



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de **COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

“ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO  
DE LAS NOTICIAS DE PORTADA SOBRE EL  
COVID-19 EN EL DIARIO EL COMERCIO  
DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2020”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Comunicación y Periodismo**

**Autora:**

Claudia Cecilia Tasayco Menacho

**Asesor:**

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

2022

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	Christian Bruce Córdova Robles	41121026
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Julio Anthony Ortega Matias	06749857
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Ronald Guevara Perez	18160692
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## DEDICATORIA

Dedicado a mi familia, sobre todo a mi tío, mi hermano y mi abuelito. Sigán iluminándome con su luz para así hallarlos en las cosas cotidianas, porque siempre estará en mí y yo, haré que estén orgullosos de mi.

Por mi mamá, una guerrera en todas sus letras y la persona que me ha dado las fuerzas para seguir adelante. Porque me enseñó de determinación, rebeldía pero sobretodo porque sin ella, yo no sería nada.

Para mi tío, porque desde que tengo memoria ha sido como un papá para mí, siempre preocupado por mí y mis estudios. Sé que sin él, no estaría en este lugar hoy y por eso estoy eternamente agradecida con él.

Para mi mamita Oly, que día a día me ilumina con su presencia y me sigo asombrando con su fortaleza. Para mi tía Cecilia y primas, que desde lejos siempre me han apoyado y seguido cada paso que he dado.

Y por último para mi papi, él se fue antes de tiempo tal vez pero sigue vivo en mi corazón y en mi mente. Nunca hubiera logrado nada de esto sin ti papi, espero que desde el cielo estés orgulloso de mi.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a todos los profesores que me enseñaron durante esta aventura llamada universidad. Más que clases, han sido lecciones de vida, y más que conocimiento me transmitieron valores y la pasión necesaria para enamorarme de mi carrera.

## Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
ÍNDICE DE ANEXOS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
<b>1.1. Realidad problemática</b>	<b>10</b>
<b>1.2. Formulación del problema</b>	<b>19</b>
<b>1.3. Objetivos</b>	<b>20</b>
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	21
<b>2.1 Población y muestra</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Técnicas e instrumentos de recolección e investigación</b>	<b>22</b>
<b>2.3 Procedimiento</b>	<b>28</b>
<b>2.4 Aspectos éticos</b>	<b>28</b>
CAPÍTULO III: RESULTADOS	29
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	41
<b>4.1 Discusión</b>	<b>41</b>
<b>4.2 Conclusiones</b>	<b>42</b>
REFERENCIAS	44
ANEXOS	46

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	22
TABLA 2	23

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	29
FIGURA 2	30
FIGURA 3	31
FIGURA 4	32
FIGURA 5	33
FIGURA 6	34
FIGURA 7	35
FIGURA 8	36
FIGURA 9	37
FIGURA 10	38
FIGURA 11	39

## ANEXOS

ANEXO 1	46
ANEXO 2	48
ANEXO 3	50
ANEXO 4	55
ANEXO 5	60



## RESUMEN

El origen de este trabajo tiene como punto inicial el inicio de la pandemia originada por el brote del covid – 19. Los medios de comunicación tuvieron gran influencia en la población, por lo cual se decidió analizar uno de los más importantes en el Perú, el diario El Comercio. Siendo así, la presente investigación tiene como objetivo general el analizar las noticias de portada sobre el covid-19 que se presentaron en aquel medio de comunicación impreso de circulación nacional durante el primer trimestre del año 2020.

El estudio se realizó bajo un enfoque cualitativo, teniendo como objeto de estudio las portadas del mes de enero, febrero y marzo del diario El Comercio. La variable en esta investigación es tratamiento informativo y las dimensiones usadas para la medición del estudio son Titular, Alarmismo, Contextualización y Desarrollo de la noticia. Para finalizar, como resultado se obtuvo que el diario en cuestión mantuvo una postura objetiva durante el desarrollo de las noticias presentadas, cumpliendo con la misión de informar, sin embargo, también buscó influenciar en la población. Este fenómeno no fue en favor a alguna postura política, sino buscaba concientizar a los lectores.

**PALABRAS CLAVES:** género periodístico, titular, noticia, portada periodística, tratamiento informativo.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

El diario El Comercio es uno de los diarios más antiguos del país, por lo cual su portal web como su versión escrita son de gran difusión entre los lectores, tal como lo señala un estudio realizado por CPI (2017), donde señala que en Lima es el tercer diario más leído solo después de El Trome y Ojo. De hecho, sus publicaciones logran influir en la opinión de estos, teniendo en cuenta que cada periódico cuenta con una línea editorial.

Entonces, al momento que se comenzó a escuchar sobre el covid-19, más conocido como coronavirus, en el Perú, El Comercio ya había hecho publicaciones sobre esta afección, desde el 2014 cuando fue descubierta en Arabia Saudita. Sin embargo, esta enfermedad no fue motivo de portadas sino hasta enero del 2020 cuando en China, el coronavirus ya existente evolucionó y comenzó a cobrar vidas en Wuhan.

Espinosa (2020) sostiene que de su origen aún no hay mucha información pero que se cree que nació en un mercado de la ciudad anteriormente mencionada, el cual es considerado el primer foco infeccioso. Autoridades sanitarias de China, luego informaron que probablemente este virus tiene un origen animal, por lo cual este habría sido transmitido mediante la ingesta de un murciélago.

El coronavirus no tardó mucho tiempo en propagarse alrededor del mundo, por cual diversos diarios ya lo tenían como portada. El 11 de marzo del 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el covid-19 como una pandemia.

Begoña, Rodríguez y Del Camino (2010) afirman que “los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen” (p. 270).

Se puede considerar que, en tiempos de crisis, tal como sucede en la actualidad, los medios de comunicación, ya sean periódicos, canales de televisión, radios, plataformas web, etc., mantienen informada a la población en base a lo que necesitan saber.

Sin embargo, el que estos tengan el poder de tener la información de primera mano hace que se interprete de la manera en que la presentan. Por ejemplo, Blanco, Quesada y Teruel (2013) hicieron una investigación sobre las líneas editoriales con respecto al cambio climático, donde sostienen que:

Es importante poner en valor el papel de los medios de comunicación como formadores de opinión pública y su contribución a la correcta divulgación del problema para que los ciudadanos puedan valorar su magnitud y exigir la adopción de medidas para evitarlo. (p. 421)

Entonces, al ser considerados de tal manera, su influencia en la sociedad es alta. Sin embargo, esta depende mucho del tratamiento informativo que se le da a los temas que estos están abordando. Es decir, el tipo de género periodístico y qué es lo que realmente desea expresar con la información que se está brindando.

Es cierto que sin importar el género periodístico se siguen las siguientes preguntas en el lead: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿cómo?, sin embargo la forma de presentar esta información varía según el género usado.

Por ejemplo, Moreno (2000) sostiene que los géneros periodísticos satisfacen diversas necesidades en la sociedad. Es decir, que el propósito que tiene una crónica no es el mismo que el de una nota informativa, y eso el lector puede identificarlo rápidamente. Entonces se menciona todo esto, debido al contexto actual y la manera en que los medios de comunicación interpretan lo acontecido.

Por ejemplo, El Comercio es un diario activo en el Perú desde 1839. Su larga trayectoria lo ha posicionado como uno de los más importantes del país. A medida que la sociedad y tecnologías han evolucionado, este diario también, por lo cual actualmente manejan redes sociales y una plataforma web donde la inmediatez de sus noticias resalta.

Desde que apareció el covid-19 ha mantenido informados a los peruanos sobre esta problemática. Sin embargo, como ya se mencionó antes, todo diario tiene una línea editorial que seguir. Con esto, se puede interpretar que tiene una postura ante la crisis

y que sus noticias se basarán en esta. Claramente, no solo la sociedad está involucrada, sino también el Gobierno, con lo cual la manera en que aborda esta situación resulta ser un objeto de estudio.

El Comercio, normalmente presenta un editorial donde da a conocer su postura frente a la coyuntura y temas de interés nacional. Al momento que comenzó la pandemia, el Perú se encontraba con sus propios problemas internos por lo cual, ninguna de estas en el mes de enero, tuvo relación con el coronavirus.

Esto se debe a la situación que pasaba el país, sin embargo, las noticias sobre la situación de la enfermedad en China eran comunes. Por ejemplo, el diario The New York Times, de Estados Unidos, en sus publicaciones del mes de enero no solo informaba sobre el avance de la enfermedad en Asia, sino también recomendaciones a las personas que viajaban.

De haber sucedido esto en Perú, se habría podido interpretar que el diario quería dar un mensaje "tranquilizador", el cual buscaba no generar preocupación en la población. Eso es lo que esta investigación quiere identificar y analizar: el estudio de los mensajes que se presentan en las portadas periodísticas para definir el tratamiento informativo que se le da a la noticia.

### **Género periodístico:**

Los géneros periodísticos sirven para responder a las necesidades sociales (Moreno, 2009) y dentro de estas necesidades se puede distinguir la función de la

noticia. Sin embargo, se han adoptado nuevas representaciones lingüísticas y combinaciones de formatos desde la creación del periodismo digital (Barrios, Mar, Barragán y Villareal, 2016).

En el género interpretativo, Salaverría y Cortes (2005) sostienen que este se preocupa más en responder el cómo, porqué y para qué. Dentro de lo interpretativo podemos encontrar al reportaje que una profundización que interpreta y desarrolla la noticia, sin necesariamente dar una opinión (McDougall, 1983). Y por otro lado está la crónica, que es una interpretación de los hechos que busca hacer sentir al lector el haber sido testigo de los hechos relatados.

También se encuentra el género argumentativo, que contiene el editorial y a las columnas de opinión. La editorial no representa una opinión personal, sino una general del medio por donde fue publicada. Por otro lado, las columnas son textos argumentativos que pueden expresar una opinión personal o apreciación de un hecho noticioso.

### **Portada Periodística**

La portada periodística es lo primero que se ve de un diario. El lector ahí decide si es que el contenido será de su agrado e interés. García (2003) sostiene que la primera página de todo periódico demuestra la identidad, carácter y calidad de información que este pueda presentar. De la misma manera, establece jerarquías en la información y trae así redactores efectivos.

El mismo autor explica que existen dos tipos de portada, una llamada tradicional que presenta una distribución vertical de la información, así como una tipografía moderada y escaso uso de recursos gráficos. Y también está el tipo tabloide, que a diferencia de la tradicional, presenta elementos que hacen este tipo de portada más atractivo para el lector.

### **Línea Editorial**

La línea editorial es la posición de un medio de comunicación con respecto a algún tema en específico o el Gobierno incluso. Esta no se da a conocer, simplemente se logra interpretar dependiendo del tipo de información que este brinde y las críticas que haga.

Al igual que la agenda setting, la línea editorial de un medio influye en el consumidor. Es decir, la primera determina la relevancia que se le da a un tema y la segunda, de manera indirecta al dar su opinión o mostrar una perspectiva subjetiva termina por influir también en la del consumidor, incluso logrando que este se alinee a su ideología.

### **Titular**

En si, se refiere al título que lleva una noticia. Sin embargo, Zorrilla (2002) sostiene que su función va más allá de esto. Explica que funcionan como una oración de texto, las cuales deben ser bien construidas para así adoptar correctamente el contexto en el que se está usando.

Por otro lado, el profesor Alarcos Lorach (1977, p. 128) define la palabra titular como “los letreros con que se indica o se da a conocer el contenido, objeto o destino de un escrito impreso en los periódicos”. Sin embargo, una definición así limita su función comunicativa.

## **Teoría de la Comunicación**

### **Modelo de Lasswell**

Este es un modelo lineal, el cual aplica a este caso ya que no se recibe un feedback. De alguna manera, este restringe la información que se recibe, ya que esta se expresa de una manera sin importar como la interprete el receptor. El emisor termina en una posición de poder e influencia, mientras que el receptor actúa de manera pasiva al recibir la información sin opción a dar una retroalimentación. Se relaciona con la investigación ya que la información brindada por el diario no permite una retroalimentación, el lector recibe la información que el diario espera que reciba.

### **Agenda Setting**

La teoría de la agenda setting fue desarrollada en 1972 por Maxwell McCombs y Donald Shaw a partir de una investigación realizada por Walter Lippmann en 1922. Rubio (2013) sostiene que la agenda setting es una manera que tienen los medios de comunicación de influenciar en el público. Es decir, estos determinan qué temas serán de interés o no, y su manera de hacerlo es definiendo los espacios que se les brindan o no.



Varona (2011) sostiene que existe una relación entre la preocupación social y la atención mediática. Lo cual demuestra el poder y la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad. A medida que el periodismo ha ido evolucionando se ha trasladado también a las redes sociales, donde nuevas formas de aplicar la agenda setting han sido desarrolladas.

### **Antecedentes**

Costa (2011) en su investigación titulada "Tratamiento Informativo de una crisis de salud pública: Los titulares sobre gripe en la prensa española" realizada para la Revista de La SEECI, en España. Este estudio tiene como objetivo general confirmar o refutar la existencia de un tratamiento sensacionalista en el conjunto de textos analizados con respecto a la gripe A. Asimismo la investigación contiene las siguientes conclusiones:

En el estudio cuantitativo se pudo encontrar que entre los dos diarios existe una diferencia en el tratamiento informativo que se le da a la noticia. Por ejemplo, el diario El País mantiene mayor sobriedad en comparación a la Voz de Galicia, sin embargo, en ambos a medida que el tiempo pasa, los titulares van pasando a ser más alarmistas.

En el estudio cualitativo se encuentra una tendencia a hacer uso de cifras en las portadas, para así mantener alerta a la población. También se encuentra la marginalización de las víctimas, uso de lengua de guerra y personalización de la gripe A.

En conclusión, general se determinó que ambos diarios en sus titulares presentaban mayores signos de alarmismos que en el desarrollo de las noticias en sí, por lo cual se explicó que si el lector se guiaba de eso claramente el sentimiento predominante ante la situación sería de temor.

Parejo y Martín Pena (2020) en su artículo "Tratamiento informativo de la prensa española sobre la COVID-19 antes del estado de alarma" para la Revista Española de Comunicación en Salud. Este artículo como objetivos medir de forma colaborativa el grado de excelencia en las informaciones presentadas por la presan española y motivar trabajo en clases. En esta ocasión la metodología usada fue "estudio de casos", donde el objeto de estudios fueron los principales medios españoles impresos en sus ediciones digitales, tales como: El País, El Mundo, La Vanguardia, El ABC y La Razón.

Como resultado se obtuvo que las notas presentadas por estos diarios carecían de originalidad, sin embargo el tratamiento informativo dado a estas no eran sensacionalistas. También que un gran porcentaje de las noticias presentadas (54%) se encontraba en el sector "Sociedad" de los diarios, a pesar de ser un tema de salud. También se encontró que se utilizaban titulares cortos, carentes de recursos literarios, con lo cual se concluye que el tratamiento que se les dio a estas notas fue totalmente informativo.

Herrera (2016) en su tesis "La verdad informativa y los temas de salud pública: Distorsión de la verdad informativa en el tratamiento impreso sobre la gripe AH1N1" para optar al título profesional en Comunicación y Periodismo, en la Universidad

Peruana de Ciencias Aplicadas. El cual tiene como principales objetivos explicar cómo fue la construcción de la verdad informativa sobre el virus y demostrar la distorsión en la construcción de la verdad informativa. Esta investigación tiene como objeto de estudios las portadas de los diarios peruanos entre abril y mayo del 2009. La muestra fue de 16 portadas, para lo cual se realizó un análisis de estas.

Como conclusión se pudo determinar que el tratamiento dado a la difusión de la llegada de la gripe AH1N1 al Perú fue totalmente trasgiversado. En ocasiones, algunos diarios informaron de manera precipitada sin tener algún sustento. Incluso el factor religioso influyó en esta tendencia al alarmismo, ya que se utilizaron términos como “plaga” o referencias a la imagen de Cristo. Todo esto desacreditó la labor de las autoridades, por lo cual, la construcción y tratamiento informativo de un tema en salud pública debe ser abordado con la seriedad debida para no caer en sensacionalismos.

## **1.2. Formulación del problema**

### **Pregunta General**

¿Cómo se presenta el tratamiento informativo de las noticias de portada del Covid-19 en el diario El Comercio durante el primer trimestre 2020?

### **Preguntas específicas**

- ¿De qué manera se presentan los titulares de las noticias de portada del Covid-19 en el diario El Comercio durante el primer trimestre 2020?
- ¿De qué manera se presenta el uso del lenguaje en las noticias de portada del Covid-19 en el diario El Comercio durante el primer trimestre 2020?
- ¿De qué manera se presenta la claridad en las noticias de portada del Covid-19 en el diario El Comercio durante el primer trimestre 2020?

### **1.3. Objetivos**

#### **Objetivo General**

Analizar la manera en que se presenta el tratamiento informativo de las noticias de portada del Covid-19 en el diario El Comercio durante el primer trimestre 2020.

#### **Objetivos Específicos**

Estudiar la manera en que se presentan los titulares de las noticias de portada del Covid-19 en el diario El Comercio durante el primer trimestre 2020.

Explicar la manera en que se presenta el uso del lenguaje en las noticias de portada del Covid-19 en el diario El Comercio durante el primer trimestre 2020.

Describir la manera en que se presenta la claridad en las noticias de portada del Covid-19 en el diario El Comercio durante el primer trimestre 2020.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La presente investigación es de enfoque cualitativo debido a que es una investigación que busca analizar un contenido. Este enfoque se caracteriza por rechazar la pretensión racional y en su lugar da importancia al contexto. Se caracteriza por ser descriptivo, inductivo, holístico, fenomenológico, estructural sistémico y sobre todo flexible (Mesías, 2010). Se realizará una investigación observacional no experimental, donde se hará un análisis de contenido.

Esto con la finalidad de determinar la relación entre la variable y las dimensiones para así poder establecer el tratamiento informativo que se le está dando a la muestra analizada. Berelson (1952), afirma que el análisis de contenido es una técnica de investigación que tiene características que se basan en la interpretación del contenido.

Es un procedimiento que permite analizar y cuantificar los materiales de la comunicación humana. En general, puede analizarse con detalle y profundidad el contenido de cualquier comunicación (Holsti, 1968).

También se realizará una investigación de corte transversal. Sánchez (2014) sostiene que "el diseño de estudios transversales se define como el diseño de una investigación observacional, individual, que mide una o más características o enfermedades (variables), en un momento dado". Esto debido a que el análisis se realizará mediante una ficha de observación.

## **2.1. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)**

### **Población**

Conociendo que la población es la totalidad de elementos, ya sea unidades o individuos, que serán objeto de estudio, se tiene que en este caso la población está conformada por las portadas del diario El Comercio, en sus ediciones del primer trimestre del año 2020 (91 portadas).

### **Muestra**

Siendo que se tomará como población las portadas del diario El Comercio en sus ediciones del primer trimestre del año 2020, la muestra a seleccionar se establecerá de la siguiente manera: enero (4 portadas), febrero (3 portadas) y marzo (5 portadas), las cuales suman un total de 12 portadas periodísticas. Sin embargo, de estas se analizarán bajo los criterios de inclusión y exclusión determinados para esta investigación, debido a que no todas cumplen con los requisitos para el análisis que se plantea.

En esta ocasión se usará una técnica de muestreo no probabilístico intencional, que Otzen y Materola (2017) definen como la selección de muestras que sean de más utilidad al estudio.

## **2.2. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

Quecedo y Castaño (2002) sostienen que la metodología cualitativa es la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable. Entra las técnicas que pueden aplicarse

en esta metodología se encuentra la observación cualitativa la cual según Santos (1999) es la piedra angular en este tipo de investigaciones ya que se tiene que formar a la mente, para que pueda así descifrar mediante las teorías el mensaje de las piezas analizadas.

Como instrumento de usará una ficha de observación. Esta se define como un instrumento donde se define de manera detallada las características del objeto a analizar.

### Definición conceptual y operacionalización de las variables

A continuación, se presenta el cuadro de las definiciones conceptuales, en el que se explican las relaciones entre las variables y las unidades temáticas

**Tabla 1 (anexo 1)**

Definición conceptual de las variables y sus unidades temáticas

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Unidades temáticas</b>	<b>Definición Conceptual</b>
Tratamiento informativo	Cualificación que los medios hacen de una noticia, ya sea de manera positiva o negativa. (Fellanafe, 1973)	Titular	Primera impresión de una noticia, el título y lo que impacta en primer lugar al lector.
		Claridad	Es la organización de oraciones y palabras, de manera tal que independientemente del tipo de texto, este sea entendible a primera vista. Para esto tiene que estar bien

	estructurado gramaticalmente.
Lenguaje	Se refiere al lenguaje utilizado en un titular y si este busca informar o solo causar alarma en el lector.

*Nota: La tabla explica la definición conceptual de la variable y sus unidades temáticas.*

A continuación, se presenta el cuadro en el que se explica como se desglosa a las unidades temáticas, en sub unidades temáticas y estas a su vez en ítem:

**Tabla 2**

**Descripción del desglose de las unidades temáticas**

Variable	Definición Operacional	Unidad Temática	Sub Unidad Temática	Ítem
Tratamiento informativo	Cualificación que los medios hacen de una noticia, ya sea de manera positiva o negativa. (Fellanafe, 1973)	Titulares	Figuras literarias	Figuras gramaticales Figuras de pensamiento Figuras de sentido
			Impacto	En su significado explica que es un conjunto de efectos que determinado hecho ocasiona en el entorno.
			Longitud	Para escribir un titular que las personas quieran leer y se sientan atraídos, en prensa escrita este no debe sobrepasar las 13 palabras



	Originalidad	Es una cualidad que hace a un elemento algo novedoso y atractivo hacia el lector
Claridad	Concisión	Este concepto se refiere a la omisión de datos, verbos o palabras en general, que quiten claridad a la oración.
	Coherencia	Esta es una propiedad que otorga al texto la capacidad de ser leído sin problema alguno. La estructura semántica de este permite que todas las palabras u oraciones tenga conexión alguna
	Imparcialidad	Se refiere al sentido que se le está dando al texto, para evaluar si es, como ya se dijo anteriormente, objetivo o no.
Lenguaje	Alarmismo	Se busca determinar si está usando un lenguaje persuasivo para influir en el lector, lenguaje alarmista

---

	o simplemente busca informar.
Veracidad de la información	Se refiere a si la información presentada tiene algún fundamento confiable o solo cae en alarmismo o sensacionalismo.
Uso de Cifras	Este ítem se refiere al uso de las cifras en las portadas, ya sea número de enfermos, recuperados o pacientes que requieren atención especial. También aplica para cifras económicas.
Apoyo Gráfico	Los titulares suelen ir acompañados de algún apoyo gráfico, sin embargo este también influye en la intención comunicativa que el medio de comunicación tenga.

---

Nota: En este cuadro se explican la variable y sus dimensiones, con sus respectivas subtemáticas.

### 2.2.1. Descripción de los instrumentos

En esta investigación se utilizará la técnica de la Observación Cualitativa, la cual consiste en realizar una observación para recolectar datos. También se utilizará una ficha de observación, la cual permitirá realizar un análisis más detallado.

#### 2.2.1.1. **Técnica**

Como técnica se realizará una Observación Cualitativa, la cual es debido a que la observación en la investigación cualitativa no se reduce simplemente a la acción de mirar, sino que abarca una noción más integral de la contemplación de dinámicas y procesos sociales (Adler y Adler 1998). Se aplicará debido a la necesidad de realizar un análisis completo, relacionando el material a investigar con las dimensiones y variable propuestas.

#### 2.2.1.2. **Instrumento**

En esta oportunidad se hará uso de una ficha de observación como instrumento. Su objetivo primario es registrar el comportamiento sin interferirlo. Como observador se debe hacer todo lo posible para mantenerse al margen de la conducta que se está observando para no estorbar ni interferirla (Salkind, 1999). De esta manera, se podrá llegar a los objetivos planteados y comprobar las hipótesis propuestas.

#### 2.2.2. **Validez y confiabilidad del instrumento**

En el desarrollo de la investigación se crea un instrumento que tenga las características necesarias para obtener resultados pertinentes, en este caso

una ficha de observación. Por lo que el instrumento ha sido validado por tres expertos en el área de periodismo, para que brinden validez de contenido:

- Doris Neira Saldaña
- Nestor G. Rivera Gutierrez-Merino
- Paco Moreno Tineo

### **2.3. Procedimiento**

Para realizar esta investigación se recolectaron datos de una ficha de observación de las portadas del diario El Comercio durante el primer trimestre del 2020 en su versión impresa. En estas se seleccionaron las noticias referentes al covid-19. De total de 91 ediciones se tomaron doce (12), las cuales presentaban titulares relevantes referentes al tema.

Se evaluó la relación de la variable entre las dimensiones, debido a que se quiere lograr un análisis del tratamiento informativo que el diario le dio a este tema. Así que se analizarán los titulares, la claridad y el lenguaje usados en las noticias a estudiar.

### **2.4. Aspectos Éticos**

Este trabajo de investigación se realizó con fuentes confiables, tales como tesis, artículos científicos y libros, por lo cual se garantiza la transparencia y veracidad de la misma.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

Portadas del Diario El Comercio		
<p><i>Portada 1 (21/01/2020): “Se expande la preocupación en China por nuevo y extraño virus que causa neumonía” (Imagen N° 1)</i></p>		
Titular	Claridad	Lenguaje
<p><b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.</p>	<p><b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.</p>	<p><b>Alarmismo:</b> El uso de letras rojas en el titular, da la sensación de peligro. La frase: “El contagio es de humano a humano”, también genera alarmismo al poner la interacción humana como peligrosa.</p>
<p><b>Impacto:</b> El titular de por si genera impacto al usar la frase “Se expande la preocupación”.</p>	<p><b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.</p>	<p><b>Veracidad:</b> Al mencionar a la Organización Mundial de la Salud, la noticia adquiere mayor credibilidad.</p>
<p><b>Longitud:</b> Tiene 14 palabras, por lo cual no excede en mucho el promedio y es de fácil lectura.</p>	<p><b>Imparcialidad:</b> No tiene ninguna postura más que informar.</p>	<p><b>Uso de cifras:</b> Presenta cifras, tanto para informar sobre infectados y fallecidos.</p>
<p><b>Originalidad:</b> No presenta originalidad, al solo cumplir la función de informar.</p>		<p><b>Apoyo Gráfico:</b> Utiliza una imagen de dos personas caminando con mascarilla, por lo que se da a entender que ello es lo más seguro.</p>

**Portadas del Diario El Comercio**

*Portada 2 (22/01/2020): “Más controles por temor a nuevo virus” (Imagen N° 2)*



Titular	Claridad	Lenguaje
<p><b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.</p>	<p><b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.</p>	<p><b>Alarmismo:</b> El virus aún no había llegado a Perú, sin embargo, ya se estaba hablando de controles en aeropuertos. También se menciona el primer contagiado en Estados Unidos, un país con mucho contacto con el Perú. Expone los síntomas también.</p>
<p><b>Impacto:</b> El titular de por sí genera impacto las usar la palabra “temor” en su titular.</p>	<p><b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.</p>	<p><b>Veracidad:</b> Al señalar que el virus se encuentra en diversas partes el mundo.</p>
<p><b>Longitud:</b> Usa siete palabras, por lo cual es un texto rápido y ligero de leer.</p>	<p><b>Imparcialidad:</b> No presenta ninguna postura ante la enfermedad.</p>	<p><b>Uso de cifras:</b> Usa cifras nuevamente, para presentar contagiados y fallecidos.</p>
<p><b>Originalidad:</b> Solo cumple la función de informar.</p>		<p><b>Apoyo gráfico:</b> Usan una imagen de persona a la cual se le está tomando la temperatura para sustentar el titular.</p>

**Portadas del Diario El Comercio**

**Portada 3 (23/01/2020): “El Perú se alista ante probable llegada del coronavirus” (Imagen N° 3)**



<b>Titular</b>	<b>Claridad</b>	<b>Lenguaje</b>
<p><b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.</p>	<p><b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.</p>	<p><b>Alarmismo:</b> La posible llegada del virus ya generaba alarmismo. Los elementos que acompañan el titular, pueden impresionar fácilmente al lector.</p>
<p><b>Impacto:</b> La enfermedad se veía como algo lejano. Sin embargo, al contextualizarla en el Perú genera impacto en el lector.</p>	<p><b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.</p>	<p><b>Veracidad:</b> Al hablar de que en la ciudad del brote se ha prohibido la salida de los habitantes.</p>
<p><b>Longitud:</b> Tiene nueve palabras, por lo cual no es un texto pesado.</p>	<p><b>Imparcialidad:</b> No presenta ninguna postura.</p>	<p><b>Uso de cifras:</b> En esta oportunidad no usa cifras.</p>
<p><b>Originalidad:</b> No necesita al solo cumplir la labor de informar.</p>		<p><b>Apoyo gráfico:</b> La imagen utilizada presenta a una persona totalmente protegida. Esto, de alguna manera u otra, muestra que el virus es extremadamente peligroso.</p>

Portadas del Diario El Comercio		
Portada 4 (28/01/2020): “Minsa evalúa cuatro casos sospechosos de coronavirus” (Imagen N° 4)		
Titular	Claridad	Lenguaje
<p><b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.</p>	<p><b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.</p>	<p><b>Alarmismo:</b> La posible llegada del virus genera alarmismo entre la población, a lo que se suma que los probables infectados se encuentran en un hospital de asistencia masiva.</p>
<p><b>Impacto:</b> Al señalar que el virus podría encontrarse en el Perú al sospecharse de cuatro casos, genera impacto en el lector.</p>	<p><b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.</p>	<p><b>Veracidad:</b> Al referir que la información proviene de una institución estatal: el Minsa.</p>
<p><b>Longitud:</b> Tiene siete palabras, por lo cual no es un texto pesado.</p>	<p><b>Imparcialidad:</b> Si bien sigue manteniendo un estilo informativo y sobrio, ya hay una señal de alertar a la población sobre la inminente llegada del virus.</p>	<p><b>Uso de cifras:</b> Usa cifras para enfatizar en los posibles contagios y la cantidad de 100 fallecidos alrededor del mundo.</p>
<p><b>Originalidad:</b> No necesita al solo cumplir la labor de informar.</p>		<p><b>Apoyo gráfico:</b> La imagen utilizada grafica a una persona joven que usa mascarilla y cuyo rostro da la sensación de que probablemente esté infectado con el virus.</p>




Portadas del Diario El Comercio		
<b>Portada 5 (10/02/2020): “Coronavirus supera en solo dos meses mortalidad que causó el SARS en dos años” (Imagen N° 5)</b>		
<b>Titular</b>	<b>Claridad</b>	<b>Lenguaje</b>
<b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.	<b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración, sin embargo la mención del SARS podría generar duda en el lector.	<b>Alarmismo:</b> El enfatizar en la mortalidad del virus es una forma de alertar a la población para estar preparada.
<b>Impacto:</b> El impacto se genera al hacer una comparación entre una enfermedad con más antigüedad y una nueva.	<b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.	<b>Veracidad:</b> Si bien no se precisa se hace referencia a registros oficiales que confirman dicha información.
<b>Longitud:</b> Tiene catorce palabras, por lo cual no es un texto pesado.	<b>Imparcialidad:</b> Si bien sigue manteniendo un estilo informativo sobrio, la información resulta siendo alarmante.	<b>Uso de cifras:</b> Usa cifras para enfatizar en el tiempo comparado y los fallecidos dejados por cada enfermedad
<b>Originalidad:</b> No necesita al solo cumplir la labor de informar.		<b>Apoyo gráfico:</b> No presenta.

**Portadas del Diario El Comercio**

**Portada 7 (28/02/2020): “El temor al coronavirus ha arribado” (Imagen N° 7)**




Titular	Claridad	Lenguaje
<p><b>Figura Literaria:</b> Se expresa del temor al coronavirus como si fuese un turista que arribó al país.</p>	<p><b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.</p>	<p><b>Alarmismo:</b> El titular de por si es alarmante, pero lo que le agrega más alarmismo es el cuadro rojo en la esquina superior indicando que la imagen presentada es en Perú.</p>
<p><b>Impacto:</b> El impacto lo genera al mostrar que en Perú el coronavirus dejó de pasar desapercibido.</p>	<p><b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.</p>	<p><b>Veracidad:</b> Presenta datos basados en fuentes oficiales, aunque los mismos no son precisados.</p>
<p><b>Longitud:</b> Tiene seis palabras, por lo cual no es un texto pesado.</p>	<p><b>Imparcialidad:</b> Al emplear “temor” deja de ser imparcial para mostrar una realidad por más alarmante que sea.</p>	<p><b>Uso de cifras:</b> No emplea cifras.</p>
<p><b>Originalidad:</b> No necesita al solo cumplir la labor de informar.</p>		<p><b>Apoyo gráfico:</b> Presenta a personas usando mascarilla ingresando al Perú a través del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.</p>

Portadas del Diario El Comercio		
Portada 8 (07/03/2020): “Detectan a primer infectado” (Imagen N° 8)		
		
Titular	Claridad	Lenguaje
<p><b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.</p>	<p><b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.</p>	<p><b>Alarmismo:</b> Genera alarma el hecho de que el Perú ya no es ajeno al virus, indicando que el infectado llevaba ya varios días en territorio peruano. Por otro lado, comienza a mostrar noticias complementarias al hecho de que el virus llegó al país.</p>
<p><b>Impacto:</b> Luego de dos meses de presentar información sobre el coronavirus, se impacta al lector comunicándole que el virus ya llegó al Perú.</p>	<p><b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.</p>	<p><b>Veracidad:</b> Presenta información de fuentes oficiales, aunque no las precisa.</p>
<p><b>Longitud:</b> Tiene cuatro palabras, por lo cual no es un texto pesado.</p>	<p><b>Imparcialidad:</b> Muestra imparcialidad.</p>	<p><b>Uso de cifras:</b> Presenta fechas y cifras para enfatizar en la situación mundial.</p>
<p><b>Originalidad:</b> No necesita al solo cumplir la labor de informar.</p>		<p><b>Apoyo gráfico:</b> La fotografía nos muestra el interior de un hospital de la capital, expresando que el miedo colectivo se comienza a percibir en los centros médicos.</p>

Portadas del Diario El Comercio		
Portada 9 (09/03/2020): "Descarte del covid-19 no se hace en clínicas" (Imagen N° 9)		
Titular	Claridad	Lenguaje
<b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.	<b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.	<b>Alarmismo:</b> Genera alarma ya que la gente hasta ese momento tiene la duda de donde hacerse una prueba.
<b>Impacto:</b> Genera impacto ya que demuestra que el país se encuentra en la necesidad de realizar pruebas de descarte.	<b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.	<b>Veracidad:</b> Fuentes del gobierno son las que proporcionan la información.
<b>Longitud:</b> Tiene 7 palabras, por lo cual no excede en mucho el promedio y es de fácil lectura.	<b>Imparcialidad:</b> Si bien sigue manteniendo un estilo informativo sobrio, brinda las declaraciones de un ente mundial de la Salud, lo cual ya presenta una posición de alerta.	<b>Uso de cifras:</b> No presenta uso de cifras.
<b>Originalidad:</b> No presenta originalidad, al solo cumplir la función de informar.		<b>Apoyo Gráfico:</b> Si bien no está relacionado a la noticia principal, se muestra a través de él que en algunos lugares del mundo ya se está estableciendo el distanciamiento social.

Portadas del Diario El Comercio		
Portada 10 (12/03/2020): "Medidas extremas" (Imagen N° 10)		
		
Titular	Claridad	Lenguaje
<p><b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.</p>	<p><b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.</p>	<p><b>Alarmismo:</b> La presencia de noticias relacionadas a medidas que se tomarán ante la propagación del virus pone en alerta a los lectores, ya que es un tema con el que tienen que empezar a convivir.</p>
<p><b>Impacto:</b> Las medidas de bioseguridad ya no son ajenas a nuestro país y comienzan a hacerse presentes.</p>	<p><b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.</p>	<p><b>Veracidad:</b> Explica normas impuestas por el Poder Ejecutivo.</p>
<p><b>Longitud:</b> Son dos palabras.</p>	<p><b>Imparcialidad:</b> No presenta alguna postura frente al tema.</p>	<p><b>Uso de cifras:</b> Usa cifras para referirse a las pérdidas económicas que sufrirá el país.</p>
<p><b>Originalidad:</b> No necesita al solo cumplir la labor de informar.</p>		<p><b>Apoyo gráfico:</b> Presenta una fotografía de personal de seguridad tomando la temperatura a población como medida preventiva ante la propagación del coronavirus.</p>

Portadas del Diario El Comercio		
Portada 11 (16/03/2020): "#YOMEQUEDOENCASA" (Imagen N° 11)		
		
Titular	Claridad	Lenguaje
<p><b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.</p>	<p><b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.</p>	<p><b>Alarmismo:</b> Había confusión con las normas impuestas, sin embargo el diario trata de apaciguar el alarmismo explicándolo de manera detallada.</p>
<p><b>Impacto:</b> La portada apenas presenta noticias. Solo se refiere al aislamiento obligatorio impuesto por el gobierno.</p>	<p><b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.</p>	<p><b>Veracidad:</b> Explica lo dicho por el Presidente del momento.</p>
<p><b>Longitud:</b> Son cinco palabras juntas que forman una sola.</p>	<p><b>Imparcialidad:</b> Presenta una postura de apoyo al gobierno, ya que enfatiza en las normas impuestas y trata de influir en que la población acate la norma.</p>	<p><b>Uso de cifras:</b> Usa cifras para referirse al número de contagiados al momento.</p>
<p><b>Originalidad:</b> La originalidad radica en el hashtag presentado para así no solo impactar en prensa sino también en redes sociales.</p>		<p><b>Apoyo gráfico:</b> Usa una caricatura de personas usando mascarilla.</p>

**Portadas del Diario El Comercio**

**Portada 12 (19/03/2020): "Prohibido circular en todo el Perú de 8 p.m. a 5 a.m." (Imagen N° 12)**



<b>Titular</b>	<b>Claridad</b>	<b>Lenguaje</b>
<b>Figura Literaria:</b> No presenta ninguna figura literaria.	<b>Concisión:</b> No presenta elementos que dificulten el entendimiento de la oración.	<b>Alarmismo:</b> Busca informar y a la vez hacer que las personas en base al alarmismo respeten las normas impuestas.
<b>Impacto:</b> La manera en que es presentado el titular genera impacto hasta un sentido de autoridad.	<b>Coherencia:</b> La oración está bien estructurada.	<b>Veracidad:</b> Presenta información brindada por entidades del gobierno.
<b>Longitud:</b> Tiene diez palabras, por lo cual no es un texto pesado.	<b>Imparcialidad:</b> Muestra un apoyo total al gobierno.	<b>Uso de cifras:</b> Usa cifras para especificar la inversión que se hará para mitigar el impacto económico.
<b>Originalidad:</b> No necesita al solo cumplir la labor de informar.		<b>Apoyo gráfico:</b> Presenta militares en las calles, lo cual puede generar hasta temor en la población. Sin embargo es para que se respete lo dicho por el gobierno.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. Discusión

Costa (2011) en su investigación "Tratamiento informativo de una crisis de salud pública: Los titulares sobre Gripe A en la prensa española" señala que los titulares que contienen cifras o figuras literarias causan más impacto en el lector. En el caso de esta investigación los resultados señalan que si bien es una manera de mantener informada a la población, el especificar diariamente el número de fallecidos por alguna enfermedad tiene un impacto en el lector ya que genera más preocupación y sentido de alerta, por lo que se coincide que hay ciertos elementos que suelen incluirse en los titulares para así llamar la atención del lector.

Sin embargo difiere en el tratamiento informativo brindado a la enfermedad en cuestión. En su caso, buscaban personalizar a la enfermedad, utilizar lenguaje de guerra o incluso gráficas alarmantes para así causar mayor llegada a la población. En cambio en el estudio desarrollado podemos apreciar que el alarmismo no llega a tal magnitud.

Parejo y Martín Pena (2020) "Tratamiento informativo de la prensa española sobre la covid 19 antes del estado de alarma" señalan que los titulares que se relacionan al covid no sobrepasan en su mayoría las nueve palabras ya que son concisos y claros con el mensaje que buscan brindar, sin embargo también resalta que estos carecen de originalidad. Por lo que esto coincide con los resultados de la presente investigación, ya que en su mayoría, no se encontró originalidad en los objetos de estudio, así como se observa que los titulares son



claros, coherentes y precisos ya que no son largos ni de complicada lectura. Esto implica que, los diarios que buscan mantener un tono meramente informativo no redundan en la información brindada, sino tratan de hacerla clara y simple.

Por último, Herrera (2016) en su investigación "La verdad informativa y los temas de salud pública : Distorsión de la verdad en el tratamiento informativo sobre la gripe AH1N1" demuestra como la prensa distorsiona totalmente la enfermedad, generando pánico entra la población. Por lo que coincide en afirmar que el lenguaje utilizado puede causar diferentes reacciones en el lector. Coincide en que el apoyo gráfico, combinado con el alarmismo y el uso de cifras, usados de una manera sensacionalista pueden tener un impacto negativo en quien recibe la noticia.

Esto implica que, los elementos mencionados anteriormente, cumplen una función bastante relevante en la redacción de noticias y sobre todo, si se les da un mal uso pueden tener consecuencias negativas.

#### **4.2. Conclusiones**

A continuación se presentará las conclusiones de la presente investigación:

**Primera conclusión:** Con respecto a la dimensión titular se concluye que la longitud, originalidad, impacto y uso de figuras literarias terminan por otorgar una construcción textual, la cual es la primera impresión del lector. Según la manera en que se usen estos elementos dependerá el tratamiento informativo que se perciba en el titular.

**Segunda conclusión:** Con respecto a la dimensión claridad se puede concluir que la concisión, la coherencia y la imparcialidad hacen que un titular de portada pueda ser de fácil lectura y por ende, de fácil comprensión. Esto es un factor importante que se debe tomar en cuenta al redactar una noticia de portada, ya que es la primera impresión que tiene el lector, y la presencia de un titular impreciso puede generar confusión, sin siquiera haber tenido la intención de leer el contenido.

**Tercera conclusión:** Con respecto a la dimensión lenguaje, se puede comprobar que los elementos alarmismo, veracidad, apoyo gráfico y uso de cifras son de gran relevancia en una noticia de portada. Mientras más importante sea la noticia, es más probable que se usen recursos gráficos. Si se quiere generar un impacto el uso de cifras es una buena opción, y también el alarmismo y la veracidad parecen ir juntos. Es decir, el hablar de una enfermedad altamente contagiosa ya genera alarma en la población, pero el corroborar la presencia de esta mediante una entidad mundial ya genera más alarmismo y preocupación entre los lectores ya que, claramente, no es una situación de juego.

Como **conclusión general**, se puede interpretar que el diario tuvo un tratamiento informativo alejado, en medida de lo posible, del alarmismo hasta el momento en que el covid-19 se hizo presente en el país. No usó recursos que pudieran generarlo, sin embargo, el alarmismo se dejó a interpretación del lector, es decir, que indirectamente la información brindada podía ser tomada como eso: información o como un signo de alarma ante el cual la población debería estar atento.

Luego de que el virus llegara al Perú, el tratamiento informativo pasó a tener una tendencia más alarmista ya que la población no tomaba en cuenta las medidas impuestas por el Gobierno. Entonces, el recurso que se usó para hacer llegar un mensaje de responsabilidad, incluso generando temor fueron los medios masivos como el periódico.

## REFERENCIAS

- Blanco, E. ,Quesada M, y Teruel, L. (2013). *From Kyoto to Durban. Mass media editorial position about climate change*. Revista Latina de Comunicación Social 68 (983) 420-435 <https://bit.ly/3t3Grv8>
- Costa, R. (2011) “*Tratamiento informativo de una crisis de salud pública los titulares sobre gripe a en la prensa española*” Revista de la SEECI, ISSN-e 1576-3420, Año 14, N°. 25 (Julio), 2011, pág. 43 <https://bit.ly/3wUQ0yB>
- CPI. (2017). *Estudio de lectoría de diarios en Lima y 15 principales ciudades*. [archivo PDF] <https://bit.ly/38tomzr>
- Gutierrez, B., Rodríguez, M. y del Camino, M. (2010). *El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española*. Signo y Pensamiento 2010 XXIX (57) <https://bit.ly/3NpzHiU>
- Herrera, K. (2016) “La verdad informativa y los temas de salud pública. Distorsión de la verdad informativa en el tratamiento impreso sobre la gripe AH1N1” [Tesis de titulación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] <https://bit.ly/3z2oMb1>
- Mesias, O. (2010) “La investigación cualitativa” [Archivo PDF] <https://bit.ly/3z4pMLH>
- Moreno, P. (2000). *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*. Ámbitos, núm. 5, julio-diciembre, 2000, pp. 169-190 <https://bit.ly/3GtI7n6>

- Parejo, M. y Martín Pena, D. (2020) " Tratamiento informativo de la prensa española sobre la COVID-19 antes del estado de alarma" Revista española de comunicación en Salud, 218-225. <https://bit.ly/3NJti1Y>
- Rubio, R. ( 2013) "Twitter y la teoría de la Agenda Setting: mensajes de la opinión pública digital " Estudios sobre el Mensaje Periodístico Vol. 20, Núm. 1 (2014) 249264 <https://bit.ly/38Qhblh>
- Sanchez, D. (2007) "El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno" Revista Lasallista de Investigación, vol. 4, núm. 1, 2007, pp. 67-73 <https://bit.ly/3LQv8wU>
- Varona, C. (2011) "Medios de comunicación y punitivismo" [Archivo PDF] <https://bit.ly/3z4IpPy>
- Zorrilla(2002) "El titular de la noticia : estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional" <https://eprints.ucm.es/1865/>

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>Título</b>	<b>Problema</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable</b>	<b>Metodología</b>
“Análisis del tratamiento informativo de las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en enero del 2020”	<b>General</b>	<b>General</b>	<b>General</b>	Tratamiento informativo	<b>Enfoque de a investigación</b>
	¿Cómo se presenta el tratamiento informativo de las noticias de portada del Covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020?	Analizar el tratamiento informativo de las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020	El tratamiento informativo de las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020 se basan en el titular, lenguaje comunicacional y ubicación	Manera en la que el medio de comunicación aborda un tema en específico	Cualitativo
	<b>Específicos</b>	<b>Específicos</b>	<b>Específicos</b>	<b>Categoría / sub categoría</b>	<b>Diseño de la Investigación / Tiempo de ejecución del estudio</b>
	¿De qué manera se presentan los titulares de las noticias de portada del	Analizar los titulares de las noticias de portada del covid-10 de un diario peruano en	En las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de	Titular <ul style="list-style-type: none"> <li>- Figuras literarias</li> <li>- Impacto</li> <li>- Originalidad</li> <li>- Longitud</li> </ul>	No experimental

	<p>covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020?</p>	<p>el mes de enero del 2020</p>	<p>enero del 2020 el uso de titulares se basa en recursos literarios e impacto</p>		
	<p>¿De qué manera se presenta el uso del lenguaje comunicacional en las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020?</p>	<p>Analizar el lenguaje comunicacional en las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020</p>	<p>En las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020 el uso del lenguaje comunicacional se presenta mediante el impacto visual y el impacto social.</p>	<p>Claridad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coherencia</li> <li>- Concisión</li> <li>- Actualidad</li> <li>- Imparcialidad</li> </ul>	<p><b>Tipo de Investigación</b></p>
	<p>¿De qué manera se presenta la ubicación de las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020?</p>	<p>Analizar la ubicación de las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020</p>	<p>En las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020 la ubicación se basa en la relevancia y la notabilidad.</p>	<p>Alarmismo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de lenguaje</li> <li>- Apoyo gráfico</li> <li>- Uso de cifras</li> <li>- Veracidad en la información</li> </ul>	<p>Análisis de contenido</p>
					<p><b>Población</b></p> <p>Portadas del Diario el Comercio</p>

**ANEXO 2**

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 001**

VARIABLE	UNIDAD TEMÁTICA	UNIDAD SUBTEMÁTICA	ÍTEM	SÍ	NO	OBSERVACIONES
TRATAMIENTO INFORMATIVO	TITULAR	FIGURAS LITERARIAS	Están presente en los titulares para hacerlo más llamativo.		x	No se hace uso de recursos literarios.
			Cumplen un propósito comunicativo al ser usadas.	x		Al no presentarlos no cumplen con ningún propósito.
		IMPACTO	Capta la atención del lector.	x		La combinación de recursos hace que llame la atención del lector.
			Genera algún tipo de sensación en el lector.		x	Trata de generar empatía en el lector al relacionar la enfermedad con compatriotas en otro país.
		ORIGINALIDAD	No es un titular que ya se haya visto en otro medio de comunicación.		x	Los titulares carecen de originalidad.
			Es novedoso.		x	
		LONGITUD	No es muy largo, por lo cual resulta rápido de leer.	x		Los titulares cortos suelen ser más llamativos a la vista que



			Los titulares concisos captan la atención del lector.	x		los largos debido a la simplicidad en lectura.	
<b>CLARIDAD</b>	<b>CONSIÓN</b>		No redunda en la información proporcionada.	x		La información presentada es totalmente clara.	
		<b>COHERENCIA</b>		Las oraciones están bien estructuradas.	x		
				Presenta una idea clara.	x		
	<b>IMPARCIALIDAD</b>		No presenta una posición frente a la situación.	x		Se encuentra que los titulares, en su mayoría son imparciales, es decir no presentan posición alguna.	
		No busca desacreditar ninguna parte mencionada.	x				
<b>LENGUAJE</b>	<b>ALARMISMO</b>		Usa un lenguaje sobrio que no genera alarma en el lector.	x		El lenguaje presentado denota la intención de solo comunicar, sin buscar alarmar al lector.	
			La intención comunicativa es informar.	x			
	<b>VERACIDAD</b>		Basa la información en datos de alguna entidad.	x		Presenta datos proporcionados por la Organización Mundial de la Salud.	
	<b>USO DE CIFRAS</b>		Presenta cifras en el titular.	x		El uso de cifras genera que la noticia tenga más relevancia.	
	<b>APOYO GRÁFICO</b>		Presenta gráficos relacionados al titular.	x		La presencia de gráficos acompañando los titulares sugiere que la información necesita más atención.	
		No presenta imágenes.		x			

### ANEXO 3

#### FORMATO DE VALIDEZ N° 001

**Experto:** Doris Neira Saldaña

**Correo:** [dorinesa@gmail.com](mailto:dorinesa@gmail.com)

#### FORMATO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO BASADO EN EL ANÁLISIS DE LA VARIABLE TRATAMIENTO INFORMATIVO

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, mi nombre es Claudia Cecilia Tasayco Menacho, estudiante de la Universidad Privada de Norte, de la carrera de Comunicación y Periodismo

El motivo del presente documento es para informarle que estoy realizando la validación del instrumento de mi investigación, la cual tiene como título: "Análisis del tratamiento informativo de las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020". En ese sentido, solicito a usted, pueda validar los tres ítems: Titular, Claridad y Lenguaje en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad.

Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas del instrumento.

Antes de la evaluación, es necesario que complete algunos datos generales:

##### I. Datos Generales

<b>Nombre y Apellido</b>	DORIS NEIRA SALDAÑA		
<b>Grado académico:</b>	Bachiller	Magister (X)	Doctor
<b>Área de formación académica</b>	Publicidad	Relaciones Públicas	Periodismo (X)
	Audiovisuales	Otro:	
<b>Área de experiencia profesional</b>	Publicidad	Relaciones Públicas	Periodismo
	Audiovisuales (X)	Otro:	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b>	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más (X)

##### II. Breve explicación del constructo

El tratamiento informativo es la cualificación que los medios hacen de una noticia, ya sea de manera positiva o negativa.

##### III. Criterio de Calificación

###### a. Relevancia

Se trata de evaluar la relevancia del ítem propuesto, para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada Relevante</i>	<i>Poco Relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente Relevante</i>
0	1	2	3

###### b. Coherencia

Se trata de evaluar la relación entre la variable y las unidades temáticas (categorías) y entre las unidades temáticas (categorías) y sub unidades temáticas (sub categorías), y para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada Coherente</i>	<i>Poco Coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente Coherente</i>

0	1	2	3
---	---	---	---

**c. Claridad**

Se trata de evaluar si el ítem es entendible, claro y comprensible, para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada</i> Claro	<i>Poco</i> Claro	Claro	<i>Totalmente</i> Claro
0	1	2	3

**IV. Evaluación del instrumento**

**Evaluación de las categorías de la variable Tratamiento informativo**

N°	Categorías	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
1	Titular	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Claridad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Lenguaje	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Evaluación de las sub categorías**

**Titular**

N°	Sub categorías	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
1	Figuras Literarias	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Impacto	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Longitud	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	Originalidad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Claridad**

N°	Sub categorías	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
1	Concisión	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Coherencia	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Imparcialidad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Lenguaje**

1	Alarmismo	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Veracidad de la	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

	información													
3	Uso de cifras	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	Apoyo gráfico	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Evaluación de los ítems**

<b>Titular</b>														
N°	Ítems	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
1	<b>Figuras Literarias</b>													
	Están presente en los titulares para hacerlo más llamativo.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Cumplen un propósito comunicativo al ser usadas.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	<b>Impacto</b>													
	Capta la atención del lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Genera algún tipo de sensación en el lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	<b>Longitud</b>													
	No es muy largo, por lo cual resulta rápido de leer.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Los titulares concisos captan la atención del lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	<b>Originalidad</b>													
	No es un titular que ya se haya visto en otro medio de comunicación.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Es novedoso.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Claridad</b>														
N°	Sub categorías													
1	<b>Concisión</b>													

	No redunda en la información proporcionada.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>2</b>	<b>Coherencia</b>												
	Las oraciones están bien estructuradas.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	Presenta una idea clara.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>3</b>	<b>Imparcialidad</b>												
	No presenta una posición frente a la situación.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	No busca desacreditar ninguna parte mencionada.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>Lenguaje</b>													
<b>1</b>	<b>Alarmismo</b>												
	Usa un lenguaje sobrio que no genera alarma en el lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	La intención comunicativa es informar.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>2</b>	<b>Veracidad de la información</b>												
	Basa la información en datos de alguna entidad.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>3</b>	<b>Uso de cifras</b>												
	Presenta cifras en el titular.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>4</b>	<b>Apoyo gráfico</b>												
	Presenta gráficos relacionados al titular.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	No presenta imágenes.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3

Luego, de haber revisado todas las categorías, sub categorías e ítems y si esta de acuerdo firme este documento.



---

Firma

DNI: 21505450

## ANEXO 4

### FORMATO DE VALIDEZ N° 002

**Experto:** Nestor G. Rivera Gutierrez-Merino

**Correo:** [nestor.rivera@upn.edu.pe](mailto:nestor.rivera@upn.edu.pe)

#### FORMATO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO BASADO EN EL ANÁLISIS DE LA VARIABLE TRATAMIENTO INFORMATIVO

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, mi nombre es Claudia Cecilia Tasayco Menacho, estudiante de la Universidad Privada de Norte, de la carrera de Comunicación y Periodismo

El motivo del presente documento es para informarle que estoy realizando la validación del instrumento de mi investigación, la cual tiene como título: "Análisis del tratamiento informativo de las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020". En ese sentido, solicito a usted, pueda validar los tres ítems: Titular, Claridad y Lenguaje en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad.

Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas del instrumento.

Antes de la evaluación, es necesario que complete algunos datos generales:

#### I. Datos Generales

<b>Nombre y Apellido</b>	NESTOR G. RIVERA GUTIÉRREZ-MERINO		
<b>Grado académico:</b>	Bachiller	Magister (X)	Doctor
<b>Área de formación académica</b>	Publicidad	Relaciones Públicas	Periodismo (X)
	Audiovisuales	Otro:	
<b>Área de experiencia profesional</b>	Publicidad	Relaciones Públicas	Periodismo (X)
	Audiovisuales	Otro:	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b>	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más (X)

#### II. Breve explicación del constructo

El tratamiento informativo es la cualificación que los medios hacen de una noticia, ya sea de manera positiva o negativa.

#### III. Criterio de Calificación

##### a. Relevancia

Se trata de evaluar la relevancia del ítem propuesto, para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada Relevante</i>	<i>Poco Relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente Relevante</i>
0	1	2	3

##### b. Coherencia

Se trata de evaluar la relación entre la variable y las unidades temáticas (categorías) y entre las unidades temáticas (categorías) y sub unidades temáticas (sub categorías), y para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada Coherente</i>	<i>Poco Coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente Coherente</i>

0	1	2	3
---	---	---	---

**c. Claridad**

Se trata de evaluar si el ítem es entendible, claro y comprensible, para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada</i> Claro	<i>Poco</i> Claro	Claro	<i>Totalmente</i> Claro
0	1	2	3

**IV. Evaluación del instrumento**

**Evaluación de las categorías de la variable Tratamiento informativo**

N°	Categorías	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
1	Titular	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Claridad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Lenguaje	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Evaluación de las sub categorías**

**Titular**

N°	Sub categorías	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
1	Figuras Literarias	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Impacto	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	¿Cómo se mide el impacto?
3	Longitud	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	Originalidad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Claridad**

N°	Sub categorías													
1	Concisión	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Coherencia	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Imparcialidad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Lenguaje**

1	Alarmismo	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	¿No será "Sensacionalismo"?
---	-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------------



2	Veracidad de la información	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
3	Uso de cifras	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
4	Apoyo gráfico	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3

**Evaluación de los ítems**

<b>Titular</b>														
N°	Ítems	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
1	<b>Figuras Literarias</b>													
	Están presente en los titulares para hacerlo más llamativo.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Cumplen un propósito comunicativo al ser usadas.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	<b>Impacto</b>													
	Capta la atención del lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Genera algún tipo de sensación en el lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	<b>Longitud</b>													
	No es muy largo, por lo cual resulta rápido de leer.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Los titulares concisos captan la atención del lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	<b>Originalidad</b>													
	No es un titular que ya se haya visto en otro medio de comunicación.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Es novedoso.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

<b>Claridad</b>														
N°	Sub categorías													
1	<b>Concisión</b>													

	No redundancia en la información proporcionada.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	<b>Coherencia</b>													
	Las oraciones están bien estructuradas.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Presenta una idea clara.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	<b>Imparcialidad</b>													
	No presenta una posición frente a la situación.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	No busca desacreditar ninguna parte mencionada.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Lenguaje</b>														
1	<b>Alarmismo</b>													<b>SENSACIONALISMO</b>
	Usa un lenguaje sobrio que no genera alarma en el lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	La intención comunicativa es informar.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	<b>Veracidad de la información</b>													
	Basa la información en datos de alguna entidad.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	<b>Uso de cifras</b>													
	Presenta cifras en el titular.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	<b>Apoyo gráfico</b>													<b>RECURSOS PARALINGÜÍSTICOS</b>
	Presenta gráficos relacionados al titular.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	No presenta imágenes.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Luego, de haber revisado todas las categorías, sub categorías e ítems y si esta de acuerdo firme este documento.



\_\_\_\_\_  
Firma

## ANEXO 5

### FORMATO DE VALIDEZ N° 003

**Experto:** Paco Moreno Tineo

**Correo:** [paco.moreno@upn.edu.pe](mailto:paco.moreno@upn.edu.pe)

#### FORMATO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO BASADO EN EL ANÁLISIS DE LA VARIABLE TRATAMIENTO INFORMATIVO

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, mi nombre es Claudia Cecilia Tasayco Menacho, estudiante de la Universidad Privada de Norte, de la carrera de Comunicación y Periodismo

El motivo del presente documento es para informarle que estoy realizando la validación del instrumento de mi investigación, la cual tiene como título: "Análisis del tratamiento informativo de las noticias de portada del covid-19 de un diario peruano en el mes de enero del 2020". En ese sentido, solicito a usted, pueda validar los tres ítems: Titular, Claridad y Lenguaje en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad.

Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas del instrumento.

Antes de la evaluación, es necesario que complete algunos datos generales:

#### I. Datos Generales

<b>Nombre y Apellido</b>	Paco Moreno Tineo		
<b>Grado académico:</b>	Bachiller	Magister	Doctor
<b>Área de formación académica</b>	Publicidad	Relaciones Públicas	Periodismo (x)
	Audiovisuales	Otro:	
<b>Área de experiencia profesional</b>	Publicidad	Relaciones Públicas	Periodismo (x)
	Audiovisuales	Otro:	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b>	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más (x)

#### II. Breve explicación del constructo

El tratamiento informativo es la cualificación que los medios hacen de una noticia, ya sea de manera positiva o negativa.

#### III. Criterio de Calificación

##### a. Relevancia

Se trata de evaluar la relevancia del ítem propuesto, para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada Relevante</i>	<i>Poco Relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente Relevante</i>
0	1	2	3

##### b. Coherencia

Se trata de evaluar la relación entre la variable y las unidades temáticas (categorías) y entre las unidades temáticas (categorías) y sub unidades temáticas (sub categorías), y para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada Coherente</i>	<i>Poco Coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente Coherente</i>
-----------------------	-----------------------	------------------	-----------------------------

0	1	2	3
---	---	---	---

**c. Claridad**

Se trata de evaluar si el ítem es entendible, claro y comprensible, para ello, considerar la siguiente tabla:

<i>Nada Claro</i>	<i>Poco Claro</i>	Claro	<i>Totalmente Claro</i>
0	1	2	3

**IV. Evaluación del instrumento**

**Evaluación de las categorías de la variable Tratamiento informativo**

N°	Categorías	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1	Titular	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Claridad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Lenguaje	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Evaluación de las sub categorías**

**Titular**

N°	Sub categorías	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1	Figuras Literarias	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Impacto	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Longitud	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	Originalidad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Claridad**

N°	Sub categorías	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1	Concisión	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Coherencia	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Imparcialidad	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Lenguaje**

1	Alarmismo	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Veracidad de la	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

	información													
3	Uso de cifras	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	Apoyo gráfico	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

**Evaluación de los ítems**

<b>Titular</b>														
N°	Ítems	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
1	<b>Figuras Literarias</b>													
	Están presente en los titulares para hacerlo más llamativo.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Cumplen un propósito comunicativo al ser usadas.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	<b>Impacto</b>													
	Capta la atención del lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Genera algún tipo de sensación en el lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	<b>Longitud</b>													
	No es muy largo, por lo cual resulta rápido de leer.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Los titulares concisos captan la atención del lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	<b>Originalidad</b>													
	No es un titular que ya se haya visto en otro medio de comunicación.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Es novedoso.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Claridad</b>														
N°	Sub categorías													
1	<b>Concisión</b>													

	No redunda en la información proporcionada.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
2	<b>Coherencia</b>												
	Las oraciones están bien estructuradas.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	Presenta una idea clara.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
3	<b>Imparcialidad</b>												
	No presenta una posición frente a la situación.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	No busca desacreditar ninguna parte mencionada.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>Lenguaje</b>													
1	<b>Alarmismo</b>												
	Usa un lenguaje sobrio que no genera alarma en el lector.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	La intención comunicativa es informar.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
2	<b>Veracidad de la información</b>												
	Basa la información en datos de alguna entidad.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
3	<b>Uso de cifras</b>												
	Presenta cifras en el titular.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
4	<b>Apoyo gráfico</b>												
	Presenta gráficos relacionados al titular.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	No presenta imágenes.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3

Luego, de haber revisado todas las categorías, sub categorías e ítems y si esta de acuerdo firme este documento.



---

Firma