

“LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA COBERTURA
MEDIÁTICA DEL DIARIO TROME DURANTE LA
SEGUNDA VUELTA ELECTORAL, MAYO – JUNIO
2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Comunicación y Periodismo

Autores:

Kevin Bernardo Charalla Najera
Sol Madalengoitia Solis

Asesor:

Dr. Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco
<https://orcid.org/0000-0001-5453-855X>

Lima – Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	JORGE EDER CLAVIJO CORREA
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	YULVITZ RAMON QUIROZ PACHECO
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	LUIS ENRIQUE EDUARDO ELIAS VILLANUEVA
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD

3. Tesis final. Charalla - Madalengoitia

INFORME DE ORIGINALIDAD

11 %	11 %	3 %	4 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3 %
2	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1 %
3	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD Trabajo del estudiante	1 %
4	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1 %
5	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1 %
6	Submitted to Unviersidad de Granada Trabajo del estudiante	<1 %
7	www.risti.xyz Fuente de Internet	<1 %
8	repositorio.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
9	www.fics.edu.br Fuente de Internet	

DEDICATORIA

*A nuestra familia y a
todas las personas que
nos acompañaron a lo
largo de la carrera.*

AGRADECIMIENTO

*A todos los profesores
que nos ayudaron
durante la carrera y a
nuestro asesor.*

TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDOS.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Justificación de la investigación	13
1.3. Antecedentes.....	14
1.3.1. Antecedentes Nacionales.....	14
1.3.2. Antecedentes Internacionales.....	16
1.4. Marco conceptual	18
A. Ética periodística.....	18
B. Cobertura mediática	21
1.4.1. Marco teórico.....	25
1.5. Formulación del problema.....	26
1.5.1. Problema general	26
1.5.2. Problemas específicos	27
1.6. Objetivos.....	27
1.6.1. Objetivo general	27
1.6.2. Objetivos específicos	27
1.7. Hipótesis	28
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	29
2.1. Tipo de investigación	29
2.2. Población y muestra	30
2.2.1. Población.....	30
2.2.2. Muestra	42
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	45
2.4. Procedimiento	48
2.5. Aspectos éticos.....	49
CAPÍTULO III. RESULTADOS	50
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	98
4.1. Limitaciones	98

4.2. Interpretación comparativa	99
4.2.1. Discusión objetivo general	99
4.2.2. Discusión objetivo específico 1	100
4.2.3. Discusión objetivo específico 2	100
4.2.4. Discusión objetivo específico 3	102
4.3. Implicancias	103
4.4. Conclusiones.....	103
REFERENCIAS	106
ANEXOS	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de la investigación.....	30
Tabla 2 Muestra de investigación	43
Tabla 3. Instrumento.....	46
Tabla 4. Ficha de observación de la nota informativa del martes 18 de mayo de 2021	51
Tabla 5. Ficha de observación de la nota informativa del miércoles 19 de mayo de 2021.....	53
Tabla 6. Ficha de observación de la nota informativa del jueves 20 de mayo de 2021	57
Tabla 7. Ficha de observación de la nota informativa del viernes 21 de mayo de 2021.....	60
Tabla 8. Ficha de observación de la nota informativa del sábado 22 de mayo de 2021	62
Tabla 9. Ficha de observación de la nota informativa del domingo 23 de mayo de 2021	65
Tabla 10. Ficha de observación de la nota informativa del miércoles 26 de mayo de 2021.....	69
Tabla 11. Ficha de observación de la nota informativa del jueves 27 de mayo de 2021	72
Tabla 12. Ficha de observación de la nota informativa del viernes 28 de mayo de 2021.....	76
Tabla 13. Ficha de observación de la nota informativa del sábado 29 de mayo de 2021	79
Tabla 14. Ficha de observación de la nota informativa del domingo 31 de mayo de 2021	82
Tabla 15. Ficha de observación de la nota informativa del martes 1 de junio de 2021.....	85
Tabla 16. Ficha de observación de la nota informativa del miércoles 2 de junio de 2021	87
Tabla 17. Ficha de observación de la nota informativa del jueves 3 de junio de 2021.....	90
Tabla 18. Ficha de observación de la nota informativa del viernes 4 de junio de 2021	94

RESUMEN

La presente investigación examina las piezas informativas del diario *Trome* vinculadas a la segunda vuelta electoral entre los candidatos de los partidos políticos Fuerza Popular y Perú Libre.

La investigación tuvo como objetivo analizar el desarrollo de la ética en la cobertura mediática de las elecciones generales de la segunda vuelta de junio de 2021, mediante una ficha de observación, tomando como muestra 15 piezas informativas del diario *Trome*.

Según el tipo de investigación, es una tesis cualitativa y no experimental. Además, de acuerdo al nivel de alcance, es descriptivo y correlacional. Para la presentación de los resultados se aplicó el instrumento a cada noticia de la muestra del diario, presentando cada uno en un formato de tablas.

En los resultados se halló que el diario favoreció a la candidata Fujimori a través de las piezas informativas analizadas, debido a que en muchas de ellas se resaltan puntos positivos de sus propuestas. Mientras que al candidato Castillo se le calificó como una amenaza para el país, asociándolo con el terrorismo. Por lo tanto, se concluye que el medio no cumplió con la ética periodística en la cobertura mediática de las elecciones generales de la segunda vuelta de mayo - junio de 2021.

PALABRAS CLAVES: Ética periodística, prensa escrita, cobertura mediática, deontología periodística, elecciones.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en la opinión pública, pues permiten a los ciudadanos informarse o tomar conocimiento sobre lo que está pasando a su alrededor. El libro “La formación de la opinión pública” (Colegio24hs, 2004) citado por Valdivia (2020) señala que “para que exista la opinión pública es necesario que se brinde información, puesto que esta describe los hechos y su proceso” (p.16), por lo tanto, siguiendo este argumento, los medios de comunicación formarían la opinión pública.

Además, no sólo informan e instruyen a la audiencia, sino que también podrían influir en su juicio crítico. Los medios deberían representar la realidad de manera puntual y con datos verdaderos, sin embargo, algunos pueden tergiversar los sucesos; por lo cual, “la información ha de ofrecerse de manera serena y con el sentido de la responsabilidad, a fin de evitar alarmas sociales que generen comportamientos irreflexivos y perjudiciales para los intereses de la ciudadanía” (Suárez, 2013, p. 816).

Cubrir diversos eventos noticiosos requiere de la aplicación de normas y valores éticos que deberían regir el trabajo periodístico. En tal sentido, “el periodismo sin ética es un periodismo irresponsable, que rompe con su función social para con la ciudadanía” (Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019, p. 229).

De este modo, la ética en el periodismo se convierte en una relación estrecha de reglas no escritas para el cumplimiento de una buena labor en el campo. Es “una revisión de los parámetros deontológicos que acreditan que la noticia ha sido elaborada de un modo correcto” (Suárez, 2013, p. 808).

El trabajo del periodista en los medios de comunicación se rige bajo ciertos valores. Al respecto, Lévano (2008) citado por Cuzma (2017) menciona que “los valores esenciales son verdad, bien, belleza, solidaridad, libertad, o sea democracia auténtica, soberanía nacional, derechos humanos” (p. 121). Por tal motivo, debería ser aplicado en todo trabajo periodístico en beneficio de la audiencia.

Los periodistas deberían informar con la mayor objetividad posible, aunque las casas editoriales a menudo tendrían pautas que restringen o distorsionan la difusión de datos. En relación con ello, Suárez (2015) indicó lo siguiente:

La influencia del medio en el ejercicio ético de la profesión se asocia primordialmente no sólo a su independencia, (...) sino también, (...) incluso en mayor medida, al poder del medio (y de sus propietarios) para marcar la agenda de lo que se considera o no actualidad. (p. 96)

Es decir, determinados medios ajustarían la prioridad de las noticias a sus intereses propios decidiendo qué informar y qué silenciar, infringiendo con las normas éticas del periodismo. En referencia a esto, Suárez (2013) sugiere lo siguiente:

En el caso del periodismo se trataría de evitar prácticas que atenten contra el honor, la intimidad y la propia imagen de las personas de manera injustificada y motivada por el propósito de obtener una mayor rentabilidad económica, tratando las historias de las personas como si fueran meras mercancías del espectáculo informativo. (p.184)

Generalmente, las faltas de este tipo suelen presentarse en la cobertura de noticias relacionadas, por ejemplo, a los procesos electorales. Para los medios de comunicación hay un nivel de importancia sobre la política, en especial para el periodismo, pues actúa como un actor social en la construcción de los hechos (Aruguete, 2013).

En un contexto tan polarizado como el de las elecciones, los medios de comunicación cumplen con su labor de informar a la ciudadanía sobre los acontecimientos que están ocurriendo.

En ese sentido, Mourao y Brühem (2012) señalan que “los medios de comunicación social informan, pero las noticias, principal producto de los autores de las noticias, no siempre son un espejo fiel de la realidad” (p. 318), pues, muchas de ellas cuentan con una agenda periodística clara.

En los diferentes formatos en los que se presenta la noticia, lo hecho por la prensa escrita continúa teniendo un dominio considerable en cualquier acontecimiento que se presenta. Por ello, la prensa escrita “tiene la gran ventaja de su soporte físico para que su influencia persista más tiempo. El periódico informa y analiza, argumenta, concluye y plantea soluciones respecto a temas de interés público. Es un orientador cultural e ideológico” (García, 2021, p. 155).

Uno de los diarios más leídos del país perteneciente al grupo *El Comercio* es *Trome*, que tiene el mayor promedio diario de lectores (53% de lunes a domingo en Lima durante el periodo octubre-diciembre de 2022, según Kantar Ibope Media). Cabe señalar/recaltar que el Grupo sigue liderando en lectoría y recordación gracias a la lectura alcanzada por el diario *Trome* y la continua participación publicitaria del diario *El Comercio*.

El 11 de abril de 2021 se llevaron a cabo las Elecciones Generales, las cuales tuvieron como resultado una segunda vuelta para el 6 de junio de 2021 en la que participaron los candidatos Pedro Castillo (19,99%) de Perú Libre y Keiko Fujimori (13,36%) de Fuerza Popular.

Tras el resultado, el escenario político se polarizó, debido a que los dos partidos estaban marcados bajo tendencias políticas opuestas.

Este caso será objeto de estudio debido a que se analizará la cobertura mediática del medio de comunicación respecto a las propuestas de cada candidato y las estrategias de campaña utilizadas.

Además, se ahondará en el trabajo periodístico realizado por el medio para identificar si cumplen con la ética profesional en la redacción de sus noticias, lo cual permitirá a los periodistas reflexionar sobre sus propias rutinas y cómo es que se aplica la ética en la cobertura mediática en un periodo de tiempo tan sensible como el de las elecciones.

Esta investigación busca concientizar a la ciudadanía sobre la cobertura informativa que algunos medios realizan sobre determinado candidato y sus propuestas, pretendiendo influenciar en la opinión pública.

1.2. Justificación de la investigación

Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de informar sobre los acontecimientos más relevantes de la sociedad. La ética desempeña un papel crucial al proporcionar pautas para transmitir esta información de manera responsable.

En un contexto como el de una segunda vuelta electoral, los medios de comunicación adquieren una importancia aún mayor, ya que son la principal fuente de información para el público. En este sentido, es esencial examinar si los medios mantienen su imparcialidad al presentar la información sobre cada candidato.

Uno de los medios de comunicación más importantes son los diarios, entre ellos *Trome*. Éste cuenta con el mayor promedio diario de lectoría en Lima y a nivel nacional con un tiraje que supera los 650 mil ejemplares. De modo que lo convierte en el diario más popular del

país, siendo esta la razón principal por la que se le seleccionó como unidad de estudio para esta investigación.

En última instancia, esta investigación servirá como una fuente de información para futuros estudios sobre la ética periodística en la cobertura mediática de procesos electorales.

1.3. Antecedentes

1.3.1. Antecedentes Nacionales

Se presentará como primer antecedente nacional el artículo científico de Ayala (2017) titulado *La construcción del candidato. Contraste de la estrategia de campaña de Verónica Mendoza con los encuadres periodísticos de El Comercio y La República durante las elecciones presidenciales 2016*. En este trabajo se buscó contrastar la estrategia electoral que elaboró el equipo de campaña del Frente Amplio, en torno a la imagen de la candidata Mendoza, con la información periodística que los dos diarios más importantes del país, *El Comercio* y *La República*, buscaron comunicar.

El objetivo principal del artículo de Ayala, fue comprobar hasta qué punto los diarios, *El Comercio* y *La República*, resaltaron las características que el equipo de campaña del Frente Amplio construyó alrededor de Verónica Mendoza. Para ello, la metodología de investigación que utilizó la autora fue cualitativa, pues realizó entrevistas al equipo de campaña del Frente Amplio y elaboró cuadros comparativos sobre el contenido de los diarios.

Los resultados más resaltantes de la investigación fueron, por un lado, que el diario *El Comercio* no reflejó los atributos de la candidata Mendoza tal y como el equipo de campaña construyó; y, por el otro, que el diario *La República* sí hizo eco de éstos de manera parcial. Su principal conclusión fue que la postura ideológica del diario *El Comercio* no

generó encuadres negativos ni positivos para la candidata Mendoza, y en el caso del diario *La República*, tampoco se halló encuadres negativos.

Se presentará como segundo antecedente nacional el artículo científico de García (2021) titulado *El diario en la comunicación política. Los encuadres estratégicos de El Comercio sobre los candidatos presidenciales durante la segunda vuelta electoral de 2016 en Perú*. Esta investigación se centró en analizar al diario *El Comercio* como un actor político, pues en el Perú los medios de comunicación siguen teniendo autoridad en los comicios electorales por la frágil institucionalidad política.

El objetivo principal de la investigación fue comparar los encuadres informativos en el diario *El Comercio* sobre los candidatos Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski, en la segunda vuelta electoral del 2016. Para ello, la metodología empleada fue la investigación cualitativa, dado que García identificó y analizó 194 piezas informativas de la sección política de *El Comercio* y 33 editoriales de la misma.

Entre los resultados encontrados se resaltaron en su mayoría los encuadres negativos hacia la candidata Fujimori. Mientras que los encuadres sobre el candidato Kuczynski fueron positivos. Así mismo, los encuadres del editorial tuvieron un tono desfavorable hacia los dos candidatos. García concluyó que el diario *El Comercio* además de informar, fue parte del conflicto político con la intención de intervenir desde su sesgo ideológico en la segunda vuelta electoral del 2016.

Como tercer antecedente nacional, se presentará la tesis de Gutiérrez (2018) llamada *Características de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad – elecciones presidenciales ii vuelta electoral – 2016*. La autora, en su trabajo de investigación, buscó analizar el tratamiento periodístico en las portadas del diario *La República* durante la segunda vuelta electoral del año 2016.

En ese sentido, el objetivo principal fue reconocer y analizar cuáles son las características estructurales de las portadas del diario *La República* en un contexto como el de la segunda vuelta electoral. Por lo tanto, la metodología empleada para esta tesis fue la cualitativa, dado que se usó la técnica de ‘Análisis crítico del discurso’.

Entre los principales resultados de la investigación, Gutiérrez encontró que en los titulares del diario *La República* se mencionan la misma cantidad de veces a ambos candidatos. Otro resultado que se resaltó es el uso de oraciones simples (un solo verbo) en las portadas. Así mismo, hubo un discurso negativo hacia el partido Fuerza Popular. En ese sentido, la autora llegó a la conclusión de que el diario *La República* a través de los titulares de sus portadas realizó una cobertura negativa hacia la candidata Fujimori.

1.3.2. Antecedentes Internacionales

En esa línea, se presentará como primer antecedente internacional el artículo de Suárez (2015) titulado *Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales*. Este trabajo se centró en saber si la ética periodística se ve afectada por factores externos como las nuevas tecnologías, la precariedad laboral, decisiones empresariales o políticas, provocando un mal desempeño profesional.

El objetivo principal del artículo de investigación de Suarez fue analizar la percepción de diferentes profesionales de la comunicación sobre la práctica periodística en todas sus dimensiones. Para ello, la metodología de investigación empleada por el autor fue la cualitativa, puesto que incluye una encuesta a periodistas y entrevistas en profundidad con un pequeño grupo de expertos involucrados.

Entre los resultados que más destaca se encuentra que son los periodistas los que tienen la última decisión de si cumplir con los códigos deontológicos independientemente

del entorno en el que se produzca la información. La conclusión principal es que los principios éticos del periodismo no cambian. Se trata de adaptar los fundamentos de la búsqueda de la verdad y el respeto de los derechos humanos, ya que los cambios inducidos por los procesos tecnológicos han llevado al surgimiento de una nueva cultura periodística.

El siguiente antecedente internacional es el artículo de Rodrigo-Alsina y Cerqueira (2019) titulado *Periodismo, ética y posverdad*, en el que examinan las crisis éticas del periodismo y el daño que pueden causar en su credibilidad no resolverlas apropiadamente.

El objetivo del artículo fue reflexionar sobre el rol del periodismo ante las *fake news*, ya que la disponibilidad de nuevos canales y fuentes de información no sólo aumentan la cantidad de conocimiento que produce el periodismo, sino que también brindan a los lectores y espectadores acceso a diversas versiones de eventos o información completamente nueva. Los autores emplean una metodología de investigación cualitativa, debido a que la información presentada no ha sido interpretada de manera estadística.

Uno de los resultados más resaltantes es que el periodismo no puede caer en las *fake news* y la posverdad, pues esto atentaría contra su función informativa y educativa. Dichos fenómenos ponen en crisis la credibilidad de los medios y para reforzar ese aspecto es importante fundamentarse en la ética periodística. En dicho artículo concluyen que si los modelos de periodismo tradicional no ofrecen un valor adicional de información profunda y confiabilidad profesional que requieren según sus códigos deontológicos, no perdurarán en un ambiente tan competitivo.

Se presentará como último antecedente internacional el artículo científico de Aruguete (2013) titulado *La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistemas de medios y poder político*. Esta investigación buscó reflexionar sobre el papel que

jugaron los medios de comunicación dentro del sistema político a través de la cobertura de noticias.

El objetivo principal de la autora fue recopilar y organizar piezas teóricas sobre la relación entre los medios de comunicación y la política. Para ello, la metodología de investigación que utilizó fue la cualitativa, pues se llevó a cabo una revisión de fuentes sobre el tema planteado.

Un resultado a destacar fue que la cobertura mediática sobre una noticia no siempre será vista como objetiva, dado que el receptor tiene sus propias interpretaciones políticas. Su principal conclusión fue que las noticias con alta carga dramática en los medios de comunicación de Argentina pueden tener consecuencias políticas en detrimento de la actitud y aptitud de las personas.

1.4. Marco conceptual

A. Ética periodística

Considerando que la variable independiente de la presente investigación es la ética periodística, se usará la definición de Manfredi (2020) en la que se precisa que la ética periodística es “el estudio de las normas morales que rigen la conducta de los periodistas” (p. 132).

Asimismo, López (2012) determina que el código de ética periodística establece que el periodista debe ser un defensor de la convivencia pacífica y valores democráticos de la sociedad (p. 342). Según Herrera (2021) estos códigos deben reflejar las buenas prácticas de la profesión, las cuales dan garantía al derecho de las audiencias a recibir información verídica. Además, esas prácticas deben basarse en la noción de que la información es parte

de un derecho humano, no una mercancía, y, como resultado, deben promover el bien común (p. 77). El periodista desempeña un papel fundamental en la sociedad, ya que difunde y promueve un debate público informado y constructivo. Por ello, la ética actúa como una barrera esencial contra la difusión de noticias falsas en un entorno tan cargado de información.

A.1. Ética profesional

Una de las dimensiones más importantes de la ética es la profesional. Se considera trascendental en el desempeño profesional que cada actividad esté bien realizada en beneficio de los demás y en respuesta a la necesidad de lograr un bien social determinado (Barragán, 2014).

Según Rodrigo-Alsina y Cerqueira (2019), en el caso de los periodistas, las cuestiones éticas se plasman en los códigos deontológicos. Lo que hacen los códigos es facilitar las pautas normativas que el profesional debe aplicar a determinados casos y que le sirven de guía.

El Código de ética del Colegio de Periodistas del Perú menciona lo siguiente:

Los periodistas y comunicadores sociales están obligados a proceder en todos sus actos con honor y dignidad profesional. Para el ejercicio pleno de la libertad de expresión se debe actuar con responsabilidad e idoneidad, buscando siempre la verdad, sin incurrir en libertinaje que afecten la dignidad y derechos de las personas. (Código de ética CPP, 2015)

Asimismo, existen principios formales que rigen el periodismo, entre los cuales se encuentran los siguientes:

El deber de la verdad, la búsqueda por la preservación de la autonomía, la defensa del interés público, y el compromiso con la justicia. Estos principios son los generadores de

la credibilidad, elemento fundamental en el periodismo serio y no sensacionalista que, en la era de la posverdad, se aproxima en ocasiones a la emotividad. (Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019)

Además, el periodismo enfrenta la tarea de involucrar a las audiencias con información creíble, para lo cual debe utilizar su profesionalidad narrativa, la cual implica su accesibilidad a fuentes no asequibles, su capacidad de interpretación, su dominio de las formas de construcción simbólica y su orden ético de producción de conocimiento. Bilbeny (2012) citado por Rodrigo-Alsina y Cerqueira (2019) menciona que “la información es de todos los ciudadanos, así como la libertad de expresión, pero el uso responsable de esta libertad, con información transmitida de modo competente, es lo que distingue al periodismo de otras formas de hacer y comunicarse” (p. 232).

A.2. Ética social

Otra dimensión a considerar es la social. Según Barragán (2007) la labor del periodista implica respeto absoluto a quienes buscan información y opiniones de expertos, asegurándose siempre de que su trabajo se realice de acuerdo a estándares éticos. Esta categoría cuenta con las siguientes pautas como las más significativas: respeto, responsabilidad y protección.

La primera trata sobre respetar la igualdad de derechos de las personas, incluido un tratamiento informativo respetuoso. Según Villegas (2013) la crítica máxima es aceptable, pero siempre debe hacerse con el máximo respeto por la dignidad de las personas o grupos criticados.

La segunda se centra en que la información debe ser brindada de manera serena y responsable para evitar el descontento social, desembocando en comportamientos temerarios que perjudiquen los intereses de los ciudadanos. En otras palabras, que no se realicen

declaraciones ofensivas, insensibles a la realidad social o que inciten a conductas inadecuadas (Villegas, 2013)

Por último, proteger a los niños y jóvenes evitando que se compartan datos que puedan conducir a su identidad en situaciones de conflicto (Villegas, 2013). Es decir, si ciertos detalles de sus vidas se hacen públicos, podrían poner en peligro su bienestar y seguridad.

A.3. Metaética

Finalmente, la tercera dimensión es la metaética. Este concepto se refiere al estudio del origen y significado de los conceptos morales, puesto que no están claramente definidos porque propone una visión de conjunto de la disciplina (Romero, 2021). En periodismo, se trata de cuestionar y entender las razones del porqué se cree que algo es correcto o incorrecto.

En este aspecto, se reconocen dos líneas de estudio. La primera trata sobre los enfoques metafísicos, los cuales analizan si la noción de bien es objetiva o subjetiva, es decir, si el bien existe independientemente del ser humano o si es una invención cultural (Romero, 2021).

Mientras que la segunda, los enfoques psicológicos, explora las causas psicológicas de la ética, sobre cómo las personas perciben, procesan y reaccionan a la información. Por ejemplo, el deseo de ser aprobado por el público, el miedo al castigo, el alcance de la felicidad, entre otros (Romero, 2021).

B. Cobertura mediática

Al respecto, se considera como variable dependiente a la cobertura mediática. López (2012) explica que la cobertura mediática busca resaltar algunas características y prestar poca atención a otras. Este proceso de selección tiene implicaciones importantes para el impacto

cognitivo a mediano y largo plazo en la audiencia. Como resultado, el público valora un punto de vista sobre otros, ve algunos factores como la causa del problema, rechaza otros y tiende a preferir la solución al problema. En ese sentido, Echeverría (2017), explica que la cobertura mediática sobre política, progresivamente, ha ido perdiendo el carácter responsable, moderado y amplio en los medios de comunicación, para ser presentados y abordados desde un punto de vista más informal, emocional y escueto. En esa misma línea, Echeverría (2017) apunta sobre la cobertura electoral, lo siguiente:

Los políticos producen discursos que son reportados por los periodistas de determinadas maneras, sin fidelidad a los hechos o declaraciones factuales; y tales modos particulares están mediados por los encuadres específicos que provienen de políticos o periodistas, puestos en juego a veces de manera antagónica, en ocasiones de forma coordinada. (p. 118)

B.1. Espectáculo político

Asimismo, se considera necesario conceptualizar el espectáculo político. Aruguete (2013) lo define como la construcción y difusión de un hecho noticioso subordinado a una lógica dramática.

El espectáculo constituido por las noticias continuamente construye y reconstruye los problemas sociales, las crisis, los enemigos y los líderes, creando de tal modo una sucesión de amenazas y seguridades. Esos problemas y personalidades construidos proveen el contenido del periodismo político y los datos para los estudios políticos, históricos y analíticos. También desempeñan un papel central en la obtención de apoyo y oposición a las diversas causas y políticas (Edelman, 1991, citado en Aruguete, 2013, p. 210)

En tal sentido, la autora la divide en tres subcategorías, la primera es la personalización en la política, que busca construir una relación cercana entre la audiencia y los actores políticos a través de ‘historias de vida’ o de superación (Aruguete, 2013), para que luego éstas sean compartidas en distintos productos informativos. Con esto se busca quitar la atención en las propuestas o planes de campaña y poner el foco de atención en la imagen del candidato. En esa misma línea, se encuentra la dramatización del hecho noticioso que muestra la información sin contexto alguno, dado que la personalización de la información aleja a los actores políticos y sus acciones de un contexto adecuado (Aruguete, 2013). En ese sentido, Bennett (2012) afirmó lo siguiente:

Los dramas noticiosos enfatizan las crisis sobre las continuidades, el presente sobre el pasado y el futuro, poniendo a las personalidades en el centro de la escena. Minimizan la información política compleja, las actividades de las instituciones gubernamentales y las bases del poder detrás de los personajes principales. (p. 46).

Tal y como sucede con las telenovelas, las noticias con alto nivel dramático “arman escenarios polarizados, en los que es posible diferenciar a los agentes del bien de los del mal, a las víctimas de sus victimarios” (Aruguete, 2013, p.111).

Finalmente, se encuentra la descontextualización de la noticia que omite explicaciones esenciales de los acontecimientos, lo que genera una pérdida de coherencia y continuidad de la información. Para Aruguete (2013) se hace más importante visualizar quién está de acuerdo o en desacuerdo sobre determinada propuesta y si conviene o no, que entenderla y saber las consecuencias que podría tener para el bienestar público.

B.2. Tono de la información

Otra categoría que es importante contextualizar es el tono de la información que, para García (2018) se trata de las apreciaciones que tienen los medios de comunicación sobre

determinado candidato y la cual ha dividido en tres indicadores: favorable, desfavorable y neutro. En esa misma línea, Gómez-Escalonilla et al. (2008) considera que los medios de informativos no tratan a todos los políticos por igual y que dependiendo del líder el tono de la información tenderá a ser favorable o no. El primero hace referencia al contexto en el que se informará el hecho noticioso, pues se busca resaltar la parte positiva del candidato a través de los titulares, enfoque, espacio (García, 2018). Mientras que el segundo, por el contrario, se centra en la parte negativa de todo lo que rodea al candidato, por lo que hay cuestionamientos importantes, sobre todo, en sus propuestas. Finalmente están las noticias con un tono neutral, que, dependiendo del sesgo político del diario, busca matizar las noticias desfavorables del candidato, lo que no provoca ni rechazo ni aceptación por parte de la audiencia (García, 2018).

B.3. Encuadres mediáticos

Los encuadres mediáticos es otra categoría importante de contextualizar, pues según Acosta et al. (2020) son los que terminan otorgando “el marco interpretativo para comprender una noticia, produciendo y limitando el significado de los temas” (p. 09). En ese sentido, los encuadres se dividen en el enfoque estratégico, que para García (2018):

Los cuales se definen como noticias que se enfocan en términos de ganadores y perdedores, incluye el lenguaje de guerra, juego y competición, contiene intérpretes, críticos y audiencias y se enfoca en el estilo y las percepciones de los candidatos, le da peso a las encuestas y a la posición que tienen en ellas los candidatos (p. 58).

Por otro lado, está el enfoque temático para Acosta et al. (2020, p. 09) se “trata de un marco estrictamente informativo, preocupado por llevar al público conocimiento sobre la

contienda electoral para poder así tomar decisiones”, es decir, se centra en la discusión de los problemas sociales brindando posibles soluciones o respuestas.

1.4.1. Marco teórico

En las comunicaciones existen teorías que ayudan a explicar la influencia que tienen los productos noticiosos sobre la audiencia entre las que se destacan el framing o teoría del encuadre y la teoría de la agenda setting.

La Agenda Setting es una teoría que “estudia el nivel de influencia de un mensaje en la opinión pública, aunque se detiene en todos los matices que posee la cobertura de un asunto, mientras que el Framing observa los pasos para lograr dicha influencia” (Aruguete, 2017, p. 41). En otras palabras, es la influencia e impacto de las noticias que ejercen los medios sobre la opinión de la audiencia.

Según Zunino (2018) la hipótesis básica de esta línea de investigación sugiere que los medios informativos tienen la capacidad de elegir y enfatizar ciertos temas, convirtiéndolos en importantes para el público, mientras que se omiten otros. Esto formará una imagen de la realidad social haciendo que el público hable, exprese sus opiniones y discuta estos temas. Por ello, el trabajo de los medios de comunicación es aún más crucial y requiere una ejecución responsable, porque depende de ellos informar al público o atraerlo a un mundo que no es real mediante el uso de datos manipulados (Rogel, Larrea, y Cabrera, 2013).

En referencia al Framing o la teoría del encuadre, es un estudio que intenta investigar los métodos que usan los medios de comunicación para informar la realidad a través de encuadres. En ese sentido, “el framing pasa a ser un proceso de transmisión de sentido que

va de los medios a la audiencia y de la audiencia a los medios” (Amadeo, 2002, citado en Acosta et al, 2020, p. 9). Del mismo modo, Ardevol (2015) sugiere lo siguiente:

Los encuadres llaman la atención de algunos aspectos de la realidad en detrimento de otros, por lo que para definirlos hay que tener en cuenta tanto lo que describe como lo que omite. El encuadre está por tanto presente en la mente del periodista que escribe el relato noticioso, pero también en la pieza informativa que construye, llegando hasta el lector a través de un proceso de decodificación, necesario para comprender la noticia y la realidad a la que ésta se refiere. (p. 425)

En ese sentido, la construcción de la noticia compartida a través de los medios de comunicación hacia la audiencia está basada también en la interpretación del periodista. Según, Domínguez y Villota (2020) para el ámbito político, existen dos tipos de encuadres: el framing temático y el estratégico. Cada uno de ellos forma parte de las campañas electorales que realizan los *mass media*. El primero es empleado para ofrecer “información centrada en la sustancia de las propuestas de los candidatos y partidos en especial en el contexto de una campaña electoral” (Cappella y Jamieson, 1997, citado en Muñiz, 2015, p. 76). Mientras que en el segundo se “enfatisa quién está detrás de las estrategias y tácticas de campaña necesarias para posicionar al candidato a la cabeza o estar delante en la intención de voto” (Cappella y Jamieson, 1997, citado en Muñiz, 2015, p. 76).

1.5. Formulación del problema

1.5.1. Problema general

¿Cómo se desarrolla la ética periodística en la cobertura mediática del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021?

1.5.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera se desarrolla la ética profesional en el espectáculo político del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021?

- ¿De qué forma se presenta la ética social en el tono de la información del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021?

- ¿Cómo se desarrolla la metaética en los encuadres mediáticos del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021?

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

- Analizar el desarrollo de la ética periodística en la cobertura mediática del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021.

1.6.2. Objetivos específicos

- Distinguir el desarrollo de la ética profesional en el espectáculo político del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021.

- Describir la presentación de la ética social en el tono de la información del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021.

- Identificar el desarrollo de la metaética en los encuadres mediáticos del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021.

1.7. Hipótesis

Debido a que se trata de una investigación cualitativa no se considera relevante plantear hipótesis. “En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, sino que se generan durante el proceso y se perfeccionan conforme se recaban más datos; son un resultado del estudio” (Hernández-Sampieri, et. al, 2014).

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La presente investigación es una tesis de tipo cualitativa, ya que se analizan datos no numéricos. Según Hernández-Sampieri (2014) “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” (p. 358), es decir, analiza cómo los individuos perciben los sucesos que ocurren a su alrededor.

De igual modo, según la obtención de datos, se trata de una investigación no experimental, pues la parte investigadora se limita a observar los acontecimientos sin manipular e intervenir en los mismos (Grajales, 2000); transversal, debido a que “apunta a un momento y tiempo definido” (Grajales, 2000, p. 3), en este caso mayo - junio de 2021, y empírica porque “denota que se recolectan y analizan datos” (Hernández-Sampieri, et. al, 2010, p. 27).

Asimismo, de acuerdo al nivel de alcance de la investigación, la tesis es de nivel descriptivo, la cual “es una investigación (...) cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales” (Esteban, 2018, p. 2).

También se considera de nivel correlacional, el cual “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Hernández-Sampieri, et. al, 2017, p. 93). En este caso, se analizará la relación entre las variables ética periodística y cobertura mediática.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Determinar la población es clave para que una investigación pueda realizarse. Según Arias-Gómez et al (2016) es un grupo de casos claramente definidos, limitados y de fácil acceso que servirá como base para elegir la muestra. El término no sólo se refiere a personas sino también a otras cosas como animales, objetos, documentos, sucesos, entre otros (p. 202).

La población de la presente investigación son las notas informativas de la sección política publicadas en el diario *Trome* desde el 18 de mayo hasta el 6 de junio de 2021, fecha en la que inició la segunda elección presidencial de las elecciones generales 2021, según el Acta General de Proclamación de Resultados de la Elección de Presidente y Vicepresidentes de la República - Elección del 11 de abril de 2021, suscrita el 18 de mayo de 2021- Resolución N.º 0544-2021-JNE.

La población está integrada por 94 publicaciones dentro del diario, las cuales se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 1. *Población de la investigación*

Titular	Fecha de publicación	Formato periodístico
Keiko Fujimori: “Si el pueblo me da la	18/05/2021	Nota informativa

oportunidad, cumpliré mis promesas” Pedro Castillo: “Juro de todo corazón por la verdadera democracia”		
“Cerrón maneja todo”	18/05/2021	Nota informativa
Titular del jurado niega vínculos con el terrorismo	18/05/2021	Nota informativa
Arranca juicio oral a congresista de Perú Libre	18/05/2021	Nota informativa
Acuña en “Cruzada por el Perú”	18/05/2021	Nota informativa
“Estamos ante un golpe de Estado en marcha”	19/05/2021	Nota informativa
Burneo le dice “Chau” a Perú Libre	19/05/2021	Nota informativa

“La camiseta blanquirroja no se mancha”	19/05/2021	Nota informativa
“Este equipo viene a reconstruir”	19/05/2021	Nota informativa
“No te escondas Cerrón”	20/05/2021	Nota informativa
“Hubo más de 2 millones de votos en blanco”	20/05/2021	Nota informativa
“No voy a cambiar mi propuesta de gobierno”	20/05/2021	Nota informativa
“Periodista fue atacada por seguidores del profesor”	20/05/2021	Nota informativa
“Bermejo es un operador camaleónico”	20/05/2021	Nota informativa
“Alistan auditorio para debate”	20/05/2021	Nota informativa

“Condenan ataques a la prensa”	21/05/2021	Nota informativa
“Keiko pide a Cerrón que dé la cara”	21/05/2021	Nota informativa
“Bermejo es lagartija terrorista”	21/05/2021	Nota informativa
“Castillo lleva 5 puntos a Keiko en simulacro de votación”	21/05/2021	Nota informativa
“Debates serán decisivos”	21/05/2021	Nota informativa
“Keiko busca a Cerrón hoy en Huancayo”	22/05/2021	Nota informativa
“Castillo afirma que renegociará contratos”	22/05/2021	Nota informativa
“Dejo al nuevo gobierno suficientes vacunas”	22/05/2021	Nota informativa

“Piden la renuncia de Salas al Jurado”	22/05/2021	Nota informativa
“López Aliaga denuncia amenazas de muerte”	22/05/2021	Nota informativa
“Indecisos esperan más gestos de candidatos”	22/05/2021	Nota informativa
“Hoy es el primer debate entre equipos técnicos”	23/05/2021	Nota informativa
“Cerrón se burla de Melchor”	23/05/2021	Nota informativa
“Dejará informe por tercera ola”	23/05/2021	Nota informativa
Colectivos en marcha dicen “No a Keiko”	23/05/2021	Nota informativa
“Basta de dividir el país y generar odios”	23/05/2021	Nota informativa

“No somos terroristas”	23/05/2021	Nota informativa
“¡De candela!”	24/05/2021	Nota informativa
“Hay una batalla contra el comunismo”	24/05/2021	Nota informativa
“Debate de equipos sacó chispas”	24/05/2021	Nota informativa
“Pedro Castillo felicitó a su equipo técnico”	24/05/2021	Nota informativa
“Keiko se jaló a Carlos Neuhaus”	25/05/2021	Nota informativa
“Tomo con tranquilidad las encuestas”	25/05/2021	Nota informativa
“Carranza debe acompañar a Fujimori”	25/05/2021	Nota informativa
“Segunda vuelta será transparente”	25/05/2021	Nota informativa

“No tenemos miedo al terrorismo”	26/05/2021	Nota informativa
“Pido a Sagasti que me investigue”	26/05/2021	Nota informativa
“Elecciones se harán con seguridad”	26/05/2021	Nota informativa
“Marcharán por la democracia”	26/05/2021	Nota informativa
“Kenji debe pagar billetón”	26/05/2021	Nota informativa
“No más AFP en el Perú”	27/05/2021	Nota informativa
“Vayan a votar sin miedo”	27/05/2021	Nota informativa
“Si Castillo gana Sendero tendrá cancha libre”	27/05/2021	Nota informativa
“Problema está en gestión del Estado”	27/05/2021	Nota informativa

“Presidente Sagasti llama a la calma”	27/05/2021	Nota informativa
““Juntas voltearemos el partido””	28/05/2021	Nota informativa
“Se promoverá un nuevo sistema de pensiones”	28/05/2021	Nota informativa
“Si Castillo se separa de Perú Libre empieza su desgracia”	28/05/2021	Nota informativa
“Muñoz: no se darán permisos”	28/05/2021	Nota informativa
“Keiko: Se fortalecerá la educación”	29/05/2021	Nota informativa
“Dan clases a profesor para debate”	29/05/2021	Nota informativa
“Equipo técnico dio empujoncito a Keiko”	29/05/2021	Nota informativa

“Desplazan a 4 mil policías”	29/05/2021	Nota informativa
“Cara a cara”	30/05/2021	Nota informativa
“En Venezuela no hay comida, agua ni medicinas”	30/05/2021	Nota informativa
“Lanzan piedras a caravanas fujimoristas”	30/05/2021	Nota informativa
“Marcha congregó a miles”	30/05/2021	Nota informativa
““No tire piedras, señor Castillo””	31/05/2021	Nota informativa
“Esta semana será decisiva”	31/05/2021	Nota informativa
“Pido perdón a todos los que se han sentido ofendidos”	01/06/2021	Nota informativa

“Fujimori fue más concreta en sus propuestas”	01/06/2021	Nota informativa
“Hay caja para cumplir promesas”	01/06/2021	Nota informativa
“Critican a Castillo por feminicidios”	01/06/2021	Nota informativa
“Con memes se vacilan del profesor”	01/06/2021	Nota informativa
“Amenaza con convocar al pueblo”	02/06/2021	Nota informativa
“Un gobierno de Castillo afectará tu bolsillo”	02/06/2021	Nota informativa
“Régimen chavista empezó cambiando la Carta Magna”	02/06/2021	Nota informativa

“Piden estar alerta con los votos”	02/06/2021	Nota informativa
“Sachi está en campaña”	02/06/2021	Nota informativa
“Buscaremos cambio de Constitución”	02/06/2021	Nota informativa
“Cerrón dirige a Castillo”	03/06/2021	Nota informativa
“Keiko: Hay que cuidar nuestro voto”	03/06/2021	Nota informativa
“Luz roja para mítines de cierre”	03/06/2021	Nota informativa
“Montoya en contra de Vladimir”	03/06/2021	Nota informativa
“Debe tener gabinete de ancha base”	03/06/2021	Nota informativa
“Rechazan sus frases machistas”	03/06/2021	Nota informativa

“Será presidenta para todos”	04/06/2021	Nota informativa
“Keiko: Derrotaremos al comunismo este domingo”	04/06/2021	Nota informativa
“No vamos a subir los impuestos”	04/06/2021	Nota informativa
“Castillo: Escribiremos una nueva historia”	04/06/2021	Nota informativa
“Tenga en cuenta”	05/06/2021	Nota informativa
“Militares y policías darán seguridad”	05/06/2021	Nota informativa
Sepa cómo emitir su voto”	05/06/2021	Nota informativa
“Hoy arranca la ‘ley seca’”	05/06/2021	Nota informativa
“Respeten resultados electorales”	05/06/2021	Nota informativa

“Premier resalta presencia de veedores internacionales”	05/06/2021	Nota informativa
“¡A cumplir por el país!”	06/06/2021	Nota informativa
“Protocolos para sufragar”	06/06/2021	Nota informativa
“También elegiremos vicepresidentes”	06/06/2021	Nota informativa

2.2.2. Muestra

Para poder generalizar los resultados obtenidos de una investigación, es conveniente realizar una muestra, que es el conjunto representativo de la población de estudio (Arias-Gómez et al., 2016). Para ello, se debe calcular el tamaño de la muestra que será “diferente para cada investigación y depende, entre otras cosas, de su diseño, hipótesis planteadas, número de grupos a estudiar, y de la escala de medición de las variables” (Arias-Gómez et al., 2016, p. 206).

La muestra de la presente investigación está conformada por 16 notas informativas publicadas en el diario *Trome* desde el 18 de mayo hasta el 6 de junio de 2021. La misma fue determinada a conveniencia de los autores bajo el criterio de relevancia para el análisis de las variables y se trata de una muestra no probabilística.

Tabla 2. Muestra de investigación

Noticia - Titular	Fecha de publicación	Formato periodístico
Keiko Fujimori: “Si el pueblo me da la oportunidad, cumpliré mis promesas” Pedro Castillo: “Juro de todo corazón por la verdadera democracia”	18/05/2021	Nota informativa
“Estamos ante un golpe de Estado en marcha”	19/05/2021	Nota informativa
“No te escondas Cerrón”	20/05/2021	Nota informativa
“Condenan ataques a la prensa”	21/05/2021	Nota informativa
“Indecisos esperan más gestos de candidatos”	22/05/2021	Nota informativa

“Basta de dividir el país y generar odios”	23/05/2021	Nota informativa
“No tenemos miedo al terrorismo”	26/05/2021	Nota informativa
“Si gana Castillo, Sendero tendrá cancha libre”	27/05/2021	Nota informativa
““Juntas voltearemos el partido””	28/05/2021	Nota informativa
“Dan clases a profesor para debate”	29/05/2021	Nota informativa
““No tire piedras, señor Castillo””	31/05/2021	Nota informativa
“Con memes se vacilan del profesor”	01/06/2021	Nota informativa

“Un gobierno de Castillo afectará tu bolsillo”	02/06/2021	Nota informativa
“Cerrón dirige a Castillo”	03/06/2021	Nota informativa
“Keiko: Derrotaremos al comunismo este domingo”	04/06/2021	Nota informativa

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnica

La técnica a emplear en la presente investigación es la observación. Campos y Martínez (2012) la definen de la siguiente manera:

La observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica. (p. 49)

Instrumento

El instrumento a usar en este estudio es la ficha de observación. Respecto a ello, Arias (2020) menciona que aquella “se utiliza cuando el investigador quiere medir, analizar o evaluar un objetivo en específico; es decir, obtener información de dicho objeto. Se puede

aplicar para medir situaciones extrínsecas e intrínsecas de las personas; actividades, emociones” (p. 14).

Tabla 3. Instrumento

Medio de comunicación			
Fecha de publicación			
Formato periodístico			
Titular			
Variable 1	Ética periodística		
Categorías	Subcategorías	Rango	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	¿Se aplicó códigos deontológicos en este contenido?	
	Principios formales	¿Están presentes los principios formales?	
	Profesionalidad narrativa	¿Se aplica la profesionalidad narrativa en este contenido?	
Social	Respeto	¿Está presente el respeto en la redacción de las piezas informativas?	
	Responsabilidad	¿Está presente la responsabilidad en la redacción de las piezas informativas?	
	Protección	¿Está presente la	

		protección en la redacción de las piezas informativas?	
Metaética	Enfoques metafísicos	¿Se aplican los enfoques metafísicos en este contenido?	
	Enfoques psicológicos	¿Están presentes los enfoques psicológicos en este contenido?	
Variable 2	Cobertura mediática		
Categorías	Subcategorías	Rango	Análisis
Espectáculo político	Personalización	¿Los personajes políticos en esta investigación fueron personalizados?	
	Dramatización	¿Está presente la dramatización del espectáculo político en las piezas informativas?	
	Descontextualización	¿Se encontraron piezas informativas descontextualizadas?	
Tono de la información	Favorable	¿Se detectó una redacción favorable hacia un determinado candidato?	
	Desfavorable	¿Se detectó una redacción desfavorable hacia un determinado candidato?	
	Neutro	¿Se detectó una redacción neutra	

		hacia un determinado candidato?	
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	¿Se aplica un enfoque estratégico en este contenido?	
	Enfoque temático	¿Se aplica un enfoque temático en este contenido?	

2.4. Procedimiento

Para la realización de la presente tesis se revisó la bibliografía sobre la cobertura mediática y la ética periodística para determinar conceptos a emplear como categorías y subcategorías. Se escogió la población y la muestra. Para ello, se buscaron notas informativas del diario *Trome* en la plataforma digital Perú Quiosco, la cual permite visualizar ediciones impresas de diarios nacionales que pertenecen al grupo *El Comercio*. Se tomaron capturas de pantalla desde el 18 de mayo hasta el 6 de junio de las noticias relacionadas a la segunda vuelta presidencial 2021, y se guardaron dentro de una carpeta Google Drive.

Posteriormente, se creó el instrumento, el cual, para determinar su confiabilidad y validez, fue aprobado por tres expertos:

- Mg. Estefany Yamil Morales Blanco
- Mg. Aldo Antonio Tinoco Mujica
- Mg. Néstor Gustavo Rivera Gutiérrez-Merino

El instrumento se aplicó a la muestra y se redactaron los resultados, la discusión y las conclusiones.

2.5. Aspectos éticos

Dentro de los aspectos éticos que se presentan en esta investigación se han aplicado las normas APA 7 edición, para identificar adecuadamente las ideas de otros autores citadas en el texto con el objetivo de no incurrir en plagio. Ninguno de los autores pertenece al medio de comunicación que se está analizando, por ello este trabajo guardará total objetividad y las variables ni la muestra de estudio se verán manipuladas.

Además, tomando en cuenta el principio de la no maleficencia, no se pretende provocar ningún daño a terceros intencionadamente. “El principio de no maleficencia es como la otra cara de la misma moneda. Se trata de no hacer daño. El conocimiento profesional especializado no puede nunca ser instrumento para causar el mal” (Vásquez, 2010, p. 136).

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La evaluación de la información se dio mediante fichas de observación para analizar los contenidos del tema y criterios ya expuestos: analizar el desarrollo de la ética periodística en la cobertura mediática del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, junio 2021. Fue aplicado a un total de 15 publicaciones del diario *Trome*. Estas fueron publicadas de forma impresa por el medio desde el 18 de mayo hasta el 6 de junio del año 2021.

Los criterios tomados en cuenta para analizar estas notas informativas fueron los siguientes: ética profesional, ética social, metaética, espectáculo político, tono de la información y encuadres mediáticos. Donde cada uno de ellos se ha subcategorizado en indicadores específicos que ayudan a un análisis más profundo y completo para cumplir con el objetivo de esta investigación.

Tras haber realizado el análisis de contenido de las 15 publicaciones, se comprobó que el diario *Trome* empleó en su mayoría un tono favorable hacia la candidata Fujimori; mientras que, al candidato Castillo se le personalizó de manera negativa en la mayor parte de las notas. Para la presentación de los resultados se aplicó el instrumento a cada noticia de la muestra del diario *Trome*. Cada resultado será presentado en un formato de tablas.

Tabla 4. Ficha de observación de la nota informativa del martes 18 de mayo de 2021

<p>Medio de comunicación</p>	<p>Diario Trome</p>	
<p>Fecha de publicación</p>	<p>Martes 18 de mayo de 2021</p>	
<p>Formato periodístico</p>	<p>Nota informativa</p> 	
<p>Titular</p>	<p>Keiko Fujimori: “Si el pueblo me da la oportunidad, cumpliré mis promesas”</p> <p>Pedro Castillo: “Juro de todo corazón por la verdadera democracia</p>	
<p>Variable 1</p>	<p>Ética periodística</p>	
<p>Categorías</p>	<p>Subcategorías</p>	<p>Análisis</p>
<p>Profesional</p>	<p>Códigos deontológicos</p>	<p>Sí se aplican códigos deontológicos como el actuar con responsabilidad sin afectar la dignidad y los derechos de las personas, debido a que no hay ningún comentario ofensivo. Sólo se presentan las propuestas de los candidatos.</p>

	Principios formales	Sí están presentes los principios formales porque brindan información sobre las propuestas de los candidatos, las cuales son de interés público.
	Profesionalidad narrativa	Sí se aplica la profesionalidad narrativa en la nota informativa, pues lo redactado es algo mencionado por los candidatos y no son afirmaciones del diario.
Social	Respeto	Hay un tratamiento informativo respetuoso en la redacción de la nota al no dirigirse negativamente hacia ningún candidato.
	Responsabilidad	La información ha sido brindada de manera serena, responsable y objetiva para no perjudicar los intereses de los ciudadanos.
	Protección	Sí está presente la protección en la redacción de la nota informativa, puesto que no se han compartido datos que afecten la seguridad de niños y jóvenes.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí están aplicados los enfoques metafísicos en el contenido, ya que la información está presentada objetivamente, dando a conocer sólo las propuestas de los candidatos.
	Enfoques psicológicos	Si están presentes los enfoques psicológicos, pues se menciona la promesa de fortalecer la democracia por parte de ambos candidatos.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	Los candidatos políticos no fueron personalizados en esta pieza informativa, ya que se centró en sus propuestas.
	Dramatización	No está presente la dramatización en la nota pues sólo se pretende informar acerca

		de las propuestas políticas de ambos candidatos.
	Descontextualización	No se encontraron piezas informativas descontextualizadas en este contenido, ya que hay coherencia y continuidad en la información presentada.
Tono de la información	Favorable	La noticia no presenta un tono favorable para ambos candidatos.
	Desfavorable	No se detecta una redacción desfavorable hacia los candidatos.
	Neutro	Sí se encuentra un tono neutral en la nota informativa. Esta se enfoca en las propuestas electorales de cada candidato.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico en la pieza informativa, pues se presentan comentarios de ambos candidatos sobre lo que harán por el país.
	Enfoque temático	Sí se aplica un enfoque temático, ya que la nota se encuentra en un marco informativo que busca dar a conocer las propuestas electorales por parte de cada candidato.

Tabla 5. *Ficha de observación de la nota informativa del miércoles 19 de mayo de 2021*

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Miércoles 19 de mayo de 2021
Formato periodístico	Nota informativa

<p>Titular</p>	<p>“Estamos ante un golpe de Estado en marcha”</p>	
<p>Variable 1</p>	<p>Ética periodística</p>	
<p>Categorías</p>	<p>Subcategorías</p>	<p>Análisis</p>
<p>Profesional</p>	<p>Códigos deontológicos</p>	<p>No se aplican los códigos deontológicos en la nota, pues se comparte una declaración negativa hacia el partido político del candidato Castillo como si fuese la posición del diario.</p>
	<p>Principios formales</p>	<p>Solo se presentan posturas contrarias al candidato, por lo cual, no se aplica el</p>

		principio de equidad informativa, pues la única opinión de una representante de la campaña de Castillo está colocada en la parte inferior sin darle relevancia.
	Profesionalidad narrativa	No se aplica la profesionalidad narrativa en la pieza informativa, ya que no se pretende informar sobre un hecho; sino, por el contrario, busca sentar una posición sobre un determinado candidato.
Social	Respeto	No está presente el respeto en la nota, puesto que la redacción de la nota informativa pretende asociar al candidato Castillo con el comunismo y a gobiernos como los de Venezuela y Cuba.
	Responsabilidad	No está presente la responsabilidad en la redacción de la nota periodística, debido a que declaraciones de ese tipo podrían desencadenar reacciones violentas hacia el candidato Castillo.
	Protección	Sí está presente la protección en la redacción de la nota informativa, porque no se ha compartido datos que afecten la seguridad de niños y jóvenes.
Metaética	Enfoques metafísicos	Se aplican los enfoques metafísicos. Por un lado, el diario da a conocer las opiniones de un expremier y un exministro; por el otro, se resalta la parte negativa del partido del candidato Castillo.
	Enfoques psicológicos	Sí están presentes los enfoques psicológicos, ya que se busca aprobación por los lectores al tratar de mostrar preocupación por el bienestar del país.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	Sí está presente, al mencionar a Pedro Castillo y Vladimir Cerrón como una dupla

		con convicciones e iniciativas golpistas y pertenecientes a un grupo marxista-leninista. Asimismo, se califica al candidato Castillo como “un títere” de Cerrón.
	Dramatización	Sí está presente porque dramatizan el posible gobierno de Perú Libre, clasificándolos como comunistas, indicando que “si llegan al Estado será para chuparle la sangre y hacerse millonarios”.
	Descontextualización	No se encontraron piezas informativas descontextualizadas en este contenido, ya que se menciona quiénes dan cada una de las declaraciones.
Tono de la información	Favorable	No se detectó una redacción favorable hacia ningún candidato, pues solo se resaltaron opiniones de ciertos políticos.
	Desfavorable	Sí se detectó una redacción desfavorable hacia el candidato Castillo, puesto que se le ha querido relacionar al comunismo.
	Neutro	No se detectó una redacción neutral en la nota informativa, por el contrario, se presentaron opiniones negativas hacia Pedro Castillo.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico en la noticia, dado que esta da a entender que votar por el partido de Perú Libre sería perjudicial para el país.
	Enfoque temático	No se aplica, pues se dan opiniones negativas hacia el partido de Castillo.

Tabla 6. Ficha de observación de la nota informativa del jueves 20 de mayo de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome	
Fecha de publicación	Jueves 20 de mayo de 2021	
Formato periodístico	<p>Nota informativa</p> 	
Titular	“No te escondas Cerrón”	
Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se aplican códigos deontológicos, ya que la candidata Fujimori está afirmando que el candidato Pedro Castillo no es quien dirige su partido, sino que lo hace Vladimir Cerrón, sin tener pruebas o fundamentos que acrediten ello.
	Principios formales	No están presentes los principios formales, debido a que se pretende alertar a los

		peruanos al mencionar que quien dirige el partido de Perú Libre es Vladimir Cerrón, mencionando que es un sentenciado ex gobernador regional de Junín sin explicar el contexto.
	Profesionalidad narrativa	Sí se aplica la profesionalidad narrativa en la nota informativa, pues el titular está redactado como algo mencionado por la candidata y no como una afirmación del diario.
Social	Respeto	Sí se encuentra presente en la redacción de la entrevista, pues no se utilizan términos que falten el respeto al candidato Castillo.
	Responsabilidad	No está presente la responsabilidad, puesto que podría desembocar en conductas temerarias hacia el partido de Perú Libre al afirmar que lo dirige Vladimir Cerrón.
	Protección	No se halló ninguna falta de protección en la redacción de la nota informativa, dado que no se ha compartido datos que afecten la seguridad de niños y jóvenes.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos en la nota. Por un lado, se da a conocer lo dicho por Keiko Fujimori; por el otro, se pretende generar una mala percepción hacia el partido del candidato Castillo.
	Enfoques psicológicos	Sí están presentes los enfoques psicológicos, puesto que se busca aprobación de los lectores hacia la candidata de Fuerza Popular al colocar información positiva sobre ella.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	La candidata Fujimori ha sido personalizada al ser presentada con mensajes alentadores y positivos. Además,

		la nota está acompañada de fotos de ella alegre junto a sus simpatizantes.
	Dramatización	Sí está presente la dramatización en la nota informativa, pues se muestra a Keiko dispuesta a enfrentarse al partido opositor, mientras que a este se le presenta como acobardado.
	Descontextualización	Sí, debido a que la candidata Fujimori está afirmando que el candidato Castillo no dirige su partido, sino que lo hace Vladimir Cerrón, sin presentar fundamentos, lo que genera una pérdida de coherencia.
Tono de la información	Favorable	Se busca resaltar la parte positiva de la candidata y de sus planes de campaña, por lo que sí habría una redacción favorable hacia ella.
	Desfavorable	Sí se detectó una redacción desfavorable hacia Pedro Castillo, pues se menciona que sólo ofrece división, odio y la lucha de clases.
	Neutro	La nota informativa no ha sido redactada de manera neutra porque solo provoca aprobación por parte de los lectores hacia la candidata.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí está presente, al mostrar a la contienda política de manera positiva, presentando declaraciones de Keiko Fujimori, como en la que menciona que en un eventual gobierno suyo reducirá el impuesto selectivo al consumo.
	Enfoque temático	En la nota se intenta impartir el punto de vista de Keiko Fujimori más que informar objetivamente sobre lo que ofrece el candidato, por lo que no se aplica un enfoque temático en dicho contenido.

Tabla 7. Ficha de observación de la nota informativa del viernes 21 de mayo de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome	
Fecha de publicación	Viernes 21 de mayo de 2021	
Formato periodístico	<p>Nota informativa</p> 	
Titular	“Condenan ataques a la prensa”	
Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se aplican los códigos deontológicos en la pieza informativa, pues se busca relacionar a Pedro Castillo con los ataques a la prensa, afirmando que él estuvo incitando a la población a hacerlo.
	Principios formales	No están presentes, ya que el diario resalta frases como “Afirmar que candidato Castillo estuvo azuzando a la población” y “Ayer gente de Perú Libre atacó a otro reportero”, dando a entender que Castillo promueve estas conductas y que son frecuentes.

	Profesionalidad narrativa	No se aplica la profesionalidad narrativa, dado que se está afirmando que el candidato Pedro Castillo incita a la población a actuar de esa manera, sin especificar como.
Social	Respeto	No está presente el respeto en la redacción de la nota informativa, debido a que muestran a Pedro Castillo como alguien que amenaza la libertad de expresión e induce a la población a ser agresiva.
	Responsabilidad	No está presente, ya que la redacción de esta nota podría generar descontento social y actitudes temerarias hacia el partido de Perú Libre.
	Protección	Sí está presente la protección en la redacción en la nota informativa, dado que no se pone en peligro la integridad de niños ni jóvenes.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos en la entrevista. Por un lado, se da a conocer lo dicho por distintas figuras políticas; por el otro, se pretende generar una mala percepción hacia el candidato Castillo.
	Enfoques psicológicos	Sí se encuentran presentes los enfoques psicológicos en esta nota, pues se pretende generar un descontento hacia Pedro Castillo y sus simpatizantes.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	Sí hubo personalización, ya que presentan a Pedro Castillo como un promotor de la agresión hacia la prensa y a sus seguidores como agresores.
	Dramatización	Sí está presente, pues se muestran declaraciones de distintas figuras políticas indicando que Castillo no respeta la

		democracia ni la labor de los reporteros.
	Descontextualización	Sí fue descontextualizada, dado que se está afirmando que el candidato Pedro Castillo incita con sus palabras a la población a actuar de manera agresiva hacia la prensa, sin fundamento alguno.
Tono de la información	Favorable	No se detectó una redacción favorable hacia el candidato Pedro Castillo, ya que no se resalta nada positivo sobre su plan de campaña.
	Desfavorable	Sí se detectó una redacción desfavorable hacia Pedro Castillo. La nota se centra en la parte negativa del candidato y sus simpatizantes.
	Neutro	No se presenta una redacción neutra, puesto que se busca provocar rechazo por parte de los ciudadanos hacia el candidato.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico, pues se afirma que el candidato Castillo con sus palabras ha estado azuzando a la población a ser agresiva con la prensa, buscando generar rechazo hacia su partido político.
	Enfoque temático	Se intenta impartir el punto de vista negativo hacia Pedro Castillo más que informar objetivamente sobre lo que ofrece el candidato.

Tabla 8. Ficha de observación de la nota informativa del sábado 22 de mayo de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Sábado 22 de mayo del 2021
Formato	Nota informativa

<p>periodístico</p>		
<p>Titular</p>	<p>“Indecisos esperan más gestos de candidatos”</p>	
<p>Variable 1</p>	<p>Ética periodística</p>	
<p>Categorías</p>	<p>Subcategorías</p>	<p>Análisis</p>
<p>Profesional</p>	<p>Códigos deontológicos</p>	<p>Sí se aplican códigos deontológicos como el actuar con responsabilidad sin afectar la dignidad y los derechos de las personas, debido a que no hay ningún tipo de comentario negativo u ofensivo.</p>
	<p>Principios formales</p>	<p>Sí están presentes los principios formales porque brindan información no sensacionalista y de interés público como los datos del último simulacro de votación realizado por Datum Internacional.</p>
	<p>Profesionalidad narrativa</p>	<p>Sí se aplica la profesionalidad narrativa en la nota informativa, pues el titular está redactado como algo mencionado por la politóloga Paula Távora y no como una afirmación del diario.</p>
<p>Social</p>	<p>Respeto</p>	<p>Hay un tratamiento informativo respetuoso en la redacción de la nota al no dirigirse</p>

		negativamente hacia alguna persona.
	Responsabilidad	La información ha sido brindada de manera serena, responsable y objetiva para no perjudicar los intereses de los ciudadanos.
	Protección	No se encontró ninguna falta de protección en la redacción de la nota informativa, dado que no se ha compartido datos que afecten la seguridad de niños y jóvenes.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí están aplicados los enfoques metafísicos en el contenido, ya que la información está presentada objetivamente, dando a conocer sólo resultados del simulacro de votación.
	Enfoques psicológicos	Sí están aplicados los enfoques psicológicos en el contenido, ya que la información presentada muestra preocupación al ver que la población no tiene claro por quién votar.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	Los candidatos políticos no fueron personalizados en esta pieza informativa. La noticia se centró en los resultados del último simulacro de votación.
	Dramatización	La dramatización está presente en la noticia, dado que se hace hincapié en los resultados negativos y positivos del último simulacro de votación.
	Descontextualización	La pieza informativa no presenta descontextualización, pues se enfoca sólo en los resultados del simulacro.
Tono de la información	Favorable	La noticia no presenta un tono favorable para ambos candidatos.
	Desfavorable	No se detecta una redacción desfavorable

		hacia los candidatos.
	Neutro	Sí se encuentra un tono neutral en la nota informativa. Esta se enfoca en los resultados del simulacro, sin perjudicar a ningún candidato.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico en la pieza informativa, pues se presentan los comentarios de dos analistas sobre los resultados del simulacro.
	Enfoque temático	Sí se aplica un enfoque temático, ya que la nota se encuentra en un marco informativo que busca dar a conocer los resultados del simulacro.

Tabla 9. *Ficha de observación de la nota informativa del domingo 23 de mayo de 2021*

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Domingo 23 de mayo de 2021
Formato periodístico	Nota informativa

		
<p>Titular</p>	<p>“Basta de dividir el país y generar odios”</p>	
<p>Variable 1</p>	<p>Ética periodística</p>	
<p>Categorías</p>	<p>Subcategorías</p>	<p>Análisis</p>
<p>Profesional</p>	<p>Códigos deontológicos</p>	<p>No se aplican los códigos deontológicos en la nota porque se puede tergiversar frases mencionadas por la candidata como que “los miembros de Perú Libre generan odio”, al estar presentadas sin sustento alguno.</p>
	<p>Principios formales</p>	<p>No están presentes los principios formales al mencionar que el partido oponente de Fuerza Popular promueve la violencia, lo cual genera rechazo de la audiencia hacia ellos.</p>

	Profesionalidad narrativa	No se aplica la profesionalidad narrativa en la redacción de la nota, debido a que la candidata Fujimori trata de imponer su opinión al afirmar que los miembros de Perú Libre generan odio y promueven la violencia en el país.
Social	Respeto	Sí está presente el respeto en la redacción de la nota, dado que el diario no destaca algo que pueda afectar la dignidad de ambos candidatos.
	Responsabilidad	No se encuentra presente la responsabilidad en la redacción del contenido, pues al hacer menciones negativas dadas por Keiko Fujimori hacia Castillo y Cerrón, los ciudadanos pueden tomar actitudes de rechazo hacia el partido de Perú Libre.
	Protección	Sí se encuentra presente la protección en la redacción de la nota, ya que no afecta la seguridad de los jóvenes y niños.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos en la nota informativa. Por un lado, se da a conocer las declaraciones de la candidata Keiko Fujimori, mientras que, por el otro, con lo mencionado, se pretende generar un descontento hacia los miembros del partido de Perú Libre.
	Enfoques psicológicos	Sí se encuentran presentes los enfoques psicológicos en este contenido, debido a que se busca aprobación por parte de los ciudadanos hacia Keiko Fujimori al presentarla como alguien que defiende las libertades y la democracia.
Variable 2	Cobertura mediática	

Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	La candidata Fujimori ha sido personalizada al presentarla con mensajes positivos y de ayuda para el país. También colocando imágenes suyas con vestimentas típicas peruanas para una mayor cercanía con el público.
	Dramatización	Sí está presente la dramatización del espectáculo político, puesto que intentan demostrar quienes son los agentes de bien, en este caso Keiko Fujimori, y los agentes del mal, Pedro Castillo y Vladimir Cerrón.
	Descontextualización	Sí está descontextualizada, dado que la candidata de Fuerza Popular menciona que los miembros de Perú Libre generan odio y promueven la violencia en el país, sin explicar el porqué.
Tono de la información	Favorable	Se detectó una redacción favorable hacia la candidata Fujimori al presentarla como una buena opción para las elecciones presidenciales, colocándola como una persona que respeta la democracia y las libertades de la población.
	Desfavorable	Se detectó una redacción desfavorable hacia el candidato Pedro Castillo al mencionar que genera odio y, además, que él no dirige su partido, sino, en su lugar, sería Vladimir Cerrón.
	Neutro	No se detectó una redacción neutra en la nota informativa, ya que provoca aprobación hacia Keiko Fujimori y rechazo hacia Pedro Castillo.

Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí está aplicado un enfoque estratégico en este contenido. Hacen un mayor énfasis en lo que la candidata opina sobre el partido contrincante que sobre sus propuestas electorales.
	Enfoque temático	No se aplica un enfoque temático en la nota informativa, pues la candidata brinda su punto de vista, mas no informa al público sobre sus propuestas de campaña.

Tabla 10. Ficha de observación de la nota informativa del miércoles 26 de mayo de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Miércoles 26 de mayo de 2021
Formato periodístico	<p>Nota informativa</p>

Titular	“No tenemos miedo al terrorismo”	
Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se aplican los códigos deontológicos en la nota informativa, pues se comparte una declaración negativa hacia el candidato Castillo como si fuese la posición del diario.
	Principios formales	No se encuentran presentes los principios formales en la nota informativa, debido a que se busca generar un rechazo a determinado candidato por su posición política.
	Profesionalidad narrativa	En esta nota no se aplica la profesionalidad narrativa, dado que se trata de imponer que votar por el candidato Castillo generaría consecuencias negativas al desarrollo del país.
Social	Respeto	No está presente el respeto en la redacción de la nota informativa, porque se pretende asociar al candidato Castillo con el terrorismo.
	Responsabilidad	No está presente la responsabilidad en la redacción de la pieza informativa, considerando que no se informa de manera serena y clara lo dicho por la candidata Fujimori; sino, más bien, busca atacar la campaña de su rival político.
	Protección	Se encuentra presente la protección en la redacción de la noticia, ya que no se comparte información privada de niños o jóvenes.

Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos en el contenido de la noticia, puesto que se da a conocer lo expresado por la candidata Fujimori y, también, se pretende dar una mala imagen a Pedro Castillo y su partido.
	Enfoques psicológicos	Se puede referir que sí están presentes los enfoques psicológicos, porque el diario quiere dejar en claro que se preocupa por el bienestar social del país.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	Los personajes políticos en esta nota informativa fueron personalizados. Por un lado, la candidata Fujimori es presentada como la salvadora del país; mientras que, por el otro lado, el candidato Castillo es mostrado como una amenaza terrorista.
	Dramatización	Está presente la dramatización del espectáculo político en la pieza informativa, puesto que solo se basa en lo dicho por la candidata Fujimori sin proporcionar contexto alguno. Además, se deja entrever que votar por el candidato Castillo significaría el regreso del terrorismo al país.
	Descontextualización	Se encontró que estaba descontextualizada, pues carecía de información que respaldara lo expresado por Keiko Fujimori.
Tono de la información	Favorable	Sí se detectó una redacción favorable hacia la candidata Fujimori, dado que es presentada como la mejor opción para el país.

	Desfavorable	Se encontró una redacción desfavorable hacia el candidato Castillo, pues se le critica por su posición política y no por sus propuestas de campaña.
	Neutro	No se detectó una redacción neutral hacia un determinado candidato en la pieza informativa.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico en la nota periodística, puesto que busca asociar el terrorismo con el candidato Castillo, lo cual traería consecuencias para el país.
	Enfoque temático	No se aplica un enfoque temático en este contenido, dado que no se busca informar; sino, por el contrario, dar un punto de vista negativo hacia un determinado candidato.

Tabla 11. *Ficha de observación de la nota informativa del jueves 27 de mayo de 2021*

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Jueves 27 de mayo de 2021
Formato periodístico	Nota informativa

<p>Titular</p>	<p>“Si gana Castillo, sendero tendrá cancha libre”</p>	
<p>Variable 1</p>	<p>Ética periodística</p>	
<p>Categorías</p>	<p>Subcategorías</p>	<p>Análisis</p>
<p>Profesional</p>	<p>Códigos deontológicos</p>	<p>No se aplican los códigos deontológicos en la pieza informativa, pues se busca relacionar a Pedro Castillo con el terrorismo. En ese sentido, se afecta la dignidad del candidato.</p>
	<p>Principios formales</p>	<p>Solo se presentan posturas contrarias al candidato, por lo cual, no se aplica el principio de equidad informativa, dado que no se busca la opinión de representantes de la campaña de Castillo ni expertos que contrasten la información</p>

		de lo señalado por el protagonista de la noticia.
	Profesionalidad narrativa	No se aplica la profesionalidad narrativa en la pieza informativa, ya que no se pretende informar sobre un hecho; sino, por el contrario, busca sentar una posición sobre un determinado candidato. Además, visualmente se resaltan palabras que se asocian negativamente a Pedro Castillo.
Social	Respeto	No está presente el respeto en la nota, puesto que el titular y la redacción de la nota informativa pretende asociar al candidato Castillo con una organización terrorista.
	Responsabilidad	No está presente la responsabilidad en la nota periodística, debido a que un titular de ese tipo podría desencadenar reacciones violentas hacia el candidato Castillo.
	Protección	Sí está presente la protección en la redacción, porque la información no pone en riesgo la integridad de algún menor o joven.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos. Por un lado, el diario da a conocer la opinión de un especialista; por el otro, se resalta la parte negativa de un determinado candidato.
	Enfoques psicológicos	Sí están presentes los enfoques psicológicos en la nota informativa, pues el diario se muestra preocupado por la seguridad nacional al publicar este tipo de noticias.
Variable 2	Cobertura mediática	

Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	En la pieza informativa, el candidato Castillo fue personalizado, pues es presentado como un peligro para el país.
	Dramatización	Sí está presente la dramatización en la nota periodística, debido a que se busca crear un ambiente polarizado en torno al candidato de Perú Libre.
	Descontextualización	Sí presenta una serie de dichos sin contexto alguno, asociando a Castillo con Sendero Luminoso y el terrorismo. por lo que termina confundiendo al lector. Además, los colores elegidos para el titular se asocian con el partido Perú Libre.
Tono de la información	Favorable	No se detectó una redacción favorable hacia el candidato Castillo, pues no se mencionaron comentarios positivos sobre él.
	Desfavorable	Sí se detectó una redacción desfavorable hacía el candidato Castillo, puesto que se le ha querido relacionar con un grupo terrorista.
	Neutro	No se detectó una redacción neutral en la nota informativa; pues, por el contrario, se buscó desacreditar a Pedro Castillo.

Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico en la noticia, dado que esta da a entender que votar por el partido de Perú Libre sería perjudicial para el país.
	Enfoque temático	No se aplica un enfoque temático a esta nota informativa, porque no se brinda ninguna solución; por el contrario, se busca imponer un punto de vista sobre determinado candidato.

Tabla 12. Ficha de observación de la nota informativa del viernes 28 de mayo de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Viernes 28 de mayo de 2021
Formato periodístico	<p>Nota periodística</p>  <p>*KEIKO A MUJERES</p> <p>Asegura que así 'defenderán la libertad y salvarán al país'</p> <p>peruano va a salir en defensa de nuestra libertad. Las que vamos a voltear este partido somos nosotras. Las que podemos salvar a nuestro país somos las mujeres. Vamos peruanas", señaló. Previamente, ofreció entregar dos millones de títulos de propiedad y realizar tres millones de conexiones de agua y desagüe. También indicó que un eventual gobierno de Fuerza Popular duplicará de 250 a 500 soles las subvenciones bimensuales del programa 'Pensión 65' y cada año se sumarán medio millón de beneficiarios.</p> <p>LLEGÓ A ICA</p> <p>Keiko estuvo ayer en Ica, donde en la provincia de Chincha se reunió con el director del laboratorio Farvet, Manolo Fernández. Tras la cita, descartó que Fernández vaya a formar parte de su equipo técnico. Además, dijo que no se politizará el tema de la ciencia y tecnología, pero que sí se necesita apoyar e invertir en los trabajos de investigación. (Jorge Salazar)</p> <p>'Juntas K voltearemos el partido'</p> <p>A través de sus redes sociales, la candidata presidencial Keiko Fujimori (Fuerza Popular) hizo un llamado a las mujeres peruanas 'para voltear el partido y salvar al país'. "Sé que estás muy preocupada. Confíemos más que nunca en Dios. Si hacemos sentir nuestra voz, el pueblo</p>

Titular	'Juntas voltearemos el partido'	
Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se aplicaron los códigos deontológicos en la nota periodística, pues se tomó una postura positiva hacia la candidata de Fuerza Popular.
	Principios formales	No en su totalidad, ya que se resaltan a través de un titular positivo y palabras en negrita que favorecen a la candidata Fujimori.
	Profesionalidad narrativa	No se aplica la profesionalidad narrativa en el contenido de la nota. Se buscó resaltar las propuestas de campaña de la candidata Fujimori sin contextualizarlas.
Social	Respeto	Sí está presente, pues la nota informativa guarda un respetuoso tratamiento informativo para con la candidata de Fuerza Popular y sus promesas de campaña.
	Responsabilidad	Sí se hizo una redacción responsable en la nota informativa. Dado que no se realizaron declaraciones ofensivas, ni se incitaron a conductas inadecuadas.
	Protección	Sí está presente la protección en la redacción de la noticia, pues no se divulgó información sensible.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos en la nota informativa, porque se transmite información real como las declaraciones de la candidata y algunas de sus propuestas, y, a la vez, se busca generar una opinión positiva hacia la candidata.
	Enfoques psicológicos	Sí están presentes los enfoques metafísicos en la nota, pues el diario busca informar

		sobre las propuestas de la candidata Fujimori en torno a proyectos sociales, y, también, pretende generar una corriente positiva en los lectores hacia la candidata Fujimori.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	En la nota informativa la candidata Fujimori fue personalizada, ya que se la presenta como una representante de las mujeres en la política peruana.
	Dramatización	Sí está presente la dramatización en la pieza informativa, pues se presenta a Keiko Fujimori preocupada por la situación del país.
	Descontextualización	La nota informativa no presenta descontextualización, ya que empieza con un llamado por parte de la candidata Fujimori hacia las mujeres en busca de su apoyo.
Tono de la información	Favorable	Sí se detectó una redacción favorable hacia la candidata de Fuerza Popular, dado que busca resaltar su llamado al voto femenino, además de compartir sus propuestas de campaña.
	Desfavorable	No se detectó una redacción desfavorable hacia la candidata Fujimori.
	Neutro	No se detectó una redacción neutra hacia Keiko Fujimori. Por el contrario, la noticia tuvo un tono positivo.
Encadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico en la nota, dado que se informa sobre el llamado al voto femenino por parte de Keiko Fujimori y, también, se deja en claro que solo la candidata Fujimori “salvará” al país.

	Enfoque temático	Además de un enfoque estratégico, también se aplica uno temático, ya que se ha compartido las propuestas de campaña de la candidata Fujimori.
--	------------------	---

Tabla 13. Ficha de observación de la nota informativa del sábado 29 de mayo de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome	
Fecha de publicación	Sábado 29 de mayo de 2021	
Formato periodístico	<p>Nota informativa</p> <p>» DEL 2021</p> 	
Titular	“Dan clases a profesor para debate”	

Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se aplican los códigos deontológicos, pues se da a entender que el candidato Castillo no está capacitado para el cargo y se le presenta de manera negativa.
	Principios formales	No están presentes los principios formales, debido al titular tendencioso que busca generar rechazo hacia determinado candidato.
	Profesionalidad narrativa	No se aplica la profesionalidad narrativa en la pieza informativa, dado que se pretende imponer una idea negativa en torno al candidato Castillo.
Social	Respeto	No está presente el respeto en la nota periodística, por el uso de la frase “dan clases a profesor”, ya que se usa de manera despectiva.
	Responsabilidad	No está presente la responsabilidad en la pieza informativa, debido a la falta de serenidad en el titular sarcástico que busca generar un rechazo por parte del electorado.
	Protección	Sí está presente la protección en la redacción en la nota informativa, dado que no se pone en peligro la integridad de niños ni jóvenes.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos en la nota, porque se comparte la información real y, también, se pretende generar un rechazo por el titular.

	Enfoques psicológicos	Sí están presente los enfoques psicológicos, pues se busca generar una falta de credibilidad hacia el partido Perú Libre.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	El candidato Castillo fue personalizado en la pieza periodística como una persona sin preparación.
	Dramatización	Sí está presente la dramatización del espectáculo político, puesto que se pretende ironizar con la capacidad del candidato. Esto podría generar un ambiente polarizado.
	Descontextualización	La pieza informativa no se encuentra descontextualizada porque se remite a los hechos mencionados en la misma.
Tono de la información	Favorable	No se detectó una redacción favorable hacia el candidato Castillo, ya que se pretende hacer burla a su carrera como profesor.
	Desfavorable	Se halló una redacción desfavorable hacia el candidato de Perú Libre. Esto se debe a su profesión como docente y el estilo tendencioso del titular.
	Neutro	No se detectó una redacción neutra hacia el candidato Castillo, dado a que se buscó caricaturizar su carrera de docente con un titular fuera de lugar.

Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplicó un enfoque estratégico en el contenido, pues al poner un titular burlándose sobre un candidato en particular refuerza el mal concepto que se tiene sobre él.
	Enfoque temático	No aplica un enfoque temático, porque no solo se buscó informar sobre las acciones de Pedro Castillo; sino, también, se buscó generar una corriente de opinión negativa hacia él.

Tabla 14. Ficha de observación de la nota informativa del domingo 31 de mayo de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Domingo 31 de mayo de 2021
Formato periodístico	<p>Nota informativa</p>

Titular	'No tire piedras, señor Castillo'	
Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se aplican los códigos deontológicos en esta pieza informativa, dado que se ha usado un titular negativo hacia un candidato en particular.
	Principios formales	Sí están presentes los principios formales en la nota informativa, pues se ha buscado informar sobre el debate y acompañarlo con comentarios de analistas políticos.
	Profesionalidad narrativa	Sí se aplica la profesionalidad narrativa en la pieza informativa, ya que se presentó información de ambos candidatos.
Social	Respeto	No está presente el respeto en la siguiente nota periodística, dado que el titular escogido busca señalar negativamente al candidato Castillo.
	Responsabilidad	No está presente la responsabilidad en la nota, pues al publicar el titular se ofendió al candidato de Perú Libre.
	Protección	Sí están presentes la protección en la pieza informativa, ya que no se publicó ninguna información que ponga en peligro a alguien.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos, pues se comparte información sobre el debate, sin embargo, con el titular escogido se pretende señalar al candidato Castillo.
	Enfoques psicológicos	Sí se están presentes los enfoques psicológicos, ya que se busca señalar negativamente al candidato de Perú Libre.
Variable 2	Cobertura mediática	

Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	El candidato Castillo fue personalizado al poner un titular tendencioso y negativo hacia su persona. Por otro lado, la candidata Fujimori fue presentada como la ganadora del debate.
	Dramatización	Sí está presente la dramatización en la nota informativa, pues se presenta el titular sin contexto alguno.
	Descontextualización	Hay una descontextualización en la pieza informativa, pues se presenta un titular sin contexto alguno, el cual podría confundir al elector.
Tono de la información	Favorable	Sí se detectó una redacción favorable hacia la candidata de Fuerza Popular al presentarla como la ganadora del debate y que esto sea resaltado.
	Desfavorable	Se detectó una redacción desfavorable hacia el candidato Castillo, dado que el titular usado está dirigido hacia él.
	Neutro	No se detectó una redacción neutral en la pieza informativa.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Si se aplica un enfoque estratégico en la nota del diario, pues presenta a un candidato como ganador y otro por perdedor, además de que el titular está dirigido a uno y no a los dos.
	Enfoque temático	También se aplica un enfoque temático, pues se mencionan las propuestas de campañas de ambos candidatos.

Tabla 15. Ficha de observación de la nota informativa del martes 1 de junio de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome	
Fecha de publicación	Martes 1 de junio de 2021	
Formato periodístico	<p>Nota informativa</p> 	
Titular	Con memes se vacilan del profesor	
Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se aplican los enfoques deontológicos, pues la nota se enfoca en los memes que se hicieron al candidato Castillo para burlarse.
	Principios formales	No se encuentran presentes los principios formales en la pieza informativa, pues se pretende informar sobre algo que no es de interés público.
	Profesionalidad narrativa	No se aplica la profesionalidad narrativa, pues se buscó ridiculizar al candidato de Perú Libre.

Social	Respeto	No está presente el respeto en la nota informativa, pues se busca hacer burla del candidato Castillo.
	Responsabilidad	La responsabilidad en la redacción no está presente, pues la misma se centró en los memes de burla hacia el candidato de Perú Libre.
	Protección	Estuvo presente la protección de los datos en las piezas informativas, dado que no se compartió información perjudicial para con algún menor.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos en el contenido de la nota, pues se informa sobre las frases dichas por el candidato Castillo, pero también se busca generar burlas por lo mismo.
	Enfoques psicológicos	Sí están presentes los enfoques psicológicos en la pieza informativa, ya que se busca generar rechazo por el candidato de Perú Libre.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	Sí fue personalizado el candidato Castillo en la noticia, pues esta se basó en los memes sobre el candidato de Perú Libre y no sobre sus propuestas.
	Dramatización	Hay una carga dramática en la pieza informativa, ya que busca poner a Pedro Castillo en el centro de la mesa, en este caso, ridiculizándolo.
	Descontextualización	No está descontextualizada, porque en la nota se explica que los memes y frases mal dichas se dijeron en el debate.
Tono de la información	Favorable	No se detectó un tono favorable para con ningún candidato.

	Desfavorable	Sí detectó una redacción desfavorable hacia el candidato de Perú Libre, pues la nota se enfocó en los memes que se le hicieron. Además, el titular empleado pretende dejar en claro que
	Neutro	No se detectó una redacción neutral en la nota informativa, dado que fue desfavorable hacia el candidato Castillo.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico, pues el contenido de la nota se enfoca en las burlas hacia Pedro Castillo.
	Enfoque temático	No se aplica un enfoque temático en la nota informativa, dado que no se centró en las propuestas de campaña del partido. Por el contrario, se buscó resaltar las mofas hacia el candidato.

Tabla 16. *Ficha de observación de la nota informativa del miércoles 2 de junio de 2021*

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Miércoles 2 de junio de 2021
Formato periodístico	Nota informativa

		
Titular	‘Un gobierno de Castillo afectará tus bolsillos’	
Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se encontraron presentes los códigos deontológicos, dado que el uso del titular es tendencioso que busca relacionar a un candidato con una posible crisis económica.
	Principios formales	No están presentes los principios formales en la pieza periodística, pues cae en el sensacionalismo al usar un titular negativo hacia determinado candidato.
	Profesionalidad narrativa	No se aplica la profesionalidad narrativa en la nota, ya que no se hizo un uso responsable de las declaraciones de la candidata Fujimori.
Social	Respeto	No está presente el respeto en la redacción de la noticia, pues se ha buscado perjudicar a determinado candidato, ligándolo con una posible crisis económica.
	Responsabilidad	No se hizo un uso responsable de las

		declaraciones vertidas por la candidata Fujimori.
	Protección	Sí está presente la protección en la nota informativa, pues no se ha publicado información que pueda poner en peligro a ningún candidato.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí están presentes los enfoques metafísicos en el contenido de la nota. En cierta medida se menciona las propuestas de campaña de la candidata Fujimori, y, por otro lado, se pretende señalar al candidato Castillo como culpable de una crisis económica.
	Enfoques psicológicos	Sí están presentes los enfoques psicológicos en la nota, pues se busca generar un rechazo al candidato Castillo a través del titular.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	Sí hubo una personalización de candidato en esta pieza informativa, este fue el caso del candidato Castillo, el cual fue presentado como una amenaza a la economía nacional.
	Dramatización	Hay una carga dramática en la nota periodística, pues se resalta una posible crisis económica si gana el candidato Castillo.
	Descontextualización	La nota informativa está totalmente descontextualizada, pues se centra en los dichos de la candidata Fujimori, además sin señalar si estos son verdaderos o falsos.
Tono de la información	Favorable	Existe un tono favorable hacia la candidata Fujimori, pues se resalta su apoyo hacia la educación.

	Desfavorable	Hay una redacción desfavorable hacia el candidato de Perú Libre. Se empleó un titular tendencioso que buscó ligar a Pedro Castillo con futuros problemas económicos del país.
	Neutro	No se ha detectado una redacción neutral en la nota informativa. Por el contrario, se ha empleado una redacción desfavorable hacia un candidato.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se ha hecho uso de un enfoque estratégico en la pieza informativa, pues se ha querido perjudicar al candidato de Perú Libre ligándolo a una posible crisis económica.
	Enfoque temático	En cierta medida sí se aplica, pues se mencionan algunos temas de campaña de la candidata Fujimori.

Tabla 17. *Ficha de observación de la nota informativa del jueves 3 de junio de 2021*

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Jueves 3 de junio de 2021
Formato periodístico	Nota informativa

		
<p>Titular</p>	<p>“Cerrón dirige a Castillo”</p>	
<p>Variable 1</p>	<p>Ética periodística</p>	
<p>Categorías</p>	<p>Subcategorías</p>	<p>Análisis</p>
<p>Profesional</p>	<p>Códigos deontológicos</p>	<p>Se aplica la publicación de información que ha sido previamente verificada, ya que se indica que fue confirmada por el jefe del comando de campaña de Perú Libre, Richard Rojas. Sin embargo, el titular da entender que es una afirmación por parte del diario, mas no una opinión de alguien consultado por el medio.</p>
	<p>Principios formales</p>	<p>Pese a que en el texto hay una explicación con más detalles, el diario coloca en el titular las palabras “Cerrón” y “Castillo” en rojo, así como también la frase en la parte superior derecha. De esta manera, pretende llamar la atención de los ciudadanos al relacionar dicho color con una tendencia política.</p>
	<p>Profesionalidad narrativa</p>	<p>No se aplica la profesionalidad narrativa, dado que, a pesar que se brinda información verdadera en la nota, se omite que el titular se basa en una interpretación hecha por el diario sobre lo mencionado</p>

		por el jefe del comando de campaña de Perú Libre.
Social	Respeto	No está presente el respeto en la redacción de la nota informativa, debido a que muestran a Pedro Castillo como alguien que no cumple con lo que promete y a Vladimir Cerrón como una amenaza.
	Responsabilidad	No está presente la responsabilidad, ya que la redacción de esta nota podría generar descontento social y actitudes temerarias hacia el partido de Perú Libre, influyendo en su decisión de voto.
	Protección	Sí se encuentra presente la protección en la redacción de la nota informativa, porque no se comparten datos que afecten la seguridad de niños y jóvenes.
Metaética	Enfoques metafísicos	Sí están aplicados los enfoques metafísicos en este contenido. Muestran la información brindada por Richard Rojas, sin embargo, buscan generar rechazo hacia el partido político de Perú Libre.
	Enfoques psicológicos	Sí están presentes los enfoques psicológicos, debido a que indican que el candidato entregó al Colegio de Enfermeros del Perú un proyecto para controlar la pandemia del Covid-19 y repotenciar el sector Salud, aun cuando esta información fue colocada en la parte inferior, dándole menor importancia.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis

Espectáculo político	Personalización	Sí hubo personalización, al referirse al líder de Perú Libre, Vladimir Cerrón, como “cuestionado personaje”, colocando una imagen desfavorable de él y su apellido en color rojo en el titular, dando a entender que es una posible amenaza para el país. También personalizan a Pedro Castillo como una persona que se deja manipular.
	Dramatización	Sí está presente la dramatización del espectáculo político, ya que, pese a explicar de dónde salió la información en la que se menciona que Cerrón fue el encargado de coordinar el cierre de campaña, en el titular se afirma que el candidato a la presidencia es manejado por el líder de su partido.
	Descontextualización	Sí estuvo descontextualizada, dado que, al mencionar que Vladimir Cerrón es el encargado de coordinar el cierre de campaña de Pedro Castillo, se asume que el líder de Perú Libre le ordena qué hacer al candidato al colocar ese titular sin argumento.
Tono de la información	Favorable	A pesar que en los últimos dos párrafos se hace hincapié en la visita del candidato al Colegio de Enfermeros del Perú, en términos generales, no es una redacción favorable para Castillo.
	Desfavorable	Pese a los últimos comentarios positivos hacia Pedro Castillo, hay una redacción desfavorable al personificarlo como alguien que puede ser manejado por otra persona y así los lectores crean que no está listo para liderar el país.

	Neutro	En la redacción se presentan comentarios tanto positivos como negativos, sin embargo, al colocar ese titular provocan un rechazo hacia el partido de Perú Libre, por lo que no sería imparcial.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Sí se aplica un enfoque estratégico al dar mayor énfasis en las opiniones hacia Vladimir Cerrón que hacia lo positivo que realizó Pedro Castillo.
	Enfoque temático	No se aplica un enfoque temático, puesto que el diario brinda su punto de vista sobre Castillo y Cerrón en lugar de informar por qué este último es un “cuestionado personaje”.

Tabla 18. Ficha de observación de la nota informativa del viernes 4 de junio de 2021

Medio de comunicación	Diario Trome
Fecha de publicación	Viernes 4 de junio de 2021
Formato periodístico	<p>Nota informativa</p>

Titular	“Keiko: Derrotaremos al comunismo este domingo”	
Variable 1	Ética periodística	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	No se aplican códigos deontológicos en la nota informativa, debido a que, pese a ser una declaración, se está acusando implícitamente al candidato Pedro Castillo de ser comunista al colocar ese titular.
	Principios formales	No están presentes los principios formales, pues mencionan que el domingo derrotarán al comunismo, refiriéndose al partido de Perú Libre, en lugar de presentar un discurso positivo sobre su campaña, sin caer en el sensacionalismo
	Profesionalidad narrativa	No está presente la profesionalidad narrativa al mencionar que Pedro Castillo “se corría” de la candidata, lo cual es una opinión de ella, mas no una afirmación.
Social	Respeto	No se encuentra presente un tratamiento informativo respetuoso, dado que el diario resalta la palabra “comunismo”, en lugar de destacar otros puntos importantes de la nota.
	Responsabilidad	No está presente la responsabilidad en la redacción de la nota, puesto que se hace énfasis en “derrotar al comunismo”, lo cual podría desembocar en una actitud temeraria hacia el partido de Perú Libre.
	Protección	Sí está presente la protección en la redacción de la nota informativa, porque no se ha compartido datos que afecten la seguridad de niños y jóvenes.

Metaética	Enfoques metafísicos	Sí se aplican los enfoques metafísicos en este contenido. Por una parte, se busca dar a conocer lo dicho por la candidata; por la otra, se pretende generar un descontento hacia el candidato oponente.
	Enfoques psicológicos	Sí se encuentran presentes los enfoques psicológicos, ya que se busca aprobación hacia la candidata por parte de los lectores al tratar de mostrar preocupación por los ciudadanos, mencionando a las madres y emprendedores.
Variable 2	Cobertura mediática	
Categorías	Subcategorías	Análisis
Espectáculo político	Personalización	La candidata de Fuerza Popular fue personalizada de manera positiva al presentarla como una ayuda a los microempresarios y madres. Además, se incluyeron fotos en las que refleja felicidad, acompañada de sus simpatizantes.
	Dramatización	Sí está presente la dramatización, al presentar a la candidata Fujimori como una agente del bien que va a derrotar al comunismo, el cual, implícitamente, es mostrado como el mal.
	Descontextualización	La pieza informativa está descontextualizada, ya que se menciona que “derrotarán al comunismo” sin explicar el porqué de esas palabras.
Tono de la información	Favorable	Sí se detectó una redacción favorable hacia la candidata Fujimori al mencionar sólo puntos positivos sobre su campaña y colocando imágenes de ella sonriente para transmitir confianza a los lectores.

	Desfavorable	Sí se detectó una redacción desfavorable hacia el candidato Pedro Castillo al mencionar que “se corría de su rival electoral”, dicho por la candidata de Fuerza Popular, dando a entender que hay cobardía por parte de él para enfrentarla.
	Neutro	No hubo imparcialidad en la redacción hacia la candidata, debido a que sólo se resaltan las frases positivas que la favorecen.
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Se aplica un enfoque estratégico en la redacción de la nota informativa al hacer mayor énfasis en lo que Keiko Fujimori piensa sobre el candidato Pedro Castillo, colocando ese titular, en lugar de centrarse en sus propuestas electorales.
	Enfoque temático	No se aplica un enfoque temático, dado que el titular se centra más en el punto de vista de la candidata sobre el partido opositor, en lugar de informar sobre su cierre de campaña.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Luego de haber analizado los resultados de lo redactado por el diario *Trome* con base en la ficha de observación, se desarrollará la discusión con la finalidad de comparar los hallazgos de este trabajo con las opiniones de diferentes autores a partir de las variables y las categorías abordadas.

Asimismo, se mencionarán las dificultades o limitaciones que se presentaron para la elaboración de la presente investigación.

De igual forma, se proporcionarán recomendaciones para futuros comunicadores y periodistas. Además, servirá como fuente de información para investigaciones posteriores que se realicen sobre la ética periodística en la cobertura mediática en comicios electorales.

4.1. Limitaciones

La única limitación presentada al desarrollar el presente trabajo fue que los recortes de las notas periodísticas no eran de acceso público, pues se tuvo que pedir el correo y contraseña de Perú Quiosco a la Universidad Privada del Norte, la cual brinda la facilidad para ingresar a la plataforma.

Asimismo, por falta de tiempo no se pudieron analizar todas las noticias del periodo y se escogió una muestra de 15, por lo cual se podría ampliar en una próxima investigación todas las noticias, no sólo de la segunda vuelta, sino también de la primera.

4.2. Interpretación comparativa

4.2.1. Discusión objetivo general

Analizar el desarrollo de la ética periodística en la cobertura mediática del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021

En este estudio se analizó el desarrollo de la ética periodística en la cobertura mediática del diario *Trome* con respecto a la segunda vuelta electoral de 2021, con la finalidad de detectar si sus notas informativas cumplen las normas éticas periodísticas. Para ello, se examinaron 15 piezas del diario, de las cuales 8 de ellas destacaron por no cumplir con la ética periodística, Asimismo, se analizó la cobertura mediática para conocer de qué manera han sido contextualizadas las piezas informativas presentadas en el diario *Trome*.

En ese sentido, Fenoll y Rodríguez-Ballesteros (2017) detallan en su artículo *Análisis automatizado de encuadres mediáticos. Cobertura en prensa del debate 7D 2015: el debate decisivo* que, pese a un aumento significativo en las noticias sobre candidatos después del debate, no hubo una cobertura de todos los temas que se trataron y retrataron a los políticos como si estuvieran compitiendo en una carrera de caballos, privando a la audiencia de elementos que les servirían para emitir un voto informado.

Coincide con los resultados de esta investigación, pues en la mayoría de notas la información no fue brindada de manera serena y responsable al denigrar al partido de Perú Libre como negativo para el país y asociando a Pedro Castillo con el comunismo y terrorismo, lo cual genera descontento social y rechazo hacia el candidato y su partido. Entre las notas se resaltan: “Keiko: Derrotaremos al comunismo este domingo”, “No tenemos miedo al terrorismo”, “Si gana Castillo, sendero tendrá cancha libre” y “Un gobierno de Castillo afectará tu bolsillo”. Además, se encontró que, en lugar de informar sobre las

propuestas electorales de cada candidato, el medio se centró en crear una imagen negativa y positiva de cada uno.

4.2.2. Discusión objetivo específico 1

Distinguir el desarrollo de la ética profesional en el espectáculo político del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021.

La ética profesional en el espectáculo político del diario *Trome* no estuvo presente en 12 de las 15 piezas informativas de la muestra, dado que se trata de imponer que votar por el candidato Castillo generaría consecuencias negativas al desarrollo del país. Además, se busca polarizar a la opinión pública y generar un rechazo hacia el candidato Pedro Castillo colocando titulares como “No tenemos miedo al terrorismo”, “Si gana Castillo, Sendero tendrá cancha libre”, “Con memes se vacilan del profesor” y “Un gobierno de Castillo afectará tu bolsillo”, en lugar de informar sobre el plan de gobierno de cada candidato presidencial.

En pocas palabras, en las 12 piezas informativas sólo se presentan posturas contrarias al candidato, por lo cual, no se aplica el principio de equidad informativa, dado que no se busca la opinión de representantes del partido político de Castillo ni expertos que contrasten la información de lo señalado por los protagonistas de las noticias presentadas.

Esto coincide con el artículo de Muñiz (2022) *Cuando el debate se conecta con el ataque. Presencia del conflicto en el tratamiento informativo de las elecciones federales mexicanas de 2018 y 2021*, en el que analiza el contenido de las noticias de la prensa escrita (*Reforma, El Universal, Excélsior, Milenio y La Jornada*) y de televisión (*Televisa, TV Azteca e Imagen TV*) durante las elecciones presidenciales de 2018 y federales de 2021 en México, teniendo como resultado que, para captar mayor interés de la audiencia, los medios

de comunicación mexicanos destacaron más en su cobertura el conflicto y confrontación entre candidatos políticos, como posiciones o puntos de vista distintos sobre un tema específico e incluso ataques y reproches entre ellos, en lugar de centrarse en brindar información sobre sus propuestas de campaña.

4.2.3. Discusión objetivo específico 2

Describir la presentación de la ética social en el tono de la información del diario Trome durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021.

La tesis de Quispe (2019) titulada “*Análisis de contenido informativo en la comunicación política electoral del diario Correo, en la campaña municipal de Susana Villarán, 2014*”, en que analiza el contenido periodístico del diario *Correo* durante las elecciones municipales del 2014. En ese sentido, la posición política e ideológica del diario *Correo* tuvo que ver con la producción informativa negativa hacia la candidata Villarán, pues se encontró un 30% de noticias de tono neutral, ninguna a favor, pero sí un 70 % en contra. Además, que estas noticias con un tono desfavorable hacia la entonces candidata de Fuerza Social se manifestaron a través de titulares tendenciosos, voladas, bajadas o en el cuerpo del texto mismo.

Esto coincide con los resultados de esta investigación, dado que al igual que el diario *Correo* que tomó posición por la candidata Villarán, el diario *Trome* también tomó una posición en contra sobre Pedro Castillo. En ese sentido, la ética social no estuvo presente en diez de las quince notas analizadas en la muestra. Así mismo, el estudio arrojó que doce de las quince notas tuvo un tono desfavorable hacia al candidato de Perú Libre relacionándolo con el terrorismo, comunismo, crisis económica, entre otras cosas. Y que estas se manifestaron a través de los titulares o palabras resaltadas en negrita como lo hizo el diario *Correo*.

4.2.4. Discusión objetivo específico 3

Identificar el desarrollo de la metaética en los encuadres mediáticos del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral, mayo - junio 2021.

En la tesis de Romero (2021) titulada “*La ética del periodismo y comunicación social en estudiantes de noveno semestre de la Facso en el año 2021*”, tienen como resultados que el principal factor antiético en los periodistas se da por los intereses de los medios de comunicación. También se considera que los profesionales del periodismo “muy pocas veces” respetan la dignidad de las personas respecto a la redacción y publicación de la noticia. Otro punto importante que se señala son las razones por las que un profesional de la comunicación pierde credibilidad, por un lado, se encuentra la falta de veracidad en torno a la información que publica, y, por el otro, la postura política del medio de comunicación que puede generar contenidos negativos o positivos hacia cualquier candidato.

Todos los casos citados coinciden con los resultados de esta investigación en el caso de que la metaética estuvo presente en toda la muestra analizada, dado que si bien el diario *Trome*, como un medio de comunicación, buscó informar sobre la segunda vuelta electoral, el tratamiento de la información no fue el adecuado. En ese sentido tampoco estuvo presente la ética profesional en once de las quince notas analizadas, ni la ética social en diez de las quince notas. En última instancia, los encuadres mediáticos estuvieron presentes en las quince piezas informativas que fueron analizadas, mismo número que tuvo el enfoque estratégico, dejando en claro que la postura política del diario era la de beneficiar a la candidata Keiko Fujimori a través de noticias con un tono positivo, mientras que se buscó relacionar al candidato Castillo con el terrorismo por medio de titulares como “Si gana Castillo, Sendero tendrá cancha libre” o “No tenemos miedo al terrorismo”.

4.3. Implicancias

Práctica

La ética profesional es y puede ser aplicada por los estudiantes de periodismo y quienes ejercen la carrera profesional, con objetividad, sin perjudicar la imagen o dignidad de las personas, brindando un espacio en el que la información sea veraz y no distorsionada, ya que puede afectar el juicio crítico de la audiencia.

Teórica

El contenido académico del marco conceptual servirá para motivar a los periodistas o a todo aquel interesado en el campo de las comunicaciones a indagar más sobre las variables ética periodística y cobertura mediática, y poner en práctica lo analizado.

Metodológica

La ficha de observación utilizada puede ser aplicada en estudios similares sobre la ética en la cobertura de los medios de comunicación durante procesos electorales, pues se puede medir o evaluar un objetivo específico.

4.4. Conclusiones

Después de los resultados adquiridos y los objetivos planteados, se han establecido conclusiones con respecto a la ética periodística en la cobertura mediática del diario *Trome* durante la segunda vuelta electoral mayo - junio 2021. Para ello, se analizó una muestra de 15 notas informativas de la sección política.

De acuerdo al objetivo general se puede establecer que el diario *Trome* favorece a la candidata Keiko Fujimori a través de las piezas informativas, debido a que en muchas de ellas se resaltan puntos positivos de sus propuestas electorales. Mientras que al candidato

Pedro Castillo se le asocia con el comunismo o terrorismo, lo cual podría dañar su imagen y afectar la decisión de voto de los ciudadanos. Por lo tanto, el medio no cumplió con la ética periodística en la cobertura mediática de las elecciones generales de la segunda vuelta de mayo - junio de 2021.

Con respecto a los objetivos específicos, se encontró que la ética profesional en el espectáculo político de la cobertura mediática de la segunda vuelta electoral 2021 no estuvo presente en 11 de las 15 piezas informativas, ya que se personalizó al candidato Castillo como una amenaza para el país, mientras que la candidata Fujimori fue presentada como buena opción para gobernar. En ese sentido, las notas publicadas en el diario pretendían polarizar a los votantes haciendo pasar declaraciones hechas por terceros como si fuesen aseveraciones del medio.

De acuerdo a lo analizado, no estuvo aplicada la ética social en el tono de la información de la cobertura mediática en 10 de las 15 piezas informativas, dado que se halló una redacción irrespetuosa y desfavorable hacia el partido del candidato Pedro Castillo, al calificarlo como una “amenaza” y negativo para el país, con la finalidad de generar un descontento social hacia Perú Libre. Mientras que, por el contrario, hubo una evidente redacción favorable en 8 notas de la muestra para la candidata Keiko Fujimori, pues se la presentó como una persona a favor de la democracia, así como la mejor opción para liderar el país.

Según lo examinado, la metaética en los encuadres mediáticos de la cobertura mediática se aplicó en toda la muestra, debido a que el medio informó sobre las propuestas de campaña de ambos contendores políticos. No obstante, se intentó generar descontento o aprobación hacia un determinado candidato, puesto que se personalizó a Pedro Castillo como

una persona poco preparada para el puesto, a diferencia de la lideresa de Fuerza Popular, quien fue presentada como alguien dispuesta a luchar por el bien del país.

El periodo de análisis de la investigación realizada del 18 de mayo al 6 de junio del 2021, fue importante para determinar la posición del diario *Trome* sobre Pedro Castillo y Keiko Fujimori, ya que, como se detalló en la discusión, hubo un evidente apoyo electoral, dado que se dio un mayor énfasis sobre lo que se piensa de un candidato, en vez de centrarse en informar acerca de sus propuestas electorales, Asimismo, no permite a los lectores ejercer un juicio crítico sobre las piezas informativas, porque se busca establecer un punto de vista, ya sea positivo o negativo, sobre determinado candidato.

REFERENCIAS

- Acosta M., Demirdjian S. y Lassi A. (2020) El framing de campaña. Las elecciones presidenciales de 2015 en la prensa de referencia argentina. *RIHUMSO* (18), 3-27.
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 423-450. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Enfoques Consulting.
- Aruguete, N. (2013). La narración del espectáculo político: Pensar la relación entre sistema de medios y poder político. *Austral Comunicación*, 2(2), 205-216. <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0202.aru>
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso. *Más poder local*, 30, 36-42. <http://hdl.handle.net/11336/68048>
- Ayala, V. (2017). La construcción del candidato. Contraste de la estrategia de campaña de Verónica Mendoza con los encuadres periodísticos de El Comercio y La República durante las elecciones presidenciales 2016. *Elecciones*, 16(17), 105-137. <https://hdl.handle.net/20.500.14130/760>
- Barragán, A. (2014). *Ética profesional de los estudiantes de las licenciaturas en comunicación de la UNAM*. Universidad Nacional Autónoma de México. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México]. <http://www.ciencianueva.unam.mx/bitstream/handle/123456789/129/053.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

- Brüheim, M., & Mourão, V. (2012). La función de la Agenda-setting de los medios de comunicación y las políticas de sanidad en Portugal. *Prisma Social*, (8), 308-332. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744580010>
- Camacho de Báez, B. (2008). *Metodología de la Investigación Científica: un camino fácil de recorrer para todos*. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Campos, G., & Martínez, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Colegio de periodistas del Perú. (2015). *Marco normativo*. <https://cpp.pe/marco-normativo/>
- Cuzma, M. (2017). *Monitoreo periodístico durante la segunda vuelta electoral para las elecciones presidenciales en el 2006 eligiendo al mal menor, una experiencia en el diario Perú21 (10 de abril al 5 de junio)* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos] <https://hdl.handle.net/20.500.12672/10838>
- Delgado, M. (2021). El diario en la comunicación política. Los encuadres estratégicos de El Comercio sobre los candidatos presidenciales durante la segunda vuelta electoral de 2016 en Perú. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E40), 152-165.
- Domínguez, B. & Villota, B. (2020). *Framing de la cobertura noticiosa que realizan los diarios cuencanos El Tiempo y El Mercurio desde el enfoque estratégico y temático durante la campaña electoral* [Tesis de Licenciatura, Universidad del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9667>

- Echeverría, M. (2017). El infoentretenimiento en la cobertura de las elecciones: un análisis de encuadres periodísticos. *Sociológica (México)*, 32(91), 111-143.
- Esteban, N. (2018). *Tipos de investigación*. Repositorio Institucional USDG. <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Fenoll, V., & Rodríguez-Ballesteros, P. (2017). Análisis automatizado de encuadres mediáticos. Cobertura en prensa del debate 7D 2015: el debate decisivo. *Profesional de la Información*, 26(4), 630-640.
- García, M. (2018). *El Comercio como actor político. Los encuadres en la construcción de la imagen de Keiko Fujimori en las elecciones del 2016*. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Católica del Perú.
- García, F. (2021). El diario en la comunicación política. Los encuadres estratégicos de El Comercio sobre los candidatos presidenciales durante la segunda vuelta electoral de 2016 en Perú. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 40, 152-165.
- Gillies, J. (2021). La Comunicación Política Y Su Incidencia en Los Procesos Políticos Contemporáneos en Chile. *Trilogía*, 34(45), 84-102.
- Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación* [Archivo PDF] <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Gutiérrez, E. (2018). *Características de las portadas periodísticas del diario "La República" en la construcción de la realidad - Elecciones presidenciales II vuelta electoral-*

2016 [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]

<https://hdl.handle.net/20.500.12727/3407>

-Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación, 5ta edición*. McGRAW-HILL.

-Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta Edición*. McGRAW-HILL.

-Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2017). Alcance de la Investigación.

http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2792/510_06_color.pdf

-Hessling, F. D. (2021). Derecho a la comunicación, periodismo e interés público: de la OC-5/85 a los problemas éticos actuales. *Derecho Y Ciencias Sociales*, (24), 085.

<https://doi.org/10.24215/18522971e085>

-López, M. (2012). La Ética Periodística en el tratamiento informativo de la inmigración. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, (17), 339-354.

-Munive, M. (2018). *Marcos para construir la realidad. La revocatoria municipal de 2013 en las coberturas de Correo y La República*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Sociales, Unidad de Posgrado].

<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/10153>

-Muñiz, Carlos. (2015). La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital. *Comunicación y sociedad*, (23), 67-95.

- Muñiz, C. (2022). Cuando el debate se conecta con el ataque. Presencia del conflicto en el tratamiento informativo de las elecciones federales mexicanas de 2018 y 2021. *Comunicación Y Sociedad*, (19) 1-28. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.7841>
- Quispe, H. (2019). Análisis de contenido informativo en la comunicación política electoral del diario Correo, en la campaña municipal de Susana Villarán, 2014. [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio institucional-Universidad de San Martín de Porres.
- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2020). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.Info*, (44), 225–239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- Rodríguez, R. (2020). El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: la formación ética del periodista en la era de la posverdad. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (62), 7-17. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3277>
- Rivera, D., Punin, M. & Calva, D. (2013). Agenda setting en medios ecuatorianos. Diarios El Universo, El Mercurio, El Comercio y El Telégrafo. *Revista Latina De Comunicación Social*, (68), 529–544. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-988>
- Romero, D. (2021). *La ética del Periodismo y Comunicación Social en estudiantes de noveno semestre de la FACSO en el año 2021* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social). <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59059>
- Suárez, J. (2013). ¿Existe un método de análisis de la ética periodística? *Actas del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación*, (2), pp.807-820. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/3034>

- Suárez, J. (2015). Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales. *Revista Latina De Comunicación Social*, (70), 91–109.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1036>
- Valdivia, A. (2020) *Cobertura negativa sobre los candidatos en campañas presidenciales 2011 y 2016: los casos de los diarios La República y Correo*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].
<https://upc.aws.openrepository.com/handle/10757/653110>
- Vásquez, A. (2010). *La ética periodística y los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú*. [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid].
<https://docta.ucm.es/entities/publication/dcc63abb-eefa-43da-9c40-184a01999ee7>
- Velásquez, J. (2020). Análisis de encuadres mediáticos en el cubrimiento de 18 diarios latinoamericanos de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, (31), 448. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/498>
- Villegas, J. (2013). Ética periodística e identidad profesional. *Augusto Guzzo Revista Académica*, (11), 11-25. <https://doi.org/10.22287/ag.v1i11.148>
- Zunino, E. (2013). La cobertura mediática de las elecciones presidenciales de 2011 en Argentina: un estudio sobre las agendas de los principales diarios del país. *Temas De Comunicación*, (25).
<https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/827>

-Zunino, E. (2018). Agenda setting: cincuenta años de investigación en comunicación.

Intersecciones en comunicación, (12), 187-210.

<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/216/2161261009/2161261009.pdf>

ANEXOS N°1 - OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

VARIABLE	DIMENSIONES Y CATEGORÍAS	INDICADORES Y SUBCATEGORÍAS	FUENTE
Ética periodística	Profesional	Códigos deontológicos	Rodrigo-Alsina y Cerqueira (2019)
		Principios formales	
		Profesionalidad narrativa	
	Social	Respeto	Villegas (2013)
		Responsabilidad	
		Protección	
Metaética	Enfoques metafísicos	Romero (2021)	
	Enfoques psicológicos		
Cobertura mediática	Espectáculo político	Personalización	Aruguete (2013)
		Dramatización	
		Descontextualización	
	Tono de la información	Favorable	García (2018)
		Desfavorable	
		Neutro	
	Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	Marina Acosta, Silvia Demirdjian y Agustina Lassi (2020)
		Enfoque temático	

ANEXO N°2 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

Matriz de consistencia “La ética periodística en la cobertura mediática del diario Trome durante la segunda vuelta electoral junio 2021”					
PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	METODOLOGÍA
Problema general ¿Cómo se presenta la ética periodística en la cobertura mediática del diario Trome durante la segunda vuelta electoral mayo - junio 2021?	Objetivo general Analizar la ética en la cobertura mediática de las elecciones generales de la segunda vuelta mayo - junio 2021 en las ediciones del diario Trome Objetivos específicos -Analizar la ética profesional en el espectáculo político de la cobertura mediática.	Ética periodística	Profesional	Códigos deontológicos	Tipo de investigación Cualitativa
				Principios formales	
				Profesionalidad narrativa	
			Social	Respeto	Diseño de investigación Descriptiva y correlacional
				Responsabilidad	
				Protección	
			Meta ética	Enfoques metafísicos	Técnica Observación
				Enfoques psicológicos	
			Espectáculo político	Personalización	Instrumento Ficha de observación
				Dramatización	
					Muestra 15 piezas

	-Estudiar la ética social en el tono de la información de la cobertura mediática. -Examinar la metaética en el espectáculo político de la cobertura mediática. -Analizar la ética social en los encuadres mediáticos de la cobertura mediática.	Cobertura mediática		Descontextualización	informativas del diario Trome en la segunda vuelta mayo - junio 2021
			Tono de la información	Favorable	
				Desfavorable	
				Neutro	
			Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	
				Enfoque temático	

ANEXO N°3 - INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Medio de comunicación			
Fecha de publicación			
Formato periodístico			
Titular			
Variable 1	Ética periodística		
Categorías	Subcategorías	Rango	Análisis
Profesional	Códigos deontológicos	¿Qué códigos deontológicos se aplican en este contenido?	
	Principios formales	¿Están presentes los principios formales?	
	Profesionalidad narrativa	¿Se aplica la profesionalidad narrativa en este contenido?	
Social	Respeto	¿Está presente el respeto en la redacción de las piezas informativas?	
	Responsabilidad	¿Está presente la responsabilidad en la redacción de las piezas informativas?	

	Protección	¿Está presente la protección en la redacción de las piezas informativas?	
Metaética	Enfoques metafísicos	¿Se aplican los enfoques metafísicos en este contenido?	
	Enfoques psicológicos	¿Están presentes los enfoques metafísicos en este contenido?	
Variable 2	Cobertura mediática		
Categorías	Subcategorías	Rango	Análisis
Espectáculo político	Personalización	¿Los personajes políticos en esta investigación fueron personalizados?	
	Dramatización	¿Está presente la dramatización del espectáculo político en las piezas informativas?	
	Descontextualización	¿Se encontraron piezas informativas descontextualizadas?	
Tono de la información	Favorable	¿Se detectó una redacción favorable hacia un determinado candidato?	

	Desfavorable	¿Se detectó una redacción desfavorable hacia un determinado candidato?	
	Neutro	¿Se detectó una redacción neutra hacia un determinado candidato?	
Encuadres mediáticos	Enfoque estratégico	¿Se aplica un enfoque estratégico en este contenido?	
	Enfoque temático	¿Se aplica un enfoque temático en este contenido?	

ANEXO N°4 - VALIDACIÓN DEL PRIMER EXPERTO

Lima, 24 de agosto de 2022.

Mg. Estefany Yamil Morales Blanco

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle nuestro saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del curso de Tesis II en "Comunicación y Periodismo" de la Universidad Privada del Norte, se requiere validar los instrumentos con los cuales se recogerán la información necesaria para desarrollar la investigación y con la cual obtendré el grado de Licenciatura en bachiller.

El título de la investigación es: "La ética periodística en la cobertura mediática del Diario Trome durante la segunda vuelta electoral junio 2021"; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa. Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Instrumento (ficha de observación).
2. Matriz de validación de consistencia.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,



Firma

Nombre: Sol Madalengoitia Solis

DNI: 76420919



Firma

Nombre: Kevin Bernardo Charalla Nájera

DNI: 74871812

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	La ética periodística en la cobertura mediática del Diario Trome durante la segunda vuelta electoral junio 2021
Línea de investigación:	Tecnologías emergentes
Apellidos y nombres del experto:	Morales Blanco, Estefany Yamil
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cobertura mediática y ética periodística

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:



ANEXO N°5 - VALIDACIÓN SEGUNDO EXPERTO

Lima, 24 de agosto de 2022.

Mg. Aldo Antonio Tinoco Mujica

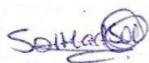
Es muy grato comunicarme con usted para expresarle nuestro saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del curso de Tesis II en "Comunicación y Periodismo" de la Universidad Privada del Norte, se requiere validar los instrumentos con los cuales se recogerán la información necesaria para desarrollar la investigación y con la cual obtendré el grado de Licenciatura en bachiller.

El título de la investigación es: "La ética periodística en la cobertura mediática del Diario Trome durante la segunda vuelta electoral junio 2021"; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa. Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Instrumento (ficha de observación).
2. Matriz de validación de consistencia.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,



Firma

Nombre: Sol Madalengoitia Solis

DNI: 76420919



Firma

Nombre: Kevin Bernardo Charalla Nájera

DNI: 74871812

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	La ética periodística en la cobertura mediática del Diario Trome durante la segunda vuelta electoral junio 2021
Línea de investigación:	Tecnologías emergentes
Apellidos y nombres del experto:	Tinoco Mujica, Aldo Antonio
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cobertura mediática y ética periodística

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Ninguna.

Firma del experto:


ANEXO N°6 - VALIDACIÓN TERCER EXPERTO

Lima, 1 de setiembre de 2022

Mg. Néstor Gustavo Rivera Gutiérrez-Merino

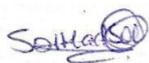
Es muy grato comunicarme con usted para expresarle nuestro saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del curso de Tesis II en "Comunicación y Periodismo" de la Universidad Privada del Norte, se requiere validar los instrumentos con los cuales se recogerán la información necesaria para desarrollar la investigación y con la cual obtendré el grado de Licenciatura en bachiller.

El título de la investigación es: "La ética periodística en la cobertura mediática del Diario Trome durante la segunda vuelta electoral junio 2021"; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa. Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Instrumento (ficha de observación).
2. Matriz de validación de consistencia.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,



.....
Firma

Nombre: Sol Madalengoitia Solis

DNI: 76420919



.....
Firma

Nombre: Kevin Bernardo Charalla Nájera

DNI: 74871812

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	La ética periodística en la cobertura mediática del Diario Trome durante la segunda vuelta electoral junio 2021
Línea de investigación:	Tecnologías emergentes
Apellidos y nombres del experto:	Mg. Néstor Gustavo Rivera Gutiérrez-Merino
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cobertura mediática y ética periodística

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias: ok.

Firma del experto:

