publica creo.

Re: ¿Crees que estos montajes distorsionan la realidad?

A4: Claro que sí, al menos yo así lo presento. A no ser que se relacione a otra nota, pero no veo que haya conexión.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A4: Bueno, estoy en duda en ese caso, la portada en sí no me parece que busque reflejar la realidad, sino exagerarla, y más que crear conciencia, me transmite alarmismo.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

A4: No diría que son confiables por el hecho de saber que ya hubo una manipulación, pero eso lo digo porque estoy analizando las fotos, a simple vista quizá me haga pensar lo contrario.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son válidas o no?

A4: Ya es una costumbre ver portadas así en el Trome. Para mí, enfocados solamente en las fotos, creo que válido es la foto principal en este caso, las otras están de más, no aportan a la información, solo la exageran.

Listo, apaga por favor tu micrófono. A5, la pregunta es ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A5: El montaje, eso es lo que más me llama la atención. Es decir, la utilización del montaje para aclarar o para hacer más contundente el mensaje con relación al titular. Pero, como dice mi compañero A4 es un poco ambiguo el titular relacionado a la fotografía. Sé que está usando una figura retórica al decir “martillazo a cerveceros”, pero igual como dice mi compañero, el titular se presta para muchas interpretaciones y no precisamente positivas. El uso del montaje es bueno, pero, yo preferiría una imagen no montada para que muestre una realidad.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A5: En mi opinión, siento que las fotografías por sí solas se prestan para muchas interpretaciones en este caso y necesita de texto, pero un texto entendible pues, no como el de esta portada.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A5: En parte sí, porque te muestra parte de una realidad, pero como dijo A4, más que crear conciencia, esta portada busca hacer un *show*, un drama de lo que vivimos.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

A5: Creo que son confiables cuando muestran una noticia verídica, y en este caso sí lo hace, al menos con el tema de la foto donde salen los cerveceros, pero lo que sí está en discusión es el montaje que ya había mencionado, totalmente innecesario.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son válidas o no?

A5: Es que las fotos tienen eficacia para producir emociones, por ese lado creo que sí son válidas. Aparte porque el Trome es un diario de espectáculos, menos no se puede esperar creo.

Muchas gracias, apaga tu micrófono por favor. A6 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A6: Lo primero que me llama la atención es el martillo, o los brazos sosteniendo el martillo. Pero, antes hay que entender que el Trome es el diario amarillista de El Comercio ¿no? y tanto sus titulares como sus fotografías van a ser violentas en algunos casos. Y la imagen donde están los brazos con el martillo son violentos, porque justamente esta imagen le da de golpe a las personas que están en la otra imagen y lo que quieren transmitir es mano dura ¿para quienes?, para quienes compran cervezas en estado de emergencia.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A6: Creo que la combinación de las imágenes con el titular, no se relacionan mucho, por ejemplo, con la chica que parece una enfermera, quien hace un gesto como si fuese contra ella inclusive, o como si ella fuese la cervecera. Creo que tiene distintas interpretaciones, para mí las fotos si deben estar acompañadas de texto como en este caso, pero de texto que tenga coherencia y precisión para que se logre el entendimiento.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

A6: Mira, salvo la fotografía principal donde están los cerveceros te podría decir que es fiel a la realidad, y por eso me parece una foto confiable.

Listo, vamos a pasar a la segunda portada (portada 23). A2 ¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A2: Se ve lo que estamos viviendo, se observan personas que salen a la calle con mascarilla y policías arrestando a personas, quiere decir que hay personas que no obedecen las normas, las reglas, eso transmiten las fotografías.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A2: La presentación de la policía o miembros del ejército, quienes dan autoridad, como para dar a entender que las autoridades serán muy estrictas con quienes no hacen caso al estado de emergencia.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta portada?

A2: Solo considero que lo positivo es que me contextualiza un hecho gracias a las fotos.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A2: En este caso no, las propias fotografías por cómo fueron tomadas me reflejan mucha información, por ejemplo, sobre la irresponsabilidad de la gente en plena pandemia.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

A2: En este caso, por el simple hecho de mostrarme la realidad en las dos fotos principales por así decirlo, me parecen confiables.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son válidas o no?

A2: Las considero válidas por el mismo hecho de que me producen emociones, y las fotos de esta portada no son manipuladas, sobre todo.

Correcto, apaga tu micrófono por favor. A1 ¿Las fotografías presentadas en esta portada necesitan de texto para ser entendidas?

A1: En este caso no. Se entiende lo que se ve, irresponsabilidad de la gente ante el estado de emergencia. Viendo solo las imágenes puedes sacar tus propias conclusiones, claro las letras que se ven les dan mayor fuerza a las imágenes, pero se entiende lo que sucede con el toque de queda.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A1: Creo que lo que muestra las mismas fotos, la detención de quienes salen sin respetar la cuarentena o la aglomeración de personas.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta portada?

A1: Positivo es que me refleja la realidad mientras que lo negativo es tratar de meter miedo, por así decirlo, a través del militar.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A1: Sí, las fotos mismas me avisan, me informan que es lo que no se debe hacer en estado de emergencia.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A1: Para mí no, incluso en esta portada el titular solo sirve como una referencia, pues las fotos son las que tienen mayor relevancia.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

A1: Bueno, confiables son porque no veo que se distorsione la realidad, eso más que todo.

A3 en esta portada ¿cómo saber si las fotografías son válidas?

A3: Te puedo aceptar lo que me muestra la imagen donde están llevando al chico, creo que contextualiza un hecho.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A3: Que las fotos detallan el panorama que vivimos, me llama la atención la acción que muestran las fotografías. Y obviamente, la figura de ese militar creo, da ese toque de autoridad.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta portada?

A3: Transmite autoridad, eso en lo positivo, puntos negativos no veo mucho en esta portada.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A3: Por supuesto, el hecho de que las fotos por sí solas te muestren el lugar de los hechos, permiten la reflexión sobre un tema, en este caso sobre la responsabilidad que debemos tener en estos tiempos.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

A3: Porque me contextualiza la noticia y muestra lo que es, la realidad.

Listo, apaga tu micrófono por favor, A4 en esta portada ¿cómo saber si las fotografías son válidas?

A4: Bueno, a mi parecer sí son válidas. Debemos entender que la mano dura funciona, y lógicamente, en algunos casos puede herir la susceptibilidad de las personas, pero más allá de si genera conciencia o no, la responsabilidad del periodismo está en transmitir lo que es. Lo principal es informar, y cuando se habla de noticias de toque de queda, es normal encontrarnos con imágenes que tratan de contextualizar, por supuesto.

Entonces, ¿consideras que estas fotografías necesitan de texto para ser entendidas?

A4: Lo que dije al inicio es que estas imágenes acompañan a la noticia y generan una conexión para comprobar un hecho. Y las imágenes no pueden andar por sí solas, creo que sí necesitan de texto, porque debe haber una explicación, una descripción que acompañe a la noticia.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta portada?

A4: La imagen del militar, es como una representación de miedo y autoridad a la vez. Como una llamada de atención para quienes no respetan el estado de emergencia.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A4: Sí claro, permite llegar a la reflexión.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

A4: En este caso es, sobre todo, por lo que las mismas fotos reflejan y aparte no se observa manipulación en alguna de ellas.

Listo, apaga tu micrófono por favor. A6, ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta segunda portada?

A6: Básicamente, lo que me llama la atención es la detención a una persona ¿no? donde la policía obviamente se lo lleva, se entiende que ha desobedecido alguna norma con el tema del estado de emergencia y en la otra imagen deriva en el contexto de la aglomeración de personas que no respetan el tema de la pandemia, concretamente, en esos dos nos podemos enfocar. No hay que perder de vista también al soldado que sale con su armamento, como quien dando a conocer que son la autoridad y van a dar orden.

Y en esta portada ¿cómo saber si las fotografías son válidas?

A6: Sí son válidas, porque te están llevando al contexto, a lo que se está refiriendo y me parece que te quiere dar a conocer que, si no respetas a la autoridad, te va a llevar y segundo, si no respetas el distanciamiento social, te vas a contagiar. Bueno el titular es moderado y como dije, las imágenes si me parecen válidas.

¿Las fotografías presentadas en esta portada son capaces de crear conciencia?

A6: Ya lo mencionaron otros compañeros, me parece que sí son capaces de crear conciencia porque las fotos te describen un hecho, lo que te permite reflexionar sobre la coyuntura que vivimos.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A6: Creo que ambas se complementan, no podrían ir separadas según mi perspectiva.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

A6: Por lo mismo que anteriormente mencionaron, muestran la realidad, y mientras exista esa representación fiel de lo real, las imágenes se volverán confiables.

Muchas gracias, apaga por favor tu micrófono. A5 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta segunda portada?

A5: Pues, creo que es contundente por la primera parte, utiliza la imagen del militar para dar una sensación de autoridad. Es decir, los peruanos necesitan autoridad para cumplir cierta ordenanza, incluso se pone ahí en un plano de arriba hacia abajo que te da la sensación de autoridad.

¿Estas fotografías te transmiten confianza?

A5: Bueno, yo creo que sí, sigue un orden, primero la aglomeración de personas, luego la imagen del militar es consecuencia de la detención. Ahora, a primera vista, no tanto, creo que analizándolo como ahora, veo que es fiel a nuestra realidad, pero un martes o jueves si lo veo, a primera vista, me va a parecer sensacionalista.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

A5: Al provocar emociones y no estar manipuladas, para mí las hacen válidas.

Listo, apaga por favor tu micrófono. Vamos a pasar a la tercera portada (portada

31) A2 ¿qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta tercera portada?

A2: Negativos, creo que exagera mucho sobre el covid-19, causan mucho terror a la población. En las fotografías se ve mucha gente en la calle y como que las letras causan una advertencia.

¿Crees que necesitan de texto para ser entendidas?

A2: No, porque se entienden con las fotografías, se ve lo que sucede en el Perú.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta tercera portada?

A2: Lo mismo que me describe la foto, el terror que vivimos, el sufrimiento de algunas personas ante este virus.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

A2: Porque de forma general, evidencian hechos que no solo vemos en diarios, sino también en redes sociales y televisión, y como no estamos ajenos a lo que se ve en esas fotos, me parecen totalmente confiables.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son válidas o no?

A2: Válidos porque, aunque se exagera con las fotos, provoca reflexionar sobre la realidad.

A1, las fotografías presentadas en esta tercera portada ¿son capaces de crear conciencia?

A1: Más que todo, yo siento que lo que quieren mostrar es desesperación y frustración en las personas y miedo, sobre todo miedo. Claro, tomas conciencia, pero no de la mejor manera, basándose en el miedo y eso es lo que muestran las imágenes.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta tercera portada?

A1: La acción de las personas, por ejemplo, la chica llorando, las personas llevando a un enfermo en una camilla o esa familia en el suelo.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta portada?

A1: Para mí hay más puntos negativos porque se exagera al colocar tantas imágenes susceptibles.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A1: Sí, las fotos por sí solas en esta portada transmiten muchas emociones y en distintos contextos, eso hace la necesidad de un titular que generalice la información.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

A1: Muy aparte de la exageración, creo que las imágenes son el reflejo de lo que vivimos, y en esa medida sí me parecen confiables.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son válidas o no?

A1: Me transmiten emociones, en este caso, las fotos hablan por sí solas y eso lo hace válido.

Muchas gracias, apaga tu micrófono por favor. A3 en esta portada ¿cómo saber si las fotografías son válidas?

A3: Por ser del Trome, es más amarillista, y siempre te vende aquellas fotografías más fuertes con un titular más frío, entonces son válidas porque sabemos el diario que es.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta tercera portada?

A3: Creo que la chica agarrándose la mascarilla, su expresión me transmite miedo, terror, sufrimiento. De igual forma, en general, todas las imágenes de esta portada te transmiten emociones negativas por las acciones que realizan.

¿Crees que son capaces de crear conciencia?

A3: Pasa lo mismo que en la primera portada, te hace tomar conciencia de lo que vivimos, pero de manera exagerada.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A3: Creo que se complementan, no podrían funcionar por sí solas en este caso.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

A3: Es que no se alejan de la realidad que vivimos, sé que en este caso las fotos están muy exageradas, pero al fin y al cabo es nuestro día a día.

Listo, apaga tu micrófono por favor. A4 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta tercera portada?

A4: Bueno, básicamente, un poco la mezcla ¿no? de distintos escenarios. Tenemos al equipo médico que está trasladando una persona con coronavirus. Las tres mujeres en el suelo con papel higiénico y la tercera, la mujer que está conteniendo las lágrimas. Pero, yo creo que la noticia, la portada en sí, satura un poco la realidad, es correcto mostrarla, pero llevarlo así ya es entrar en un debate. Imagínate si la imagen de las tres chicas en el suelo funciona por sí solas, pueden ser un grupo de venezolanas que no tienen a dónde ir o en otro caso, personas que hacen colas para ir a supermercados, se pueden sacar muchas interpretaciones entonces creo que hay una saturación de la realidad.

Para ti ¿estas fotografías son válidas?

A4: Creo que no. No podría darte una respuesta contundente, porque hay maneras de compartir una noticia y optar por lo más cruel, probablemente se valora el objetivo, conseguir ventas, pero está el otro tema de la responsabilidad y la falta de profesionalidad, es lo que considero.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta portada?

A4: Los puntos negativos son que saturan y sobrecargan la noticia con imágenes con mucha carga emotiva, lo positivo sería que muestran la realidad, pero como repito, hay maneras de presentarla sin caer en la exageración.

¿Crees que son capaces de crear conciencia?

A4: Opino lo mismo que dije en la primera portada también, no creo que busque crear conciencia, sino alarmar a la gente.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

A4: Mostrando parte de la realidad creo yo, y en esta portada si bien muestran fotos que ya nos resultan familiares, sigo creyendo que la forma en cómo están presentadas no son adecuadas, sobre todo si están en la portada.

Correcto, apaga tu micrófono por favor. A6, las fotografías de esta portada ¿son capaces de crear conciencia?

A6: En principio, para contextualizar un poco, creo que es innecesario tener a esa imagen donde están las tres personas en la parte superior izquierda de forma pequeña, creo que es innecesario. Y la otra imagen, donde se está llevando a una persona enferma, que se supone que tiene la enfermedad del virus, me parece que también es innecesario. Creo que generar conciencia sería con ese detalle de la chica que aparece ahí, se está agarrando la mascarilla sobre la cara, obviamente, tiene un gesto de llanto, y está mirando hacia el lado, precisamente, del titular. Por la mascarilla hace alusión al momento que vivimos de la pandemia, yo creo que esa imagen podría acompañar solamente al titular.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta tercera portada?

A6: Siento que quieren transmitir emociones negativas a través de la acción que cumplen cada una de las personas que salen fotografiadas, concuerdo con mi otro compañero cuando dice que se siente una saturación de la realidad.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A6: Sí, necesita un titular para contextualizar, debe tener una pequeña descripción para que se pueda entender mejor lo que muestran las fotos.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

A6: Me parecen confiables las fotos en sí mismas, más no la forma en la que han sido plasmadas. Concuerdo con los otros comentarios, la única forma de saber si son confiables o no, es reconociendo si son fieles a la realidad.

A5, la misma pregunta ¿cómo saber si las fotografías presentadas en esta portada son confiables o no?

A5: Porque muestran una realidad, y esta sí muestra, eso en el tema de la forma, pero si hablamos del fondo, creo que más que concientizar busca llamar la atención, alarmar a la gente, es decir una manera negativa de mostrar algo. Concientizar y llamar la atención es muy diferente, puedes concientizar con otro tipo de imágenes que no tengan recortes como tiene esta portada en mi opinión.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta tercera portada?

A5: Lo que describen las mismas fotos, transmiten sensaciones de intriga y sufrimiento por el tamaño en como los presentan.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A5: Al ver tantas fotografías en una sola portada, considero que sí debe haber texto para poder comprender el contexto de cada una de ellas, aparte algunas imágenes están recortadas y con mayor razón necesitan texto.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son válidas o no?

A5: Sí son válidas, sobre todo si hablamos de un diario como el Trome que siempre busca llamar la atención.

Muy bien, ahora pasaremos a observar la cuarta y última portada (portada 21). A2

¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta cuarta portada?

A2: Me llama la atención la fotografía con ese plano abierto, donde se observan a todas las personas, ciudadanos, en tiempos de crisis, de pandemia que salen a las calles sabiendo que está prohibido, eso me llama la atención, y además el titular que advierte.

¿Las fotografías necesitan de texto para ser entendidas?

A2: En mi caso, creo que sí, porque se ve a la multitud, a la gente, y algunas personas pueden pensar que es foto antigua porque se ve como un día normal, como si no hubiese pandemia, cuando está prohibido salir a las calles, y es como confuso.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta portada?

A2: Aquí solo observo puntos positivos y es que muestra lo que es, lo que vivimos.

¿Crees que son capaces de crear conciencia?

A2: Sí, por el simple hecho de mostrar el contexto, permite sacar conclusiones obvias.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

A2: Porque no se alejan de lo verídico, las fotos de esta portada son confiables porque transmite emociones y muestran lo que estamos aconteciendo.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son válidas o no?

A2: En sí por cómo han sido tomadas las fotos, permiten informarnos con esos planos abiertos.

Listo, apaga tu micrófono por favor. A1 ¿A1?... ¿me escuchas?... Bueno, pasaremos a preguntar al siguiente participante, A3 ¿qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta portada?

A3: Básicamente, los puntos positivos son la realidad ¿no?, cómo en estos momentos se está dando el tema del contagio, y netamente, la realidad de los mercados en ciertos lugares

y las personas de Lima y Perú que son irresponsables, de alguna u otra manera se transmite toda la realidad en este diario.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

A3: En realidad, no. Estas fotografías hablan por sí solas mostrando la irresponsabilidad de la sociedad y cómo la informalidad se presencia a pesar de los riesgos y de las personas que han fallecido.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta cuarta portada?

A3: El ángulo o plano que ayuda a ver toda esa aglomeración de gente.

¿Crees que son capaces de crear conciencia?

A3: Claro, el mostrar el accionar de todas esas personas ayuda a que la población vea como estamos actuando.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

A3: Porque se puede distinguir rápidamente entre lo real y lo montado. Y en este caso, las fotos siguen mostrando nuestra coyuntura.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son válidas o no?

A3: Porque no distorsiona la realidad ni nada, al contrario, lo muestra.

Muchas gracias, apaga tu micrófono por favor. A4 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta cuarta portada?

A4: Tal cual, las mismas fotografías, el tumulto de las personas ante la pandemia. Y el titular que guarda relación con la noticia.

¿Crees que son capaces de crear conciencia?

A4: Sí, al fin y al cabo, muestra nuestra realidad, nos permite tomar conciencia de lo mal que estamos, siendo irresponsables ante una pandemia.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

A4: Opino que se trata de un diario popular y que se adapta a lo que nosotros como público ya acostumbramos a ver, no solo en diarios, sino en televisión. Y solo por eso me resulta confiable.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son válidas o no?

A4: Básicamente, porque estas fotos tienen el poder de transmitir emociones con tan solo verlas.

Correcto, apaga tu micrófono por favor. A6 ¿qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías presentadas en esta tercera portada?

A6: De manera general, creo que los puntos positivos es que quiere dar a conocer la realidad, que es más de lo evidente, lo que te quiere decir es: oye, mira lo mal que estamos. Y a raíz de que, si seguimos así, todo puede empeorar. En puntos negativos, digamos que, en la composición, creo que no ayuda mucho porque son dos imágenes que no te hacen

entender exactamente lo que las personas realizan, no sé si están en un mercado, o si están comprando, no se observa tan bien. Pero, sí de manera general, como te repito, obviamente hay una saturación de imágenes y te dice más de lo mismo, lo mal que estamos y justamente te ponen la imagen de una persona cubierta completamente contra el virus que sale caminando en otra dirección y se va caminando todavía, esos detalles dicen mucho.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta cuarta portada?

A6: Ver la cantidad de gente sin respetar el distanciamiento social, la forma en que fue fotografiado ese momento ayuda a saber lo mal que estamos.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

A6: Básicamente, muestran el común denominador del peruano a través de estas fotos, y al ser algo que acostumbramos a ver se hacen imágenes confiables.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son válidas o no?

A6: Mientras las fotos informen sin ser alteradas, para mí serán válidas y en esta portada, las fotos principales sobre todo me parecen válidas porque te informan, aunque claro, como ya dije, a veces se sigue mostrando más de lo mismo.

A5 ¿crees que estas fotografías son capaces de crear conciencia?

A5: Creo que solo causan alarma, y evocan mayor cuidado, pero principalmente generan alarma, que puede ese “alarmismo” terminar en conciencia, sí, pero de manera directa, crea

alarma a la población. A largo plazo puede generar conciencia, pero no creo que sea el objetivo principal de estas fotografías.

¿Cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías que se presentan en esta cuarta portada?

A5: La acción que muestra las fotos, conglomeración de personas, contagios, y todo lo que no se debe hacer en estos tiempos.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

A5: Bueno ya lo comentaron, mientras no se alejen de lo real, serán confiables. Muy aparte de cómo están representados en la portada, porque el Trome no es un diario formal obviamente, siguen siendo fotos confiables y válidas por mostrar lo que es, lo que vivimos actualmente.

Muy bien, ahora, pasaremos a observar las cuatro portadas, en cada una de ellas se han resaltado recortes utilizados, por ello, mencionaré la siguiente pregunta ¿qué opinan del uso de recortes que hay en las portadas del diario Trome? A2, activa tu micrófono por favor.

A2: Ese tipo de diseño, más que todo se observa cómo se usan para mostrar lo malo de una realidad.

Re: ¿Sientes que son necesarios?

A2: Creo que es una manera muy exagerada de advertir a las personas, porque causan pánico y miedo.

De las fotografías presentadas ¿cuál de las portadas te transmite más emociones?

A2: La tercera, más que nada por el enfermo en la camilla.

Listo, puede apagar tu micrófono. A1, la misma pregunta ¿qué opinas del uso de recortes que hay en las portadas del diario Trome?

A1: Creo que a veces sobrepasan la forma de dar un mensaje y obviamente lo que quieren mostrar se observa, pero para algunos puede ser que quiere transmitir miedo que otra cosa y creo que es algo que se debe mejorar.

De las fotografías presentadas ¿cuál de las portadas te transmite más emociones?

A1: La tercera también, por la presentación de todas las imágenes.

Muchas gracias, apaga tu micrófono por favor. A3 ¿qué opinas del uso de recortes que hay en las portadas del diario Trome?

A3: Ese tipo de montajes, lo escuché por ahí, es para dar un tipo de miedo, por ejemplo, en el del martillo, para que se den cuenta que de alguna u otra forma están infringiendo algo. Básicamente se usa para que la población se dé cuenta de que están haciendo un mal.

De las fotografías presentadas ¿cuál de las portadas te transmite más emociones?

A3: La cuarta, ver esa cantidad de gente que no respeta el estado de emergencia muestra lo mal que estamos como sociedad, es una lástima ver tanta gente sin hacer caso.

Correcto, apaga tu micrófono por favor. A4 ¿qué opinas del uso de recortes que hay en las portadas del diario Trome?

A4: Lógicamente, es notorio que el uso excesivo o fuera de contexto de estos recortes está de más, así estén o no estén, la noticia igual se entiende. Aparte, entendamos que una fotografía, según su perspectiva, oculta una información. Que quiero decir con eso, que justo un autor mencionó que, al tener una fotografía completa, el medio decide que parte de la fotografía colocar y esa parte que se obvia de la fotografía es la información que se oculta por diferentes motivos: no cumple con la noticia o porque el medio no lo desea, entonces, siento que, aplicar estos recursos no suman, creo que no es necesario. Un claro ejemplo es el martillo al inicio, porque con el titular ya queda claro, es más al ver sólo las fotografías ya sé lo que está pasando, pero es un estilo del Trome colocar estos recortes que van a seguir a través del tiempo.

De las fotografías presentadas ¿cuál de las portadas te transmite más emociones?

A4: La tercera, por la exageración de cada una de las imágenes.

Listo, apaga tu micrófono por favor. A6 ¿qué opinas del uso de recortes que hay en las portadas del diario Trome?

A6: En este caso, es parte del diario y, en segundo lugar, estos recortes en realidad sirven, más allá de acompañar a la imagen de fondo, para detallar un poco más el titular. Y te pone algún recurso como una especie de efecto, por decirlo así, para que uno se sienta en el lugar, como la chica y el temor que siente en la tercera portada.

De las fotografías presentadas ¿cuál de las portadas te transmite más emociones?

A6: Igual, la tercera, por el drama que se vive y cómo se representan en estas imágenes, exagerado, claro.

Muchas gracias, apaga tu micrófono por favor. A5 ¿qué opinas del uso de recortes que hay en las portadas del diario Trome?

A5: Creo que este tipo de recursos deben tomarse de la fotografía misma, es decir del evento mismo. No colocar otros recursos que, pueden ser buenos, pero que también pueden confundir, por eso creo que se debe usar este recurso, pero del mismo hecho noticioso.

De las fotografías presentadas ¿cuál de las portadas te transmite más emociones?

A6: La tercera, porque busca transmitir miedo, alarmar de manera exagerada.

Chicos, muchas gracias a todos por participar de este *focus group*, cada uno de sus comentarios aportará significativamente con el tema de investigación que he planteado.

Se da por concluida la reunión.

- Segundo grupo focal

¿Qué opinas del uso de la fotografía en los diarios? B1, su respuesta por favor...

B1: Me parecen bastante reales y verídicas

Re: ¿Crees que son necesarias?

B1: Claro, son necesarias, los títulos tienen que ir acompañadas de las fotos

B2, la misma pregunta ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

B2: Bueno, en realidad es dependiendo de la imagen que se coloque, mayormente las imágenes reales suelen ser más objetivas y en este caso las que tienen “ficción” son subjetivas por eso las que se deben priorizar son las reales las que no se manipulan.

Listo muchas gracias, B3 ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

B3: A mí parecer, a veces exageran en lo que son las fotografías, porque a veces los niños suelen leer los periódicos, y hay mucha exageración.

Muchas gracias, B4 ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

B4: Las fotografías me dejan ver una noticia, transmiten emociones y nos enteramos de lo que pasa en el día a día gracias a la fotografía.

Correcto, B5 la misma pregunta ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

B5: Bien, primero es importante, porque a través de la imagen transmiten lo que quieren decirnos las noticias, da un valor agregado ya que a través de sus portadas transmiten y “jalan” para poder comprar el diario, llama la atención y una portada bien hecha, una

imagen, habla mucho. En estos casos, no es necesario leer las letras porque ya cuando ves la imagen te puedes imaginar lo que pasa.

B6 ¿qué opinas del uso de la fotografía en los diarios?

B6: Bueno, me brindan más información, y creo que es importante porque hay sitios donde no hay televisión y al comprar un periódico y ver las fotos, están informándose todos los días gracias a la imagen.

Listo, pasaremos a la segunda pregunta general del tema de investigación, B1 ¿cómo saber si una fotografía miente o dice la verdad?

B1: Hay que ser bien observador en las portadas o en las fotos, porque muchas veces ponen imágenes trucadas y bueno yo al menos soy bien observador y hay veces que encuentro que no hay similitud con lo que es real.

Listo, B2, la misma pregunta ¿cómo saber si una fotografía miente o dice la verdad?

B2: Bueno, la mayoría de las imágenes que suelen verse en periódicos, puedes notar a simple vista que son desiguales, porque colocan caricaturas, o a veces hay una combinación de personajes reales con ficticios y cuando observas te das cuenta de que es una imagen manipulada, entonces gracias a eso puedo saber qué es verdad y qué no.

Muchas gracias. B5 ¿cómo saber si una fotografía miente o dice la verdad?

B5: Cuando lo exageran. La expresión de la imagen, los movimientos, la manipulación en realidad, es la única forma de saber si una imagen miente o dice la verdad.

Listo. A continuación, vamos a analizar cuatro portadas del diario Trome que les iré mostrando en orden. Y la primera pregunta, en base a la primera portada que observan (portada 43), es: ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta primera portada?

B1, su respuesta por favor.

B1: Que, en plena pandemia, la gente esté comprando cervezas, la fotografía me muestra lo que está pasando, como personas compran cajas de cervezas en tiempos de pandemia, eso es lo que me llama la atención.

Listo. B2 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta primera portada?

B2: Bueno, el tema del aislamiento, porque en cuarentena hay un distanciamiento que se debe respetar y en la foto no se ve eso. Y en otro lado, me llama la atención el martillo, que si bien habla del titular, me parece que es mucha ficción ¿no? se sale de lo real.

Re: ¿La exagera?

B2: A mi parecer, sí, porque solo sale una parte del martillo y es como intencional.

Correcto. B3 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta primera portada?

B3: De igual manera, las cajas de cerveza, porque en tiempos de pandemia, eso está prohibido.

Re: ¿Sientes que la fotografía te muestra una realidad?

B3: Por supuesto, pero de manera exagerada por las imágenes que están a su lado.

B4 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta primera portada?

B4: El martillo y lo que describe la fotografía donde salen las cajas de cerveza, más que nada por el tema de la pandemia y que está prohibido. Siento igual que hay una exageración en poner ese martillo al lado de los cerveceros.

Muchas gracias. B5 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta primera portada?

B5: La exageración, eso es lo que más llama la atención. Como ya dijeron, el martillo, las cervezas son usadas como una llamada de atención, y a eso agrégale el texto con las letras rojas grandes, se nota que hay un alto grado de exageración.

Listo. B6 la pregunta es la misma ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta primera portada?

B6: Me apena, porque lo que muestra el medio es como las ventas de cervezas se dan en algunos sitios sin respetar la cuarentena. Y yo creo que no es tan exagerado, me llama más la atención la foto de los cerveceros que el martillo. Creo que usaron esta combinación para que la gente entienda que no debe salir ni menos comprar cervezas.

Muy bien, pasaremos a la segunda pregunta de esta misma portada. B1 ¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta primera portada?

B1: Aparte de lo que ya dije de las cervezas, creo que las noticias que están abajo como lo de los restaurantes que ya van a aperturar, son buenas noticias.

Re: ¿Hay alguna fotografía en específico que puedas mencionar puntos positivos o negativos?

B1: Bueno, la de las cervezas muestran lo que está pasando, eso como positivo.

Correcto. B2 ¿las fotografías de esta primera portada son capaces de crear conciencia?

B2: Claro, el hecho del mal accionar de las familias que aparecen en la foto, el malgastar en algo vano. La foto hace reflexionar que eso está súper mal.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B2: No, para nada. Porque la misma fotografía te transmite sentimientos, tanto de pena, angustia como, prácticamente, mofa, pero de esa forma la imagen misma te muestra lo que sucede.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta primera portada?

B2: Veo que la foto de los cerveceros me describe lo que está pasando y eso es un punto positivo, mientras que el martillo y la chica con mascarilla solo sobrecargan la portada, no los veo necesarios.

Listo, ahora pasamos con B4. ¿Las fotografías de esta primera portada son capaces de crear conciencia?

B4: Sí, porque te permite llegar a la reflexión, el no gastar la plata y usarla solo para necesidades básicas.

B3 ¿las fotografías de esta primera portada son capaces de crear conciencia?

B3: Bueno, dependiendo de la persona, porque a veces a muchas personas no les interesa. Y en mi caso, estas fotos más que crear conciencia me alarman creo.

¿Consideras que estas fotografías necesitan de texto para ser entendidas?

B3: No es necesario, las propias imágenes me revelan la realidad, lo que estamos viviendo.

Listo. B5, ¿las fotografías de esta primera portada son capaces de crear conciencia?

B5: Sí, debido a que es un lado negativo del país y su población que hace un mal uso de su dinero en tiempos de enfermedades, buscando celebrar y el martillo que es una manera de exageración, ambos representan el lado de la muerte, contagiarnos unos a otros. Lo positivo de esto es que nos informa, al informar con esas imágenes hace concientizar a la gente de lo que pasa.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B5: Creo que va de la mano el texto y la imagen porque el texto puede decirnos muchas cosas, pero la imagen te lo confirma, por eso para mí van de la mano.

Correcto. B6, la misma pregunta ¿las fotografías de esta primera portada son capaces de crear conciencia?

B6: Sí, porque se ve que todos los medios presentan siempre en sus portadas la realidad de lo que pasa día a día mediante la imagen, lo que más impacta y en algunos casos, sirve para entender qué es lo que va mal y qué es lo que va bien en nuestro país.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B6: De todas maneras, porque uno lo puede ver, pero es necesario leer para sacar mejores conclusiones sobre un tema.

Muchas gracias. B1 ¿cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

B1: A mi parecer sí son confiables porque lo que veo en las fotos de esa portada es lo que observo en las calles, personas comprando cervezas, no respetando la cuarentena y todo eso.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B1: Dependiendo del medio periodístico, porque este periódico Trome es farandulero y en otros periódicos yo creo que no saldrían estas imágenes. Pero por ser del Trome, si me parecen válidas.

Listo. B2 ¿cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

B2: Efectivamente porque son hechas en base a la realidad. Personas inconscientes que no respetan un estado de emergencia, y eso ¿no? son reales.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B2: Como dijo anteriormente B1, por ser el diario Trome si considero válidas estas fotos y su presencia en las portadas.

Listo. B3 ¿cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

B3: Depende, porque creo que muchas veces solo exageran por vender. Y sí son fieles a la realidad, pero su presentación es muy exagerada, y eso es otro punto.

¿Crees que esa exageración hace que esas fotografías no sean válidas?

B3: Por una parte, me parece válido porque las fotos muestran lo que pasa, pero por otra, no sé si deba estar presentada de esa forma.

Correcto. B4 ¿cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

B4: Creo que por el nombre del diario ¿no?, sé que son confiables porque me muestran lo que está pasando claramente, pero agregarle muchas cosas quizá está de más.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B4: Sí, como ya lo dije, muestran nuestra realidad, el día a día.

Listo. B5 ¿cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

B5: Bueno, todos los diarios, la mayoría de El Comercio, están dirigidos a difundir una noticia, todo está centrado y todos sus periódicos muestran lo mismo y creo que cuando veo que todos los diarios muestran la misma noticia con las mismas imágenes, sé que son válidos, me generan confianza, y de esa forma sé que no es falso.

B6 ¿cómo puedes saber si las fotografías de esta primera portada son confiables o no?

B6: Yo siempre compro el Trome, un diario que todas sus noticias son más digeribles por así decirlo, y confío bastante en lo que muestran sus portadas, quizá más exagerado que otros, pero no deja de ser la realidad.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B6: Sí claro, hasta en la televisión para saliendo eso, o peores cosas todavía.

A continuación, pasaremos a analizar la segunda portada (portada 23). B1 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta segunda portada?

B1: Bueno, el accionar de las fuerzas policiales, cumpliendo con el deber detienen a manifestantes, y obviamente la forma en la que se presentan las fotografías ayudan a saber lo que está pasando.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta segunda portada?

B1: Puntos positivos, es la acción que muestra la fotografía, en este caso la policía cumpliendo su deber, y el punto negativo es que en la fotografía de abajo donde sale mucha gente, no se logra apreciar dónde están, parece un supermercado, siento que debió ser tomada desde otra perspectiva para que muestre más a detalle.

¿Las fotografías de esta segunda portada son capaces de crear conciencia?

B1: Claro, porque la gente que lee o ve la portada va a saber que no debe salir o que no debe estar en sitios donde hay mucha gente.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B1: Por el momento que vivimos de la pandemia, se sobre entiende con la misma imagen de lo que está pasando, y puede funcionar sin texto.

Muchas gracias. B2 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta segunda portada?

B2: Entre ellas, la aglomeración de las personas y el accionar del ejército como policial, creo que las fotos mismas llaman la atención.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta segunda portada?

B2: Lo positivo es el enfoque mayormente de la falta de disciplina y que a través de la imagen se pueda limitar a que las personas se aglomeren en las calles. En el aspecto negativo es lo que muestra la foto que está en la parte de abajo, la aglomeración, es justamente lo que no debemos hacer.

¿Las fotografías de esta segunda portada son capaces de crear conciencia?

B2: En parte sí, porque el simple hecho de ver a los policías te limita o te dan la orden de que no debes salir y que debes respetar el distanciamiento social.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B2: Sí, porque dadas las circunstancias que vivimos ahora, con el tema de la cuarentena, obviamente, puede haber otro tipo de manifestaciones como por ejemplo lo del tema de la AFP o la ONP y se puede prestar para otras interpretaciones si no hay texto.

B3 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta segunda portada?

B3: Me llama más la atención las policías y el ejército, y como están representados en la portada, da autoridad.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta segunda portada?

B3: Solo lo positivo que es lo que transmiten los policías y el ejército ante los irresponsables.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B3: Sí, porque inducen a la reflexión, a que tengamos cuidado si es que decidimos salir.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B3: Creo que va de la mano, ya que el texto te especifica lo que está pasando o lo que pasará si no acatas, la imagen ayuda a que se entienda o que se confirme lo que dice el texto.

Muchas gracias. B4 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta segunda portada?

B4: Las fotos muestran cómo no toman conciencia algunas personas, y justamente esas fotografías son llamativas porque como uno está en casa, a veces no sabe qué sucede en otros sitios, si es verdad que las policías o fuerzas del ejército están en las calles o no.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta segunda portada?

B4: Negativo por lo que describe la misma foto, que hay gente irresponsable. Lo positivo puede ser en cómo los policías y militares en esta portada dan una impresión de poner orden.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B4: Sí, porque quienes vean las primeras portadas de los periódicos verán que no es un juego y que deben tomar conciencia.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B4: Sí porque la fotografía sola no te dice o contextualiza una noticia, debe estar acompañada de texto para que se entienda la información.

Listo. B5¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta segunda portada?

B5: Bueno, a mi parecer es el color, eso me llama la atención y también el virus que aparece a un costado.

Re: Esa referencia de un virus que observas en la parte derecha de esta segunda portada ¿crees que es necesario?

B5: Sí, porque es una referencia de lo que estamos pasando y creo que es una buena forma de llamar la atención.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta segunda portada?

B5: Lo positivo es que te informa la verdad, lo que pasa el día a día. Lo negativo podría decir que ver las mismas fotos en las portadas como esta, te llega a estresar, esa saturación de lo mismo causa dolores de cabeza.

Correcto. B6¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta segunda portada?

B6: Me llama más la atención el titular que la fotografía en este caso.

Re: ¿Por qué?

B6: Porque leer “Toque de queda” en ese tamaño con letras rojas es algo casi no creíble para nosotros, como si estuviésemos en una película y por eso me llama la atención, obviamente la imagen acompaña y ayuda a tomar conciencia de lo que está sucediendo, pero el titular me jala más.

Listo. B1 ¿cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

B1: A simple vista para mí si son confiables porque son fotografías fieles a la realidad, muestra lo que es.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B1: Me parecen válidas porque no veo que se alejen de lo que estamos viviendo. Todas esas fotos dejan ver lo que también se mira por televisión, el día a día.

B2¿cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

B2: Mayormente por lo que acontece y muestra la imagen, me transmite confianza porque a simple vista no se ve que han sido manipuladas.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B2: Como dijo B1, no se alejan de la realidad, aparte no están manipuladas ni nada, son casos que se ven en las calles todos los días y por eso me parecen válidas.

Muchas gracias. B3¿cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

B3: Creo que son confiables porque no nos están ocultando temas que deben ser difundidos como la falta de responsabilidad y conciencia, el no salir o el estar en lugares donde hay muchas personas pueden ser perjudiciales, y esos policías transmiten confianza viendo que cumplirán con las órdenes del Gobierno para quienes no cumplen.

Correcto. B5 ¿cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

B5: Es la nueva tendencia y el Trome, un diario que circula a nivel nacional y muy reconocido, te transmite esa confianza, aunque claro, se sabe que son más exagerados que otros diarios como La República que es un diario muy serio, pero te colocan lo que es. Por eso siento que son válidos porque te dicen la verdad, la realidad de las cosas.

B4 la misma pregunta¿cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

B4: Si son confiables porque he visto fotografías similares en otros diarios y sé que no son fotos de otros años o algo por estilo, no acostumbro a saber si algo es válido o no, leyendo un solo diario, leo varios y ahí me voy dando cuenta de que es verdad y que no.

Re: ¿Qué tipos de diarios?

B4: Perú21, Ojo...

Listo. B6¿cómo puedes saber si las fotografías de esta segunda portada son confiables o no?

B6: Porque las fotografías no son trucadas, son reales, muestran los hechos tal cual, y eso lo hace válido también.

Bien, ahora pasaremos a analizar la tercera portada (portada 31). B1¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta tercera portada?

B1: La gente llorando, o aquellas que están en total abandono esperando en las calles, y eso me llama la atención, lo que la fotografía por sí misma muestra.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta tercera portada?

B1: Positivos puede ser la atención a las personas que tienen el virus, que hay un mayor control, en todo caso sigue siendo la acción de lo que muestra la foto. Aunque claro, en este caso si considero que el texto debe acompañar a las fotos para que se entienda mejor lo que sucede, porque mostrar a esa persona en la camilla no sé si esté vivo o muerto, aunque ojo, este titular tampoco aclara eso.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B1: Sí porque eso nos ayuda a entender que debemos cuidarnos y tenemos que acatar las órdenes que nos da el Gobierno.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

B1: Sigue siendo confiable porque muestran la realidad, claro que da pena, pero de esa forma quizá nos demos cuenta que debemos tener mayor cuidado. Para ser el diario Trome, me parecen válidas las fotos.

Listo, gracias. B2 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta tercera portada?

B2: Lo que más me llama la atención son los números de contagiados y el hecho de que las fotos me transmiten intriga. Al ver a esos familiares en las calles también se ve el abandono,

y la chica que expresa miedo también sosteniéndose la cara da una impresión de que estamos por un mal camino

¿Dichas fotografías son capaces de crear conciencia?

B2: Sí, porque no tomamos conciencia aún, las personas salen, no hacen caso y mientras tanto otros están esperando en los hospitales sin saber si tendrán ayuda.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B2:Depende del contexto, en esta época o año se sobre entiende que las fotos hacen referencia al drama que vivimos, pero en unos años más, obviamente necesitarán de texto para explicar qué es lo que está pasando en cada una de esas fotos.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

B2: Por lo que uno mismo presencia pues, yo he vivido alguno de esos episodios y se me hacen válidas también porque enfoca en general lo que pasamos.

Listo. B3 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta tercera portada?

B3: Me llama la atención lo que describe la foto, personas llorando, en el suelo o en la camilla

Re: ¿Sientes que está bien que se muestren este tipo de fotografías?

B3: Por una parte, está bien, para que la gente se dé cuenta y el Estado también pueda ver nuestra realidad. Definitivamente estas fotos nos permiten reflexionar y tener conciencia de que debemos cuidarnos más que nunca.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B3: Van de la mano, ambos se necesitan en este caso, por sí solas solo me transmitirían confusión, pero con el texto puedo entender la situación.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

B3: Porque en la televisión también veo lo mismo, y eso me hace ver que hay una coincidencia y que tanto en los periódicos y en la tele la gente está sufriendo.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B3: Para mí son válidas más que nada para que las personas que salen sufriendo en esta portada puedan tener la ayuda necesaria, y aunque es lastimoso ver tantas injusticias, creo que, viendo esta realidad en un diario como Trome, se puede hasta ayudar a esa gente que la pasa mal.

Muy bien. B4 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta tercera portada?

B4: Poner a un enfermo en ese tamaño o la acción de la chica agarrándose la mascarilla me parece una exageración. Aunque claro, me describen hechos, como que están habiendo más muertos o que hay personas en abandono.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B4: Sí porque al fin y al cabo es nuestra realidad, lo que sí creo es que en este caso se abusó de poner imágenes que transmiten muchas sensaciones negativas, o sea se exageró, de por sí

es lastimosa nuestra realidad, no hay que hacer tanto hincapié en eso llenándolo de puras fotos que duelen de ver.

B5 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta tercera portada?

B5: La expresión de la mujer, o la emergencia que tienen esas personas de salud que están atendiendo a esa persona en la camilla. Creo que esas fotos tienen un lenguaje muy diferente al texto, con tan solo ver ya tienes la idea general del mal que está sucediendo en el país. Al ver estas fotos me siento apenado, indignado porque se ve la desolación, la coyuntura.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta tercera portada?

B5: Lo positivo es que muestra la realidad, lo seguiré diciendo. Lo negativo es que al ver estas fotos te pueden trastornar, y deben ser medidos porque causan estrés y a veces abusan, llenan a la gente de miedo ¿no? a mí me causan negativismo.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B5: La imagen puede funcionar por sí sola, pero los colores también tienen un papel importante y nos brindan muchas interpretaciones como el rojo de las letras como sangre, o esa variedad que hay entre todas las fotos de esta portada, saturan visualmente.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta tercera portada son confiables o no?

B5: Nadie está ajeno a esto y esas fotos solo retratan lo que vivimos, es creíble porque así la pasamos, asustados obviamente, pero es lo que atraviesa el mundo, de cierta forma, esas imágenes no dejan de ser válidas, nada se está inventando.

Listo. B6 ¿qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta tercera portada?

B6: Lo positivo es que se está mostrando lo que vivimos y lo negativo, obviamente, es lo que nos causa esa realidad. Es como un sube y baja, sabes que necesitas verlo para saber si es verdad, pero a su vez entiendes que lo que verás no será algo bueno.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B6: Sí, porque lo que se ve concientiza con lo del cuidado y la protección que debemos tener constantemente.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B6: Me parece válida porque todos los medios buscan informar y justamente esta portada me transmite emociones a través de su presentación, eso hace que pueda reflexionar y que no deje de darle importancia a algo tan peligroso como lo de este virus.

Bien, ahora analizaremos la cuarta y última portada del diario Trome. B1 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta cuarta portada?

B1: Bueno la falta de autoridades en algunas zonas de los conos, están pidiendo más presencia policial y militar. Estas fotos me muestran lo que está sucediendo y se logra apreciar a simple vista las acciones de las personas que han sido fotografiadas en forma general, o sea son imágenes amplias, que permiten hacernos ver cómo la gente no hace caso.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B1: Sí, las fotos concientizan, hace tomar conciencia porque no podemos hacer lo que se muestran en estas fotos de portada: la aglomeración.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

B1: Me parecen confiables porque, como repito, son imágenes que vemos acá en Lima, en los mercados, paraderos y no hay arreglos en las fotos que me mientan o que me transmitan cosas que sé que no son reales.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B1: Sí, el Trome publica mayormente fotos así, y no todas son confiables, sobre todo las que están trucadas o manipuladas, pero en este caso, se busca concientizar a la población para que tengan cuidado y bueno las fotos ayudan a ver eso.

De las 4 portadas analizadas en este *focus group* ¿cuál te ha transmitido más emociones por sus fotografías?

B1: La última portada, porque me transmitió negativismo por así decirlo, las fotos al ser un poco más amplias, me permitió ver la aglomeración de personas, y con tan solo imaginar que uno de ellos está contagiado, pues se ve una bomba de tiempo en esas fotos.

Listo. B2 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta cuarta portada?

B2: Principalmente lo que muestran las dos fotos donde se ve la aglomeración de personas, luego la persona recortada con todas las medidas de protección al lado, siento que es como

un reflejo de lo que está mal, o sea la aglomeración, y lo que está bien, la persona bien protegida.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta cuarta portada?

B2: Lo negativo sería lo que muestran las fotos ¿no? ver a todas esas personas sin respetar el distanciamiento social, eso, sobre todo.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B2: De mala forma sí, porque lo que se ve no es nada bueno, pero de ahí se extrae información y de tal manera vemos que no es lo adecuado estar haciendo lo mismo que reflejan las fotos, no respetar.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

B2: Por lo realista de las fotos, a mí me parecen confiables y también son válidas porque es una manera llamativa para que la gente entienda y reflexione.

Listo, ahora, de las 4 portadas analizadas en este *focus group* ¿cuál te ha transmitido más emociones por sus fotografías?

B2: La tercera, en este caso creo que es más que todo por las acciones que hacen cada una de las personas fotografiadas, el personal de salud, la chica llorando, las personas en el suelo, y pues creo que, si exagera en colocar todos estos índices, pero justamente eso hace que se transmita más emociones.

Correcto. B3¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta cuarta portada?

B3: Bueno, lo que me llama la atención es la aglomeración de gente y se observa la falta de uso de mascarillas incluso.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta cuarta portada?

B3: Negativo, porque estamos en tiempos de pandemia y la gente no respeta, no hace nada. Y qué mejor que esas fotos para saber que es verdad, que tarde o temprano el país se iba a llenar de contagiados por no cumplir con el estado de emergencia.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B3: Así como se ven las fotos, diría que sí, permite tener una reflexión, no solo de las cosas malas que transmiten las fotos sino de qué haremos nosotros, los que la vemos, para mejorar.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

B3: Bueno, lo mismo que dijeron anteriormente ¿no? por la misma realidad que nosotros vemos, al salir al mercado, hacer compras y todo eso, vemos lo mismo que se ve en estas fotografías.

Y de las 4 portadas analizadas en este *focus group* ¿cuál te ha transmitido más emociones por sus fotografías?

B3: La tercera, porque está la chica llorando y las personas en el suelo, es como que quisieras ayudar en algo, pero no puedes.

Listo, muy bien. B5: ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta cuarta portada?

B5: El tamaño de las imágenes, creo que eso junto a los colores fuertes son lo que más llaman la atención. De por sí, las fotos muestran lo negativo de nuestro día a día, y lo positivo de esto es que están avisando que si hay aglomeraciones habrá un alza de contagios mucho mayor.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B5: Bastante, al mostrar eso, muestran el grado de irresponsabilidad que existe.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

B5: Es nuestra coyuntura, lo vivimos, lo vemos, no es algo que esté pasando en otros países menos aquí, y esas fotos solo reflejan lo que ya estamos acostumbrados a ver, o sea, esas fotos son fieles a la realidad que atravesamos.

Las consideras válidas...

B5: Por supuesto, es nuestro día a día, ahora, si colocaran sangre derramada, personajes de farándula, o cosas por el estilo, si dudase tal vez, porque son armados, y el diario lo que quiere es vender, pero en este caso solo están poniendo lo que es.

Re: ¿Exageran?

B5: No, al contrario, exagerada nos parecía la propia realidad que vivimos a principios de este año, esto solo es ese reflejo.

De las 4 portadas analizadas en este *focus group* ¿cuál te ha transmitido más emociones por sus fotografías?

B5: La última portada, te transmite indignación, pena por la falta de responsabilidad para sobrellevar momentos muy delicados, y esas fotos solo nos muestran lo que justamente no debemos hacer.

Muchas gracias. B4 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta cuarta portada?

B4: La aglomeración de personas, la irresponsabilidad. Lo que me llama la atención también es que, en este caso, esas dos fotografías que muestra la aglomeración no fueron publicadas en un mayor tamaño dentro de la portada, creo que debieron ser un poco más grandes, al fin y al cabo, muestran lo que está sucediendo en los mercados creo y ni siquiera son trucadas. Pero esas personas recortadas quitan espacio, es más, no las considero tan necesarias.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B4: Sí porque te muestran la irresponsabilidad de las personas, la falta de respeto, eso genera que nosotros tomemos conciencia y no cometamos esos errores, aunque es complicado, yo que voy al mercado, a veces trato de guardar distancia, pero es imposible.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

B4: Son confiables para mí porque he visto este tipo de imágenes en noticieros y otros diarios, y a eso sumémosle que nosotros lo vivimos día a día cuando salimos de nuestras casas, o sea, me contextualizan lo que se está viviendo en otros lugares de nuestro país, y para mí son creíbles, no veo ni que estén editadas o trucadas, salvo los colores, pero luego nada más.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B4: Bueno sí porque el texto te comunica datos específicos que la foto no puede hacer.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B4: Lo veo exagerado, pero no solo por las fotos, sino en general con las letras, pero eso sirve para que la gente tome conciencia creo, porque mira, si no se exageraría, la gente pensaría que no está tan fuerte la enfermedad o que todo está calmado.

Ahora, de las 4 portadas analizadas en este *focus group* ¿cuál te ha transmitido más emociones por sus fotografías?

B4: Me impactó la tercera porque ves que la gente necesita ayuda y las mismas imágenes te transmiten tristeza, injusticia y te permite reflexionar ¿no? de todo lo que estamos viviendo.

Listo, muchas gracias. B6 ¿cuál es la característica que más te llama la atención de las fotografías presentadas en esta cuarta portada?

B6: Más que nada es lo que te transmiten las fotos, porque intenta decirte que la enfermedad puede expandirse y que no debemos tomarlo como un juego, hay gente que incluso sale sin mascarilla y esos detalles están mal.

¿Qué puntos positivos o negativos observas en las fotografías de esta cuarta portada?

B6: Lo negativo ¿sabes qué es? que esas imágenes y el texto te desesperan también, porque es como que a la vez te informan, pero te transmiten terror, como si no supieras si fuese real, luego sales de casa y te das cuenta de que lo que se ve en los diarios es solo un poco de lo mal que estamos.

¿Estas fotografías son capaces de crear conciencia?

B6: Es que te hace ver la realidad, quizá estas portadas funcionen con personas que no salen de casa, para que vean lo feo que está afuera, porque los que salimos ya hasta nos acostumbramos a este tipo de fotos.

¿Necesitan de texto para ser entendidas?

B6: A veces se exagera esa combinación de texto e imagen, hacen más escandaloso una noticia, pero sin duda el texto te ayuda a conocer al detalle lo que está ocurriendo y junto a la imagen, se complementan.

¿Cómo puedes saber si las fotografías de esta cuarta portada son confiables o no?

B6: Aunque impactan, creo que están informando la realidad, como ya dijeron anteriormente, y eso hace confiable a las fotos, quizá es inadecuada la forma en la que presentan, tanto las imágenes como el texto, pero en este caso, esas fotos son parte de nuestro día a día y a mí, por ejemplo, me permiten reflexionar.

¿Crees que esas fotografías son válidas para estar en la portada?

B6: Bueno, todo medio actualmente exagera, sobre todo para tener más ventas, y hacen llamativas sus portadas, las vuelven exageradas y hay personas que en su inocencia creen todo y terminan asustadas de lo que ven, me incluyo porque no soy un especialista para saber cómo funcionan las cosas en los medios o en los periódicos, pero yo creo que mientras me muestren cosas reales sin ser trucadas ni animadas, ni nada, las fotografías serán válidas, como en este caso. Y es que no veo manipulación, aunque si me hablas en general de la

portada con letras y todo, obvio exageran, pero para ser el Trome, me parecen válidas las fotos, creo que he visto peores incluso.

De las 4 portadas analizadas en este *focus group* ¿cuál te ha transmitido más emociones por sus fotografías?

B6: La tercera, más que nada porque las imágenes por sí solas te transmiten el terror que vivimos.

Listo, muchas gracias a todos los participantes de este *focus group*, se elaboraron las preguntas correspondientes para obtener resultados que aporten a los objetivos de la presente investigación, se da por concluida la reunión.