



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Periodismo

“TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LAS PORTADAS DEL DIARIO PANORAMA CAJAMARQUINO RESPECTO A LA SEGUNDA VUELTA ENTRE PEDRO CASTILLO Y KEIKO FUJIMORI POR LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Comunicación y Periodismo

Autores:

Jhonel Alexander Valdivia Chavez

Jhoel Gerardo Mori Vasquez

Asesor:

Mg. Jorge Clavijo Correa

Cajamarca - Perú

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de nuestras vidas, bendiciéndonos y dándonos fuerzas para continuar con nuestras metas trazadas sin desfallecer. A nuestros padres que con su apoyo incondicional, amor y confianza, permitieron que lográramos culminar nuestra carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo agradecemos a Dios por ser nuestra guía y acompañarnos en el transcurso de nuestras vidas, brindándonos paciencia y sabiduría para culminar con éxito nuestras metas propuestas. A nuestros padres por ser nuestros pilares fundamentales y habernos apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron. Agradecemos a nuestro asesor de tesis Mag. Jorge Clavijo, quien con su experiencia, conocimiento y motivación nos orientó en la investigación. Asimismo, agradecemos a todos los docentes que con su sabiduría y apoyo motivaron a desarrollarnos como personas y profesionales en la Universidad Privada de Norte.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	46
CAPÍTULO III. RESULTADOS	53
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	74
REFERENCIAS.....	86
ANEXOS.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Total de portadas a aplicar.....	47
Tabla 2. Visibilidad redaccional de las noticias en las portadas	53
Tabla 3. Tipo de oración.....	55
Tabla 4. Tiempo del verbo.....	56
Tabla 5. Modo del verbo.....	57
Tabla 6. La función comunicativa en el titular	58
Tabla 7. Función comunicativa del titular en porcentajes	59
Tabla 8. Tipo de discurso	60
Tabla 9. Análisis discursivo de los titulares de las portadas	62
Tabla 10. Análisis discursivo de los titulares en porcentajes	63
Tabla 11. Análisis del discurso político de los titulares	65
Tabla 12. Tipo de imagen	66
Tabla 13. Coloración de la imagen.....	66
Tabla 14. Plano de la fotografía de portada.....	67
Tabla 15. Género de la fotografía.....	68
Tabla 16. Leyes de la gestalt	69
Tabla 17. Técnica de edición.....	69
Tabla 18. Mención de los candidatos en los titulares relacionados a la segunda vuelta	70
Tabla 19. Visibilidad de candidatos en portadas en relación a la segunda vuelta.....	71
Tabla 20. Elemento informativo predominante	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estudio de lectoría de diarios en Lima y 15 principales ciudades	20
Figura 2. Estudio de lectoría de diarios en Lima y 15 principales ciudades	21
Figura 3. Recorrido visual del diario	31
Figura 4. Partes de la portada periodística.....	32
Figura 5. Análisis del porcentaje que abarca la noticia analizada en la portada	55
Figura 6. Tipo de título.....	56
Figura 7. Tiempo del verbo	57
Figura 8. Modo del verbo	58
Figura 9. Función comunicativa del titular.....	60
Figura 10. Tipo de discurso Fuente	62
Figura 11. Análisis discursivo de los titulares en relación a la segunda vuelta.....	65
Figura 12. Análisis del discurso político de los titulares	66
Figura 13. Plano de la fotografía de portada	68
Figura 14. Género de la fotografía.....	69
Figura 15. Mención de los candidatos en los titulares en relación a la segunda vuelta	71
Figura 16. Visibilidad de candidatos en portadas en relación a la segunda vuelta.....	72
Figura 17. Elemento informativo predominante.....	73

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar si el tratamiento periodístico en las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori, por la presidencia de la República, fue equilibrado. El tipo de estudio es cuantitativo, no correlacional, descriptivo de corte transversal porque se desarrolla en un periodo determinado, entre el 12 de abril y el 05 de junio del 2021, tiempo en que duró la segunda vuelta electoral y en donde se analizaron 22 portadas, en base a la intención comunicativa del titular, las características de las fotografías y el discurso periodístico que adoptó el diario. Se escogió esta muestra a criterio de los autores considerando que estén bajo el contexto de la segunda vuelta electoral. Las técnicas aplicadas son el análisis de contenido y la observación. El instrumento utilizado es la ficha técnica, que está validada por tres docentes investigadores expertos. De acuerdo a los datos obtenidos, se concluye que el tratamiento periodístico en las portadas del diario Panorama Cajamarquino, fue sesgado a favor de la candidatura de Keiko Fujimori y el tipo de discurso utilizado fue el propagandístico.

Palabras clave: Tratamiento periodístico, segunda vuelta electoral, Panorama Cajamarquino, Keiko Fujimori, Pedro Castillo.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine if the journalistic treatment on the covers of the Panorama Cajamarquino newspaper regarding the second electoral round between Pedro Castillo and Keiko Fujimori, for the presidency of the Republic, was balanced. The type of study is quantitative, non-correlational, descriptive cross-sectional because it takes place in a certain period, between April 12 and June 5, 2021, the time in which the second electoral round lasted and where 22 covers were analyzed., based on the communicative intention of the headline, the characteristics of the photographs and the journalistic discourse adopted by the newspaper. This sample was chosen at the discretion of the authors considering that they are in the context of the second electoral round. The applied techniques are content analysis and observation. The instrument used is the technical sheet, which is validated by three expert research teachers. According to the data obtained, it is concluded that the journalistic treatment on the covers of the Panorama Cajamarquino newspaper was biased in favor of the candidacy of Keiko Fujimori and the type of speech used was propaganda.

Keywords: journalistic treatment, second electoral round, Panorama Cajamarquino, Keiko Fujimori, Pedro Castillo.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En 2021, el Perú transitó por un proceso electoral muy peculiar y que alcanzó su punto de inflexión en la segunda vuelta, periodo que fue marcado por la polarización política, social, cultural, demográfica y étnica de los electores; polarización refrendada y representada por los dos candidatos a la presidencia de la República: el izquierdista Pedro Castillo, del partido Perú Libre, y la conservadora Keiko Fujimori, del partido Fuerza Popular. La participación de la prensa, en la segunda vuelta, también fue polarizada. A nivel nacional, la mayoría de medios de comunicación, en especial los concentrados en los grandes grupos, se manifestaron a favor de Keiko Fujimori, como el Grupo El Comercio; mientras que el Grupo La República, lo hizo a favor de Castillo. Dichas actuaciones, incluso, llamaron la atención de organizaciones veedoras como Transparencia Internacional, que con mucha preocupación exigía a los medios peruanos una postura responsable y equilibrada respecto a los candidatos (planes de gobierno y doctrinas) ya que sus líneas editoriales, reflejadas en el tratamiento periodístico y materializadas en las publicaciones, impactaban directamente en los electores al momento de decidir su voto y, lamentablemente, estaban promoviendo una crisis social en el país. En las regiones el panorama fue similar: en la sierra, por ejemplo, en el sur como Puno, Arequipa, Cusco, algunas líneas editoriales promovían la candidatura de Pedro Castillo; contrario a la costa, como en la región La Libertad o Piura, en donde el apoyo fue, en su mayoría, para Fujimori. En ese contexto, para la presente tesis se analizó las portadas (titular y fotografías) del diario Panorama Cajamarquino, que se distribuye en las 13 provincias de la región Cajamarca, para responder al problema de investigación: ¿El tratamiento periodístico reflejado en las

portadas del diario Panorama Cajamarquino fue equilibrado en la segunda vuelta? A fin de determinar si el tratamiento periodístico era imparcial o estaba inclinado a favorecer a un candidato y, en consecuencia, desprestigiar a otro; más aún, cuando dicho medio de comunicación es uno de los más influyentes de esta zona del Perú, y con especial valor porque los medios de comunicación son los defensores de la democracia y como responsabilidad social deben de cumplir, con rigor, las funciones de educar e informar con el firme propósito de promover conciencia cívica y ciudadana, e involucrar a sus públicos objetivos en la defensa de sus derechos y en la construcción de un mejor país.

En cuanto a las consideraciones teóricas para el análisis de la publicaciones del diario Panorama Cajamarquino (portadas: titular y fotografías), comprendidas en la segunda vuelta, hay que tener en cuenta que no solo los diferentes artículos o crónicas que componen un diario reflejan una opinión o posición, sino también la manera peculiar de redactar los titulares en las portadas, o la fotografía que tiene un alto nivel de provocar ciertos sentimientos en los espectadores. Esto, muchas veces, reflejarían las preferencias o intereses de algunos medios de comunicación.

Los cambios tecnológicos han generado alteraciones en la forma de hacer periodismo. Sin embargo, detrás de la tecnología está el periodista, quien está al frente de una computadora pensando en el titular que puede tener más impacto o en la fotografía más apropiada para contar un hecho en particular. El periodismo, básicamente, es contar historias. Es la noticia convertida en una historia. Un titular o fotografía que refleje lo vivido no solo por los involucrados, sino también por el periodista que después serán publicados y comunicados.

El periodismo es una práctica que ha adquirido un estatus especial a lo largo de una larga historia dentro del campo más amplio de la comunicación y que establecen la

diferencia entre el intercambio de noticias y sus orígenes en la comunicación de persona a persona (Barnhurst y Owens, 2008). Sin embargo, la profesionalización y las distintas especialidades ha permitido que estas diferencias hayan sido afianzadas a través del tiempo y que nunca un simple rumor puede ser noticia sin verificación.

Los medios de comunicación masiva actúan como un mensaje para los ciudadanos comunes. Como tal, su función primordial es entretener, informar e impartir valores y códigos de conducta para alentar a los individuos a conformarse en estructuras sociales. Todo esto se verá reflejado en el control de las macroempresas de comunicación que buscan mayor poder sobre las masas, que necesitan ser cegadas y distraídas. La manipulación mediática surge del interés del grupo dominante por formar una conciencia colectiva.

Y es que al final el periodismo se ha convertido en todo lo mencionado. Es contar un hecho noticioso de forma veraz, que a través del tiempo ha ido desviándose hacia una tendencia de interés. Y el Perú, sin lugar a dudas, no es la excepción. La prensa ha caído en un gran porcentaje en estar sujeta a las decisiones de los dueños de las grandes corporaciones que manejan los medios de comunicación en este país. No estamos hablando de un monopolio, que sería catastrófico, pero sí de que, por ejemplo, el grupo El Comercio tenga concentrado hasta ahora el más del 50% de los medios más consumidos en el Perú. Es decir, la mitad del país piensa y decide en base a los intereses de esta corporación. O que el Grupo RPP sea dueño de la mayoría de radios. La corporación El Comercio es propietaria de los diarios El Comercio, Perú 21, Trome, Gestión, Depor y Publimetro. También se suman a ese grupo Canal N y América Televisión (Santillán, 2017).

En el contexto de la operación comercial entre el Comercio y Epena, el Premio Nobel de Literatura y ex candidato presidencial Mario Vargas Llosa (29 de diciembre de

2013), sostuvo que es extremadamente peligroso en una sociedad donde no existe un medio muy diverso para difundir todas las ideas. Si hay una concentración de medios como en el Perú y esos medios también tienen líneas políticas muy claras, entonces la amenaza potencial a la democracia es grande (Santillán, 2017).

Al día siguiente, el entonces presidente de la República, Ollanta Humala (2013), también se refirió, en una entrevista televisada por el canal del Estado, a la operación comercial entre El Comercio y Epena, antigua dueña de los diarios Ojo, El Bocón, Ajá y Correo, como una vergüenza. Se refirió que en el Perú existe un grupo que en realidad es dueño de los medios y que es peligroso. Dijo que la libertad de expresión es un valor que no se puede monetizar, que no se puede hacer negocios con la libertad de expresión. Este es un derecho fundamental que le cuesta la vida al mundo. Ahora lo están devolviendo como empresa. Y este grupo, además de tener pulpos en televisión, diarios y radio, también tiene empresas comerciales pujando contra el Estado (Santillán, 2017).

A partir de este ejemplo se puede analizar el hecho que los medios de comunicación tradicionales podrían manejar una línea editorial de acuerdo a su conveniencia y que estos responden muchas veces a los intereses de sus dueños. Intereses que en la política siempre van a existir. De acuerdo con los jefes de prensa partidarios, que usualmente son experimentados periodistas en retiro, son quienes manejan la relación pública entre el candidato, plan de gobierno o ideología ante los medios de comunicación. Y dicho “manejo” de los jefes de prensa puede resumirse desde la primicia de un futuro mitin partidario hasta obsequios a periodistas que favorecen a su candidato (Suárez, 2013). Las campañas electorales en el Perú se acomodan a ciertas características. No generan aburrimiento, son amenas y hasta se podría decir que divertido por la cualidad y actitud de cada candidato. Y la prensa así lo muestra, con muchas notas curiosas o de humor

al principio de la campaña y conforme vaya acercándose el día de las elecciones, apropiándose de un discurso subjetivo tratando de persuadir al consumidor de estos diarios o a la gente de pie que pasa por un quiosco de periódicos y se quedan prendidos leyendo los titulares y viendo las fotografías de las primeras planas. Es por ello que esta parte de los diarios, las portadas, es un factor fundamental para el análisis de la posición política del medio en la construcción de la realidad. Para empezar, un medio de comunicación como un periódico está conformado por personas profesionales en el periodismo, personas que también son electores y que participan del proceso electoral. Así como cualquier ciudadano común, los periodistas tendrían sus respectivas preferencias políticas que no debería influenciar en su discurso, factor que es imposible de notar en géneros interpretativos como la crónica o el reportaje. Como un escrito, fotografía, titular, le pertenece a un periodista, el periódico le pertenece a un dueño, quien también tendría sus preferencias e intereses políticos.

Un editorial no es más que un análisis que va más allá de tratar de descubrir por qué sucedieron las cosas, de transmitir a los lectores lo que está bien y lo que está mal, y lo que está en contra o a favor de la publicación. El editorial debe demostrar habilidades analíticas, información a veces privilegiada y familiaridad con el tema, todo lo cual caracteriza el análisis (Bastener, 2001).

En la región Cajamarca, en donde estuvo centrada esta investigación, el medio escrito con mayor relevancia es el diario Panorama Cajamarquino. Este periódico es el más vendido a nivel regional y aquel que la población cajamarquina más confía para conocer de los últimos hechos noticiosos. Este medio fue vital en la información de cada candidato para ocupar el puesto presidencial. Y así lo demuestra un estudio realizado en 2016 y publicado un año después de la Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública (CPI).

Antecedentes

Suárez Paredes (2013) en su investigación titulada *“Análisis discursivo de la Central del diario Correo en las elecciones presidenciales 2011”*, utilizando el método descriptivo e interpretativo llega a la conclusión de que el diario Correo se caracterizó por defender el sistema económico neoliberal, utilizando prácticas informativas y estrategias para difundir su línea editorial, así como poner en claro sus valores democráticos y su posición en la ideología de mercado. Y que Correo no tiene los suficientes argumentos para ser considerado como un diario de derecha.

Manrique Rojas (2017) en su investigación *“Análisis del discurso del diario “La República” sobre la segunda vuelta electoral”*, utilizando el método descriptivo, concluye en que el diario La República usó en sus primeras planas fotografías espontáneas de los candidatos, que no existe el uso de la infografía y que utiliza la estrategia de legitimación. Además, sustenta que el acto ilocutivo es el más usual en las notas periodísticas del diario.

Díaz Sagástegui (2018) en su estudio *“Influencia de los titulares de portada del diario La Industria de Trujillo en la percepción de la dimensión política de la gestión municipal del alcalde de Trujillo, Elidio Espinoza, en los empresarios del centro histórico en 2018”*, con el método descriptivo llega a la conclusión que las portadas del diario La Industria tienen una percepción negativa en los empresarios de Trujillo, al igual que de la gestión municipal de Elidio Espinoza. Además, los titulares en su totalidad son entendibles y están escritos con verbos negativos refiriéndose a la gestión municipal. Las fotografías el 30% son referenciales y el 24% guarda relación con la noticia, en su mayoría las fotos están de manera horizontal con una composición variada entre colores fríos y cálidos. La tipografía utilizada romana con terminaciones cuadradas de color negro.

García Delgado (2018) en su estudio titulado *“El Comercio como actor político. Los encuadres en la construcción de la imagen de Keiko Fujimori en las elecciones del 2016”*, usando el método descriptivo analizó y concluyó que la política es un espectáculo en donde los partidos sacan provecho para estructurar sus estrategias de campaña de acuerdo a la imagen que proyectan los candidatos. Los políticos y los medios están en una competencia constante para fijar la agenda. Al final el medio informará un hecho de acuerdo a la realidad social que desea ver y a sus propios lineamientos. La información que exhibe el diario de acuerdo a la actividad profesional de Keiko Fujimori y a su equipo político no es ni positiva ni negativa. El análisis en ese sentido es mínimo, al igual que en sus propuestas económicas. Y que a lo largo de la campaña El Comercio ofrece pocas editoriales dedicadas a Keiko Fujimori.

Cuipal Morey (2017) en su trabajo de investigación *“Análisis comparativo del tratamiento periodístico de las notas en la web de los diario Perú21 y la república en el caso segunda vuelta presidencial del 20 de mayo al 09 de junio, 2016”*, con el método descriptivo sustenta que el Diario Perú 21 tuvo una notable inclinación hacia la candidata Keiko Fujimori en sus publicaciones informando de una manera positiva, a diferencia de las notas de Pedro Pablo Kuczynski. A cambio, el diario La República presenta en su información contenido mucho más imparcial, con notas estadísticas de las encuestas de los candidatos. Ambos diarios cumplieron con las cinco preguntas clásicas del periodismo ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde?

Gutiérrez Yépez (2018) en su trabajo de investigación *“Características de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad – elecciones presidenciales II vuelta electoral – 2016”* con el modo descriptivo evidencia que evidencia que mediante el uso de los titulares y fotografías que presentaron las diversas

noticias de coyuntura referente a las segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2016, el diario La República realizó una cobertura principalmente opositora a la candidatura de Keiko Fujimori, donde la totalidad del discurso negativo directo fue hacia la mencionada candidata mediante el empleo de figuras retóricas, los adjetivos calificativos, las fotografías, la frecuencia de noticias relacionadas a sucesos donde ella o personajes cercanos a su entorno político y familiar eran los protagonistas y la desigualdad que estos criterios sumaron en contraste con el candidato Pedro Pablo Kuczynski. Esto permite concluir que, si bien la información brindada por el diario La República no es sensacionalista por su correcto empleo del lenguaje (sintaxis) y la inclusión de fotografías de prensa sin un porcentaje considerable de manipulaciones, el análisis del discurso realizado dentro del periodo previo a las elecciones evidencia que existió la presencia de un sesgo político.

César Mejía Chang (2016), en su estudio realizado sobre *“Arrevistamiento en el diseño de primeras planas de un diario generalista español. Las portadas del diario Público”*, utilizando el método descriptivo, César Mejía reflexiona que dentro de la clasificación de las portadas periodísticas, “Público” respondió a diversas fórmulas expresivas, sin encasillarse en una sola. Los rasgos “arrevistados” y vistosos de sus portadas, los titulares de tono “semiserio” y la ingente cantidad de elementos gráficos lo identificaron como un “tabloide-cartel”, dentro del modelo “popular-sensacionalista”. Este esquema es bastante común en el continente americano (Newsday, New York Post), donde el formato tabloide es sinónimo de espectacularidad visual y textos provocativos, pero poco profundos.

Luciana Villantoy de la Cruz (2016), en una investigación sobre *“Análisis Del Tratamiento Periodístico De Las Portadas Del Diario El Trome Sobre El Proceso Electoral 2011 - Segunda Vuelta”*, con una teoría empleada en la tesis la cual es la

Agenda Setting que habla sobre la importancia de la información que brindan los medios de comunicación impresos, desde la información publicada hasta la repercusión que este tiene en la población, también del papel muy importante que juega la prensa ante cualquier evento. Luciana Villantoy De La Cruz concluye que el diario Trome si da importancia en informar sobre proceso electoral en sus portadas, que según su intencionalidad es sensacionalista, generando polémica para llamar la atención.

Bases teóricas

Diario Panorama Cajamarquino

En la década de los 90 en Cajamarca hubo varios intentos de algunos destacados periodistas cajamarquinos de hacer circular un diario, el último de ellos fue Cajamarca Ilustrada, una revista de análisis encabezada por Félix Lezama y otros periodistas con trayectoria en medios de comunicación radial. La televisión era muy incipiente y recién se estaba adentrando a la ciudad.

Armando Loli Salomón, llegó desde su natal Trujillo a Cajamarca y en 1993 con el periodista Hugo Reyna lanzan el proyecto de editar un diario para Cajamarca, es así como Panorama comienza a salir en 1993 en el Diario Nuevo Norte de Trujillo que llegaba a Cajamarca y en una de sus páginas con el nombre de Panorama Cajamarquino. Luego Armando Loli convoca a periodistas locales que tenían una trayectoria radial y desde un 5 de octubre de 1993, fecha en que lanza la primera edición del diario hasta la actualidad, Panorama Cajamarquino no ha dejado de salir en su edición impresa y hoy en presentación virtual. La primera directora de Panorama Cajamarquino fue la señora periodista Consuelo Lezcano, luego llegó el periodista Palavicini, Edgar Jara, Karina Villena, Jaime Abanto, Alberto Moreno, Rosa Cruzado entre otros.

Llegó a ser Diario Judicial por más de década y media, hoy nuevamente ha retomado esa condición y es el Diario Judicial de Cajamarca. Panorama desde hace ya 29 años escribe la historia de los hechos más importantes de Cajamarca, tiene oficinas en las 13 provincias de la región con un tiraje de casi 5 mil ejemplares. Es el más vendido a nivel regional y aquel que la población cajamarquina más confía para conocer de los últimos hechos noticiosos. Este

medio fue vital en la información de cada candidato para ocupar el puesto presidencial. Y así lo demuestra un estudio realizado por la Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública (CPI), 2017.

COMPARATIVO DE LA LECTORÍA DE DIARIOS EN CAJAMARCA

Lunes a Domingo

Promedio de Lectores por día

		ABRIL 2015		ABRIL - MAYO 2016	
		Índice lectoría (%)	Miles de lectores	Índice lectoría (%)	Miles de lectores
Universo investigado: personas de 15 años a más (Mls.)		160.6		163.0	
Rkg.	Lectoría	27.2	43.7	26.4	43.1
1	PANORAMA CAJAMARQUINO	5.5	8.9	5.4	8.8
2	TROME	7.0	11.2	5.0	8.2
3	EL POPULAR	5.1	8.2	4.7	7.7
4	EL COMERCIO	3.0	4.8	4.4	7.2
5	LA REPUBLICA	3.1	5.0	3.7	6.1
6	LIBERO	4.4	7.1	3.4	5.5
7	DEPOR	1.5	2.4	2.0	3.3
8	OJO	1.2	2.0	2.0	3.2
9	CLARIN	1.5	2.4	1.8	3.0
10	PERU.21	1.1	1.7	0.9	1.5
11	OTROS DIARIOS	1.3	2.2	0.6	0.9

Otros diarios (*)	
GESTIÓN	EL PERUANO

Figura 1. Estudio de lectoría de diarios en Lima y 15 principales ciudades
Fuente: Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública (2017)

LECTORÍA DE DIARIOS EN CAJAMARCA

Lunes a Domingo
Promedio de Lectores por día



Figura 2. Estudio de lectoría de diarios en Lima y 15 principales ciudades
Fuente: Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública (2017)

Como se puede observar en este estudio, el diario Panorama Cajamarquino es el diario más leído en la región de Cajamarca, ubicándose en el primer lugar, superando a diarios como El Trome, El Popular, El Comercio y La República.

Pedro Castillo Terrones

Pedro Castillo nació el 19 de octubre de 1969 en el distrito de Tacabamba, en la provincia de Chota, en la región Cajamarca. Asistió a la escuela primaria en la Escuela Rural No. 10465 en Puña y la Escuela N. 10475 del caserío Chugur en la Provincia de Chota. Realizó sus estudios secundarios en el Colegio Arturo Osoros Cabrera. Se formó como docente en educación primaria en el Instituto Pedagógico Universitario Octavio Mata Contreras. Posteriormente se graduó de la Universidad César Vallejo, donde también obtuvo una maestría en psicología educativa. Dirigente de diversas Organizaciones Campesinas del Magisterio Peruano durante más de dos décadas en Puña. Fue dirigente del Comité de Lucha de las bases regionales del Sindicato Único de Trabajadores de la Educación del Perú (SUTEP). También fue Secretario General de la Federación Nacional de Trabajadores de la Educación del Perú (FENATEP). En 2020 postuló para presidente de la República en las elecciones generales peruanas de 2021 por el Partido Perú Libre. Durante la campaña, Castillo planteó resueltamente la necesidad de cambiar la constitución política del Perú y llamó a la instalación de una Asamblea Constituyente. El 11 de abril de 2021, en primera vuelta, Castillo recibió el 19% de los votos, ubicándose primero entre los candidatos para enfrentar en segunda vuelta a la excongresista Keiko Fujimori (Moreno, Ramírez, de la Oliva & Moreno, 2021).

Keiko Fujimori Higuchi

Hija del expresidente de la República, Alberto Fujimori y de Susana Higuchi, exprimera dama del Perú y excongresista. Cursó estudios hasta concluir su secundaria en 1992, en la escuela Sagrados Corazones Recoleta, al lado de sus hermanos Sachi, Hiro y Kenji. En 1993 viajó a Nueva York para ingresar en la Universidad del Estado de Nueva York en Stony Brook, licenciándose más adelante con un título en Gestión de Negocios en la Universidad de Boston en 1997. En agosto de 1994, el divorcio de sus padres, y con diecinueve años, se inició en política desempeñando el cargo de Primera Dama del Perú, desde abril de 1994 a noviembre de 2000 convirtiéndose en la primera dama más joven en la historia de América. En abril de 2006 fue elegida congresista de la república por Lima. El fujimorismo se convirtió en la tercera fuerza política del país y ella fue la congresista con más votos. Keiko, de 35 años, líder de Fuerza 2011, partido fujimorista recién registrado con un millón de firmas en el Jurado Nacional de Elecciones y que posteriormente se llamaría Fuerza Popular, con el que postuló para presidente de la República en 2011 y perdió ante su rival, Ollanta Humala. Keiko volvió a postular para las elecciones presidenciales del 2016 y las dominó frente a Pedro Pablo Kuczynski y Verónica Mendoza, sin embargo no obtuvo los votos de la mayoría y de esta manera asistir a una segunda vuelta el 5 de junio, elecciones que también perdería. En octubre de 2018 ingresó en el establecimiento penitenciario Anexo Mujeres de Chorrillos para ser detenida bajo el cargo de lavado de activos de la empresa Odebrecht para la campaña presidencial de 2011. El Tribunal Constitucional le otorgó su libertad, aunque el 28 de enero de 2020 fue detenida por cargos de lavados de activos. El 30 de abril de 2020, la Sala de Apelaciones ordenó su libertad con comparencias limitadas.

El 30 de noviembre anunció oficialmente su candidatura al cargo de presidente de Fuerza Popular, durante la campaña fue uno de los primeros candidatos en las encuestas de opinión. Luego de la primera vuelta electoral, Fujimori pronunció un discurso en el que presentó la segunda vuelta como una batalla entre "los mercado y el marxismo". Las encuestas reflejan una consolidación de Pedro Castillo en el primer lugar de las prioridades electorales sobre la candidata Keiko Fujimori (Moreno et al, 2021).

Segunda vuelta electoral en el Perú

La segunda vuelta electoral es una figura que existe en varios lugares del mundo. Aunque surgió a en la mitad del siglo XIX, su ejecución se extendió en la segunda mitad del siglo XX. Costa Rica fue el primer país latinoamericano en adoptar la figura, en el año de 1949. En el Perú fue adoptada en la Constitución de 1979.

El Presidente de la República es elegido por sufragio directo, y por más de la mitad de los votos válidamente emitidos. Si ninguno de los candidatos obtiene la mayoría absoluta, se procede a segunda elección dentro de los treinta días siguientes entre los candidatos que han obtenido las dos más altas mayorías relativas. (Constitución Política del Perú, Art.203,1979)

Por lo cual, se esperaba que las elecciones de 1985 inauguren la era de las segundas vueltas electorales peruanas, cuando el joven candidato en ese entonces Alan García consiguió menos del 50% de los votos y debía enfrentarse a su rival, segundo en la primera vuelta, el candidato Alfonso Barrantes, quien alcanzaba poco más del 20%. Sin embargo, en una actitud de derrota, Barrantes decidió no participar en la segunda vuelta y de esta manera proclamaron a Alan García como presidente del Perú de manera inmediata. Para 1990 la historia fue distinta al

enfrentarse Alberto Fujimori y Mario Vargas Llosa, significando estas elecciones la primera aplicación de una segunda vuelta en el Perú (Subirana, 2021).

El Discurso Periodístico

El discurso periodístico es una forma particular de comunicación que representa parte de aquello que denominamos realidad. La noticia es el elemento fundamental en este discurso, la cual tiene la función de transmitir la información a través de los medios masivos. La información es recibida a través de las personas quienes a su vez lo retrasmiten. Este discurso ha sido legitimado por en un consenso social, el cual el discurso periodístico le ha conferido cierta credibilidad para tener una categoría de “discurso de lo real” (Huerta, 2015).

Los diarios a lo largo del tiempo forman un estilo, no solo a nivel visual con la portada, sino también en su redacción. El periodista tiene la misión de reflejar la noticia en el lector a través de una nota periodística, una crónica o un reportaje. El discurso periodístico incluye ciertas características. Se ejerce en el ámbito social, utiliza códigos lingüísticos, paralingüísticos e icónicos. Busca la objetividad y la claridad. En el caso del género de opinión, como el reportaje o la crónica, se entiende que el periodista propone y comenta su propia perspectiva u opinión respecto al tema de la noticia. Está claro que además de las cualidades técnicas del discurso, es la posición del diario y la línea ideológica lo que está en transfondo.

Van Dijk dice que el estudio de los mensajes de los medios de comunicación es distinto al análisis de otros textos, porque implica varios factores como la expresión lingüística, el contenido del discurso y la imagen. También señala que

el discurso de los medios de comunicación, al margen de la comunicación diaria informal, es la que más convocatoria tiene (Stein–Sparvieri, 2013).

Van Dijk reconoce varios niveles de análisis del discurso. Destaca el nivel sintáctico, el micro y macro semántico, el estilístico (elección de palabras, de estructura sintáctica, el superestructural, el retórico, el pragmático, el conversacional y el interaccional. Además, le otorga valor al análisis de la palabra, la frase, el párrafo, el discurso completo y a la proposición que equivale a una cláusula gramatical (Stein–Sparvieri,2013).

Tratamiento periodístico

El tratamiento Periodístico es la forma en la que los medios colocan y ubican la información. Lo pueden hacer en gráficos y en textos, la colocan en las hojas y lo hacen circular. Esta definición ha suscitado debate entre expertos, que han centrado su atención en analizar el papel de los medios de comunicación de masas en la información demográfica (Morin, 1974).

También es conocido y más usado el tratamiento interpretativo ya que es un método que busca devolver a la información una razón de ser, su profundidad y anima al periodista a desarrollar un análisis de la información.

El tratamiento periodístico engloba a las características de cómo el discurso de una noticia haya tocado cierto tema o cómo presentan las noticias en sus titulares y fotografías. No es lo mismo presentar una crónica o reportaje que pertenecen al género interpretativo que con una nota informativa que pertenece claramente al género de información.

A partir de que el mensaje documentado requiere un trabajo de recojo de información, existen tres tendencias básicas: la exhaustividad, la diversidad y actualidad de la información (Morin, 1974). Bajo estas ideas, que evitan una pretensión didáctica, el análisis parte por recoger un conjunto de informaciones para jerarquizarlas bajo un principio cuantitativo: la unidad de información.

Línea editorial

Un editorial no es más que un análisis que va más allá de tratar de descubrir por qué sucedieron las cosas, de transmitir a los lectores lo que está bien y lo que está mal, y lo que está en contra o a favor de la publicación. El editorial debe demostrar capacidad analítica, a veces información privilegiada, familiaridad con el tema, todo lo cual caracteriza al análisis (Bastienier, 2001).

Lo que se refiere con esta cita es al poder de convencimiento que puede ejercer un grupo a través de métodos que involucren a una masa de personas. En este caso estamos hablando de información a través de publicaciones de un diario que puede utilizar un nivel de persuasión para orientar a los lectores en base a un concepto o política de empresa.

Línea editorial de un medio es la orientación permanente de sus publicaciones: la intencionalidad de los editoriales, la elección de los columnistas, los personajes entrevistados o silenciados, los hechos destacados o ignorados, el foco habitual de las noticias. Para descubrir esa línea editorial, y comprender el carácter de una persona, es necesario hacer un seguimiento crítico de su versión o emisión y de su reacción ante los hechos (Aznar, 1999).

Portada periodística

La portada periodística es la primera impresión que nos da un diario y es el principal impulsor de la información y de la opinión. Muchas veces nos gusta un diario por sus llamativos titulares o la peculiaridad de sus fotografías, lo que inmediatamente generan en el consumidor, una idea de lo que acontece, dándonos una perspectiva de la realidad que muchas veces no es totalmente objetiva.

Esto es lo primero que ven los lectores, y luego el primer elemento que les llama la atención. La mayoría de los autores lo consideran una vitrina de periódicos, un lugar donde se exhiben los mejores bienes. Por lo tanto, la portada es llamativa y las personas que se acercan al periódico inevitablemente la verán (Marrone, 2009).

La portada periodística es la carta de presentación ante los ciudadanos, es por ello que se estructura estratégicamente, poniendo las principales noticias, el titular más llamativo y las fotografías más impactantes. Esto hace que el consumidor tenga una primera impresión de los acontecimientos y es lo que provoca más presencia en los recuerdos, por lo que la gente se va formando un concepto de lo que es noticia en esos momentos.

Las portadas reflejan no solo el clima económico de la industria de los medios impresos, sino también los instintos editoriales de sus propietarios y gerentes, así como los esfuerzos por satisfacer las necesidades de los lectores y la sociedad (Weldon, 2008).

Es por esta razón que al elegir un titular o una foto para la portada y al excluir otras, el medio ya está dando un criterio de valor, ya no está siendo totalmente objetivo y eso se marca mucho más cuando hay contiendas electorales.

La editorial del medio cumple un rol fundamental en el proceso de seleccionar las noticias que desea resaltar en la portada, muchas veces emitiendo su propia opinión, del mismo modo la estructura del diseño de la portada está estratégicamente

elaborada para causar un mayor impacto. Aquí entra la teoría del encuadre o framing, que no es nada más que el enfoque que utilizan los periodistas de un determinado medio de comunicación al momento de desarrollar un tema. El proceso del framing está relacionada con dos operaciones básicas: seleccionar y enfatizar palabras, expresiones e imágenes, para dar un punto de vista sobre una información.

Gregory Bateson, reconocido antropólogo, acuña el concepto de Frame, lo hace para definir el marco de interpretación en el que la gente se detiene en algunos aspectos de la realidad y desecha otros. Más tarde aplicado al campo de la sociología por Erving Goffman, el marco obtuvo implicaciones más amplias y luego se recopiló en el estudio de los movimientos sociales y los medios (Koziner, 2013).

La percepción que tiene el público de los acontecimientos sociales está condicionada por el proceso de reconstrucción subjetiva que llevan a cabo los medios de comunicación, es por ello que a veces nos encontramos con dos medios diferentes refiriéndose a un hecho en común, pero con titulares totalmente diferentes.

El tratamiento de los hechos en cada medio informativo expresa un modo de percibir y de enjuiciar la realidad, proyecta una posición política frente a los hechos. El periodismo, entonces, es intrínsecamente parcial. Su ejercicio, fluidez de información y opiniones incide en la modelación de criterios y en la consecuente respuesta social para que las estructuras de poder se mantengan como están o para que se modifiquen (Leñero & Marín, 1986).

Recorrido visual

La primera página está hecha a partir del viaje visual del lector. Actualmente se considera que es la esquina superior izquierda, que técnicamente se denomina área óptima primaria (Medina, 2017). Los dos caminos son los siguientes:

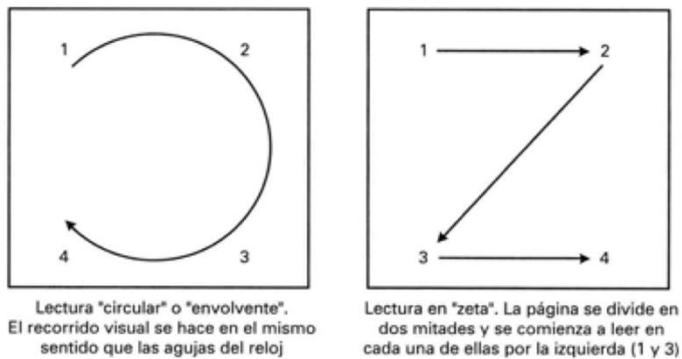


Figura 3. Recorrido visual del diario
Fuente: Leticia Medina Chavez (2017)

Partes de la Portada Periodística

Según, el (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado [INTEF], 2012) clasifica a la portada periodística por los siguientes elementos: la cabecera, nombre y logotipo, datos técnicos, fecha, antetítulo o volada, titular, subtítulo, sumario de noticias destacadas, foto de la noticia, pie de foto, noticia importante, noticia principal del día (INTEF, 2012).



Figura 4. Partes de la portada periodística
Fuente: Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (2012)

El titular

Dos hechos demuestran que los titulares de las noticias que publican los periódicos son muy importantes. Primero, la gran mayoría de los lectores de periódicos son en realidad lectores de titulares, que notan el cuerpo del mensaje hasta que se sienten lo suficientemente atraídos por el elemento del titular. En segundo lugar, el mayor esfuerzo y preocupación de los encargados de redactar los periódicos se dedica a dar titulares a las noticias escritas por periodistas, porque de ellos dependerá en gran medida el beneficio del lector (Zorrilla, 1996).

En definitiva, los titulares son textos autónomos que guían las noticias que publican los medios, identifican historias informativas, señalan hechos, destacan gráficamente, tienen un lenguaje propio y tienen la misión de captar la atención de los lectores para que lean, les sigan o incluso comprar los diarios (Zorrilla, 1996).

En los últimos años, los títulos han sabido adaptarse a los cambios de contenido y forma que experimentan los sistemas multimedia. Desde principios del siglo XX, ha sido la primera forma en que los lectores acceden a la información, lo que no solo les permite obtener un conocimiento inicial, sino que también lleva al receptor a juzgar si está interesado en leer o si se da por vencido. Desde entonces, han ido aumentando su presencia y funcionalidad en todos los soportes. La importancia de los titulares en los medios impresos y posteriormente en los medios audiovisuales no ha dejado de crecer en las últimas décadas. Está ahí con un solo propósito: atrapar al lector, distraerlo, seducirlo hasta que esté satisfecho con el mensaje que se le transmite, o hasta que despierte su curiosidad por leer los titulares todos los días, pero con el paso de los años, sus objetivos se han multiplicado (García & López, 2014).

Según Zorrilla (1996) señala que las principales funciones de los titulares son las siguientes:

- **Función identificadora:** En el espacio informativo, cada titular está ordenado en estricto orden, excepto que el titular tiene su correspondiente texto informativo y es gráfica, espacial y gramaticalmente distinto de otros titulares y otros textos informativos. En este sentido, cumple una función de reconocimiento por la que indica claramente el texto de la noticia que encabeza. Es decir, cada titular es una etiqueta identificativa de un texto informativo diferente, y su cuerpo de mensaje es la historia de desarrollo de ese titular, que forma una unidad coherente y única en el espacio y el tiempo. De la misma manera que podemos explicar, además del significado, el significado de la palabra en un texto en particular, el texto de la noticia se convierte en una explicación del significado de la palabra del título en ese texto en particular.
- **Función designativa:** Incluye designar un hecho noticioso como único, siempre que se diferencie de cualquier otro evento, utilice un mínimo de recursos lingüísticos y proporcione la máxima calidad de información, mediante la “calidad” más que la relevancia, rareza o novedad de los datos, pero aquellos cifras precisas para que el lector obtenga los elementos esenciales especificados. Hay que añadir que suele tratarse de información nueva, suponiendo que el lector no la conozca y esté interesado en conocerla. La descripción de la situación, detalles, información del documento, antecedentes, etc., permanece en el cuerpo de información que cumple la función de descripción del texto informativo.

- **Función apelativa:** Hay que reconocer que la potencia informativa aporta atractivo, es decir, el uso de los recursos lingüísticos para atraer a los lectores para que no se pase por alto lo que comunicamos es fundamental para el fin que persiguen los periódicos. Si partimos de los orígenes de los periódicos y profundizamos en los orígenes y causas del desarrollo real de los titulares, encontraremos que el objetivo principal siempre ha sido atraer la lectura, atraer la atención del lector. Aunque el título no sea más que una simple e inocente etiqueta en una hoja suelta, el fondo periódico, resaltado tipográficamente sobre el texto para facilitar su lectura. De hecho, los textos informativos de hoy no aparecen en las páginas de los periódicos de ningún modo, sino que se nutren de todas las posibilidades que ofrecen las artes gráficas. Crean una escena de columnas, espacios en blanco, títulos, subtítulos, resúmenes, recuadros, esquinas redondeadas, luto, corodeles, fotos, gráficos, viñetas y varios recursos visuales que intentan usar para atraer a los lectores.
- **Función económica:** El atractivo de estos titulares no es solo lograr que los lectores lean el texto de la noticia al que apuntan, sino hacerlos sentir lo suficientemente atractivos como para comprar el periódico y pagar el precio de poder leerlo. Pero el último eslabón de la cadena de distribución, desde el estudio del periódico hasta las manos del lector, debe proporcionarle un incentivo para que decida comprar un periódico u otro. En este sentido, la función económica estará asociada a los mecanismos publicitarios que persiguen la venta del producto, aunque con matices diferenciados, ya que en el periodismo el producto es el propio texto informativo que se "vende" a sí mismo.

- **Función Comunicativa:** Además de las tres funciones puramente periodísticas mencionadas anteriormente, los titulares también son textos y, como se ha establecido, deben conservar las funciones clásicas que desempeñan los textos como parte esencial de la difusión. Encuentra en el signo lingüístico las funciones básicas de la comunicación escrita que las concreta en representación, expresión, apelación, referencia y evocación.

Los titulares son más que simples oraciones sobre un artículo, juegan un papel importante para resumir la esencia de las noticias y clasificar la información según el tamaño y la ubicación. Los lectores deciden si leer las noticias en función de los titulares. Es por eso que los editores prestan especial atención a la estructura de estas oraciones o frases (Donoso, 2009).

La estructura del titular representa claramente el tratamiento periodístico del medio, puesto que le da cierta relevancia al titular que encabeza la portada, quedando esta primera impresión gravada en la mente de las personas. Cuando hemos leído titulares, nos damos cuenta de una cosa muy particular, y que nos llama la atención y a veces hasta generan intriga, pues las figuras literarias no están excluidas cuando hablamos del titular periodístico. Las figuras literarias tienen mucha atracción cuando se las usa debidamente, lo cual pueden incitar a los lectores a leer el artículo completo. En época de elecciones es común ver expresiones metafóricas aludiendo a uno u otro candidato, el uso de esta y otras figuras literarias hace que nos demos cuenta rápidamente si el diario apoya o destruye a algún candidato.

Cuando hablamos del titular en una portada periodística, estamos hablando de quizá lo más importante del diario. Es el texto donde se permite al lector comprar o no el periódico, de interesarlo, de persuadirlo, de convencerlo. Para esto, Zorrilla (1996) clasificó a los titulares según su función comunicativa o por su manera de transmitir la información al lector y tomada del trabajo de investigación de Gutiérrez (2016):

- **Designativo:** en su mayoría introducen sucesos noticiosos nuevos, es el más empleado para los textos periodísticos de actualidad.
- **Temático:** enuncia el tema de la noticia, ejerciendo de esta forma una de las principales funciones del titular.
- **Referencial:** utilizado en noticias cuyo tema ha sido presentado anteriormente y que es considerado como de tácito entendimiento por la población lectora.
- **Evocador:** cuando hace alusión a la noticia empleando frases típicas, figuras retóricas, canciones, y demás mecanismos, o simplemente un lenguaje atractivo e ingenioso por parte del redactor.
- **Expresivo:** considerada como el titular con función emotiva, es la modalidad que contiene valoraciones o puntos de vista del periodista
- **Apelativo:** busca generar una reacción en el lector. Suele acompañarse de fotografías o ilustraciones impactantes y es el más utilizado por la prensa amarilla.
- **Declarativo:** son aquellos que presentan mediante discurso indirecto o directo las declaraciones de personajes relacionados con las noticias.

(p.65)

La fotografía periodística

Se considera fotoperiodismo a la fotografía que expresa de alguna manera un hecho noticioso y se publica en un medio de comunicación para satisfacer las mismas características de una noticia escrita, es decir, está compuesta por hechos verificables. Con la posibilidad de ser contrastada de forma analítica (Acevedo y Orozco, 2014).

La fotografía periodística por ende es el registro visual del suceso, y acompaña la noticia dándole mayor profundidad y proximidad para que el lector tenga un mayor acercamiento a lo que se está contando, es por ello su importancia.

Sin embargo, es importante darse cuenta de que el fotoperiodismo está más o menos manipulado. Por lo tanto, los analistas deben prestar atención a este tipo de manipulación para descubrir en qué medida la imagen informa lo que pretende transmitir. A pesar de tales limitaciones, las fotos de noticias incorporan los valores periodísticos de veracidad, autenticidad, objetividad y fidelidad en la opinión pública. Además, cada foto tiene una serie de marcadores que aportan información más veraz y más difícil de manipular, muchos de los cuales son incluso inmutables (Acevedo y Orozco, 2014).

Si una imagen vale más que mil palabras, una buena fotografía periodística y un buen titular que la acompañe, puede maximizar su mensaje, pero este mensaje en ocasiones no es totalmente objetivo, y se ha visto que las fotografías también pueden distorsionar los escenarios de la noticia.

Estas fotos son imágenes 2D planas, representadas a la manera de la realidad que introducimos como entrada. Son elementos gráficos que evocan la realidad utilizando los recursos de un sistema de representación gráfica. Es decir, utilizan el color, el contraste, la textura y los degradados como cualquier otra representación bidimensional (pintura, escultura, boceto, televisión, etc.). Además, inevitablemente,

están utilizando los recursos expresivos de este medio: composición, peso, líneas de fuerza, uso de puntos, líneas y planos, etc (Munárriz,1999).

La composición, el enfoque, la luz, los ángulos, las diferentes leyes que rigen a la fotografía, influyen en la perspectiva e interpretación de éstas. Aquí el fotógrafo periodístico busca resaltar o empoderar ciertas circunstancias o personajes o minimizarlos. La importancia de la fotografía entonces aumenta cuando en algún país existen elecciones presidenciales o regionales favoreciendo a algunos candidatos.

Es cierto que no a toda fotografía se le puede denominar fotografía periodística, o que pertenezca a este género, por lo que tiene que cumplir ciertas características.

Existen técnicas de edición de las fotografías y tenemos las siguientes categorías, según Abreu (1993) y tomado por Gutiérrez (2016):

1. A línea: Hay una ausencia total de tonos grises y, en consecuencia, se consigue el máximo de contraste entre el blanco y el negro.
2. Sobre impresión: El título del mensaje o parte de él queda encima de la foto.
3. Diapo trama: El procedimiento es similar al de “a línea” pero con tonos grises.
4. Doble pase: Es la inclusión de una imagen fotográfica dentro de otra.
5. Fotos montadas: Se coloca parte de una foto dentro de otra.
6. Diapo en foto: Se aplica un título, texto, o leyenda al interior de la foto y las letras aparecen en blanco.
7. Silueteado: Se eliminan parcial o totalmente aquellas partes de la foto que sirven de fondo a una figura.

8. Apertura de ventana: Se aplica un título dentro de un recuadro, el cual se coloca parcial o totalmente dentro de la foto.

9. Efectos especiales: Es el uso de recursos de laboratorio o taller para crear efectos como tramados, abundante granulación, imagen negativa y fotogramas.

Otras: Cualquier técnica diferente a las explicadas anteriormente.

(p.70)

Además de las técnicas de edición es muy importante clasificar a la aproximación semiótica, esta teoría forma parte de la propuesta de análisis fotográfico desarrollado por Abreu (1993) y tomado por Gutiérrez (2016):

1. Elemento proxémico: Cuando la relación que guardan los sujetos que aparecen en la foto sea íntima, personal, social o pública está entre lo más importante desde el punto de vista informativo.
2. Elemento fisonómico: Cuando el sexo, contextura, rasgo racial o edad aproximada constituyen uno de los aspectos más importantes del mensaje fotográfico informativo.
3. Elemento kinésico: Cuando los gestos, del rostro, manos, brazos, piernas, pies y aún en las posturas son de lo más importante de la información fotográfica.
4. Elemento lingüístico: Cuando cualquier mensaje escrito aparece dentro de la foto, constituyéndose en una de las fuentes de información más importantes de la misma. (p.71)

Objetividad periodística

Tiene la obligación de concienciar a las personas sobre las complejidades de los problemas sociales modernos, escuchar los argumentos de los oponentes y cultivar la tolerancia y el respeto por las opiniones opuestas sin renunciar a sus propias opiniones y argumentos. La objetividad es así un ideal hacia el cual las personas (en un sentido subjetivo) tienden a basarse en la verdad, una relación determinista entre sujeto y objeto, entre promotores y hechos, entre datos y eventos (Brajnovic, 1978).

En toda objetividad rica en información, en el fondo, la verdad se ve como el fin. Pero esto no quiere decir que se confundan los dos conceptos, como se hace a veces, para negar la posibilidad de expresar la verdad. En este sentido, muchos hablan de verdades subjetivas y objetivas, hechos y situaciones, inevitabilidad y suposiciones. Expresamos la verdad en forma de juicios absolutos ("es así"); en forma de hipótesis contenidas en un orden lógico ("si esto es así, lo otro también debe ser"). La verdad es tal porque existe o ha existido en la realidad como un hecho o acontecimiento que puede probarse experimental o simplemente (Brajnovic, 1978).

Por tanto, una de las características del periodismo es sin duda la objetividad, pero si el reportero, para informar, debe elegir su información con exclusión de otra, aportando un cierto sesgo a los hechos, entonces ese sesgo puede existir. Entonces, ¿realmente existe la objetividad de las noticias?

Con el nacimiento del circuito informativo, los gestos simbólicos y la comunicación noticiosa se han convertido en hermanos gemelos: la industria informativa necesita gestos especiales y editoriales, y los productores de gestos especiales necesitan la industria mediática. Recientemente se ha ido desarrollando la noticia a través de la noticia, y la relación entre noticia y noticia ha ido cambiando la ideología del periodismo y del periodismo hasta el punto de que es casi imposible encontrar noticias

completamente objetivas. Entonces, como han señalado algunos autores, la objetividad, en su versión liberal-burguesa, es un mito, una mentira subjetiva al revés, y es en los medios informativos donde la sociedad industrial produce nuestra verdad (Eco, 1993).

Hablar de neutralidad o imparcialidad en las noticias es una utopía que nadie puede ni debe hacer. Cada palabra, foto o titular en un periódico contiene una sugerencia de significado o evaluación (Noguera, 2005).

Todo periodista tiene un determinado punto de vista, es así que, si le damos a escribir una nota a dos periodistas sobre un determinado tema, el resultado no será el mismo, cada uno habla desde su propia perspectiva de la realidad, lo cual generan cambios en la información.

Las críticas y reclamos de la sociedad en la fragmentación o parcialización de la información a los intereses privados o personales de los profesionales de campo o la línea editorial del medio. Por ello, la sociedad exige la percepción de objetividad en la presentación de los hechos; sin embargo, al mismo tiempo desean juicios de valor críticos para el desarrollo del sistema donde se encuentran. (Gutiérrez, 2016, p.49)

Más allá de los intereses de cada medio con respecto a la objetividad, lo que se solicita a la nota periodística es la honestidad. Los valores y creencias aportan un resultado en el reportaje observado y descrito mediante un espejo de interés general (Gutiérrez, 2016).

1.2. Formulación del problema

General:

- ¿El tratamiento periodístico reflejado en las portadas del diario Panorama Cajamarquino fue equilibrado en la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021?

Específicos:

- ¿Cuál es la intención comunicativa de los titulares de las portadas del diario Panorama Cajamarquino durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021?
- ¿Cuáles son las características de las fotografías periodísticas de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021?
- ¿Cuál es la relación entre el titular y la fotografía de portada del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021?
- ¿Cuál es el tipo de discurso que expone el diario Panorama Cajamarquino en sus portadas respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar si el tratamiento periodístico en las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori, por la presidencia de la República, fue equilibrado.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la intención comunicativa de los titulares de las portadas del diario Panorama Cajamarquino durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021.
- Analizar las características de las fotografías periodísticas de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021.
- Determinar la relación entre el titular y la fotografía de portada del diario Panorama Cajamarquino durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021.
- Precisar el tipo de discurso que expone el diario Panorama Cajamarquino en sus portadas respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

El tratamiento periodístico en las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la presidencia de la República, fue sesgado.

1.4.2. Hipótesis específicas

- Los titulares de las portadas del diario Panorama Cajamarquino durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021. Buscaron informar e influir a favor de la candidata Keiko Fujimori.
- Las fotografías periodísticas de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021. Fueron elaboradas y captadas con la intención de informar y favorecer a la candidatura de Keiko Fujimori.
- Existe una relación de correspondencia entre el titular, el tema y la fotografía de portada.
- El tipo de discurso que expone el diario Panorama Cajamarquino en sus portadas respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021. Fue propagandístico.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Según Hernández, Fernandez & Baptista, (2014) el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos continuos y comprobables. Cada etapa precede a la siguiente y el orden es estricto. Comienza con una idea que una vez definida puede derivar en los objetivos y preguntas de investigación, revisar la literatura y establecer un marco teórico. Crear hipótesis e identificar variables de un problema, desarrollar un plan para probarlas, realizar una medición de las variables para después analizarlas usando métodos estadísticos y sacar un conjunto de conclusiones.

Por lo tanto, esta investigación es de enfoque cuantitativo porque se ha utilizado la recolección de datos, se ha aplicado análisis estadístico y valoración numérica para probar si las hipótesis planteadas serán aceptadas o rechazadas.

Tipo de estudio descriptivo, no correlacional, de corte transversal porque se desarrolla en un periodo determinado, en un tiempo único (Müggenburg y Perez, 2007). En este caso se desarrolló entre el 12 de abril y el 05 de junio del 2021. La investigación se enfocará en el análisis del discurso periodístico de las portadas del objeto de estudio, en este caso del diario Panorama Cajamarquino.

El tipo de diseño es No experimental, donde se observan fenómenos tal y cómo se dan en su contexto natural, para después ser analizados (Hernández et al., 2014).

- **Variable única:** Tratamiento periodístico
- **Unidad de análisis:** La portada del diario Panorama Cajamarquino, en relación a la segunda vuelta electoral.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

El objeto de investigación fue el diario Panorama Cajamarquino, medio de prensa escrita que sirvió para someter a las portadas periodísticas a un análisis profundo sobre su estructura, tanto como en análisis de los titulares y fotografía. En consecuencia, emitir una conclusión de la línea editorial que maneja la empresa en el contexto de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales 2021.

La población de este estudio son todas las portadas de las ediciones del diario emitidas durante el 12 de abril y 05 de junio del 2021, tiempo que duró la segunda vuelta electoral.

La muestra selectiva es no probabilística y se decidió elegir a las portadas de acuerdo al tema de la investigación. Es decir, la muestra estuvo compuesta por todas las portadas en donde se abordaba como noticia la campaña electoral y referente a los candidatos Keiko fujimori y Pedro Castillo.

Tabla 1.
Total de portadas a aplicar

Meses	Ediciones
Abril	Lunes 12 de abril
	Martes 13 de abril
	Jueves 15 de abril
	Sábado 17 de abril
	Martes 20 de abril
	Miércoles 21 de abril
	Lunes 26 de abril
	Viernes 30 de abril
	Sábado 01 de mayo
	Lunes 03 de mayo
Mayo	Martes 04 de mayo
	Martes 11 de mayo
	Miércoles 12 de mayo
	Sábado 15 de mayo
	Domingo 16 de mayo
	Martes 25 de mayo
	Jueves 27 de mayo
	Domingo 30 de mayo
Lunes 31 de mayo	
Junio	Miércoles 02 de junio
	Viernes 04 de junio
Total	22 portadas

Nota. Fuente. Elaboración propia

En total de las 54 portadas publicadas por el Diario Panorama Cajamarquino entre el 12 de abril y el 05 de junio, se aplicarán 22 portadas, las cuales corresponden al tema de la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori.

Corresponde aclarar que el sábado 05 de junio, el diario no publicó ninguna edición.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Recolección

Las técnicas para aplicar esta investigación es el análisis de contenido y la observación y para llevar a cabo la presente investigación y con el fin de estructurar el mismo, se procedió a la búsqueda de las publicaciones periodísticas y después al análisis respectivo a través de una ficha técnica que permite una sistematización de los datos recogidos para su posterior análisis y extracción de conclusiones. Dicha ficha técnica fue tomada de Esthefany Solange Gutiérrez Yépez, de la Universidad San Martín de Porres, en su tesis titulada “Características De Las Portadas Periodísticas Del Diario “La República” En La Construcción De La Realidad – Elecciones Presidenciales II Vuelta Electoral – 2016”.

Se seleccionaron las portadas en las que aparecen Pedro Castillo y Keiko Fujimori, dentro del contexto de la segunda vuelta. Esto se logró gracias a que en la biblioteca municipal de Cajamarca se archivan todas las ediciones de Panorama Cajamarquino y están disponibles para la sociedad, sin pedir permisos o brindar explicaciones ya que es información pública. Además de estar en internet en la página llamada Scribd disponible desde cualquier lugar. Posteriormente se transcribieron los titulares de las noticias ligadas a la contienda electoral regional ubicadas en las portadas del diario Panorama Cajamarquino. Asimismo, se realizó un esquema de vinculación semántica de los titulares para conocer el carácter del discurso relacionado al número de titulares en la portada; nivel de habla de la portada, tamaño del titular, colores del titular, tipo de letra de la portada, postura frente al tema, protagonista humano de la portada. Se analizaron las fotografías de cada portada mediante

una ficha técnica, utilizando los guías de observación con los valores propuestos, tales como planos, ángulos y encuadres, así como las leyes fotográficas, esteticismo, jerarquía, ubicación y tamaño de la ilustración. Estos datos nos permitirán conocer si existe o no un uso apropiado de las fotografías periodísticas. Finalmente, se elaboraron tablas y figuras de acuerdo a los distintos ítems para facilitar el análisis de la información obtenida mediante las fichas técnicas.

Análisis

Se da un análisis general de cada portada y en las tablas y figuras se analizan los criterios más importantes, que son los siguientes:

- ✓ Visibilidad redaccional de las noticias relacionadas a las elecciones en las portadas del diario Panorama Cajamarquino.
- ✓ Características sintácticas presentes en los titulares.
- ✓ La función comunicativa en el titular.
- ✓ Características de las fotografías de portada relacionadas a las elecciones.
- ✓ Aparición de personajes en las fotografías.
- ✓ Análisis de valoración de los niveles de relación aparición de personajes en las fotografías según los elementos informativos predominantes.
- ✓ Análisis discursivo de los titulares aparecidos en las portadas y partido político protagonista.
- ✓ Análisis del discurso según su categoría y dominio.
- ✓ Análisis del tipo de discurso de las portadas del diario Panorama Cajamarquino.

2.4. Procedimiento

A partir de detectar una realidad problemática, se realizó la formulación del problema. Después a través de la exploración con varias fuentes de información y al encontrar antecedentes similares a esta investigación, se procedió a identificar nuestra variable y su enseguida operacionalización. Al realizar los pasos correspondientes a la metodología, se dispuso a hacer tres instrumentos de investigación, con la cual se tendría que analizar cada portada del diario Panorama Cajamarquino. Dichos instrumentos fueron evaluados por tres expertos, colaboradores docentes investigadores, dando su veredicto y su aprobación. De esta forma se determinó la confiabilidad de cada instrumento de recolección de datos. El siguiente procedimiento fue canalizar los datos en tablas y figuras y tener un mejor procesamiento de la información. A continuación, con los resultados encontrados, se condujo a la redacción de la discusión contrastando la información obtenida con antecedentes nacionales e internacionales. Finalmente se presentaron las conclusiones de acuerdo a cada objetivo de investigación.

2.5. Aspectos éticos

Para analizar los diarios de Panorama Cajamarquino, en el contexto de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales en Cajamarca del 2021, se recurrió al archivo que se encuentra en la biblioteca municipal y tener una copia, ya que es información que está disponible para la población. Además de estar en internet.

Para realizar la investigación se requirió de una ficha técnica, la cual fue sacada de la tesis de Esthefany Solange Gutiérrez Yépez, de la Universidad San Martín de Porres, en su tesis titulada “Características De Las Portadas Periodísticas Del Diario “La República” En La Construcción De La Realidad – Elecciones Presidenciales II Vuelta Electoral – 2016”, que es una tesis publicada por la USMP y sirve de guía para investigaciones como la que se realizó en este trabajo.

La tesis se realizó con la seriedad pertinente aplicando los principios de las teorías que se han considerado, plasmando los resultados con el compromiso ético del comunicador para lograr un trabajo de calidad que sirva a futuras investigaciones.

La investigación utilizó el manual de referencias estilo APA, como lo indica el formato de la Universidad, para utilizar conceptos e información perteneciente a diferentes autores, respetando sus aportes sobre el tema investigado.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La información obtenida una vez recolectada los datos mediante las fichas técnicas con el formato morfosintáctico y de análisis de contenido realizadas a las portadas periodísticas del diario Panorama Cajamarquino, se procedieron a tabular para una mejor comprensión, orden y lectura. Seguidamente, se elaboraron tablas y figuras donde se refleja, distribuye y detalla los datos obtenidos a través de los instrumentos de investigación que aborda el tratamiento periodístico de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021.

Se presenta el análisis descriptivo en forma de tablas y figuras con su respectiva interpretación.

Para la respectiva tabulación y distribución de los resultados, se ha utilizado programas como Microsoft Word y Microsoft Excel.

Tabla 2.
Visibilidad redaccional de las noticias en las portadas

N° de portada	Fecha de portada	N° de noticias	N° de columnas ocupadas	% en superficie
1	12 de abril	1	3	57,5%
2	13 de abril	1	2	59,9%
3	15 de abril	1	1	5,3%
4	17 de abril	1	1	6,5%
5	20 de abril	1	2	55,2%
6	21 de abril	1	2	44,2%
7	26 de abril	1	1	5,6%
8	30 de abril	1	1	4,1%
9	01 de mayo	1	2	40,5%
10	03 de mayo	1	2	38,6%
11	04 de mayo	1	2	40,5%
12	11 de mayo	1	1	5,3%
13	12 de mayo	1	2	36,6%
14	13 de mayo	1	1	4,7%
15	15 de mayo	1	1	5,3%
16	16 de mayo	1	1	4,1%
17	25 de mayo	1	1	6,9%
18	27 de mayo	1	1	5,3%
19	30 de mayo	1	2	35,5%
20	31 de mayo	1	2	37,9%
21	02 de junio	1	2	47,2%
22	04 de junio	1	2	46,5%

Nota. Fuente. Elaboración propia

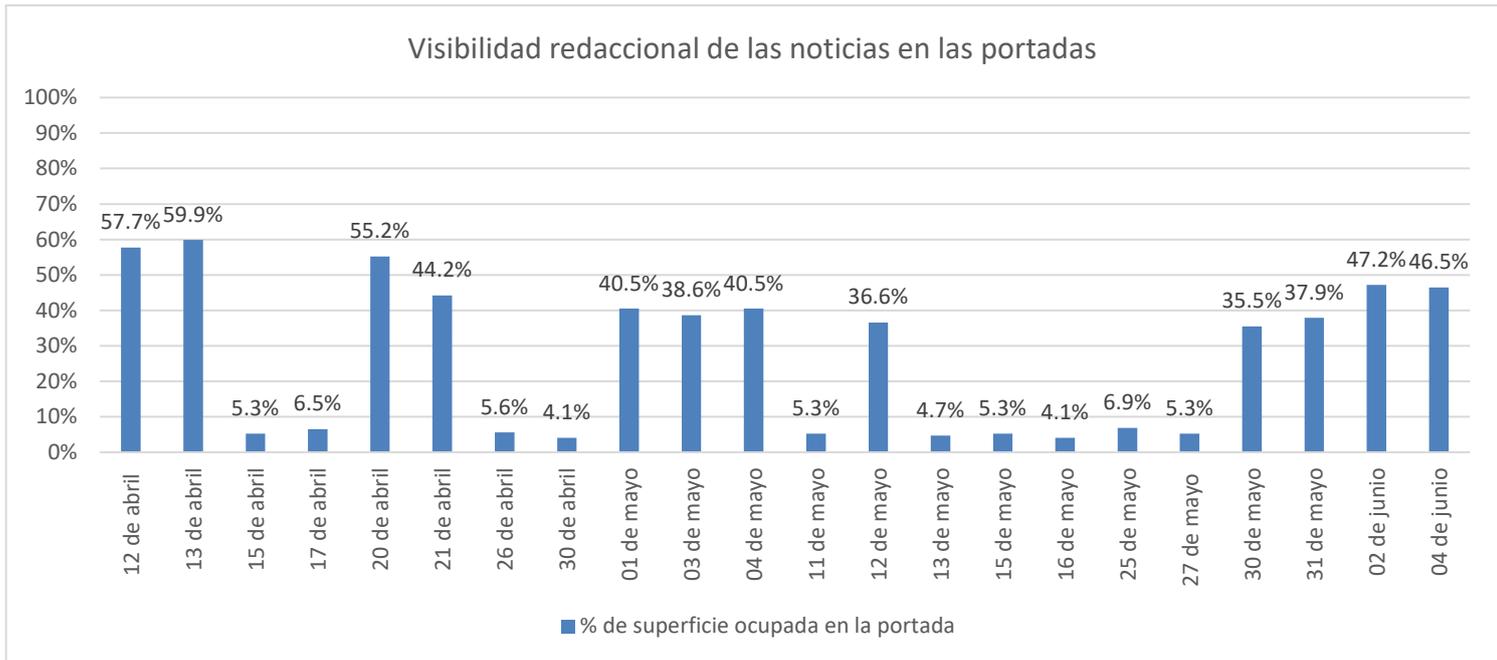


Figura 5. Análisis del porcentaje que abarca la noticia analizada en la portada.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2 y en la figura 5 se detalla la visibilidad redaccional de las noticias en las portadas del diario Panorama Cajamarquino en relación a la segunda vuelta electoral de las elecciones presidenciales del 2021. Estos datos son representados en porcentajes. La edición del 13 de abril (portada n°2) es la mayor con el 59.9% de superficie que ocupa la noticia en la portada, seguida del 57,7% del 12 de abril (portada n°1) y de un 55,2% del 20 de abril (portada n°5). A partir de la fecha las portadas decaen y no se registran porcentajes que superen el 50%, llegando hasta 47,2% el 02 de junio (portada n°21) o el 04 de junio (portada n°22) con 46,5%, a un día de la segunda vuelta. Para hallar el área de la superficie impresa total de la portada acudimos al principio geométrico de base por altura, obteniendo 1092 cm². El área de cada noticia se halló bajo el mismo procedimiento, considerando a la noticia como un elemento gráfico cuadrangular cuyos extremos están delimitados por el último fragmento de titular / texto e imagen la noticia. El área de la noticia se tradujo en porcentaje utilizando la regla de tres simple en donde la relación proporcional se da entre el área de la superficie impresa y el área de la noticia, obteniendo así la conversión de la unidad de centímetros a la representación mediante porcentaje.

Características sintácticas presentes en los titulares

Tabla 3.
Tipo de oración

Criterio Sintáctico	Categoría	Número	Porcentaje
Tipo de oración	Simple	15	48%
	Compuesta	5	16%
	Frase	11	36%
	Total	31	100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

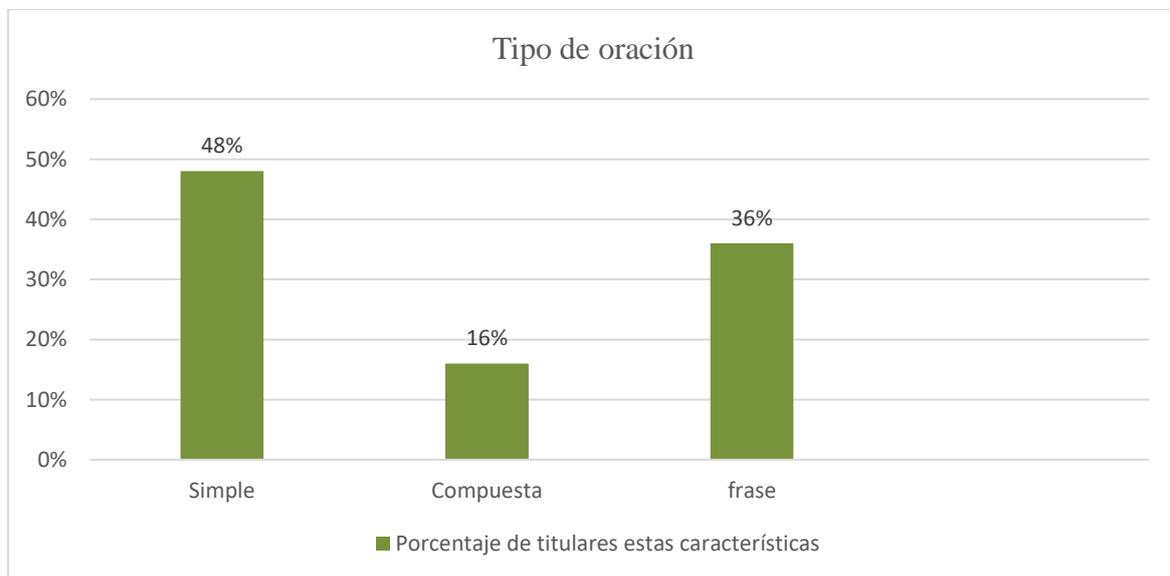


Figura 6. Tipo de título.
Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 3 y en la figura 6 corresponde al análisis sintáctico de los titulares del diario Panorama Cajamarquino. De un total de 31 títulos analizados (incluido voladas), 15 son de tipo oración simple, equivalente al 48%; 5 de tipo oración compuesta, que corresponde un 16%; y 11 son frases, equivalente al 36% del total. De esta manera, el tipo de oración más predominante es la simple.

Tabla 4.
Tiempo del verbo

Criterio Sintáctico	Categoría	Número	Porcentaje
Tiempo del verbo	Infinitivo	1	4%
	Pasado	2	9%
	Presente	15	65%
	Futuro	5	22%
	Condicional	0	0
Total			100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

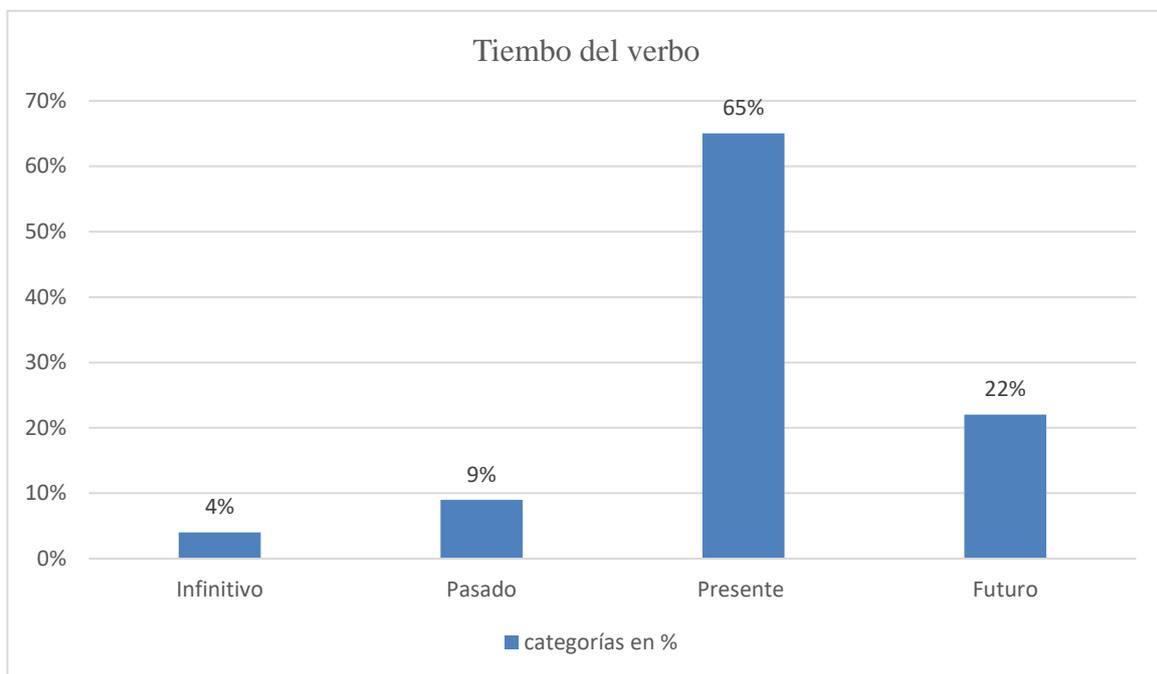


Figura 7. Tiempo del verbo
Fuente. Elaboración propia

En la tabla 4 y en la figura 7 se puede observar al tiempo verbal de las oraciones de los titulares (incluido voladas) distribuidos primero en números y después en porcentajes para tener una mejor lectura de los datos. Se observa que el tiempo presente predomina por gran diferencia con el 65%, seguido por el tiempo futuro con un 22%, quedando más bajos el tiempo pasado 9% y el infinitivo con 4% del total.

Tabla 5.
Modo del verbo

Criterio Sintáctico	Categoría	Número	Porcentaje
Modo del verbo	Indicativo	21	100%
	Imperativo	0	0%
	Apelativo	0	0%
	Condicional	0	0%
	Subjuntivo	0	0%
	Total		100%

Nota. Fuente. Elaboración propia



Figura 8. Modo del verbo
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5 y figura 8 se analiza el modo del verbo en los titulares y voladas del diario Panorama Cajamarquino. Los datos arrojados fueron contundentes hacia solo una categoría: el modo de verbo indicativo, en 21 oraciones, representando así el 100% del total, ya que las demás opciones no han sido identificadas en el análisis del diario.

Tabla 6.
La función comunicativa en el titular

Fecha de portada	Titular	Función Comunicativa
12 de abril	Cajamarquino dio la sorpresa	Apelativo
13 de abril	Castillo y Fujimori se disoutarán la presedencia del Perú	Designativo
15 de abril	Pedro Castillo y Keiko Fujimori entran a segunda vuelta	Referencial
17 de abril	ONPE al 100%: Pedro Castillo 19.09% y Keiko Fujimori 13.36%	Designativo
20 de abril	Candidatos infringen medidas de bioseguridad en nueva campaña	Designativo
21 de abril	Evo Morales dice que apoyará candidatura de Pedro Castillo	Apelativo
26 de abril	Encuesta IEP: Castillo casi duplica a Fujimori en intención de voto de segunda vuelta	Designativo
30 de abril	Keiko Fujimori acepta debatir el sábado con Pedro Castillo	Designativo
01 de mayo	Frente a Frente	Expresivo
03 de mayo	Keiko: el 40% del canon se repartirá directamente a la población	Declarativo
04 de mayo	Keiko Fujimori se acerca a Pedro Castillo	Apelativo
11 de mayo	Keiko se aproxima a Pedro Castillo	Referencial
12 de mayo	Empate técnico entre Castillo y Keiko	Designativo
13 de mayo	Candidatos presidenciales debaten el 23 de mayo	Referencial
15 de mayo	Keiko Fujimori y Pedro Castillo jurarán Proclama Ciudadana el lunes 17	Designativo
16 de mayo	Keiko Fujimori recibe el respaldo formal del PPC	Designativo

25 de mayo	Vargas Llosa: “Keiko te estás enfrentando a un adversario que puede acabar con la libertad en el Perú”	Apelativo
27 de mayo	Congresista Combina: modelo izquierdista de Pedro Castillo ha destruido las regiones de Junín y Cajamarca	Apelativo
30 de mayo	Hoy debate entre Keiko y Castillo será decisivo	Designativo
31 de mayo	¡No al comunismo y nunca más al terrorismo!	Apelativo
02 de junio	Sachi Fujimori hoy en Cajamarca	Expresivo
04 de junio	Con apoteósica caravana cajamarquinos respaldan a Keiko Fujimori	Apelativo

Nota. Fuente. Elaboración propia

Tabla 7.
Función comunicativa del titular en porcentajes

Criterio Sintáctico	Categoría	Número	Porcentaje
Función Comunicativa	Designativa	9	41%
	Apelativa	7	32%
	Expresiva	2	9%
	Referencial	3	14%
	Declarativa	1	4%
	Total	22	100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

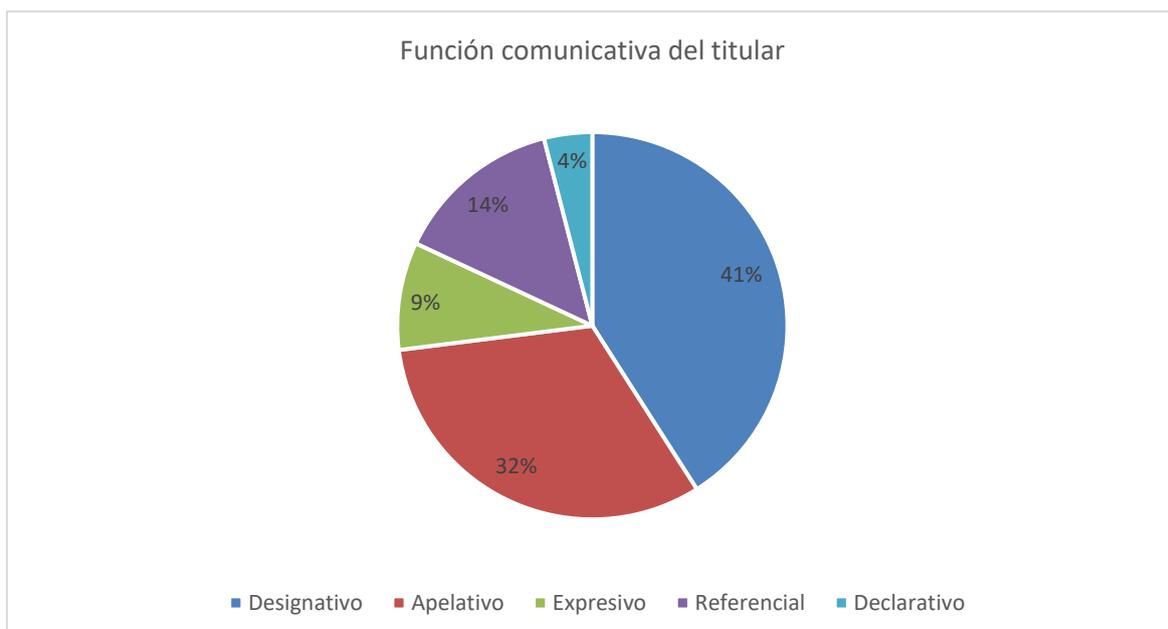


Figura 9. Función comunicativa del titular
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6 se han recogido los datos de la función comunicativa del titular, de acuerdo a la distintas categorías estudiadas. Hemos descrito los titulares de todas las portadas en relación a la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, 2021; y se las ha clasificado por fecha de publicación y a la función comunicativa que pertenecen.

En la tabla 7 se ha realizado un recuento de los titulares y a qué función comunicativa corresponden, clasificándolos de la siguiente manera:

El mayor valor que se observa está en relación a la función designativa con 41% (9 titulares aparecidas), seguido por la función apelativa con 32% (7 titulares), la función expresiva obtuvo el 9% (2 titulares), y en lo más bajo se encuentran las funciones referencial y declarativa con 14% y 4 % respectivamente.

En la figura 9 se encuentran ordenadas las cifras antes mencionadas, en donde a cada función le corresponde un color específico para su correcta lectura.

Tabla 8.
Tipo de discurso

Criterio Sintáctico	Categoría	Número	Porcentaje
Tipo de discurso	Informativo	15	50%
	Propagandístico	6	20%
	Opinión	9	30%
	Total	30	100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

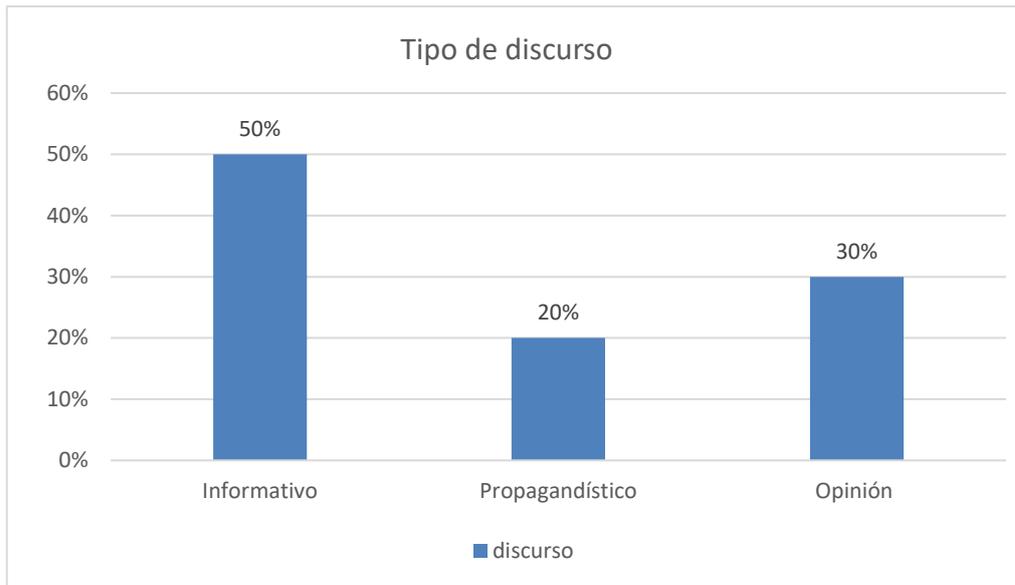


Figura 10. Tipo de discurso
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8 y figura 10 se detallan los datos que corresponden al tipo de discurso que se ha utilizado en los titulares del diario (incluyen voladas). El más utilizado ha sido el discurso informativo con el 50% del total con 15 titulares. En segundo lugar se encuentra el tipo de discurso de opinión con 20% correspondiente a 6 titulares, y por último con 6 titulares, el discurso propagandístico que refleja el 20% del total.

Tabla 9.
Análisis discursivo de los titulares de las portadas

Fecha de portada	Titular	Análisis discursivo	Candidato aludido
12 de abril	Cajamarquino dio la sorpresa	Positivo	Pedro Castillo
13 de abril	Castillo y Fujimori se disputarán la presidencia del Perú	Neutral	Ambos
15 de abril	Pedro Castillo y Keiko Fujimori entran a segunda vuelta	Neutral	Ambos
17 de abril	ONPE al 100%: Pedro Castillo 19.09% y Keiko Fujimori 13.36%	Neutral	Ambos
20 de abril	Candidatos infringen medidas de bioseguridad en nueva campaña	Neutral	Ambos
21 de abril	Evo Morales dice que apoyará candidatura de Pedro Castillo	Negativo	Pedro Castillo
26 de abril	Encuesta IEP: Castillo casi duplica a Fujimori en intención de voto de segunda vuelta	Neutral	Ambos
30 de abril	Keiko Fujimori acepta debatir el sábado con Pedro Castillo	Positivo	Keiko Fujimori
01 de mayo	Frente a Frente	Neutral	Ambos
03 de mayo	Keiko: el 40% del canon se repartirá directamente a la población	Positivo	Keiko Fujimori
04 de mayo	Keiko Fujimori se acerca a Pedro Castillo	Positivo	Keiko Fujimori
11 de mayo	Keiko se aproxima a Pedro Castillo	Positivo	Keiko Fujimori
12 de mayo	Empate técnico entre Castillo y Keiko	Neutral	Ambos
13 de mayo	Candidatos presidenciales debaten el 23 de mayo	Neutral	Ambos
15 de mayo	Keiko Fujimori y Pedro Castillo jurarán Proclama Ciudadana el lunes 17	Neutral	Ambos
16 de mayo	Keiko Fujimori recibe el respaldo formal del PPC	Positivo	Keiko Fujimori
25 de mayo	Vargas Llosa: “Keiko te estás enfrentando a un adversario que	Negativo	Pedro Castillo

	puede acabar con la libertad en el Perú”		
27 de mayo	Congresista Combina: modelo izquierdista de Pedro Castillo ha destruido las regiones de Junín y Cajamarca	Negativo	Pedro Castillo
30 de mayo	Hoy debate entre Keiko y Castillo será decisivo	Neutral	Ambos
31 de mayo	¡No al comunismo y nunca más al terrorismo!	Negativo	Pedro Castillo
02 de junio	Sachi Fujimori hoy en Cajamarca	Positivo	Keiko Fujimori
04 de junio	Con apoteósica caravana cajamarquinos respaldan a Keiko Fujimori	Positivo	Keiko Fujimori

Nota. Fuente. Elaboración propia

En la tabla 9 se observa la clasificación de los distintos titulares analizados durante la segunda vuelta electoral, se los ha clasificado según su análisis discursivo: negativo, positivo y neutral. Este análisis servirá para saber con certeza la tendencia del diario y su inclinación por el candidato de sus preferencia.

Tabla 10.
Análisis discursivo de los titulares en porcentajes

Criterio Sintáctico	Titulares	Keiko Fujimori	Porcentaje	Pedro Castillo	Porcentaje
Análisis discursivo	Positivo	7	32%	1	5%
	Negativo	0	0%	4	18%
	Neutral			10 (45%)	
	Total			22	

Nota. Fuente. Elaboración propia

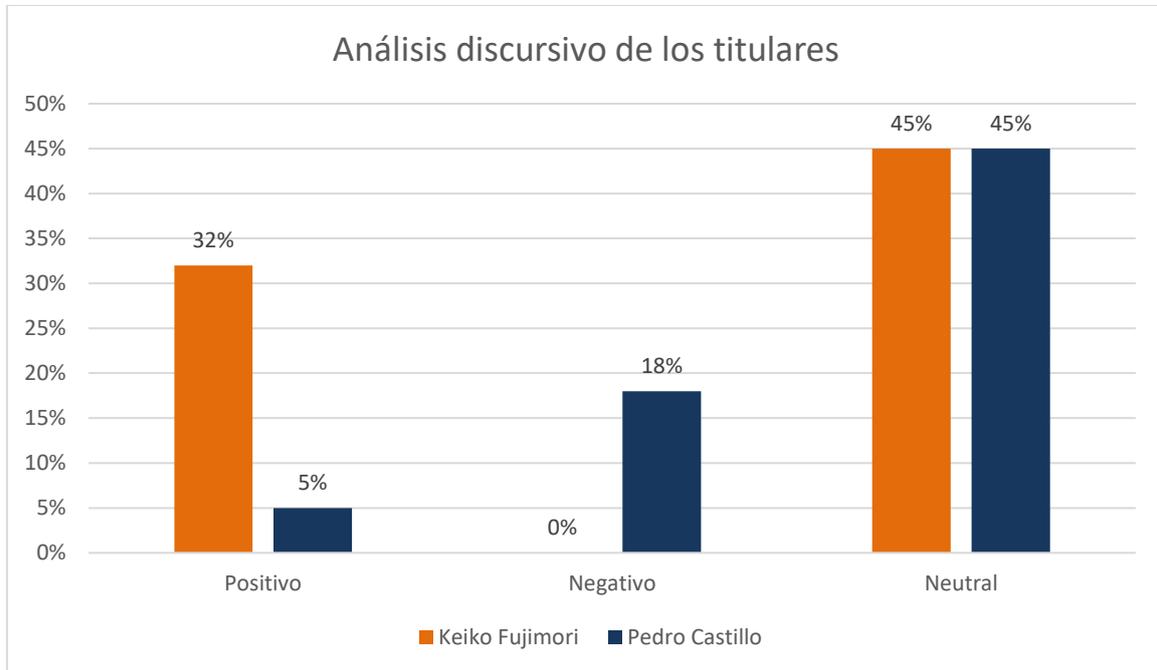


Figura 11. Análisis discursivo de los titulares en relación a la segunda vuelta
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 10 y en la figura 11 se han abordado los datos de la siguiente manera: de los 22 titulares analizados, 7 tienen un discurso positivo hacia la candidata Keiko Fujimori (32%) y ninguno negativo. Por el otro lado, el candidato Pedro Castillo, tiene 1 titular con discurso positivo (5%) y 4 negativos (18%). Los titulares con discurso neutral suman 10, representando un 45% del total.

La negatividad del discurso estuvo directamente relacionada con Pedro Castillo, en cambio la positividad ampliamente relacionada con Keiko Fujimori.

Tabla 11.
Análisis del discurso político de los titulares

criterio	Categoría	Número	Porcentaje
Análisis del discurso político	Evidencia	5	25%
	Juego de los números	1	5%
	Presentación negativa del otro	4	20%
	Auto presentación positiva	5	25%
	Lexicalización	2	10%
	Populismo	3	15%
	Total		

Nota. Fuente. Elaboración propia

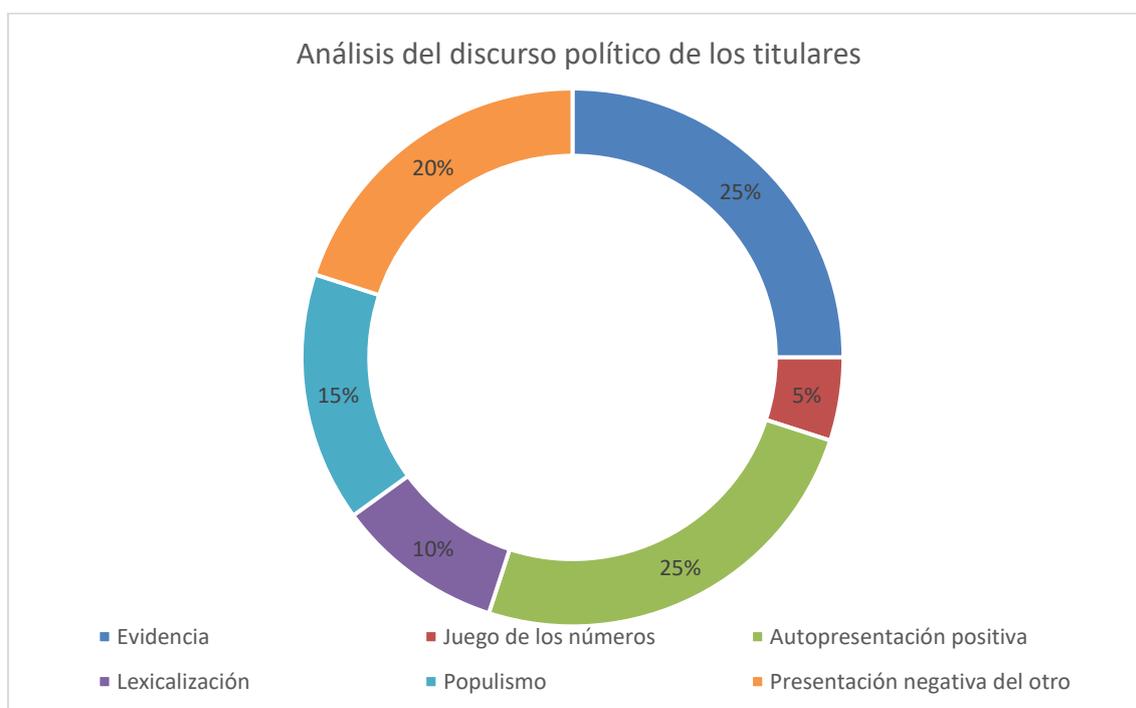


Figura 12. Análisis del discurso político de los titulares

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11 y en la figura 12 se puede observar la clasificación de los titulares según su discurso político. El más utilizado ha sido el de “autopresentación positiva” junto con “evidencia”, ambos con un 25%, seguido por “presentación negativa del otro” con 20%, “populismo” tiene 15%, “lexicalización” 10% y finalmente el discurso menos utilizado fue el de “juego de los números” con 5%.

Características de las fotografías/imágenes presentes en los titulares

Tabla 12.
Tipo de imagen

Criterio	Categoría	Número	Porcentaje
Tipo de imagen	Fotografía	22	100%
	Gráfico	0	
	Total	22	100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

En la tabla 12 se puede observar que la clasificación de las portadas de acuerdo a su tipo de imagen. En este análisis de datos queda demostrado que en las 22 portadas analizadas del diario Panorama han utilizado fotografías (100%) y ningún gráfico o diseño.

Tabla 13.
Coloración de la imagen

Criterio	Categoría	Número	Porcentaje
Coloración de la imagen	Blanco y Negro	1	4%
	Color	21	96%
	Total	22	100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

En la tabla 13 correspondiente a la coloración de la imagen, se evidencia que las fotografías a color ha perdurado en casi todas las portadas (21) que comprende al 96%, mientras que la única fotografía a blanco y negro comprende el 4%.

Tabla 14.
Plano de la fotografía de portada

criterio	Categoría	Número	Porcentaje	
Plano	General	1	4%	
	Medio	2	8%	
	Primer plano	9	34%	
	Primerísimo primer plano	0	0%	
	Conjunto	1	4%	
	Americano	0	0%	
	Medio corto	1	4%	
	Medio largo	1	4%	
	Busto	7	27%	
	Medio conjunto	4	15%	
	Total		26	100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

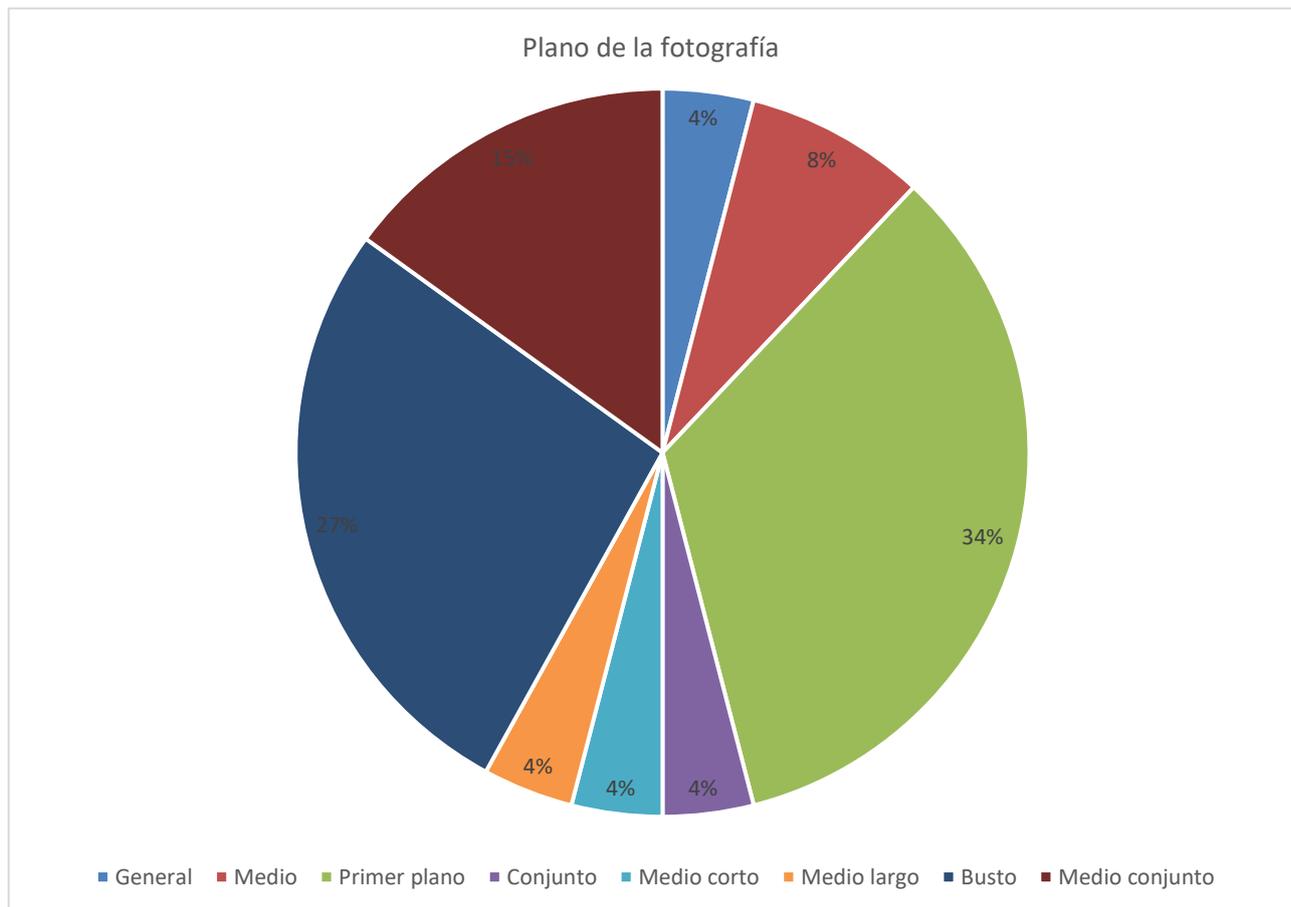


Figura 13. Plano de la fotografía de portada
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la fotografía de portada representados en la tabla 14 y figura 13, los análisis arrojaron que los planos menos utilizados son el general, conjunto, medio corto y medio largo con el 4% cada uno, comprendiendo a 1 fotografía. Por otro lado la más usada fue la de primer plano con el 34% (9 fotos), seguido por el plano busto con 27% (7 fotos). El plano medio tiene 8% y el medio conjunto 15% , ubicándose en tercer lugar.

Tabla 15.
Género de la fotografía

criterio	Categoría	Número	Porcentaje
Género de la fotografía	Fotografía de prensa	15	71%
	Fotomontaje	5	24%
	Fotografía social	0	0%
	Fotografía arquitectónica	1	5%
	Total	21	100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

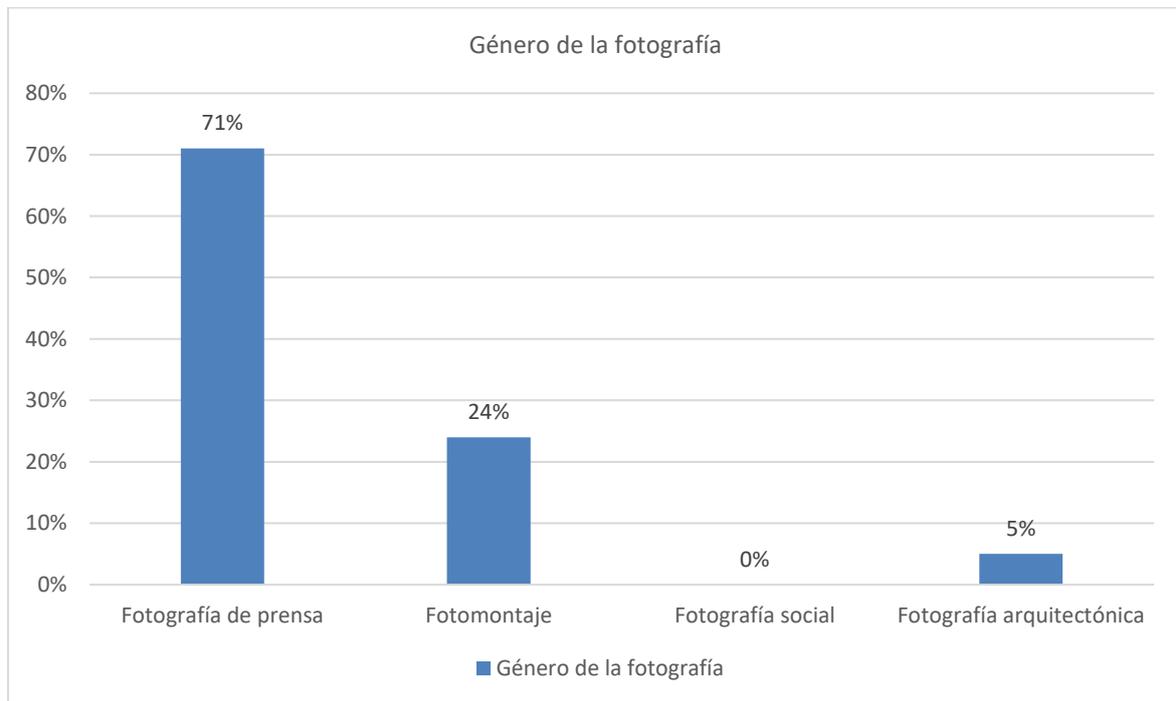


Figura 14. Género de la fotografía
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 15 y en la figura 14 se han recogido los datos correspondientes al análisis del género de la fotografía de las portadas del diario. Con 5% se encuentra la “fotografía arquitectónica”, con 24% “el fotomontaje”, y el género más utilizado ha sido el de “fotografía de prensa” con el 71% del total. No se ha utilizado ninguna fotografía de corte social.

Tabla 16.
Leyes de la gestalt

Criterio	Categoría	Número	Porcentaje
Leyes de la gestalt	Semejanza	7	88%
	Cierre	0	0%
	Continuidad	0	0%
	Proximidad	0	0%
	Figura y fondo	1	12%
Total			100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

En la tabla 16 se observa que entre las leyes de la gestalt analizadas, la más utilizada ha sido la de semejanza con 7 fotografías (88%), también se aplicó la ley de figura y fondo con una sola fotografía (12%). Cabe señalar que tanto las leyes de continuidad, proximidad y cierre no se han utilizado en las portadas del diario.

Tabla 17.
Técnica de edición

Criterio	Categoría	Número	Porcentaje
Técnica de edición	Siluetado	10	70%
	A línea	1	8%
	Doble pase	1	8%
	Sobre impresión	2	14%
Total			100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

En la tabla 17 se han recolectado los datos que corresponden a la técnica de edición utilizada en la fotografía del diario. El más utilizado es la técnica del “siluetado” con el 70% (10 fotografías), la técnica “a línea” y “doble pase” tienen el 8% (1 fotografía) y finalmente la técnica de “sobre impresión” se encuentra en segundo lugar con el 14 % (2 fotografías).

Tabla 18.
Mención de los candidatos en los titulares relacionados a la segunda vuelta

Candidatos	N° mención en titulares	Porcentaje
Keiko Fujimori	5	25%
Pedro Castillo	3	15%
Ambos	12	60%
Total		100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

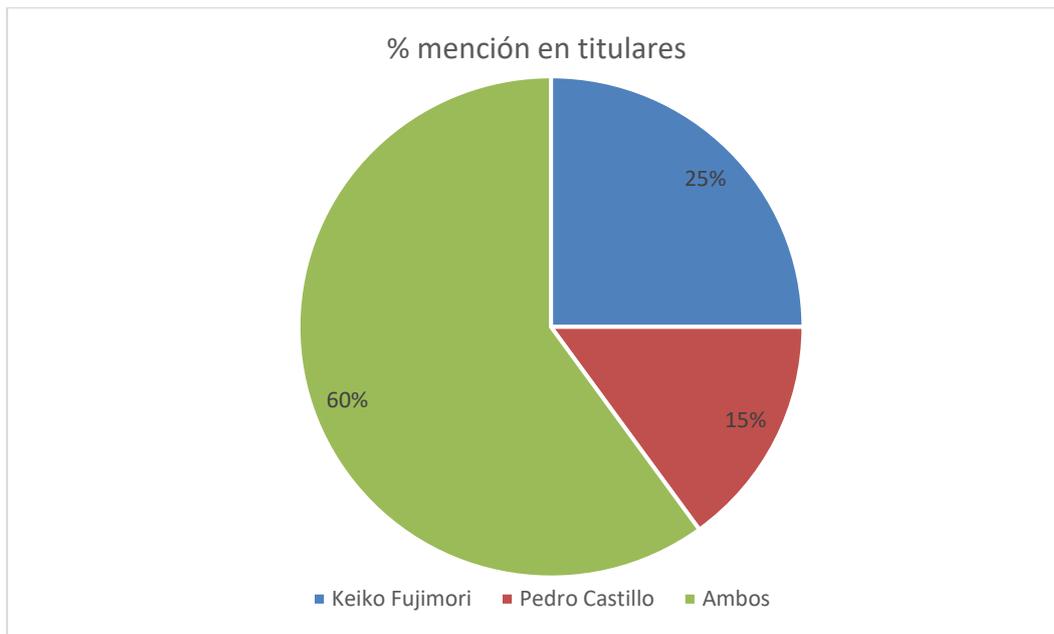


Figura 15. Mención de los candidatos en los titulares en relación a la segunda vuelta
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 18 y en la figura 15 se observa los datos acerca de qué candidato tiene más menciones en los titulares del diario durante la segunda vuelta electoral. El personaje con más menciones es Keiko Fujimori con el 25% (5), por el otro lado, Pedro Castillo obtiene el 15% (3) de las menciones. Sin embargo, el diario a mencionado a ambos candidatos en 12 titulares, es decir, en un 60% del total.

Tabla 19.
Visibilidad de candidatos en portadas en relación a la segunda vuelta

Candidatos	Aparición en fotografías	Porcentaje
Keiko Fujimori	4	25%
Pedro Castillo	2	12%
Ambos	10	63%
Total		100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

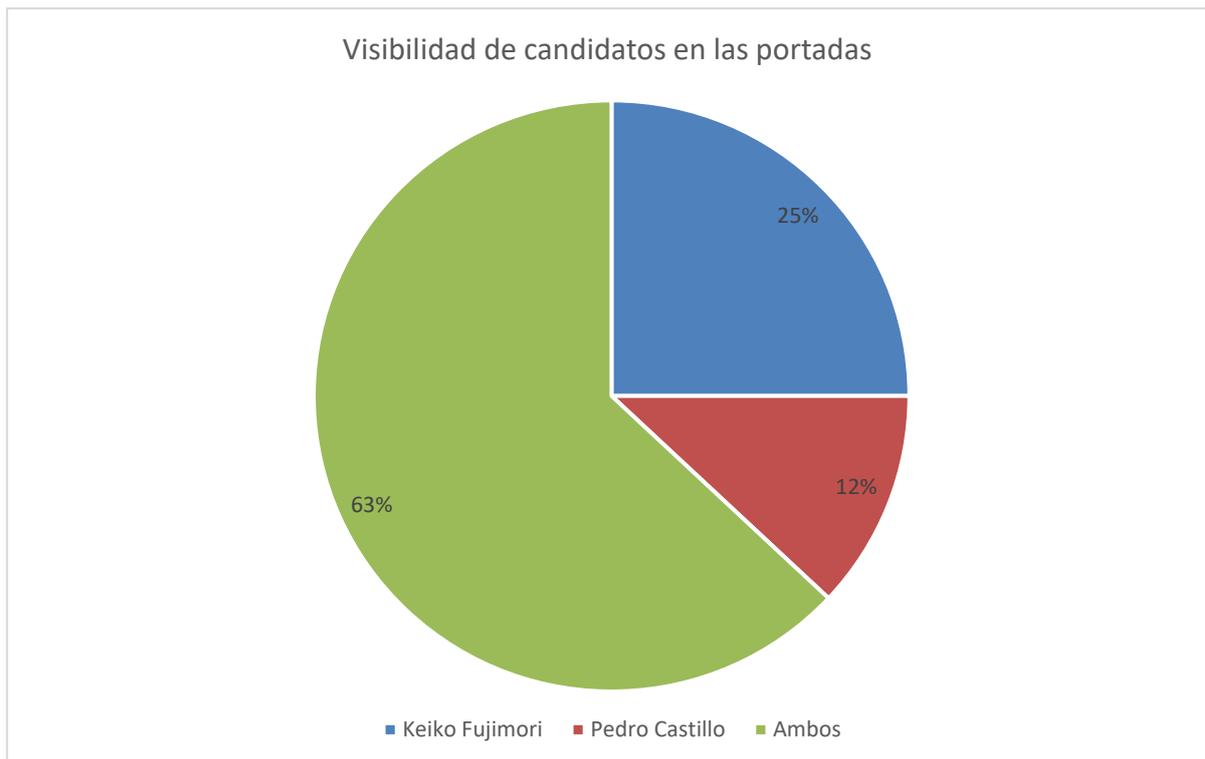


Figura 16. Visibilidad de candidatos en portadas en relación a la segunda vuelta
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 19 y en la figura 16 se observa los datos acerca de qué candidato tiene más apariciones en las portadas del diario durante la segunda vuelta electoral. El personaje con más apariciones es Keiko Fujimori con el 25% (4), por el otro lado, Pedro Castillo obtiene el 12% (2) de las apariciones. Sin embargo, aparecen ambos candidatos en 10 titulares, es decir, en un 63% del total.

Tabla 20.
Elemento informativo predominante

Elemento	Número	Porcentaje
Kinésico	21	75%
Proxémico	7	25%
Lingüístico	0	0%
Total		100%

Nota. Fuente. Elaboración propia

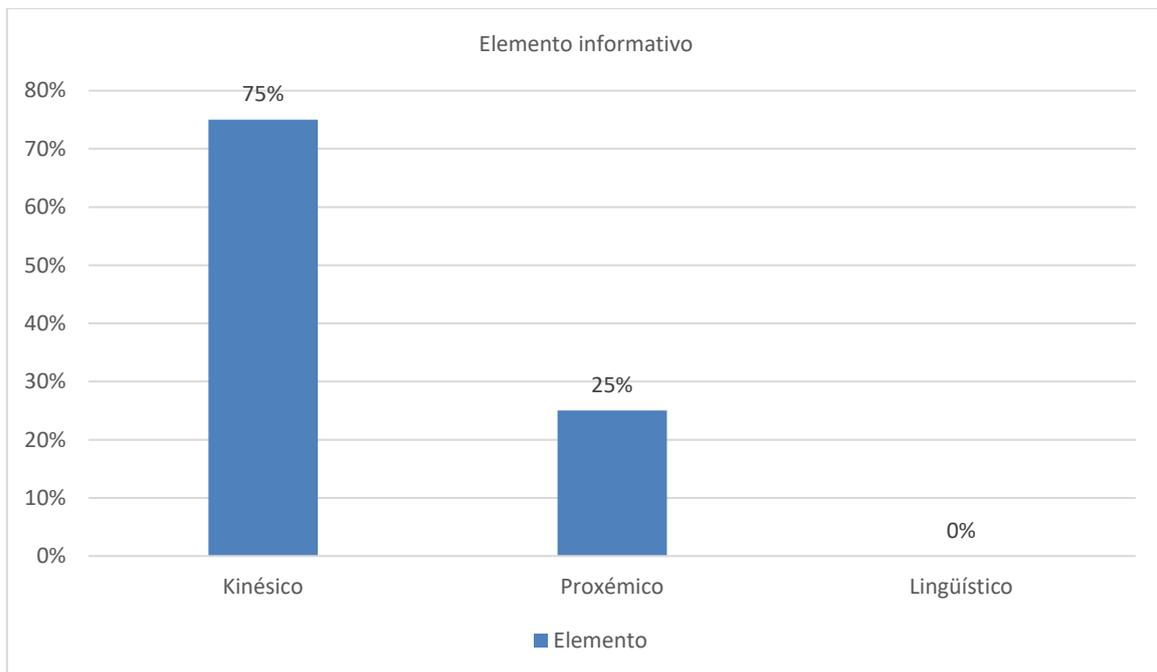


Figura 17. Elemento informativo predominante
Fuente: Elaboracion propia

En la tabla 20 y en la figura 17 se observa al elemento informativo predominante en la aparición de los personajes de las fotografías de las portadas del diario. El menos predominante es el proxémico 25% (7 fotografías), mientras que el predominante con diferencia es el kinésico con 75% (21 fotografías). Por otra parte, el elemento que nunca se utilizó es el lingüístico.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

A partir de los hallazgos que hemos obtenido, luego de mostrar los resultados por medio de la aplicación de las tres fichas técnicas de análisis de contenido y con la finalidad de responder a los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación, procedemos con la discusión de los resultados obtenidos del tratamiento periodístico de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021.

Como primer objetivo específico se consideró determinar la intención comunicativa de los titulares de las portadas del diario Panorama Cajamarquino durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021. En base a ello se estudió la clasificación de los titulares de Zorrilla (1996), quien los clasifica de acuerdo a su función comunicativa y son: designativo, temático, referencial, evocador, expresivo, apelativo y declarativo.

En los resultados encontrados en la presente investigación se observó que los titulares analizados del diario Panorama Cajamarquino se clasificaron de la siguiente manera, tal como se muestra en la tabla 7 (pág.59): la función más utilizada es la **designativa** con un 41 % del total; es decir, 9 de las 22 portadas analizadas. Esta función refleja que la mayor parte de los titulares han sido informativos, con cierta característica neutral. Es la función más utilizada en los medios de comunicación, ya que permiten la entrada de nuevos hechos noticiosos. La segunda función con presencia significativa es la **apelativa** con el 32% del total, la cual hace alusión a los titulares

que se prestan al sensacionalismo periodístico o coloquialmente llamadas “portadas amarillistas”. Esta función se utiliza mucho en el titular para que la portada tenga un gran impacto en el lector. y se suele acompañar con fotografías controversiales o que generen una reacción en el público. Así como se muestra en el titular del 21 de abril del 2021: **“Evo Morales dice que apoyará candidatura de Pedro Castillo”**, el diario con el propósito de transmitir que Evo Morales es una amenaza al respaldar la candidatura del Castillo, con la intención que el público lector no se incline en votar por el candidato cajamarquino. En tercer orden quedó la función **expresiva**, seguida por la **referencial** y la **declarativa**.

Estos resultados no coinciden con lo obtenido por Cuipal (2016), quien encontró que las funciones predominantes de su investigación en los diarios Perú 21 y La República son los temáticos e informativos. Y tampoco hay relación con la función apelativa, ya que la autora solo encontró un titular de esta característica en los dos diarios analizados.

Según el tipo de oración se ha encontrado que la **oración simple** es la que más se ha utilizado en los titulares de la presente investigación con el 48% del total, como lo indica la tabla 3 (pág.55). Es decir que la mayoría de las oraciones están compuestas por un solo verbo. Y en lo que respecta al tiempo del verbo, el 65% de los titulares han sido redactados en **tiempo presente**, para darle el carácter de actualidad a la noticia principal de la portada.

Este resultado guarda correspondencia con la investigación de Gutiérrez (2016) que en sus resultados también ha obtenido en los más predominantes a la **oración simple** y al **tiempo presente**.

Los antecedentes y sus coincidencias con esta investigación, evidencian que en los diarios se apuesta por redactar titulares que sean fáciles de leer y comprender, por

eso es que se prioriza mayoritariamente a la oración simple, que tiene un solo verbo y en tiempo presente para no perder el carácter de actualidad.

Como segundo objetivo específico se consideró analizar las características de las fotografías periodísticas de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori. En base a ello se estudió la propuesta de análisis fotográfico de Abreu (1993), quien clasificó a las fotografías según su aproximación semiótica: elemento proxémico, elemento fisonómico, elemento kinésico y elemento lingüístico.

En los resultados obtenidos en la presente investigación se observó que las fotografías que el elemento informativo predominante es el **kinésico** con el 75% del total, seguido del **proxémico** con el 25% (tabla 20, pág72). Se interpreta que el diario tiende a darle relevancia a la fotografía no estática y prioridad a los gestos corporales de los candidatos, ya que estas posturas físicas tienen un gran impacto en el público en eventos masivos como los mítines políticos o debates televisivos.

Estos resultados coinciden con lo investigado por Gutiérrez (2016), quien encontró el 63% de las fotografías con el elemento kinésico predominante, donde precisa que la gestualidad de los personajes es evidente y, por lo tanto, un importante factor de significación. También guardan relación lo investigado por García (2018) en su trabajo *El Comercio como actor político. Los encuadres en la construcción de la imagen de Keiko Fujimori en las elecciones del 2016*, quien indica textualmente que “en la construcción de la imagen de Fujimori, importan sus gestos, sus reacciones frente a los cuestionamientos, su paciencia, su empatía, la reacción de las personas al verla, las veces que viaja durante cada actividad proselitista y el empuje que tiene para solucionar adversidades” (p144). Sin embargo, en la investigación de Rojas (2017) concluye claramente con lo siguiente: “La fotografía y la fotograficidad del

discurso del diario “La República” sobre la segunda vuelta electoral, presenta fotografías de los dos candidatos en primeras planas, en situaciones espontáneas, utilizando la luz natural y la artificial, según la circunstancia, además muestra que las imágenes varían en su tamaño, ubicación dependiendo de la idea que estas quieran expresar” (p168).

Es evidente que la mayoría de los diarios investigados para este trabajo tienen la intención de publicar en su portada fotografías de característica kinésica, dándole real importancia la espontaneidad del personaje fotografiado. Es importante capturar los movimientos, gestos, como la interpretación del público lector.

Las fotografías de las portadas también se analizaron en base a las técnicas de edición de Abreu (1996), quien lo clasifica en: a línea, sobreimpresión, diapo trama, doble pase, fotos montadas, diapo en foto, silueteado, apertura de ventana, efectos especiales y otras.

Teniendo como resultados, según la técnica de edición, al silueteado con el 70% como la más utilizada. Es decir, que la mayoría de las fotos de portada han sido recortadas y flotadas en un fondo para solo resaltar la figura del personaje, en este caso el candidato presidencial en cuestión.

Este resultado no coincide con el trabajo de investigación de Gutiérrez (2016), quien encontró solo a tres fotografías con la técnica del silueteado y el resto sin técnicas de edición. Se interpreta que, a comparación del diario La República, diario analizado por la autora en mención, el diario Panorama cajamarquino tiene una fuerte tendencia a manipular las fotografías de portada mediante la edición.

Los antecedentes y sus coincidencias con esta investigación, evidencian que en los diarios se suele dar importancia al movimiento kinésico al tomar la fotografía, dando

relevancia a los movimientos corporales de los personajes. Asimismo, los diarios manejan su propia línea de acuerdo a cómo tratan la fotografía en su portada. Se puede inferir, tras lo investigado, que mientras más manipuladas están las fotografías con diferentes técnicas de edición, más sensacionalista es el diario.

Como tercer objetivo específico se consideró determinar la relación entre el titular y la fotografía de portada del diario Panorama Cajamarquino durante la segunda vuelta electoral. Para esto, se ha analizado a las fotografías a través de las Leyes de la Gestalt. Según Leone (1998) “el cerebro humano organiza los elementos percibidos en forma de configuraciones (gestalts) o totalidades” (p1). Hoy en día, estas leyes son utilizadas por diversas disciplinas en distintos campos, como la comunicación audiovisual, el diseño gráfico, la arquitectura, la sociología, la psicología, el marketing, etc.

En esta tesis, de acuerdo a las leyes de la gestalt se ha obtenido los siguientes resultados en el análisis de las fotografías: ley de **semejanza** el 88% y ley de **figura y fondo** 12% (ver tabla 16, pág69).

La percepción sucede en forma de "recortes"; percibimos zonas en las que centramos la atención y a las que llamamos "figura" y zonas circundantes que quedan justamente en un plano de menor jerarquía al que denominamos "fondo" (...) Los elementos similares tienden a verse como parte del mismo conjunto o bloque y se pueden separar claramente del resto. (Leone, 1998, p3)

A comparación de la investigación de Gutiérrez (2016), donde se utiliza las leyes semejanza y proximidad con 7 y 6 veces respectivamente en las imágenes, el diario

Panorama ha priorizado solo una ley, como el de semejanza dejando muy relegado al de figura y fondo, aunque se prestaría tranquilamente para otras portadas.

Dentro de las características analizadas se ha encontrado que en el tipo de imagen el 100% son fotografías, sin ningún gráfico o ilustración. El diario Panorama Cajamarquino, siempre utiliza fotografías en la portada. De acuerdo a la coloración de la imagen, se ha obtenido que el 96% de fotos son a color, mientras que apenas el 4% es a blanco y negro. En cuanto a los planos utilizados, el que más predomina es el **primer plano** con el 34% del total, seguido por el **plano busto** con el 27%. Se puede decir que existe una tendencia del diario a cerrar mucho el cuadro de sus fotos de portada, enfatizando el rostro del protagonista. Y de acuerdo al género de la fotografía la más utilizada fue la **foto de prensa** con un 71%, seguido del **fotomontaje** con un el 24% del total.

Estos resultados coinciden relativamente con el trabajo de investigación de Díaz (2018), quien en las fotografías de sus portadas analizadas precisa que el 90% tiene un alto contraste y el 10% un bajo contraste; es decir, las fotos utilizan un mínimo de blanco y negro, dándole una prioridad al color. Sin embargo, esta tesis nos muestra que el plano más utilizado es el primer plano, no guardando coincidencia con el trabajo de Díaz (2018), quien ha encontrado que un 46% se ve al personaje interactuando con otras personas, en un porcentaje menor el sujeto abarca el encuadre, pero en otras se encuentra descentrado. Evidentemente en esta investigación se han obtenido fotografías con planos más generales, quizá no dándole la debida importancia a la gestualidad de los personajes para ser captadas en un plano más cercano al rostro.

En base a lo analizado después de captar los resultados de las características de los titulares y las fotografías, se interpreta que se han utilizado principalmente, como lo expuesto anteriormente, titulares designativos y apelativos. Es decir, para mantener al lector informado con novedades noticiosas y para generar un gran impacto o alguna tendencia hacia la preferencia electoral del diario. Es por esto que las fotografías han cobrado valor principalmente en el estilo de los títulos apelativos, haciendo que el lector capte un sentimiento de rechazo y temor. Por ejemplo, en el titular del día 31 de mayo del 2021: “**¡No al comunismo y nunca más al terrorismo!**”, es una expresión tomada por Keiko Fujimori y la fotografía de portada es la candidata en pleno debate dirigiéndose al electorado. Entonces existe una correspondencia entre el titular y la fotografía, y no solo una relación de tipo literaria, sino de intencionalidad de persuadir a través del mensaje. Lo que desea el diario es vender la idea de que con Keiko Fujimori no habrá comunismo ni terrorismo, a comparación del otro candidato. La fotografía sirve para captar el discurso. Las personas necesitamos imágenes para captar mejor el mensaje.

En relación al cuarto objetivo específico que se consideró en determinar el tipo de discurso del diario Panorama Cajamarquino durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori, se ha analizado las categorías del discurso de análisis ideológico de Van Dijk, quien los clasifica en categoría y dominio.

En la presente investigación se han obtenido los resultados en donde las categorías más utilizadas han sido de **evidencia** y **autopresentación positiva** con el 25% del total cada una, seguida de la **presentación negativa del otro** con el 20%. Estos datos no coinciden con Gutiérrez (2016), quien encontró a **presentación negativa del otro** en primer lugar, seguido de **autoridad**.

Estos resultados comparados con sus antecedentes interpretan que el diario Panorama Cajamarquino ha dedicado sus portadas a apoyar más a la candidata Keiko Fujimori, con la figura de auto presentarla positivamente. Muy distinto pasa con el Diario La República en el trabajo de Gutiérrez (2016), en donde el rechazo a Fujimori es muy notorio, es por eso que se prioriza más a la presentación negativa del otro.

Continuando con el análisis discursivo de los titulares, se ha clasificado a cada uno de ellos en **positivo**, **negativo** y **neutral**, de acuerdo a su narrativa con el candidato presidencial, con los siguientes resultados: el 32% de titulares **positivos** fueron para Keiko Fujimori, mientras solo el 5% fueron para Pedro Castillo. Sin embargo, el candidato cajamarquino obtuvo un 18% en titulares **negativos** y Keiko Fujimori no tuvo ningún titular con la intención de perjudicarla. Además, los titulares **neutrales** suman el 45%.

Estos datos coinciden con la investigación de García (2018) quien en su investigación que involucra al diario El Comercio, menciona lo siguiente:

De las 47 notas que se escribieron en relación a la candidata la mayoría (24) tuvo un tono neutro, 15 de ellas fueron favorables y 8 resultaron desfavorables. En estas notas se resaltan los rasgos de Fujimori como una persona con ambición para alcanzar el cargo, organizada, íntegra, alguien que cumple con sus principios y actúa según dice que hará.
(p.141)

A comparación de esta investigación, el diario Panorama Cajamarquino no ha publicado ningún titular desfavorable sobre Keiko Fujimori. El discurso positivo de la candidata incluye algunos de los siguientes titulares: del 03 de mayo del 2021 se

publicó **“Keiko: el 40% del canon se repartirá directamente a la población”**. Es un titular poderoso por el tema económico, y tan manoseada está el término “canon” por las autoridades en Cajamarca, que lo hace parecer favorable ante la población, al margen del verdadero uso de ese dinero. Otro titular positivo para la candidata es **“Keiko Fujimori acepta debatir el sábado con Pedro Castillo”**. Es evidente que los titulares en esta investigación la mayor parte pasa por Fujimori. La perspectiva en este caso es hacer quedar a Keiko como la valiente y que no tiene miedo de debatir con el candidato Pedro Castillo.

No obstante, a comparación de Fujimori, algunos de los titulares negativos de Pedro Castillo son los siguientes: **“Evo Morales dice que apoyará candidatura de Pedro Castillo”**. Durante la campaña electoral, la mayoría de los medios de comunicación, han informado con el discurso de que Morales refleja el comunismo en América Latina, generando el sentimiento de miedo, hasta incluso pánico, en el lector. **“Vargas Llosa: “Keiko te estás enfrentando a un adversario que puede acabar con la libertad en el Perú””**. Este titular evidentemente tiene la total intención que el lector del diario se convenza de no votar por Pedro Castillo a partir de las declaraciones de Vargas Llosa.

En este trabajo se ha clasificado al tipo de discurso en propagandístico, informativo y de opinión, ya que se considera muy importante determinar la posición que ha tomado el diario Panorama Cajamarquino. Si se ha dedicado a informar de manera neutral, emitir una opinión o precisamente de tener una postura propagandística a favor de algún candidato.

Se han obtenido los siguientes resultados: de los 30 titulares analizados (incluyendo voladas) el 50% son de tipo **informativo**, el 30% de **opinión** y el 20%

propagandística. Llama poderosamente la atención que 6 titulares (incluye voladas) emitan propaganda explícita a favor de Keiko Fujimori, ya que este tipo de recursos ya no se ven en la actualidad en los diarios. Estas son algunas: “**¡No al comunismo y nunca más al terrorismo!**”. Este titular parece que lo hubieran sacado de un cartel en un mitin de Keiko Fujimori. Y la volada del mismo titular dice lo siguiente: “**Camino a la victoria y no a la improvisación**”. Es clara la intención de hacerle propaganda a la candidatura de Fujimori, desfavoreciendo a su contricante con los términos “comunismo” y “terrorismo” e “improvisación”.

La última portada antes de las elecciones tiene como titular lo siguiente: “**Con apoteósica caravana cajamarquinos respaldan a Keiko Fujimori**” y como volada “**¡Por la democracia!**”. El diario Panorama Cajamarquino en esta edición no ocultó su verdadera posición y sin reparos lo titularon de esa manera.

Es clara la intención del diario Panorama Cajamarquino en sus titulares de portada, tienen una tendencia de inclinar el voto hacia la candidatura de Keiko Fujimori. Estos resultados tienen coincidencia con la investigación de Cuipal (2017), quien menciona que en cuanto al manejo informativo del diario Perú21, es clara su tendencia hacia la candidatura de Keiko Fujimori, pues la mayoría de los artículos que publica apoyan a la candidata, apoyándola activamente. Asimismo, también coincide García (2018) concluyendo que El Comercio mostró una imagen positiva de la candidata Keiko Fujimori en la primera y gran parte de la segunda vuelta electoral, pero el marco estratégico de su imagen varió y su imagen cambió debido a serios cuestionamientos a dos personas de su partido.

4.2 Conclusiones

De acuerdo al objetivo general, se concluye que el tratamiento periodístico de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori, por la presidencia de la República, 2021, fue sesgado, a favor de la candidatura de Keiko Fujimori.

Respecto al primer objetivo específico, se concluye que los titulares de las portadas del diario Panorama Cajamarquino, buscaron informar e influir a favor de la candidata Keiko Fujimori. Se han utilizado en su gran mayoría titulares designativos y apelativos, con la intención de informar y generar un fuerte impacto respectivamente. Además, que algunas portadas se prestaron al sensacionalismo periodístico principalmente atacando al candidato Pedro Castillo. Asimismo, la “oración simple” ha sido la más utilizada en los titulares y el tiempo verbal más usado ha sido el “presente” para darle el carácter de actualidad a la noticia de portada.

Respecto al segundo objetivo específico, se concluye que las fotografías periodísticas de las portadas del diario Panorama Cajamarquino, fueron elaboradas y captadas con la intención de favorecer la candidatura de Keiko Fujomori. La investigación evidencia que en las imágenes el elemento predominante es el “kinésico”, priorizando de esta manera el lenguaje corporal. La técnica de edición más utilizada ha sido el “silueteado”, demostrando que el diario tiene una fuerte tendencia a editar las fotografías a través de las diferentes técnicas, en este caso desfavoreciendo al candidato Pedro Castillo. Las fotos son mayoritariamente a color y el plano más utilizado es el “primer plano”.

Respecto al tercer objetivo específico, se concluye que existe una relación de correspondencia entre el titular, el tema y la fotografía de portada del diario Panorama Cajamarquino. La mayor parte de los titulares han estado acompañadas por fotografías que no solo guardaban una fuerte relación con el tema central, sino que los ayudaba a realzar la noticia creando en el lector impacto y diversos sentimientos.

Respecto al cuarto objetivo específico, se concluye que el tipo de discurso que expone el diario Panorama Cajamarquino, es propagandístico. De acuerdo a todos los datos analizados, en esta investigación se observa que dentro de las categorías más utilizadas están la “autopresentación positiva” y la “presentación negativa del otro”, de esta manera se la hace ver de forma positiva a la candidata Fujimori, caso contrario del candidato Castillo, que es presentado en las portadas negativamente. Asimismo, la candidata Fujimori, durante toda la campaña de segunda vuelta, no ha tenido ningún titular negativo, mientras que su contrincante obtuvo el 18%. Sumado a esto, el 20% de los titulares han sido de tipo propagandístico, todos a favor de Fujimori. Por lo tanto, de acuerdo a todo lo estudiado, investigado y analizado, en una suma de factores: autopresentación positiva, presentación negativa del otro, titulares positivos y negativos, se concluye que el discurso utilizado por el diario Panorama Cajamarquino en sus titulares de portada es el propagandístico a favor de la candidatura de Keiko Fujimori.

REFERENCIAS

- Abreu, C. (1993). *La fotografía periodística: una aproximación teórico práctica* (tesis doctoral). Universidad de La Laguna, España. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=166125>
- Acevedo, Á. y Orozco, J. J. (2014). La fotografía periodística como fuente para la representación historiográfica: El análisis de la imagen en la protesta estudiantil durante la segunda mitad del siglo XX. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 5(1), 139-153. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497856282009>
- Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable: La autorregulación de los medios*. Barcelona, España: Ariel.
- Barnhurst, K. G., & Owens, J. (2008). Journalism. En W. Donsbach, (Ed.). *The international encyclopedia of communication*, (6), 2557-2569. doi: <https://doi.org/10.1002/9781405186407>
- Bastenier, M. A. (2001). *El blanco móvil: Curso de periodismo con la experiencia de la escuela de El País*. Madrid, España: Santillana.
- Brajnovic, L. (1978). *Deontología periodística*. Pamplona, España: Universidad de Navarra.
- Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública. (2017). *Estudio de lectoría de diarios en Lima y 15 principales ciudades*. Recuperado de: https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/LectoriaDiarios_2016.pdf
- Constitución Política del Perú [Const] Art. 203, 12 de julio de 1979.

- Cuipal, M. (2017). *Análisis comparativo del tratamiento periodístico de las notas en la web de los diario Perú21 y la república en el caso segunda vuelta presidencial del 20 de mayo al 09 de junio, 2016* (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Disponible en :
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1906>
- Díaz, K. (2018). *Influencia de los titulares de portada del diario La Industria de Trujillo en la percepción de la dimensión política de la gestión municipal del alcalde de Trujillo, Elidio Espinoza, en los empresarios del centro histórico en 2018* (tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Disponible en:
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13978/D%c3%adaz%20Sag%c3%a1stegui%20Karen%20Vanessa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Donoso, C. (2009). *Ecuador – Perú. Evaluación de una década de paz y desarrollo*. Quito, Ecuador: Flacso.
- Eco, U. (1993). *Lector in fabula*. Barcelona, España: Lumen.
- 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 posgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Disponible en:
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13251>
- García, B., y López, X. (2014). Los titulares en los principales cibermedios europeos: más funcionales y menos conceptuales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 833-847. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50887
- 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 pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima,

Perú. Disponible en:

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USMP_78f2799de2917b19c0ceaf4bb2515407/Details

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*.

México: McGraw Hill.

https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Huerta, D. V. (2015). *La construcción del discurso periodístico de la prensa diaria limeña sobre la figura de la mujer durante el conflicto armado interno (1980-1996)*. (tesis de pregrado).

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Disponible

en: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/620557>

Instituto Nacional de tecnologías educativas y de formación del profesorado. (2012). *La*

prensa, un recurso para el aula. Recuperado de

http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/pdf/M1/M1.4.Analisis_estructura_30_08_2012.pdf

Koziner, N. S. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en

comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1), ISSN 2313-9137. Recuperado de:

<https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjaspHytKD6AhUNOrkGHeBkCHAQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5652777.pdf&usg=AOvVaw1ODpBBPzG37kTud0otOp6X>

Leñero, V. y Marín, C. (1986). *Manual del periodismo*. Ciudad de México: Editorial

Grijalbo.

Leone, G. (1998). Leyes de la Gestalt. *Guillermoleone.com*. Recuperado de

<https://guillermoleone.files.wordpress.com/2018/01/leyes-de-la-gestalt.pdf>

Manrique, A. (2017). *Análisis del discurso del diario “La República” sobre la segunda*

vuelta electoral (tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María,

Arequipa, Perú. Disponible en:

<https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/6459>

Marrone, J. M. (2009). *La importancia de la portada en las ventas del diario Marca*. (tesis

doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Disponible en:

<https://jesusmarrone.files.wordpress.com/2010/02/tesis-jesus-marrone-la->

[importancia-de-la-portada-en-las-ventas-del-diario-marca.pdf](https://jesusmarrone.files.wordpress.com/2010/02/tesis-jesus-marrone-la-importancia-de-la-portada-en-las-ventas-del-diario-marca.pdf)

Medina, L. (2017). *El periódico y su estructura*. [Diapositiva de PowerPoint]. Core.

<https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2>

[ahUKEwiTzPyNvqD6AhXbBrkGHUWbA60QFnoECAcQAQ&url=https%3A%2F](https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiTzPyNvqD6AhXbBrkGHUWbA60QFnoECAcQAQ&url=https%3A%2F)

[%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F154797521.pdf&usg=AOvVaw0J_6ymyj](https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F154797521.pdf&usg=AOvVaw0J_6ymyj)

[_Ns5Fni9X3VouN](https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2_Ns5Fni9X3VouN)

Mejía, C. (2016). Arrevistamiento en el diseño de primeras planas de un diario generalista

español. Las portadas del diario Público. *Correspondencias & Análisis*, (7), 137-

156. doi: <https://doi.org/10.24265/cian.2017.n7.08>

Moreno, V., Ramírez, M., De la Oliva, C., y Moreno, E. (06 de agosto de 2021). *Biografía*

de Pedro Castillo. Busca Biografías.

<https://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/11233/Pedro%20Castillo>

Moreno, V., Ramírez, M., De la Oliva, C., y Moreno, E. (12 de abril de 2018). *Biografía*

de Pedro Castillo. Busca Biografías.

<https://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/10214/Keiko%20Fujimori>

Morin, V. (1974). *El tratamiento periodístico de la información*. Barcelona, España:

A.T.E.

- Munárriz, J. (1999). *La fotografía como objeto* (tesis de pregrado). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/H/1/H1015801.pdf>
- Müggenburg Rodríguez V., M. C., & Pérez Cabrera, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería Universitaria*, 4(1),35-38. ISSN: 1665-7063. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=358741821004>
- Noguera, J. M. (2005). *Informar emociones*. Barcelona, España: Librosenred.
- Santillán, A. (2017). Acerca de la concentración de medios. *Cultura*, 31, 141-156. doi: <https://doi.org/10.24265/cultura.2017.v31.07>
- Stein–Sparvieri, E. (2013). La corrupción política y su expresión en el discurso periodístico. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 17(2),133-155. ISSN: 1666-244X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339630262007>
- Suárez, A. (2013). *Análisis discursivo de la Central del diario Correo en las elecciones presidenciales 2011* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Disponible en: <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7564>
- Subirana, K. (06 de junio de 2021). *¿Por qué las elecciones se deciden en segunda vuelta? Conoce el origen de este proceso electoral*. El Comercio. <https://elcomercio.pe/eldominical/articulos-historicos/por-que-las-elecciones-entre-keiko-fujimori-y-pedro-castillo-se-deciden-en-segunda-vuelta-conoce-el-origen-del-proceso-electoral-del-balotaje-noticia/>
- Villantoy, L. (2016). *Análisis Del Tratamiento Periodístico De Las Portadas Del Diario El Trome Sobre El Proceso Electoral 2011 - Segunda Vuelta* (tesis de pregrado).

Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Disponible en:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/2311>

Weldon, M. (2008). *Everyman news: The Changing American Front Page*. Columbia:

Universidad de Missouri.

Zorrilla, J. M. (1996). *El titular de la noticia*. (tesis doctoral). Universidad Complutense de

Madrid, Madrid, España. Recuperado de

<http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	POBLACIÓN Y MUESTRA	VARIABLE	DIMENSIONES
Problema general	Objetivo general				
¿El tratamiento periodístico reflejado en las portadas del diario Panorama Cajamarquino fue equilibrado en la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021?	Determinar si el tratamiento periodístico en las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori, por la presidencia de la República, fue equilibrado.	El tratamiento periodístico en las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la presidencia de la República, fue sesgado.	El objeto de investigación fue el diario Panorama Cajamarquino, medio de prensa escrita que sirvió para someter a las portadas periodísticas a un análisis profundo sobre su estructura, tanto como en análisis de los titulares y fotografía. En consecuencia, emitir una conclusión de la línea editorial que maneja la empresa en el contexto de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales 2021.	El tratamiento periodístico	-Características de los titulares. -Características de la fotografía. - El discurso periodístico - Línea editorial
Problemas específicos	Objetivos específicos				
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la intención comunicativa de los titulares de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021? ¿Cuáles son las características de las fotografías periodísticas de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021? 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la intención comunicativa de los titulares de las portadas del diario Panorama Cajamarquino durante la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021. Analizar las características de las fotografías periodísticas de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la 		La población de este estudio son todas las portadas de las ediciones del diario emitidas durante el 12 de abril y 05 de junio del 2021, tiempo que duró la segunda vuelta electoral. La muestra selectiva es no probabilística y se decidió elegir a las portadas de acuerdo al tema de la investigación. Es decir, la muestra estuvo compuesta por todas las portadas en donde se abordaba como noticia la		

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la relación entre el titular y la fotografía de portada del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021? • ¿Cuál es el tipo de discurso que expone el diario Panorama Cajamarquino en sus portadas respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021? 	<p>segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación entre el titular y la fotografía de portada del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021. • Precisar el tipo de discurso que expone el diario Panorama Cajamarquino en sus portadas respecto a la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021. 		<p>campana electoral y referente a los candidatos Keiko fujimori y Pedro Castillo.</p>
--	--	--	--

ANEXO 2: INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS DE LA PORTADA			
	Portada		
	Noticia 1		
	 Fotografía de la noticia principal		
DE LA NOTICIA			
Ubicación en la portada	La ubicación de la noticia en la portada puede ser en la parte superior, inferior o media, así como también puede tener una alineación central, a la derecha o a la izquierda.		
Número de columnas ocupadas	Aquí se indica el número de columnas que ocupa una noticia. La diagramación de la portada del diario Panorama Cajamarquino es de 2 a 3 columnas, existiendo la posibilidad de que una noticia ocupe más de una de ellas sin evidenciar una separación gráfica.		
Porcentaje en superficie impresa	Para hallar el área de la superficie impresa total de la portada acudimos al principio geométrico de base por altura, obteniendo 982 cm ² . El área de cada noticia se halló bajo el mismo procedimiento, considerando a la noticia como un elemento gráfico cuadrangular cuyos extremos están delimitados por el último fragmento de titular / texto e imagen la noticia. El área de la noticia se tradujo en porcentaje utilizando la regla de tres simples en donde la relación proporcional se da entre el área de la superficie impresa y el área de la noticia, obteniendo así la conversión de la unidad de centímetros a la representación mediante porcentaje.		
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO			
Con / Sin leyenda	Se indica si la fotografía o imagen cuenta o no con leyenda.		
DEL TITULAR	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; text-align: center;">Volada</td> <td style="text-align: center;">Titular</td> </tr> </table>	Volada	Titular
Volada	Titular		
Estilo de Fuente	Se indica si la fuente está en normal o negrita.		
Tamaño de Fuente	El tamaño de la fuente está representado en puntos (pt) y también se halló mediante detección computarizada.		
Color de Fuente	Se indica si el color de la fuente es negro o blanco, siendo estos dos colores las únicas variaciones que realiza el diario Panorama Cajamarquino. El hallar los colores de los titulares se realizó mediante observación directa.		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR	
	Portada
	Noticia 1
	Volada
	Titular
	(Texto de la volada)
	(Texto del titular)
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico	
Tipo de oración	Simple (con un solo sintagma verbal), compuesta (con dos o más sintagmas verbales funcionando bajo una relación de yuxtaposición o coordinación) o compleja (con dos o más sintagmas verbales funcionando bajo una relación de subordinación).
De estructura vinculada	La estructura vinculada hace referencia a la continuidad semántica y también sintáctica de la volada con el titular de la noticia, es decir, que ambos componentes del titular conforman una estructura a pesar de estar separadas en dos niveles.
Sintagma Nominal	Sujeto de la oración.
Actores involucrados	Los actores involucrados son todos aquellos individuos, organismos públicos o privados, partidos políticos, regiones o países.
Núcleo	Persona, elemento o situación sobre el cual recae la acción del titular. El núcleo del sintagma nominal dentro de la oración pueden ser sustantivos, pronombres, o palabras sustantivadas
Adyacente	Funciona como complemento del núcleo y por su naturaleza puede ser un adjetivo, un sintagma proposicional, otro sustantivo como aposición o una proposición subordinada adjetiva.
Tipo o grado del adjetivo	El tipo de adjetivo puede ser posesivo, determinativo, demostrativo, calificativo, exclamativo, interrogativo, relacional e indefinido, mientras que el grado puede ser positivo, comparativo o superlativo.
Sintagma verbal	Predicado de la oración.
Verbo – Acción(es)	El verbo es la acción realizada en la oración (titular). Puede haber uno o más verbos.
Modo del verbo	El indicativo es el modo más neutral y se ubica en el plano de lo real, el modo subjuntivo expresa situaciones hipotéticas o inciertas y el modo imperativo expresa orden, ruego o amenazas. El modo condicional o potencial es un modo adicional, también considerado en ocasiones como un tiempo verbal, que se refiere a posibilidades, consecuencias y situaciones hipotéticas.

Tiempo verbal	Los tiempos verbales considerados son el presente, pasado y futuro .
Sustantivos	Los nombres de los personajes, cosas, situaciones, organizaciones o lugares relacionados.
Adjetivos calificativos	Indica características del sujeto en el titular.
Características adicionales	
Figura retórica	También conocidas como figuras literarias, son recursos del lenguaje, típicamente empleadas en la literatura, que brindan expresividad y estilo al mensaje.
Función Comunicativa	<p>La versión de esta clasificación tomada de Manuel Zorrilla (1996), permite catalogar a los titulares por su forma de presentar la información en la noticia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Designativo: en su mayoría introducen sucesos noticiosos nuevos, es el más empleado para los textos periodísticos de actualidad. ● Temático: enuncia el tema de la noticia, ejerciendo de esta forma una de las principales funciones del titular. ● Referencial: utilizado en noticias cuyo tema ha sido presentado anteriormente y que es considerado como de tácito entendimiento por la población lectora. ● Evocador: cuando hace alusión a la noticia empleando frases típicas, figuras retóricas, canciones, y demás mecanismos, o simplemente un lenguaje atractivo e ingenioso por parte del redactor. ● Expresivo: considerada como el titular con función emotiva, es la modalidad que contiene valoraciones o puntos de vista del periodista ● Apelativo: busca generar una reacción en el lector. Suele acompañarse de fotografías o ilustraciones impactantes y es el más utilizado por la prensa amarilla. ● Declarativo: son aquellos que presentan mediante discurso indirecto o directo las declaraciones de personajes relacionados con las noticias.
Análisis discursivo	
Positivo	Autopresentación positiva.
Negativo	Resaltar lo negativo del otro.
Neutral	Resaltar o comunicar los hechos noticiosos de manera neutral.
Análisis del discurso político	

<p>Categoría y dominio</p>	<p>Categoría (dominio):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Auto-glorificación nacional (Significado): son aquellas referencias positivas o alabanzas para el propio país, sus principios, historia y tradiciones. ● Autopresentación Positiva (Macroestrategia Semántica): presentación positiva del nosotros ● Autoridad (Argumentación): recurrir a la falacia de nombrar autoridades para apoyar una idea, propuesta o tema. ● Carga (Topos): uso de aparentes motivos para aceptar una idea. ● Categorización (Significado): brindar una categoría o dar una connotación diferente a dicha categoría para los “otros” ● Comparación (Significado, Argumentación): situar a “nosotros” positivamente vs. “ellos” negativamente ● Consenso (Estrategia Política): apelar al consenso en un escenario que el discurso apoye políticamente, aunque sea viable, inviable o irrelevante. ● Contrafácticos (Significado, Argumentación): basarse en suposiciones, no en hechos. ● Descripción del Actor (Significado): similar a la presentación negativa del otro, pero aquí es específica la intención de describir al “otro” con negatividad explícita o implícita. ● Desmentidos (Disclaimers) (Significado): retirar lo negativo dicho por parte de “nosotros” o “ellos” o atenuar el discurso, dando motivos que apoyen la postura de “nosotros” ● Ejemplificación/Ilustración (Argumentación): brindar ejemplos que permitan sostener la postura del “nosotros” ● El Juego de los Números (Retórica, Argumentación): presentación de cifras que actúan de forma persuasiva como un elemento de credibilidad hacia el discurso. ● Eufemismo (Retórica; Significado): atenuación dentro del discurso mediante cierta elección de palabras en lugar de otras que pueden sonar fuertes o controversiales. ● Evidencia (Significado, Argumentación): presentación de evidencia para apoyar la postura del “nosotros” ● Expresión Normativa: intención de influir de manera autoritaria mediante la transmisión del discurso, indicando lo que se debe o no se debe de hacer. ● Generalización (Significado, Argumentación): recurso falaz donde se busca otorgar ciertas acciones, características o atributos a un todo por la acción de uno o algunos conformantes del todo. ● Hipérbole (retórica): elemento retórico de maximización o mejoramiento figurativo. ● Implicación (Significado): expresión implícita que evita emplear directamente términos que puedan considerarse inadecuados o controversiales. ● Ironía (Retórica): imputar o calificar a los “otros” con ironía, sin ser confrontaciones para una eficacia mayor, dada su mayor aceptación por la sociedad. ● Lexicalización (Estilo): recurrir a la amplia gama de términos del lenguaje para expresar conceptos y creencias. ● Metáfora (Significado, Retórica): figura retórica de empleo frecuente que permite expresar una idea o concepto mediante otro que tenga un significado similar en otro contexto o realidad. ● Polarización, Categorización Nosotros-Ellos (Significado): presentar la relación de buenos “nosotros y malos “otros”.
-----------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ● Populismo (Estrategia Política): enunciar conceptos o acciones supuestamente apoyadas por la sociedad o que suponen un beneficio para ellas: falacia. ● Presentación Negativa del Otro (Macro-Estrategia Semántica): estrategia de mostrar al otro de manera negativa. ● Presuposición (Significado): expresión implícita empleada comúnmente para dar por sentada una verdad que no es tal. ● Vaguedad (Significado): uso de impresión léxica. ● Victimización (Significado): empleo de polarización para mostrar como víctimas a “nosotros”.
Tipo de discurso	
Informativo	El medio de comunicación maneja la información sin juicios de valor.
Propagandístico	El medio de comunicación maneja la información a favor de un personaje con la intención de persuadir al lector.
Opinión	El medio de comunicación emite una opinión o postura acerca de un hecho noticioso.

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada
	Noticia 1
	
	(Imagen)
	
Fotografía o Ilustración	Se indica si el elemento gráfico a ser analizado es fotografía o ilustración
Nivel contextual	
Género	Las denominaciones son: bodegón, desnudo, retrato, fotografía de prensa, fotografía de guerra, fotografía social, fotografía de paisaje, fotografía arquitectónica, fotografía de moda, fotografía publicita, entre otros.
Procedencia	Si la fotografía lo indica, se coloca el nombre del reportero gráfico o fotógrafo. De lo contrario se utiliza 'archivo del diario' o 'archivo' para las fotografías o 'de elaboración del diario' para gráficos.
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Fotografía o ilustración a color o en blanco y negro

<p>Técnica de edición</p>	<p>Modificaciones en el material fotográfico o ilustración. Las siguientes categorías son tomadas del trabajo de Abreu Sojo (1993).</p> <p>9. A línea: Hay una ausencia total de tonos grises y, en consecuencia, se consigue el máximo de contraste entre el blanco y el negro.</p> <p>10. Sobre impresión: El título del mensaje o parte de él queda encima de la foto.</p> <p>11. Diapo trama: El procedimiento es similar al de “a línea” pero con tonos grises.</p> <p>12. Doble pase: Es la inclusión de una imagen fotográfica dentro de otra.</p> <p>13. Fotos montadas: Se coloca parte de una foto dentro de otra.</p> <p>14. Diapo en foto: Se aplica un título, texto, o leyenda al interior de la foto y las letras aparecen en blanco. 7. Silueteado: Se eliminan parcial o totalmente aquellas partes de la foto que sirven de fondo a una figura. 8. Apertura de ventana: Se aplica un título dentro de un recuadro, el cual se coloca parcial o totalmente dentro de la foto.</p> <p>10. Efectos especiales: Es el uso de recursos de laboratorio o taller para crear efectos como tramados, abundante granulación, imagen negativa y fotogramas.</p> <p>Otras: Cualquier técnica diferente a las explicadas anteriormente.</p>
<p>Nivel Morfológico</p>	
<p>Descripción del motivo fotográfico</p>	<p>Es aquello que a primera instancia se representa a través de las fotografías.</p>
<p>Protagonistas</p>	<p>Los sujetos o personas que se encuentran dentro de la fotografía o ilustración.</p>
<p>Punto de interés</p>	<p>Es el elemento que atrae la atención del espectador</p>
<p>Elemento informativo predominante</p>	<p>Esta clasificación de aproximación semiótica forma parte de la propuesta de análisis fotográfico desarrollado por Carlos Abreu Sojo (1993).</p> <p>5. Elemento proxémico: Cuando la relación que guardan los sujetos que aparecen en la foto sea íntima, personal, social o pública está entre lo más importante desde el punto de vista informativo.</p> <p>6. Elemento fisonómico: Cuando el sexo, contextura, rasgo racial o edad aproximada constituyen uno de los aspectos más importantes del mensaje fotográfico informativo.</p>

	<p>7. Elemento kinésico: Cuando los gestos, del rostro, manos, brazos, piernas, pies y aún en las posturas son de lo más importante de la información fotográfica.</p> <p>8. Elemento lingüístico: Cuando cualquier mensaje escrito aparece dentro de la foto, constituyéndose en una de las fuentes de información más importantes de la misma</p>
Plano	Existen el plano general, plano americano, plano medio, plano medio - corto, primer plano, primerísimo primer plano y plano detalle.
Nitidez de la imagen	Tanto la nitidez como la difuminación en la imagen son recursos expresivos (como la difuminación natural o intencional de forma manual o digital) que a su vez permiten evidenciar o describir el contexto de la captura de la imagen.
Iluminación	Podemos referirnos entonces a la clasificación en cuanto a calidad de luz como iluminación natural e iluminación artificial; iluminación dura (fuerte contraste de luces) o iluminación suave (iluminación difusa); iluminación en clave alta (predominio de altas luces), iluminación en clave baja (predominio de las sombras) o lo que podría denominarse “iluminación clásica o normativa”. Según la dirección de la luz podemos clasificarla como iluminación cenital, iluminación desde arriba, iluminación lateral, iluminación desde abajo, iluminación nadir (opuesta a la cenital), contraluz, iluminación equilibrada o clásica, etc.
Tonalidad	El criterio de tonalidad se relaciona con el color predominante en la fotografía (rojo, azul, verde, gris) y con la mayor o menor intensidad del color conocido también como saturación y el brillo o luminosidad.
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Tanto la estaticidad como la dinamicidad de las fotografías ha sido considerada dentro de criterios previos, pero resulta importante destacar su presencia como elemento independiente debido a su relación con la naturaleza de la noticia.
Recorrido visual	Es el orden de interpretación o lectura de los elementos compositivos dentro de la fotografía.
Leyes de la Gestalt	<p>Leyes desarrolladas por la escuela de psicología alemana que lleva el mismo nombre y que clasifican las principales formas de organización de elementos dentro de un espacio según la percepción del hombre, producto de procesos cognitivos involuntarios evidenciando la naturaleza de la mente humana por concebir los conceptos como un todo. Las leyes de Gestalt no son de aplicación obligatoria ni exclusiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ley de la buena forma: toda percepción de los elementos como adoptantes de formas convencionales simples. ○ Ley de figura fondo: es la percepción de los objetos como figuras dentro de un fondo o como el fondo en sí. ○ Ley de cierre: organización de los elementos de manera tal que dan la sensación de crear una figura abierta, por lo que se suponen las formas ausentes que impiden que esté cerrada. ○ Ley de la simetría. ○ Ley de la experiencia: responde a la percepción particular por parte de cada intérprete producto de sus experiencias. ○ Ley de semejanza: es la agrupación de los elementos constitutivos de la composición cuya relación es la similitud de los

	<p>mismos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ley de la proximidad: es cuando la agrupación está en relación a la distancia de los objetos. ○ Ley de continuidad: ley relacionada al ritmo fotográfico, es decir con el ordenamiento de los elementos en continuidad lineal o curva. <p>Ley de movimiento común: sensación grupal debido a que los elementos comparten un movimiento.</p>
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Concepto principal a través de la fotografía.
Tiempo simbólico	Contexto sobre el cual se hace referencia dentro de la fotografía, pero de manera implícita, incluso poética.
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Descripción de la expresividad de los actores en base a la interpretación de sus gestos, pose, mirada, etc
Mirada de los personajes	Esto considera la relación de la mirada del protagonista con el lente del fotógrafo. Si existe una mirada hacia la cámara significa que el sujeto mira directamente y es claramente consciente de la presencia del fotógrafo o de la cámara, mientras que en la no mostración de la mirada de los personajes no es posible captar la mirada directa (haciéndola más espontánea) y el sujeto puede ignorar que existe un fotógrafo o cámara.

ANEXO 3: VALIDACIÓN DE EXPERTOS

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS	
Título de la Tesis	Tratamiento periodístico de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021
Nombres y Apellidos del autor	Jhonel Valdivia Chávez y Jhoel Mori Vásquez
Línea de investigación	Análisis del discurso
Variable de investigación	El tratamiento periodístico
Denominación del instrumento	Ficha técnica
Nombres y Apellidos del experto	Mg. Pepe Alexander Hidalgo Jiménez

Matriz para evaluación de experto

A continuación, usted encontrará una tabla con un conjunto de ítems relacionados con el instrumento de investigación, en el espacio donde se muestra **SÍ/NO**, marque **X** en el que considere conveniente. Además, puede registrar alguna observación si lo considera necesario.

Nº	Criterios a evaluar	SÍ	NO	Observaciones
1	La redacción del instrumento es clara, precisa y permitió entender el contenido.	X		
2	El instrumento está diseñado adecuadamente.	X		
3	El contenido del instrumento tiene relación con el título y las variables de investigación.	X		
4	La cantidad de ítems es adecuada para el instrumento.	X		
6	Existe una secuencia lógica con relación a los ítems.	X		
7	Los ítems empleados en el instrumento son correctos.	X		
8	El diseño del instrumento facilita el procesamiento de información.	X		

Sugerencias:

Firma del experto:



Fuente: Elaboración propia

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la Tesis	Tratamiento periodístico de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021
Nombres y Apellidos del autor	Jhonel Valdivia Chávez y Jhoel Mori Vásquez
Línea de investigación	Análisis del discurso
Variable de investigación	El tratamiento periodístico
Denominación del instrumento	Ficha técnica
Nombres y Apellidos del experto	Mg. Diego Alonso Baca Cáceres

Matriz para evaluación de experto

A continuación, usted encontrará una tabla con un conjunto de ítems relacionados con el instrumento de investigación, en el espacio donde se muestra **SÍ/NO**, marque **X** en el que considere conveniente. Además, puede registrar alguna observación si lo considera necesario.

Nº	Criterios a evaluar	SÍ	NO	Observaciones
1	La redacción del instrumento es clara, precisa y permitió entender el contenido.	X		
2	El instrumento está diseñado adecuadamente.	X		
3	El contenido del instrumento tiene relación con el título y las variables de investigación.	X		
4	La cantidad de ítems es adecuada para el instrumento.	X		
6	Existe una secuencia lógica con relación a los ítems.	X		
7	Los ítems empleados en el instrumento son correctos.	X		
8	El diseño del instrumento facilita el procesamiento de información.	X		

Sugerencias:

Firma del experto:



Fuente: Elaboración propia

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS	
Título de la Tesis	Tratamiento periodístico de las portadas del diario Panorama Cajamarquino respecto a la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori por la elección presidencial, 2021
Nombres y Apellidos del autor	Jhonel Valdivia Chávez y Jhoel Mori Vásquez
Línea de investigación	Análisis del discurso
Variable de investigación	El tratamiento periodístico
Denominación del instrumento	Ficha técnica
Nombres y Apellidos del experto	Antonio Juan Humberto Muñoz Vásquez

Matriz para evaluación de experto

A continuación, usted encontrará una tabla con un conjunto de ítems relacionados con el instrumento de investigación, en el espacio donde se muestra **SÍ/NO**, marque **X** en el que considere conveniente. Además, puede registrar alguna observación si lo considera necesario.

Nº	Criterios a evaluar	SÍ	NO	Observaciones
1	La redacción del instrumento es clara, precisa y permitió entender el contenido.	X		
2	El instrumento está diseñado adecuadamente.	X		
3	El contenido del instrumento tiene relación con el título y las variables de investigación.	X		
4	La cantidad de ítems es adecuada para el instrumento.	X		
6	Existe una secuencia lógica con relación a los ítems.	X		
7	Los ítems empleados en el instrumento son correctos.	X		
8	El diseño del instrumento facilita el procesamiento de información.	X		

Firma del experto:



Fuente: Elaboración propia

ANEXO 4: PORTADAS ANALIZADAS DEL DIARIO PANORAMA CAJAMARQUINO

Portada 1
(12 de abril - 2021)

www.diariorpanoramacajamarquino.com DENUNCIAS AL 915121966 panorama.cajamarquino www.panoramaradio.pe grupopanorama_prensa @pcajamarquino

PANORAMA CAJAMARQUINO Rumbo al Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN CAJAMARCA, LUNES 12 DE ABRIL DEL 2021 AÑO 25 / N° 7624. PRECIO: S/. 1

Cajamarca: 173 fiscales colaboran en desarrollo de elecciones

Cajamarquino dio la sorpresa

¡Habrá segunda vuelta!

Resultados en boca de urna

 16,1% Pedro Castillo	 11,9% Hernando de Soto	 11,9% Keiko Fujimori	 11% Yonhy Lescano	 10,5% Rafael López Allaga	 8,8% Verónica Mendoza
--	---	---	--	--	--

- Seis candidatos pelean pase a segunda vuelta
- Pedro Castillo fue la gran sorpresa en elecciones 2021.
- Cajamarquinos celebran primeros resultados.

En San Ramón La Recoleta DIRESA detecta cuatro casos positivos

Policía garantizó seguridad durante elecciones en Cajamarca

Duelo en sudamérica por la muerte del cajamarquino Jorge Julián

Panorama Cajamarquino: Administración

ANÁLISIS DE LA PORTADA	
	Portada 1: 12 de abril del 2021
	Noticia 1
	 <p>The image shows the front page of the newspaper 'Panorama Cajamarquino'. The main headline reads 'Cajamarquino dio la sorpresa' and '¡Habrá segunda vuelta!'. Below this, a section titled 'Resultados en boca de urna' displays the following results: Pedro Castillo (16.1%), Hernando de Soto (11.9%), Keiko Fujimori (11.9%), Yanhy Lescano (11%), Rafael López Allaga (10.5%), and Verónica Mendoza (8.8%). A small photo of Pedro Castillo is on the left. A red box at the bottom of the graphic contains the text: 'Seis candidatos pelean pase a segunda vuelta', 'Pedro Castillo fue la gran sorpresa en elecciones 2021.', and 'Cajamarquinos celebran primeros resultados.'</p>
DE LA NOTICIA	
Ubicación en la portada	Media - central
Número de columnas ocupadas	3 columnas
Porcentaje en superficie impresa	57.5%
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	
Con / Sin leyenda	Sin leyenda
DEL TITULAR	Volada
Estilo de Fuente	-
Tamaño de Fuente	-
Color de Fuente	-
	Titular
	Negrita
	30 Pt
	Blanco

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 1: 12 de abril del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	Ninguno	Cajamarquino dio la sorpresa
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	No	
Sintagma Nominal	-	Cajamarquino
Actores involucrados	-	Cajamarquino
Núcleo	-	Cajamarquino
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	dio la sorpresa
Verbo – Acción(es)	-	dio
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Pasado
Sustantivos	-	Cajamarquino

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Apelativo
Análisis discursivo		
Positivo		x
Negativo		
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Evidencia
Dominio	-	Significado, argumentación
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico		
Opinión		x

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 1: 12 de abril del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotomontaje
Procedencia	Archivo del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Silueteadado
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Representación de Pedro Castillo como ganador de la primera vuelta electoral, tras resultados a boca de urna.

Protagonistas	Pedro Castillo
Punto de interés	Postura de Pedro Castillo con el puño levantado.
Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Plano medio largo
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Natural, lateral
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad neutral
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Expresión de Pedro Castillo.
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Pedro Castillo realizando un gesto de victoria
Tiempo simbólico	Pedro Castillo después de un mitin político
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Enérgica, de liderazgo
Mirada de los personajes	Mostración de mirada

Análisis general de la portada del 12 de abril del 2021

La principal noticia de la portada del 12 de abril se titula **“Cajamarquino dio la sorpresa”**. Es un titular con una función comunicativa apelativa y tipo de oración simple. En el análisis estructural de la fotografía se muestra un fotomontaje a color y técnica de edición en silueteado.

Portada 2
(13 de abril - 2021)

www.diariopanoramacajamarquino.com DENUNCIAS AL 915121966 panorama.cajamarquino www.panoramradio.pe grupopanama_prensa @pcajamarquino



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, MARTES 13 DE ABRIL DEL 2021

AÑO 25 / N° 7625. PRECIO: S/. 1



Hospital Simón Bolívar amplía atención con 20 camas UCI y 10 camas UCIN para atención COVID-19

ONPE al 88.804%

Castillo y Fujimori se disputarán la presidencia del Perú



**Hernando de Soto de Avanza País con 11.904%; y Rafael López Aliaga de Renovación Popular con 11.863%.
■ Conteo de votos válidos en actas continúa actualizándose**

Estas serían las bancadas del nuevo Congreso

Elecciones 2021: Resultados - Congreso de la República
Actas procesadas a las 16:43 horas del 12 de abril.

	Total	% válidos
Perú Libre	1,085,699	
Fuerza Popular	665,146	
Acción Popular	650,371	
Renovación popular	624,440	
Alianza para el Progreso	517,542	
Avanza País	451,366	
Juntos por el Perú	443,958	
Somos Perú	365,799	
Podemos Perú	343,744	
Victoria Nacional	311,801	
Frepap	306,802	
Partido Morado	302,038	

Parlamento Andino: PL, FP y AP encabezan conteo de votos de actas procesadas

Elecciones 2021: Resultados - Parlamento Andino
Al 30.011% de actas procesadas a las 18:00 horas del 12 de abril.

Electores hábiles	Participación Ciudadana	en %
6 640,229	4 738,711	71.364%
Perú Libre		21.584%
Fuerza Popular		10.581%
Acción Popular		10.267%
Renovación Popular		8.288%
Avanza País		7.540%
Juntos por el Perú		7.117%
Frepap		1.561%
Alianza para el Progreso		0.511%
Otros		21.576%

Fuente: ONPE

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
	Portada 2: 13 de abril del 2021	
	Noticia 1	
		
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Inferior, Central-izquierda	
Número de columnas ocupadas	2 columnas	
Porcentaje en superficie impresa	59,14%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de Fuente	18 pt	24 Pt
Color de Fuente	Blanco	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR

Portada 2: 13 de abril del 2021



Noticia 1

Volada

Titular

ONPE al 88.804%

Castillo y Fujimori se disputarán la presidencia del Perú

Análisis Morfológico- sintáctico - semántico

Tipo de oración	Frase nominal	Oración simple
De estructura vinculada	Sí	
Sintagma Nominal	ONPE	Castillo y Fujimori
Actores involucrados	ONPE	Castillo y Fujimori
Núcleo	ONPE	Castillo y Fujimori
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	se disputarán la presidencia del Perú
Verbo – Acción(es)	-	disputarán
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Futuro
Sustantivos	ONPE	Castillo y Fujimori, presidencia del Perú

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	Designativo	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral	x	x
Análisis del discurso político		
Categoría	El Juego de los Números	Evidencia
Dominio	Retórica, argumentación	Significado, argumentación
Tipo de discurso		
Informativo	x	x
Propagandístico		
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 2: 13 de abril del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotomontaje
Procedencia	Archivo del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Silueteadado
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo	Keiko Fujimori y Pedro Castillo uno de cada lado, representando el enfrentamiento de la segunda vuelta

fotográfico	electoral, con fondo de Palacio de Gobierno.
Protagonistas	Keiko Fujimori y Pedro Castillo
Punto de interés	Keiko Fujimori y Pedro Castillo
Elemento informativo predominante	Kinésico (por separado) y proxémico (juntos)
Plano	Plano medio
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación artificial, cenital y lateral
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad amarilla, contraste de colores verde y rojo
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Expresión de Pedro Castillo y expresión de Keiko Fujimori
Leyes de la Gestalt	Semejanza
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Keiko Fujimori y Pedro Castillo exponiendo sus propuestas.
Tiempo simbólico	Defensa de posturas y propuestas por parte de los candidatos para convencer al electorado.
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Confrontacional, de liderazgo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 13 de abril del 2021

“**Castillo y Fujimori se disputarán la presidencia del Perú**”, es la principal noticia de la portada del 13 de abril. La función comunicativa de este titular es designativa con un análisis discursivo neutral. En el análisis estructural de la fotografía se muestra un fotomontaje a color y técnica de edición silueteado, a nivel morfológico, la descripción del motivo nos muestra a Keiko Fujimori y Pedro Castillo uno de cada lado, representando el enfrentamiento de la segunda vuelta electoral, con fondo de Palacio de Gobierno.

Portada 3
(15 de abril - 2021)

www.diariopanoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

panorama.cajamarquino

www.panoramradio.pe

grupopanorama_prensa

@pcajamarquino



PANORAMA
CAJAMARQUINO

Rumbo al
Bicentenario



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, JUEVES 15 DE ABRIL DEL 2021

AÑO 25 / N° 7627. PRECIO: S/. 1

¡Planta de oxígeno para Cajamarca una realidad!



- Agilizan proceso de adquisición para ayudar a pacientes con Covid-19
- Autoridades de Municipalidad y Dirección Regional de Salud se reunieron para coordinar acciones finales para opinión técnica.



Pedro Castillo y Keiko Fujimori entran a segunda vuelta

Según conteo de la ONPE al 98%

Congreso tendrá 10 bancadas a partir del 28 de julio

Ronderos paralizarán 48 horas en mayo



Fumigan mercados y calles colindantes en Cajamarca



UTC y Melgar chocarán hoy por la cuarta fecha de la Fase 1

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501 Gerencia: 915121966 Planta: 975417241

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
	Portada 3: 15 de abril del 2021	
	Noticia 1	
	 <p>Pedro Castillo y Keiko Fujimori entran a segunda vuelta Según conteo de la ONPE al 98%</p>	
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Superior, derecha	
Número de columnas ocupadas	1 columna	
Porcentaje en superficie impresa	5,3 %	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	-	Negrita
Tamaño de Fuente	-	16 Pt
Color de Fuente	-	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 3: 15 de abril del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	-	Pedro Castillo y Keiko Fujimori entran a segunda vuelta
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	No	
Sintagma Nominal	-	Pedro Castillo y Keiko Fujimori
Actores involucrados	-	Pedro Castillo y Keiko Fujimori
Núcleo	-	Pedro Castillo y Keiko Fujimori
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	entran a segunda vuelta
Verbo – Acción(es)	-	entran
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente
Sustantivos	-	Pedro Castillo y Keiko Fujimori

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Referencial
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral		x
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Evidencia
Dominio	-	Significado, argumentación
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 3: 15 de abril del 2021
	Noticia 1
	
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Fotos Andina
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	-
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Keiko Fujimori y Pedro Castillo uno de cada lado, expresando sus argumentos, representando el enfrentamiento de la segunda vuelta electoral.
Protagonistas	Keiko Fujimori y Pedro Castillo
Punto de interés	Keiko Fujimori y Pedro Castillo
Elemento informativo predominante	Kinésico (por separado) y proxémico (juntos)

Plano	Plano busto
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación artificial, cenital y lateral
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad amarilla, contraste de colores azul y rojo
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Expresión de Pedro Castillo y expresión de Keiko Fujimori
Leyes de la Gestalt	Semejanza
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Keiko Fujimori y Pedro Castillo exponiendo sus propuestas en el debate presidencial.
Tiempo simbólico	Defensa de posturas y propuestas por parte de los candidatos para convencer al electorado.
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Confrontacional, de liderazgo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 15 de abril del 2021

En la parte superior derecha en un recuadro de menor tamaño se indica: **Pedro Castillo y Keiko Fujimori entran a segunda vuelta**. Es un titular con oración simple y función comunicativa referencial. En el análisis estructural de la fotografía, nos muestra una fotografía de prensa, a color, donde el punto de interés es Keiko Fujimori y Pedro Castillo con plano busto y nítido, Brillo alto, tonalidad amarilla, contraste de colores azul y rojo.

Portada 4
(17 de abril - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957 97 3316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diario panoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

panorama.cajamarquino

www.panoramadio.pe

grupopanorama_prensa

@pcajamarquino



PANORAMA
CAJAMARQUINO



Rumbo al
Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, SÁBADO 17 DE ABRIL DEL 2021

AÑO 25 / N° 7629. PRECIO: S/. 1



Gobierno local entrega resoluciones de transporte especial a empresas de mototaxis

Mirtha Vásquez: pide a candidatos ser claros sobre lo que quieren hacer con el país



**ONPE al 100%:
Pedro Castillo
19.09% y Keiko
Fujimori 13.36%**



**Albert Cabanillas:
"Vamos a impugnar la resolución (sobre duelo ante la 'U')"**

¡Alerta!

Casos covid en Cajamarca se desbordan



Afirmó director de Simón Bolívar Yoni Delgado.

"Desde marzo los picos de contagio del COVID-19 no se detienen", advirtió.

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
Portada 4: 17 de abril del 2021		
Noticia 1		
	 <p>ONPE al 100%: Pedro Castillo 19.09% y Keiko Fujimori 13.36%</p>	
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Inferior, derecha	
Número de columnas ocupadas	1 columna	
Porcentaje en superficie impresa	6.5%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	-	Negrita
Tamaño de Fuente	-	16 Pt
Color de Fuente	-	Azul

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 4: 17 de abril del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	-	ONPE al 100%: Pedro Castillo 19.09% y Keiko Fujimori 13.36%
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Frase nominal
De estructura vinculada	-	
Sintagma Nominal	-	ONPE - Pedro Castillo - Keiko Fujimori
Actores involucrados	-	ONPE - Pedro Castillo - Keiko Fujimori
Núcleo	-	ONPE - Pedro Castillo - Keiko Fujimori
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	-
Verbo – Acción(es)	-	-
Modo del verbo	-	-
Tiempo verbal	-	-
Sustantivos	-	ONPE - Pedro Castillo - Keiko Fujimori

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral		x
Análisis del discurso político		
Categoría	-	El juego de los números
Dominio	-	Retórica, argumentación
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 3: 15 de abril del 2021
	Noticia 1
	 
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía arquitectónica
Procedencia	No determinable
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	-
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Fotografía de los exteriores de Palacio de Gobierno.
Protagonistas	Palacio de Gobierno
Punto de interés	Palacio de Gobierno

Elemento informativo predominante	-
Plano	Plano general
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación natural
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad neutral
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Estática
Recorrido visual	Palacio de Gobierno como objetivo para ambos candidatos
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	-
Tiempo simbólico	-
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	-
Mirada de los personajes	-

Análisis general de la portada del 17 de abril del 2021

En la parte superior derecha en un recuadro de menor tamaño se indica: **ONPE al 100%: Pedro Castillo 19.09% y Keiko Fujimori 13.36%**. Es una frase nominal. Utiliza el juego de los números como categoría en su discurso político. En el análisis estructural de la fotografía, nos muestra una fotografía arquitectónica de Palacio de Gobierno con un plano general e iluminación natural.

Portada 5
(20 de abril - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

[panorama.cajamarquino](https://www.facebook.com/panorama.cajamarquino)

www.panoramradio.pe

[grupopanorama_prensa](https://www.instagram.com/grupopanorama_prensa)

[@pcajamarquino](https://twitter.com/pcajamarquino)



PANORAMA
CAJAMARQUINO

Rumbo al
Bicentenario



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, MARTES 20 DE ABRIL DEL 2021

AÑO 25 / N° 7632. PRECIO: S/. 1



**Labores escolares
continuarán
siendo virtuales
en Cajamarca**



**Beneficencia
cede ambientes
a Bomberos para
instalar central
Teléfonica**



JAÉN
**Aumentan
casos Covid-19
en Bellavista**

¡Cuidado!

Candidatos infringen medidas de bioseguridad en nueva campaña

■ Pedro Castillo y Keiko participaron en diversas actividades en Cajamarca y Lima sin respetar los protocolos de bioseguridad.

■ El incremento de contagios y muertes por el COVID-19 debería ser prioritario si respeten la vida de sus simpatizantes.



ANÁLISIS DE LA PORTADA	
	Portada 5: 20 de abril del 2021
	Noticia 1
	
DE LA NOTICIA	
Ubicación en la portada	Medio-inferior, izquierda
Número de columnas ocupadas	2 columnas
Porcentaje en superficie impresa	55,2%
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	
Con / Sin leyenda	Sin leyenda
DEL TITULAR	Volada Titular
Estilo de Fuente	Negrita Negrita
Tamaño de Fuente	24pt 24 Pt
Color de Fuente	Rojo Blanco

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR

Portada 5: 20 de abril del 2021

Noticia 1



Volada

Titular

¡Cuidado!

Candidatos infringen medidas de bioseguridad en nueva campaña

Análisis Morfológico- sintáctico - semántico

Tipo de oración	Frase exclamativa	Oración simple
De estructura vinculada	-	Sí
Sintagma Nominal	-	Candidatos
Actores involucrados	-	Candidatos
Núcleo	-	Candidatos
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	infringen medidas de bioseguridad en nueva campaña
Verbo – Acción(es)	-	infringen
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente
Sustantivos	-	Candidatos, campaña

Adjetivos calificativos	-	nueva
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	Expresivo	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral	x	x
Análisis del discurso político		
Categoría	-	-
Dominio	-	-
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión	x	

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 5: 20 de abril del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Silueteadado
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Disputa de la presidencia entre dos candidatos.
Protagonistas	Keiko Fujimori, Pedro Castillo

Punto de interés	Keiko Fujimori, Pedro Castillo
Elemento informativo predominante	Kinésico (por separado) y proxémico (juntos)
Plano	Plano busto
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación natural, lateral
Tonalidad	Brillo alto, contraste alto por figura y fondo
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Keiko Fujimori (primero), Pedro Castillo (segundo)
Leyes de la Gestalt	Semejanza
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Keiko Fujimori expresándose, Pedro Castillo contemplando con la mirada
Tiempo simbólico	-
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Comunicativa, segura de liderazgo (Fujimori), Inseguro, temeroso (Castillo)
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 20 de abril del 2021

El titular indica: **“Candidatos infringen medidas de bioseguridad en nueva campaña”**. Es un titular con oración simple y función comunicativa designativa. En la fotografía nos muestra a Keiko Fujimori, Pedro Castillo en técnica de edición en silueteado, a color y donde la descripción del motivo fotográfico es la disputa de la presidencia entre dos candidatos.

Portada 6
(21 de abril - 2021)

761501 Gerencia: 915121966 Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

[panorama.cajamarquino](https://www.facebook.com/panorama.cajamarquino)

www.panoramaradio.pe

[grupopanorama_prensa](https://www.instagram.com/grupopanorama_prensa)

[@pcajamarquino](https://twitter.com/pcajamarquino)



PANORAMA
CAJAMARQUINO



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, MIÉRCOLES 21 DE ABRIL DEL 2021

AÑO 25 / N° 7633. PRECIO: S/. 1

**Cajamarca establece
la Ruta del Oxígeno
para reducción de
pacientes graves
por COVID-19**

¡Alerta! Evo Morales dice que apoyará candidatura de Pedro Castillo



- Expresidente dijo que cajamarquino tiene programa similar a Bolivia.
- Coincidimos en temas de revolución democrática y cultural pacífica, defendiendo recursos naturales e impulsando una Asamblea Constituyente.

**Beneficencia
confirma 400
fallecidos por
COVID este año**

**DIRESA ampliará
laboratorio molecular
para diagnóstico de
más patologías**

**3 jugadores de
UTC en el Once
Ideal de la fecha 4**

LIBMAN, GORDILLO Y GENTILE
ENTRE LOS MEJORES

REALIZA TUS GESTIONES 100% VIRTUALES

**REGÍSTRATE
en nuestra**



**Casilla
Electrónica**

haz tus trámites desde casa evitando aglomeraciones

Juntos contenemos la pandemia
www.municaj.gov.pe



Panorama Cajamarquino: Administr

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
Portada 6: 21 de abril del 2021		
Noticia 1		
		
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Medio, izquierda	
Número de columnas ocupadas	2 columnas	
Porcentaje en superficie impresa	44,2%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de Fuente	26pt	22Pt
Color de Fuente	Rojo	Blanco

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR

Portada 6: 21 de abril del 2021

Noticia 1



Volada

Titular

¡Alerta!

Evo Morales dice que apoyará candidatura de Pedro Castillo

Análisis Morfológico- sintáctico - semántico

Tipo de oración	Frase exclamativa	Oración compuesta
De estructura vinculada	-	Sí
Sintagma Nominal	-	Evo Morales
Actores involucrados	-	Evo Morales
Núcleo	-	Evo Morales
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	dice que apoyará candidatura de Pedro Castillo
Verbo – Acción(es)	-	dice; apoyará
Modo del verbo	-	Indicativo; indicativo
Tiempo verbal	-	presente; futuro
Sustantivos	-	Evo Morales, candidatura, Pedro Castillo

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	Expresivo	Apelativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo	x	x
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Presentación negativa del otro
Dominio	-	Macro-Estrategia Semántica
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión	x	

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 6: 21 de abril del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color (Pedro Castillo) – B/N (Evo Morales)
Técnica de edición	A línea (B/N), Silueteado, Doble pase
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Pedro Castillo y de fondo Evo Morales

Protagonistas	Pedro Castillo, Evo Morales
Punto de interés	Pedro Castillo, Evo Morales
Elemento informativo predominante	Kinésico (por separado) y proxémico (juntos)
Plano	Plano busto (Castillo) – Primer plano (Morales)
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación natural (Castillo) – lateral, clave baja (Morales)
Tonalidad	Brillo alto – contraste alto por figura y fondo
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Evo Morales (primero), Pedro Castillo (segundo)
Leyes de la Gestalt	Ley de figura y fondo
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Evo Morales aparece como la sombra oscura de Pedro Castillo
Tiempo simbólico	-
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Risueño con ligera sonrisa (Castillo) – Seria, de estar contemplando un suceso (Morales)
Mirada de los personajes	Mostración de mirada (Castillo) – No mostración de mirada (Morales)

Análisis general de la portada del 21 de abril del 2021

El titular indica: **Evo Morales dice que apoyará candidatura de Pedro Castillo**, es un titular con oración compuesta y función comunicativa apelativa. La portada nos muestra fotografías de prensa, color (Pedro Castillo) – B/N (Evo Morales), con técnicas de edición A línea (B/N), Silueteado, Doble pase. La actitud de los personajes señala a Catillo Risueño con ligera sonrisa – (Evo Morales) Seria, de estar contemplando un suceso.

Portada 7
(26 de abril - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501 Gerencia: 915121966 Planta: 975417241

www.diario panoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

panorama.cajamarquino

www.panoramaradio.pe

grupopanorama_prensa

@pcajamarquino



PANORAMA
CAJAMARQUINO



**Congreso evalúa
proyecto de ley de
Rondas Campesinas**

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, LUNES 26 DE ABRIL DEL 2021

AÑO 25 / N° 7638. PRECIO: S/. 1

¡Gestión!



Municipalidad entregó más de 27 obras para Cajamarca



- En dos años tres meses. Asimismo, para finales de 2021 se prevé dotar de servicio de agua y/o saneamiento a más de 10 mil familias cajamarquinas.
- En tanto cerca de 60 mil cajamarquinos verán la mejora de sus calles.



Encuesta IEP: Castillo casi duplica a Fujimori en intención de voto de segunda vuelta

SAN IGNACIO
Denuncian actos de tortura en penal de San Ignacio



UTC y el eufórico abrazo con Salomón Libman tras atajar un penal en el último minuto



Panorama celebra el Bicentenario en Costa, Sierra y Selva

ANÁLISIS DE LA PORTADA	
	Portada 7: 26 de abril del 2021
	Noticia 1
	
DE LA NOTICIA	
Ubicación en la portada	Medio-superior, derecha
Número de columnas ocupadas	1 columna
Porcentaje en superficie impresa	5,68%
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	
Con / Sin leyenda	Sin leyenda
DEL TITULAR	
	Volada
	Titular
Estilo de Fuente	- Negrita
Tamaño de Fuente	- 16 Pt

Color de Fuente	-	Blanco
-----------------	---	--------

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR

Portada 6: 26 de abril del 2021



Noticia 1

Volada

Titular

-

Encuesta IEP: Castillo casi duplica a Fujimori en intención de voto de segunda vuelta

Análisis Morfológico- sintáctico - semántico

Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	No	
Sintagma Nominal	-	Encuesta IEP: Castillo
Actores involucrados	-	Encuesta IEP, Castillo, Fujimori
Núcleo	-	Encuesta IEP
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	Castillo casi duplica a Fujimori en intención de voto de segunda vuelta
Verbo – Acción(es)	-	duplica
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente

Sustantivos	-	Encuesta IEP, Castillo, Fujimori, segunda vuelta
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral	-	x
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Evidencia
Dominio	-	Significativo, argumentación
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico		
Opinión		x

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 6: 26 de abril del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Silueteadó
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Pedro Castillo y Keiko fujimori confrontados en un fondo negro
Protagonistas	Pedro Castillo, Keiko Fujimori
Punto de interés	Pedro Castillo, Keiko Fujimori

Elemento informativo predominante	Kinésico (por separado) y proxémico (juntos)
Plano	Primer plano (ambos)
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación natural, lateral (Castillo) – Iluminación natural, lateral (Fujimori)
Tonalidad	Brillo alto – contraste alto por figura y fondo (ambos)
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Expresión de Pedro Castillo y expresión de Keiko Fujimori
Leyes de la Gestalt	Semejanza
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Pedro Castillo y Keiko Fujimori contemplando con la mirada alguna acción
Tiempo simbólico	-
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Actitud de incertidumbre, con ambas expresiones serias
Mirada de los personajes	No mostración de mirada (Castillo) – No mostración de mirada (Fujimori)

Análisis general de la portada del 26 de abril del 2021

En esta ocasión la portada no tiene como noticia central un titular relacionado a las elecciones presidenciales. En la parte superior derecha en un recuadro de menor tamaño se indica: **Encuesta IEP: Castillo casi duplica a Fujimori en intención de voto de segunda vuelta.** Es una oración simple. Su discurso está en la categoría de evidencia. Nos muestra fotografías de prensa donde los protagonistas son Pedro Castillo, Keiko Fujimori en Iluminación natural, lateral (Castillo) – Iluminación natural, lateral (Fujimori).

Portada 8
(30 de abril - 2021)

www.diariopanoramacajamarquino.com DENUNCIAS AL 915121966 panorama.cajamarquino www.panoramaradio.pe grupopanorama_prensa @pcajamarquino

PANORAMA
CAJAMARQUINO

Rumbo al Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, VIERNES 30 DE ABRIL DEL 2021

AÑO 25 / N° 7642. PRECIO: S/. 1

¡Será virtualmente!

Municipalidad reinicia atención al público los días martes

- Previa cita a partir del 4 de mayo.
- Propósito es cuidar de los usuarios y de las autoridades ediles.

Más de 600 adultos mayores de 80 años fueron vacunados en el coliseo Gran Qhapaq Ñan

Incremento de la delincuencia y violencia preocupa en Cajamarca

Keiko Fujimori acepta debatir el sábado con Pedro Castillo

¡A DOS DÍAS DEL DEBATE!
Pedro Castillo sufre descompensación respiratoria y es trasladado de urgencia a clínica de Lima

"Gavilanes" y "Zorros" abren la jornada 6 de la Fase 1 de la Liga 1 Betsson

1821-2021
200 años de historia y crecimiento

Panorama celebra el Bicentenario en Costa, Sierra y Selva

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501 Gerencia: 915121966 Planta: 975417241

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
Portada 8: 30 de abril del 2021		
Noticia 1		
	<p>Keiko Fujimori acepta debatir el sábado con Pedro Castillo</p> <p>¡A DOS DÍAS DEL DEBATE! Pedro Castillo sufre descompensación respiratoria y es trasladado de urgencia a clínica de Lima</p>	
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Medio-derecha	
Número de columnas ocupadas	1 columna	
Porcentaje en superficie impresa	4,11%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	-	
DEL TITULAR		
	Volada	Titular
Estilo de Fuente	-	Negrita
Tamaño de Fuente	-	16 Pt
Color de Fuente	-	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 8: 30 de abril del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	-	Keiko Fujimori acepta debatir el sábado con Pedro Castillo
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración compuesta
De estructura vinculada	No	
Sintagma Nominal	-	Keiko Fujimori
Actores involucrados	-	Keiko Fujimori, Pedro Castillo
Núcleo	-	Keiko Fujimori
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	acepta debatir el sábado con Pedro Castillo
Verbo – Acción(es)	-	acepta; debatir
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente; infinitivo
Sustantivos	-	Keiko Fujimori, Pedro Castillo

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		x
Negativo		
Neutral	-	
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Autopresentación positiva
Dominio	-	Macro estrategia semántica
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión		

Análisis general de la portada del 30 de abril del 2021

Está ubicado en la parte media, derecha de la portada ocupando un pequeño porcentaje de la superficie. Se titula: **Keiko Fujimori acepta debatir el sábado con Pedro Castillo**. Es una oración compuesta por dos verbos y con dos sustantivos. Su función comunicacional es designativa y no muestra fotografía.

Portada 9
(01 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com DENUNCIAS AL 915121966 panorama.cajamarquino www.panoramaradio.pe grupopanorama_prensa @pcajamarquino

PANORAMA
CAJAMARQUINO

Rumbo al Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, SÁBADO 01 DE MAYO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7643. PRECIO: S/. 1



40 familias se benefician con agua potable y saneamiento en Pacopampa

Hospital Covid Simón Bolívar brinda ambientes para camas UCI de EsSalud

SAN MARCOS
Cadena perpetua para violador de su propia hija



UTC cayó 1-3 ante Ayacucho FC por la fecha 6 de la Liga 1 en el Estadio Monumental

¡Gran expectativa!

Frente a Frente

El debate más esperado entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori se realizará hoy en Chota.

Prensa nacional, internacional y local se trasladan a ciudad cajamarquina.

Madre solo hay una, por ello nos unimos los mejores, para rendirle un homenaje.

FELIZ DÍA Mamá

Alejandro Spa, La Ideal, Santa Lúdrdes, Vigo's, Corporación Pisco, CAXAGAS, Carretero

Síguenos en facebook y twitter para participar

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
	Portada 9: 01 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
		
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Centro, izquierda	
Número de columnas ocupadas	2 columnas	
Porcentaje en superficie impresa	40.5%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de Fuente	14 pt	26 pt
Color de Fuente	Blanco	Blanco

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR

Portada 9: 01 de mayo del 2021

Noticia 1



Volada

Titular

¡Gran expectativa!

Frente a Frente

Análisis Morfológico- sintáctico - semántico

Tipo de oración	Frase exclamativa	Frase nominal
De estructura vinculada	Sí	
Sintagma Nominal	¡Gran expectativa!	Frente a Frente
Actores involucrados	-	-
Núcleo	expectativa	Frente
Adyacente	Gran	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	-
Verbo – Acción(es)	-	-
Modo del verbo	-	-
Tiempo verbal	-	-
Sustantivos	-	-

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	Metáfora
Función Comunicativa	Expresivo	Expresivo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral	x	x
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Lexicalización
Dominio	-	Estilo
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión	x	

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 9: 01 de mayo del 2021
	Noticia 1
	 
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Silueteadado
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Pedro Castillo y Keiko fujimori confrontados en un fondo negro
Protagonistas	Pedro Castillo, Keiko Fujimori

Punto de interés	Pedro Castillo, Keiko Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico (por separado) y proxémico (juntos)
Plano	Primer plano (ambos)
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación natural, lateral (Castillo) – Iluminación natural, lateral (Fujimori)
Tonalidad	Brillo alto – contraste alto por figura y fondo (ambos)
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Expresión de Pedro Castillo y expresión de Keiko Fujimori
Leyes de la Gestalt	Semejanza
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Pedro Castillo y Keiko Fujimori captados dirigiéndose a los electores
Tiempo simbólico	-
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Comunicativa, risueña, segura de liderazgo (Fujimori); enfático, enojado, seguro de liderazgo (Castillo)
Mirada de los personajes	No mostración de mirada (Castillo) – No mostración de mirada (Fujimori)

Análisis general de la portada del 01 de mayo del 2021

El titular de esta noticia indica: Frente a Frente, lo cual no es oración, es una frase nominal. La función comunicacional del titular es expresiva. En la descripción del motivo fotográfico nos muestra a Pedro Castillo y Keiko fujimori confrontados en un fondo negro.

ANÁLISIS DE LA PORTADA	
Portada 10: 03 de mayo del 2021	
Noticia 1	
	
DE LA NOTICIA	
Ubicación en la portada	Centro, izquierda
Número de columnas ocupadas	2 columnas
Porcentaje en superficie impresa	38,6%
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	
Con / Sin leyenda	Sin leyenda
DEL TITULAR	Volada Titular
Estilo de Fuente	- Negrita
Tamaño de Fuente	- 24 pt
Color de Fuente	- Blanco

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR

Portada 10: 03 de mayo del 2021

Noticia 1



Volada

Titular

-

Keiko: el 40% del canon se repartirá directamente a la población

Análisis Morfológico- sintáctico - semántico

Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	No	
Sintagma Nominal	-	
Actores involucrados	-	-
Núcleo	-	40% del canon
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	se repartirá directamente a la población
Verbo – Acción(es)	-	repartirá
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Futuro
Sustantivos	-	canon, población

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Declarativo
Análisis discursivo		
Positivo		x
Negativo		
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Autopresentación positiva
Dominio	-	Macro estrategia semántica
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico		x
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 10: 03 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Sobre impresión
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Keiko Fujimori exprsándose ante el público en un debate electoral

Protagonistas	Keiko Fujimori
Punto de interés	Keiko Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Plano medio
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación natural, frontal, clave tonal alta
Tonalidad	Brillo alto – tonos cálidos
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Figura de Keiko Fujimori (primero), el titular (segundo)
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Keiko Fujimori expresándose verbal y gestualmente.
Tiempo simbólico	Keiko Fujimori anunciando cómo se repartirá el Canon si es que gana las elecciones.
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	De liderazgo, enfática
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 03 de mayo del 2021

Titular: Keiko: el 40% del canon se repartirá directamente a la población. La función comunicacional del titular es declarativa y conformada por una oración simple. Nos muestra una fotografía de prensa a color, con una descripción de motivo fotográfico donde a Keiko Fujimori se le ve expresándose ante el público en un debate electoral.

Portada 11
(04 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252, Prensa: 976663640, 942021592, 997836109, Distribución: 988261501, Gerencia: 915121966 Planta: 975417241

www.diario panoramacajamarquino.com
DENUNCIAS AL 915121966
 panorama.cajamarquino
www.panoramaradio.pe
 grupopanorama_prensa
 @pcajamarquino

Rumbo al Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, MARTES 04 DE MAYO DEL 2021
AÑO 25 / N° 7645. PRECIO: S/. 1

Cómo último pedido de insigne cajamarquino Félix Lezama



Hospital Regional Docente ya cuenta con tomógrafo de última generación

PJ tendrá estadísticas de población campesina, nativa y ronderos involucrados en procesos

Municipalidad suma para vacunación en adultos mayores

Más de 1200 participantes aprobaron curso de Nutrición para la Salud y el Deporte

34.5%

Keiko Fujimori

37.6%

Pedro Castillo

Keiko Fujimori se acerca a Pedro Castillo

■ Las diferencias entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori se acortaron tras primer debate realizado en Chota según encuesta de CIT.

■ Representantes de partidos políticos como Hernando de Soto y César Acuña anuncian su respaldo.

Madre solo hay una, por ello nos unimos los mejores, para rendirle un homenaje.

Síguenos en facebook y twitter para participar

ANÁLISIS DE LA PORTADA	
	Portada 11: 04 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
DE LA NOTICIA	
Ubicación en la portada	Medio, centro, izquierda
Número de columnas ocupadas	2 columnas
Porcentaje en superficie impresa	40,5%
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	
Con / Sin leyenda	Sin leyenda
DEL TITULAR	
	Volada Titular
Estilo de Fuente	- Negrita
Tamaño de Fuente	- 24 pt
Color de Fuente	- Blanco

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 10: 04 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	-	Keiko Fujimori se acerca a Pedro Castillo
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	No	
Sintagma Nominal	-	
Actores involucrados	-	Keiko Fujimori, Pedro Castillo
Núcleo	-	Keiko Fujimori
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	se acerca a Pedro Castillo
Verbo – Acción(es)	-	acerca
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente
Sustantivos	-	Keiko Fujimori, Pedro Castillo

Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Apelativo
Análisis discursivo		
Positivo		x
Negativo		
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Evidencia
Dominio	-	Significativo, argumentación
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico		
Opinión		x

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 11: 04 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Sobre impresión
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Keiko Fujimori y Pedro Castillo saludándose después de terminar el debate.
Protagonistas	Keiko Fujimori, Pedro Castillo

Punto de interés	Keiko Fujimori, Pedro Castillo
Elemento informativo predominante	Kinésico y proxémico
Plano	Plano medio (ambos)
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Iluminación natural, frontal, clave tonal alta
Tonalidad	Brillo alto – tonos cálidos
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Imagen de Keiko Fujimori y Pedro Castillo (primero), el titular (segundo)
Leyes de la Gestalt	Semejanza
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Keiko Fujimori y Pedro Castillo chocándose los puños.
Tiempo simbólico	Keiko Fujimori y Pedro Castillo saludándose sobre el estrado después de debatir en la ciudad de Chota, Cajamarca.
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Sonrientes, irónicos
Mirada de los personajes	No mostración de mirada (ambos)

Análisis general de la portada del 04 de mayo del 2021

En esta edición la portada indica: **Keiko Fujimori se acerca a Pedro Castillo.** Es un titular compuesta por una oración simple y con una función comunicativa apelativa. El recorrido visual nos indica a la imagen de Keiko Fujimori y Pedro Castillo (primero), el titular (segundo), con un tiempo simbólico a Keiko Fujimori y Pedro Castillo saludándose sobre el estrado después de debatir en la ciudad de Chota, Cajamarca.

Portada 12
(11 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115232. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribuidor: 998261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

[panorama.cajamarquino](https://www.facebook.com/panorama.cajamarquino)

www.panoramaradio.pe

[grupopanorama_prensa](https://www.instagram.com/grupopanorama_prensa)

[@pcajamarquino](https://twitter.com/pcajamarquino)



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, MARTES 11 DE MAYO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7652. PRECIO: S/. 1



Keiko se aproxima a Pedro Castillo

Dos puntos de diferencia que podrá sobrepasarlo en lo que queda de la Segunda Vuelta

¡Buena noticia!



Tarifas eléctricas bajan

- Para usuarios domiciliarios y comerciales desde mayo.
- Osinergmin calcula las tarifas eléctricas mes a mes.

Cajamarca: reciclan más de seis toneladas de basura en la laguna de Alto Perú

Cuarto del Rescate abrirá en junio



UTC fue vencido por Universitario con tanto de penal

Cajamarquinos lucharon de inicio a fin, pero no lograron sumar

prepago POWER
Recarga S/5 y llévate **YouTube Gratis**
2 horas para usar en 3 días



Potenciamos la cobertura
para conectar a más cajamarquinos



Beneficio válido hasta el 31/12/2021 con plan Entel Prepago con smartphones navegando vía APN entel.pe. Por recarga S/5, se otorgan 600 MB para navegar en el aplicativo YouTube en calidad SD (360p) por 2 horas, válidas por 3 días o hasta que se consuman, lo que ocurra primero. Restricciones en www.entel.pe/bn. Potenciamos la cobertura se refiere a la ampliación de nuestra cobertura en el departamento de Cajamarca al cuarto trimestre de 2020 con tecnología 4G habilitada en 270 CCPP y con tecnología 3G habilitada en 372 CCPP. Comparación realizada vs. cobertura con tecnología declarada a Gspirel en el cuarto trimestre de 2019 en 293 CCPP con tecnología 4G y en 372 CCPP con tecnología 3G. Conoce nuestra cobertura y más información en www.entel.pe/cobertura-cajamarca.

cmk

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
Portada 12: 11 de mayo del 2021		
Noticia 1		
	 <p>Keiko se aproxima a Pedro Castillo Dos puntos de diferencia que podría sobrepasarlo en lo que queda de la Segunda Vuelta</p>	
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Superior, derecha	
Número de columnas ocupadas	1 columna	
Porcentaje en superficie impresa	5,3%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	-	Negrita
Tamaño de Fuente	-	16 pt
Color de Fuente	-	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 12: 11 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	Ninguno	Keiko se aproxima a Pedro Castillo
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración		Oración simple
De estructura vinculada		No
Sintagma Nominal		Keiko
Actores involucrados	-	Keiko y Pedro Castillo
Núcleo	-	Keiko
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	Se aproxima a Pedro Castillo
Verbo – Acción(es)	-	aproxima
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente

Sustantivos	-	Keiko, Pedro Castillo
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Referencial
Análisis discursivo		
Positivo		x
Negativo		
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Autopresentación positiva
Dominio	-	Macroestrategia semántica
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico		
Opinión		x

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA		
	Portada 12: 11 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
		
Fotografía o Ilustración	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual		
Género	Fotomontaje	Fotomontaje
Procedencia	Archivo del diario	Archivo del diario
Parámetros Técnicos		
B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	Silueteados	Silueteados
Nivel Morfológico		
Descripción del motivo fotográfico	Representación de Pedro Castillo mencionado en la noticia como candidato con mayor intención de voto.	Representación de Keiko Fujimori mencionada en la noticia acercándose a Pedro Castillo en intención de voto.
Protagonistas	Pedro Castillo	Keiko Fujimori
Punto de interés	Rostro de Pedro Castillo	Rostro de Keiko Fujimori

Elemento informativo predominante	Kinésico	Kinésico
Plano	Primer plano	Primer plano
Nitidez de la imagen	Nítido	Nítido
Iluminación	Artificial, cenital	Artificial, lateral
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad fría	Brillo alto, tonalidad fría
Nivel compositivo y enunciativo		
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Rostro de Pedro Castillo (primero)	Rostro de Keiko Fujimori (segundo)
Leyes de la Gestalt	-	-
Tiempo de representación		
Instantaneidad	Pedro Castillo expresándose en un debate presidencial	Keiko Fujimori expresándose en un debate presidencial
Tiempo simbólico	Pedro Castillo en medio de un debate presidencial	Pedro Castillo en medio de un debate presidencial
Nivel enunciativo		
Actitud de los personajes	Comunicativa, segura, de liderazgo	Comunicativa, segura, de liderazgo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 11 de mayo del 2021

La noticia de la portada del 11 de mayo que guarda relación con el tema de análisis se titula “**Keiko se aproxima a Castillo**”. Es un titular referencial en oración simple. En la descripción del motivo fotográfico nos muestra la Representación de Pedro Castillo mencionado en la noticia como candidato con mayor intención de voto y a la Representación de Keiko Fujimori mencionada en la noticia acercándose a Pedro Castillo en intención de voto.

Portada 13
(12 de mayo - 2021)

www.diaropanoramacajamarquino.com DENUNCIAS AL 915121966 panorama.cajamarquino www.panoramradio.pe grupopanorama_prensa @pcajamarquino



PANORAMA

CAJAMARQUINO

Rumbo al Bicentenario



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, MIÉRCOLES 12 DE MAYO DEL 2021
AÑO 25 / N° 7653. PRECIO: S/. 1

Según encuesta CIT



38.2%



37.3%

Empate técnico entre Castillo y Keiko

■ A cuatro semanas del balotaje presidencial Pedro Castillo con 38.2 % y Keiko Fujimori de Fuerza Popular, alcanza el 37.3 %.
■ Trabajo de campo se realizó del 7 al 8 de mayo a nivel nacional y diferencia es de apenas 0.9 puntos.



Cementerio registra más de medio millar de muertos por Covid

70% de las rondas no están inscritas ante registros públicos

Se incrementan delitos por corrupción y violencia familiar en Cajamarca

Advierte Ministerio Público



Garabello: "El equipo jugó de igual a igual"



1821-2021

200 años de historia y crecimiento



Panorama celebra el Bicentenario en Costa, Sierra y Selva

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501 Gerencia: 915121966 Planta: 975417241

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
	Portada 13: 12 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
		
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Central izquierda	
Número de columnas ocupadas	2 columnas	
Porcentaje en superficie impresa	36,6%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de Fuente	20pt	26pt
Color de Fuente	Blanco	Blanco

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 13: 12 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	Según encuesta CIT	Empate técnico entre Castillo y Keiko
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	Frase	Oración simple
De estructura vinculada	Si	
Sintagma Nominal	-	Castillo y Keiko
Actores involucrados	-	Castillo y Keiko
Núcleo	-	Castillo y Keiko
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	Empate técnico entre
Verbo – Acción(es)	-	Empate
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente

Sustantivos	encuesta CIT	Castillo y Keiko
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral		x
Análisis del discurso político		
Categoría		Autopresentación positiva
Dominio		Macroestrategia semántica
Tipo de discurso		
Informativo	x	x
Propagandístico		
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA		
	Portada 13: 12 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
		
		
Fotografía o Ilustración	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual		
Género	Fotomontaje	Fotomontaje
Procedencia	Archivo del diario	Archivo del diario
Parámetros Técnicos		
B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	Silueteadado	Silueteadado
Nivel Morfológico		
Descripción del motivo fotográfico	Representación de Pedro Castillo mencionado en la noticia como candidato con mayor intención de voto	Representación de Keiko Fujimori mencionada en la noticia como la candidata que se acerca a Pedro Castillo en intención de voto.
Protagonistas	Pedro Castillo	Keiko Fujimori

Punto de interés	Rostro de Pedro Castillo	Rostro de Keiko Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico	Kinésico
Plano	Primer plano	Primer plano
Nitidez de la imagen	Nítido	Nítido
Iluminación	Artificial, cenital	Artificial, lateral
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad fría	Brillo alto, tonalidad fría
Nivel compositivo y enunciativo		
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Rostro de Pedro Castillo (primero)	Rostro de Keiko Fujimori (segundo)
Leyes de la Gestalt	-	-
Tiempo de representación		
Instantaneidad	Pedro Castillo expresándose en un debate presidencial	Keiko Fujimori expresándose en un debate presidencial
Tiempo simbólico	Pedro Castillo en medio de un debate presidencial	Pedro Castillo en medio de un debate presidencial
Nivel enunciativo		
Actitud de los personajes	Comunicativa, segura, de liderazgo	Comunicativa, segura, de liderazgo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 12 de mayo del 2021

La noticia principal de la portada del 12 de mayo análisis se titula “**Empate técnico entre Castillo y Keiko**”. Es un titular designativo y oración simple. La fotografía nos muestra una técnica de edición en silueteado a color donde los protagonistas son Pedro Castillo y Keiko Fujimori.

Portada 14
(13 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com DENUNCIAS AL 915121966 [panorama.cajamarquino](https://www.facebook.com/panorama.cajamarquino) www.panoramaradio.pe [grupopanorama_prensa](https://www.instagram.com/grupopanorama_prensa) [@pcajamarquino](https://twitter.com/pcajamarquino)

PANORAMA
CAJAMARQUINO

Rumbo al Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, JUEVES 13 DE MAYO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7654. PRECIO: S/. 1



**MEF reconoce a
municipalidad de Hualgayoc-
Bambamarca como la mejor**

Mejorarán local del Ministerio Público en Cajamarca

**Con una inversión
de más de 34
millones de soles.**

**Será ejecutada en un plazo de 12 meses
informó el presidente de la Junta de Fiscales
de Cajamarca Dr. Germán Dávila Gabriel**

Candidatos presidenciales debaten el 23 de mayo

Y el 30 sus equipos técnicos

**Defensoría del Pueblo
insta a la policía
brindar indumentaria
a efectivos**

**Juan Pablo Varillas
a cuartos de final en
Challenger de Zagreb**

prepago
POWER
Recarga S/5 y llévate
YouTube Gratis

**Potenciamos
la cobertura**
para conectar a
más cajamarquinos

Beneficio válido hasta el 31/12/2021 con plan Entel Prepago con smartphones navegando vía APN entel.pe. Por recargar S/5, se otorgan 800 MB para navegar en el aplicativo YouTube en calidad SD (360p) por 2 horas, válidas por 3 días o hasta que se consuman, lo que ocurra primero. Restricciones en www.entel.pe/ben.
Potenciamos la cobertura se refiere a la ampliación de nuestra cobertura en el departamento de Cajamarca al cuarto trimestre de 2020 con tecnología 4G habilitada en 270 CCPP y con tecnología 3G habilitada en 572 CCPP. Comparación realizada vs. cobertura con tecnología declarada a Osiptel en el cuarto trimestre de 2019 en 265 CCPP con tecnología 4G y en 372 CCPP con tecnología 3G. Conoce nuestra cobertura y más información en www.entel.pe/cobertura-cajamarca.

ANÁLISIS DE LA PORTADA	
	Portada 14: 13 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
DE LA NOTICIA	
Ubicación en la portada	Superior, derecha
Número de columnas ocupadas	1 columna
Porcentaje en superficie impresa	4,7%
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	
Con / Sin leyenda	Sin leyenda
DEL TITULAR	Volada Titular
Estilo de Fuente	- Negrita
Tamaño de Fuente	- 16pt
Color de Fuente	- Azul

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 14: 13 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	-	Candidatos presidenciales debaten el 23 de mayo
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	No	
Sintagma Nominal	-	Candidatos presidenciales
Actores involucrados	-	Candidatos presidenciales
Núcleo	-	Candidatos
Adyacente	-	presidenciales
Tipo o grado del adjetivo	-	Descriptivo
Sintagma verbal	-	Debaten el 23 de mayo
Verbo – Acción(es)	-	Debaten
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente

Sustantivos	-	Candidatos
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Referencial
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral		x
Análisis del discurso político		
Categoría		-
Dominio		-
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión		

Portada 15
(15 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957 97 3316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

[panorama.cajamarquino](https://www.facebook.com/panorama.cajamarquino)

www.panoramaradio.pe

[grupopanorama_prensa](https://www.instagram.com/grupopanorama_prensa)

[@pcajamarquino](https://twitter.com/pcajamarquino)



PANORAMA
CAJAMARQUINO



**Desinfectan centros
turísticos en Cajamarca**

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, SÁBADO 15 DE MAYO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7656. PRECIO: S/. 1

Reducirán pensiones en colegios y universidades



■ El Pleno del Congreso de la República aprobó la ley que brinda una serie de facilidades a los alumnos

■ Norma tiene como objetivo evaluar los menores costos que asumen las instituciones educativas, a raíz de las clases virtuales.



Keiko Fujimori y Pedro Castillo jurarán Proclama Ciudadana el lunes 17

Entregan botiquines comunales a Juntas Vecinales



Judo peruano cosecha medallas en la Copa Panamericana Junior de Videna

pre pago
POWER

Recarga S/5 y llévate

YouTube Gratis

2 horas para usar en 3 días



Potenciamos la cobertura
para conectar a más cajamarquinos



Beneficio válido hasta el 31/12/2021 con plan Entel Prepago con smartphones navegando vía APN entel.pe. Por recargar S/5, se otorgan 800 MB para navegar en el aplicativo YouTube en calidad SD (360p) por 2 horas, válidas por 3 días o hasta que se consuman, lo que ocurra primero. Restricciones en www.entel.pe/bn. Potenciamos la cobertura en referencia a la ampliación de nuestra cobertura en el departamento de Cajamarca al cuarto trimestre de 2021 con tecnología 4G habilitada en 270 CCP y con tecnología 3G habilitada en 372 CCP. Comparación realizada vs. cobertura con tecnología declarada a Diplanet en el cuarto trimestre de 2020 en 265 CCP con tecnología 4G y en 372 CCP con tecnología 3G. Conoce nuestra cobertura y más información en www.entel.pe/coberturaCajamarca.

ANÁLISIS DE LA PORTADA	
	Portada 15: 15 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
DE LA NOTICIA	
Ubicación en la portada	Superior derecha
Número de columnas ocupadas	1 columna
Porcentaje en superficie impresa	5,3%
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	
Con / Sin leyenda	Sin leyenda
DEL TITULAR	
	Volada
	Titular
Estilo de Fuente	-
Tamaño de Fuente	-
Color de Fuente	-
	Negrita
	16pt
	Azul

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 15: 15 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	Ninguno	Keiko Fujimori y Pedro Castillo jurarán Proclama Ciudadana el lunes 17
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	-	
Sintagma Nominal		Keiko Fujimori y Pedro Castillo
Actores involucrados		Keiko Fujimori y Pedro Castillo
Núcleo		Keiko Fujimori y Pedro Castillo
Adyacente		-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	jurarán Proclama Ciudadana el lunes 17
Verbo – Acción(es)	-	jurarán
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Futuro

Sustantivos	-	Keiko Fujimori, Pedro Castillo, Proclama ciudadana
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral		X
Análisis del discurso político		
Categoría		Populismo
Dominio		Estrategia política
Tipo de discurso		
Informativo		X
Propagandístico		
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA		
	Portada 15: 15 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
		
		
Fotografía o Ilustración	Fotografía	Fotografía
Nivel contextual		
Género	Fotografía de prensa	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo del diario	Archivo del diario
Parámetros Técnicos		
B/N o Color	Color	Color
Técnica de edición	-	-
Nivel Morfológico		
Descripción del motivo fotográfico	Pedro Castillo en presentación pública	Keiko Fujimori en presentación pública
Protagonistas	Pedro Castillo	Keiko Fujimori

Punto de interés	Rostro de Pedro Castillo	Rostro de Keiko Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico	Kinésico
Plano	Plano medio corto	Plano busto
Nitidez de la imagen	Nítido	Nítido
Iluminación	Natural, lateral	Natural, semi lateral
Tonalidad	Brillo alto, tonalidad cálida	Brillo alto, tonalidad cálida
Nivel compositivo y enunciativo		
Imagen estática/dinámica	Dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Rostro de Pedro Castillo (primero)	Rostro de Keiko Fujimori (segundo)
Leyes de la Gestalt	-	-
Tiempo de representación		
Instantaneidad	Pedro Castillo expresándose en una presentación pública	Keiko Fujimori expresándose en una presentación pública
Tiempo simbólico	Pedro Castillo en medio de un mitin	Pedro Castillo en medio de un mitin
Nivel enunciativo		
Actitud de los personajes	Comunicativa, segura, de liderazgo	Comunicativa, serenidad, de liderazgo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 15 de mayo del 2021

La noticia de la portada del 15 de mayo que guarda relación con el tema de análisis se titula “**Keiko Fujimori y Pedro Castillo jurarán Proclama Ciudadana el lunes 17**”. Este es un titular populista según el análisis del discurso político y tipo de discurso informativo. La fotografía nos muestra a Pedro Castillo en plano medio corto y a Keiko Fujimori en plano busto en brillo alto y tonalidad cálida en ambos candidatos.

Portada 16
(16 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

panorama.cajamarquino

@diariopanocaj

panoramacaj_oficial



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, DOMINGO 16 DE MAYO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7657 PRECIO: S/. 1.00

Minedu revisará pensiones escolares



■ Congreso fija control de precios de matrículas y pensiones por los servicios de enseñanza, sostuvo el titular del sector, Ricardo Cuenca Pareja.

■ Varios de los temas de la ley se incluyen en otras normas, advierte.

UTC 0-1 Universitario

Revívelo hoy a las 4:00 pm.



A TRAVÉS DE



Cuenca: Se aplicaron más de 2.3 millones de vacunas



Pronto terminará inmunización en Fuerzas Armadas.

Descentralización es clave en lucha contra desigualdad



Jefa del Gabinete, Violeta Bermúdez expone ante comisión legislativa.

Darían liquidez a AFP para retiro de fondos

El mecanismo se utilizará solo de ser necesario, detalló Adrián Armas.

Keiko Fujimori recibe el respaldo formal del PPC

Y Castillo se corre para debate en afueras de penal Santa Mónica



Panorama celebra el Bicentenario en Costa, Sierra y Selva

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
	Portada 16: 16 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	<p>Keiko Fujimori recibe el respaldo formal del PPC Y Castillo se corre para debate en afueras de penal Santa Mónica</p>	
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Inferior derecha	
Número de columnas ocupadas	1 columna	
Porcentaje en superficie impresa	4.1%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	-	Negrita
Tamaño de Fuente	-	20pt
Color de Fuente	-	Rojo

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 16: 16 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	Ninguno	Keiko Fujimori recibe el respaldo formal del PPC
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	-	
Sintagma Nominal		Keiko Fujimori
Actores involucrados		Keiko Fujimori y PPC
Núcleo		Keiko Fujimori
Adyacente		-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	Recibe el respaldo formal del PPC
Verbo – Acción(es)	-	Recibe
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente

Sustantivos	-	Keiko Fujimori, PPC
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		X
Negativo		
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría		Autopresentación Positiva
Dominio		Macroestrategia Semántica
Tipo de discurso		
Informativo		X
Propagandístico		
Opinión		

Análisis general de la portada del 16 de mayo del 2021

La noticia de la portada del 16 de mayo que guarda relación con el tema de análisis se titula “**Keiko Fujimori recibe el respaldo formal del PPC**”. Es un titular designativo y con análisis discursivo positivo. No se muestra fotografía.

Portada 17
(25 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

[panorama.cajamarquino](https://www.facebook.com/panorama.cajamarquino)

www.panoramaradio.pe

[grupopanorama_prensa](https://www.instagram.com/grupopanorama_prensa)

[@pcajamarquino](https://twitter.com/pcajamarquino)



PANORAMA
CAJAMARQUINO



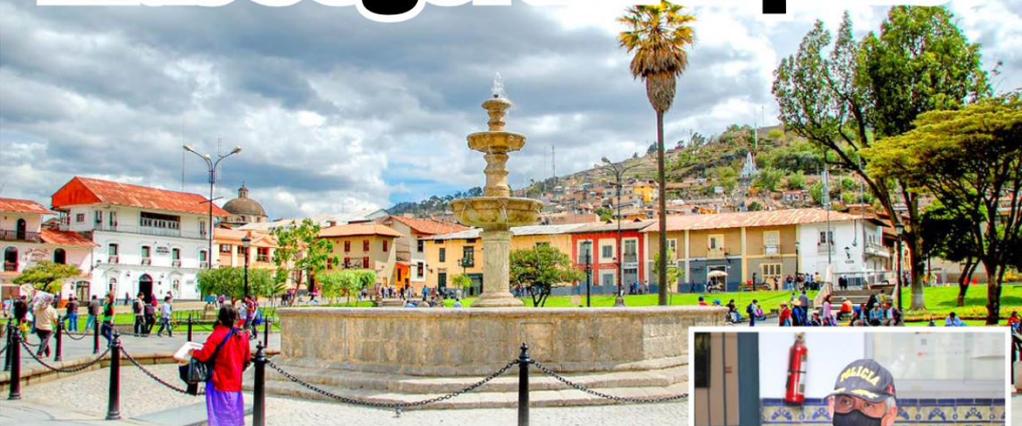
Rumbo al
Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, MARTES 25 DE MAYO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7665.

PRECIO: S/. 1

¡Cajamarca la ciudad más segura del país!



- Luis Cacho Roncal: comparte alegría con felicitación a su personal de diferentes unidades.
- Reconoció el apoyo de JJ.VV, RR.CC. Serenazgos, RR.UU, entre otros.



Vargas Llosa: “Keiko te estás enfrentando a un adversario que puede acabar con la libertad en el Perú”

JNE fiscaliza traslado de material electoral a provincias

Multarán a Ciclistas que no respeten reglamento de tránsito



Pablo Garabello dejó de ser entrenador de UTC

TRAS RESULTADOS IRREGULARES DE LA FASE 1

prepago POWER

Recarga S/5 y llévate

YouTube Gratis

2 horas para usar en 3 días

Internet + 3 días

Minutos ilimitados + 30 días

Válido hasta el 31/05/21 para clientes con plan Prepago con limitaciones, navegando vía APN entel.pe. Beneficios que se otorgan por recargar 1000P9 equivalentes a 2 horas, válidas por 3 días o hasta que se consuma, lo que ocurra primero, en el aplicativo YouTube en calidad SD/HD. 10 minutos y 2MS a nivel nacional, salvo fijos rurales. 1000P9 válidos por 3 días o hasta que se consuma, lo que ocurra primero, y el app para navegar por 3 días. WhatsApp para envío y recepción de texto, notas de voz, imágenes, videos y documentos adjuntos. El envío y recepción de documentos adjuntos en WhatsApp solo aplica para sistema Android. Facebook para equipos configurados con proxy para ver y postear textos, imágenes y videos. Facebook y Facebook Messenger no aplican para terminales con Windows Mobile. Tarjetas de voz IP, videollamadas y envío de notas de audio. Spotify no incluye suscripción a cuenta premium. Dispositivos, Instagram para navegar y subir contenidos en el aplicativo. Funcionalidades de Twitter y Apps. Restricciones: www.entel.pe/plan

ANÁLISIS DE LA PORTADA	
	Portada 17: 25 de mayo del 2021
	Noticia 1
	 Vargas Llosa: “Keiko te estás enfrentando a un adversario que puede acabar con la libertad en el Perú”
DE LA NOTICIA	
Ubicación en la portada	Superior derecha
Número de columnas ocupadas	1 columna
Porcentaje en superficie impresa	6,9%
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO	
Con / Sin leyenda	Sin leyenda
DEL TITULAR	Volada
Estilo de Fuente	Negrita
Tamaño de Fuente	18pt
Color de Fuente	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 17: 25 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	Ninguno	Vargas Llosa: “Keiko te estás enfrentando a un adversario que puede acabar con la libertad en el Perú”
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración Compuesta
De estructura vinculada		No
Sintagma Nominal		Keiko
Actores involucrados		Vargas Llosa, Keiko
Núcleo		Keiko
Adyacente		-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	te estás enfrentando a un adversario que puede acabar con la libertad en el Perú
Verbo – Acción(es)	-	Enfrentando, acabar
Modo del verbo	-	Indicativo
Tiempo verbal	-	Presente

Sustantivos	-	Keiko
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Declarativo/Apelativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		x
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría		Presentación negativa del otro
Dominio		Macro-estrategia semántica
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 17: 25 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	-
Nivel Morfológico	

Descripción del motivo fotográfico	Keiko Fujimori en una presentación pública
Protagonistas	Keiko Fujimori
Punto de interés	Keiko Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Plano busto
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Natural, frontal, clave tonal alta
Tonalidad	Tonalidad cálida
Nivel compositivo y enunciativo	
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Keiko Fujimori mostrando un gesto de seriedad
Tiempo simbólico	-
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Comunicativa, segura, de liderazgo
Mirada de los personajes	Mostración de mirada

Análisis general de la portada del 25 de mayo del 2021

La noticia de la portada del 25 de mayo que guarda relación con el tema de análisis se titula: Vargas Llosa: **“Keiko te estás enfrentando a un adversario que puede acabar con la libertad en el Perú”**. Es un titular con una función comunicativa declarativa/apelativa. En la fotografía se muestra a Keiko Fujimori en una actividad pública con una actitud comunicativa, segura y de liderazgo.

Portada 18
(27 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarca: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252. Prensa: 976663640, 942021592, 997836109. Distribución: 988261501. Gerencia: 915121966. Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com
 DENUNCIAS AL 915121966
  panorama.cajamarquino
 www.panoramaradio.pe
 grupopanorama_prensa
  @pcajamarquino



PANORAMA

CAJAMARQUINO

Rumbo al Bicentenario



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
 CAJAMARCA, JUEVES 27 DE MAYO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7667. PRECIO: S/. 1



Congresista Combina: modelo izquierdista de Pedro Castillo ha destruido las regiones de Junín y Cajamarca

¡Cajamarquino ponte alerta!



Tercera ola será con variante C-37

■ Profesionales de la salud advierten que se caracteriza por su alta transmisibilidad

■ Esta variante podría rebasar capacidad sanitaria.

Transfieren S/ 102 millones a municipalidades para destrabar obras de saneamiento

Cajamarca una de las regiones beneficiada

Docentes de colegio "Antonio Guillermo Urrelo" protestan por sus derechos laborales



Gerardo Gordillo fue convocado a la selección de Guatemala

PARA FECHA DOBLE DE ELIMINATORIAS DE LA CONCACAF

REALIZA TUS GESTIONES 100% VIRTUALES

REGÍSTRATE en nuestra Casilla Electrónica



haz tus trámites desde casa evitando aglomeraciones

Juntos contenemos la pandemia

www.municaj.gob.pe



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
Cajamarca
es tuya

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
Portada 18: 27 de mayo del 2021		
Noticia 1		
	 <p>Congresista Combina: modelo izquierdista de Pedro Castillo ha destruido las regiones de Junín y Cajamarca</p>	
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Superior derecha	
Número de columnas ocupadas	1 columna	
Porcentaje en superficie impresa	5,3%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	-	Negrita
Tamaño de Fuente	-	15pt
Color de Fuente	-	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 18: 27 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	Ninguno	Congresista Combina: modelo izquierdista de Pedro Castillo ha destruido las regiones de Junín y Cajamarca
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	-	Oración simple
De estructura vinculada	No	
Sintagma Nominal	-	
Actores involucrados	Congresista Combina, Pedro Castillo	
Núcleo	Pedro Castillo	
Adyacente	-	
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	ha destruido las regiones de Junín y Cajamarca
Verbo – Acción(es)	-	destruido
Modo del verbo	-	Indicativo

Tiempo verbal	-	Pasado
Sustantivos	-	Modelo izquierdista, Combina, Pedro Castillo
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Apelativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		X
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría		Presentación negativa del otro
Dominio		Macro-estrategia semántica
Tipo de discurso		
Informativo		x
Propagandístico		
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 18: 27 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	-
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	César Combina en una presentación pública
Protagonistas	César Combina
Punto de interés	César Combina

Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Plano busto
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Artificial, lateral, clave tonal alta
Tonalidad	Tonalidad fría
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Rostro de César Combina
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Invocación por parte de Combina para advertir lo peligroso que sería votar por Castillo
Tiempo simbólico	Combina expresándose verbal y gestualmente
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	De liderazgo, seria.
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 27 de mayo del 2021

La noticia de la portada del 27 de mayo que guarda relación con el tema de análisis se titula: “**Congresista Combina: modelo izquierdista de Pedro Castillo ha destruido las regiones de Junín y Cajamarca**”. Es un titular apelativo y un análisis discursivo negativo. La fotografía nos muestra a César Combina en una presentación pública, con una instantaneidad de invocación por parte de Combina para advertir lo peligroso que sería votar por Castillo.

Portada 19
(30 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración v ventas: 057-073316, 915121966, 915115224, 915115252, Prensa: 976663640, 9427021592, 907836109, Distribución: 988261501, Gerencia: 915121966, Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com DENUNCIAS AL 915121966 panorama.cajamarquino @diariopanocaj panoramacaj_oficial

PANORAMA
CAJAMARQUINO

Rumbo al Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, DOMINGO 30 DE MAYO DEL 2021 AÑO 25 / N° 7670 PRECIO: S/. 1.00

Perú vs. Colombia

Por las eliminatorias a Rusia 2018

Revívelo hoy a las 4:00 pm

A TRAVÉS DE
PANORAMA
RADIO 1170 AM

¡Expectativa!

- Policía moviliza 4 mil efectivos para seguridad
- Arequipa declaró inmovilización por 48 horas

Hoy debate entre Keiko y Castillo será decisivo

Perú es elegido miembro del Consejo Ejecutivo de la OMS

Elección se produce en un momento crucial para la organización que está enfocada en la respuesta a la emergencia sanitaria.

MINEDU destaca estrategias pedagógicas de gobiernos regionales

Vacunación para personas de 63 y 64 años ya pueden consultar

Minsa: 22 mil peruanos mueren cada año por consumo al tabaco

REALIZA TUS GESTIONES 100% VIRTUALES

REGÍSTRATE en nuestra **Casilla Electrónica** haz tus trámites desde casa evitando aglomeraciones

Juntos contenemos la pandemia www.municaj.gov.pe

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL **Cajamarca** es tuya

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
Portada 19: 30 de mayo del 2021		
Noticia 1		
		
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Superior, izquierda - central	
Número de columnas ocupadas	2 columnas	
Porcentaje en superficie impresa	35,5%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR		
	Volada	Titular
Estilo de Fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de Fuente	25pt	24pt
Color de Fuente	Blanco	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 19: 30 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	¡Expectativa!	Hoy debate entre Keiko y Castillo será decisivo
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	Frase exclamativa	Oración compuesta
De estructura vinculada	Si	
Sintagma Nominal		Keiko y Castillo
Actores involucrados	-	Keiko y Castillo
Núcleo	-	Keiko y Castillo
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	Hoy debate entre Será decisivo
Verbo – Acción(es)	-	Debate - será
Modo del verbo	-	Indicativo

Tiempo verbal	-	Presente - futuro
Sustantivos	-	Keiko y Castillo
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	-	Designativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		
Neutral		X
Análisis del discurso político		
Categoría		Populismo
Dominio		Estrategia política
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico		
Opinión		x

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 19: 27 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	Sobre impresión
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Keiko y Castillo en un debate pasado
Protagonistas	Keiko y Castillo

Punto de interés	Saludo con puño entre Keiko y Castillo
Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Plano medio conjunto
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Natural, lateral, clave tonal alta
Tonalidad	Tonalidad cálida
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero el saludo de puño entre los candidatos, luego los rostros de Keiko y Castillo
Leyes de la Gestalt	Semejanza
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Saludo en el primer debate presidencial
Tiempo simbólico	Saludo protocolar entre Keiko y Castillo antes de iniciar un debate presidencial
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Confrontacional
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 30 de mayo del 2021

La noticia principal de la portada del 30 de mayo se titula: **“Hoy debate entre Keiko y Castillo será decisivo”**. Es un titular con una función comunicativa designativa. En el análisis del discurso político tiene una categoría populista y un dominio de estrategia política. La fotografía nos muestra a Keiko y Castillo en un debate pasado con una actitud de personajes confrontacional y no hay mostración de mirada.

Portada 20
(31 de mayo - 2021)

Panorama Cajamarquino: Administración y ventas: 957973316, 915121966, 915115224, 915115252, Prensa: 976663640, 942021592, 997836109, Distribución: 988261501, Gerencia: 915121966, Planta: 975417241

www.diariopanoramacajamarquino.com DENUNCIAS AL 915121966 panorama.cajamarquino www.panoramradio.pe grupopanorama_prensa @pcajamarquino



PANORAMA
CAJAMARQUINO

Rumbo al Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, LUNES 31 DE MAYO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7671. PRECIO: S/. 1



Cajamarca: Municipalidad logra sello internacional para destino turístico seguro frente a la Covid



Frente policial rinde homenaje a Virgen de Los Dolores

JAÉN: ¡En megaoperativo! Detienen a 93 irresponsables

Entre ellas 13 extranjeras



UTC cayó goleado en la Liga Femenina



Camino a la victoria y no a la improvisación

¡No al comunismo y nunca más al terrorismo!

- El Perú exige paz social
- Respeto irrestricto a los derechos humanos y a la vida

JNE JURADO NACIONAL DE ELECCIONES

REALIZA TUS GESTIONES 100% VIRTUALES

REGÍSTRATE en nuestra Casilla Electrónica haz tus trámites desde casa evitando aglomeraciones

Juntos contenemos la pandemia
www.municaj.gov.pe

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL **Cajamarca** es tuya

cmyk

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
	Portada 20: 31 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
		
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Superior, izquierda - central	
Número de columnas ocupadas	2 columnas	
Porcentaje en superficie impresa	37,9%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de Fuente	16pt	24pt
Color de Fuente	Blanco	Blanco

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 20: 31 de mayo del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	Camino a la victoria y no a la improvisación	¡No al comunismo y nunca más al terrorismo!
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	Oración compuesta coordinada	Frase exclamativa
De estructura vinculada	Si	
Sintagma Nominal	-	-
Actores involucrados	-	-
Núcleo	-	
Adyacente	-	-
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	Camino a la victoria y no a la improvisación	-
Verbo – Acción(es)	camino	-
Modo del verbo	indicativo	-
Tiempo verbal	presente	-

Sustantivos	-	
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	Apelativo	Apelativo
Análisis discursivo		
Positivo		
Negativo		X
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	Comparación	Presentación negativa del otro
Dominio	Significado, argumentación	Macro-estrategia semántica
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico	x	x
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 20: 31 de mayo del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	-
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Keiko en debate presidencial
Protagonistas	Keiko

Punto de interés	Expresión de Keiko Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Plano medio conjunto
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Artificial, cenital, clave tonal alta
Tonalidad	Tonalidad fría
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero el rostro de Keiko Fujimori y luego sus manos
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Keiko exponiendo en el debate presidencial, complementado su mensaje con movimiento de las manos
Tiempo simbólico	Keiko en sustentación de sus propuestas como candidata presidencial
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Optimista y de liderazgo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 31 de mayo del 2021

La noticia principal de la portada del 31 de mayo se titula “**¡No al comunismo y nunca más al terrorismo!**”. Es un titular con función comunicativa apelativa y análisis de discurso político con categoría de presentación negativa del otro y un dominio de macro-estrategia semántica. La fotografía nos muestra a Keiko en un debate presidencial con iluminación artificial, cenital, clave tonal alta y una actitud optimista y de liderazgo.

Portada 21
(02 de junio - 2021)

www.diariopanoramacajamarquino.com

📞 DENUNCIAS AL 915121966

📺 panorama.cajamarquino

www.panoramaradio.pe

📷 grupopanorama_prensa

🐦 @pcajamarquino



PANORAMA
CAJAMARQUINO



Rumbo al
Bicentenario

DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, MIÉRCOLES 02 DE JUNIO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7672.

PRECIO: S/. 1

¡Elecciones en recta final!

Sachi Fujimori hoy en Cajamarca



■ Visitará distritos cercanos en apoyo a su hermana Keiko Fujimori.

■ Objetivo es lograr más votos para este domingo 06 de junio.



Complejo de Baños del Inca se reinaugura en julio

Cayeron integrantes de la banda "Los gusanos de Huito"



Hoy vacunarán a serenos de Cajamarca y Baños del Inca

106 mil policías brindarán seguridad durante segunda vuelta



Alexia Sotomayor bate los récords de los 50 y 100 metros espalda

cmk

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
Portada 21: 02 de junio del 2021		
Noticia 1		
		
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Superior, izquierda - central	
Número de columnas ocupadas	2 columnas	
Porcentaje en superficie impresa	47,2%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR		
	Volada	Titular
Estilo de Fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de Fuente	16pt	28pt
Color de Fuente	Blanco	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR		
	Portada 21: 02 de junio del 2021	
	Noticia 1	
	Volada	Titular
	¡Elecciones en recta final!	Sachi Fujimori hoy en Cajamarca
Análisis Morfológico- sintáctico - semántico		
Tipo de oración	Frase exclamativa	Oración simple
De estructura vinculada	-	
Sintagma Nominal	-	Sachi Fujimori
Actores involucrados	-	Sachi Fujimori
Núcleo	-	Sachi Fujimori
Adyacente	-	
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	hoy en Cajamarca
Verbo – Acción(es)	-	Verbo tácito (estar)
Modo del verbo	-	indicativo

Tiempo verbal	-	presente
Sustantivos	-	Sachi Fujimori, Cajamarca
Adjetivos calificativos	-	-
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	Expresivo	Expresivo
Análisis discursivo		
Positivo		X
Negativo		
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Populismo
Dominio	-	Estrategia política
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico		X
Opinión	X	

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 21: 02 de junio del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	-
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Sachi Fujimori en cierre de campaña en apoyo a su hermana
Protagonistas	Sachi Fujimori

Punto de interés	Sachi Fujimori
Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Plano medio conjunto
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Natural, semilateral, clave tonal alta
Tonalidad	Tonalidad cálida
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	Primero Sachi Fujimori elevando su mano, luego los simpatizantes de Fuerza Popular
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Sachi Fujimori acompañando una comitiva en apoyo a su hermana
Tiempo simbólico	Comunicación de entusiasmo para apoyar a su hermana Keiko y pueda contar con el apoyo de la población
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	Optimista y de liderazgo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 02 de junio del 2021

La noticia principal de la portada del 02 de junio es: **“Sachi Fujimori hoy en Cajamarca”**. Es un titular con función comunicativa expresiva y análisis de discurso político con categoría populista y un dominio de estrategia política. La fotografía nos muestra a Sachi Fujimori en cierre de campaña en apoyo a su hermana en plano medio conjunto.

Portada 22
(04 de junio - 2021)

www.diariopanoramacajamarquino.com

DENUNCIAS AL 915121966

panorama.cajamarquino

www.panoramaradio.pe

grupopanorama_prensa

@pcajamarquino



PANORAMA
CAJAMARQUINO

Rumbo al
Bicentenario



DIRECTOR: ARMANDO LOLI SALOMÓN
CAJAMARCA, VIERNES 04 DE JUNIO DEL 2021

AÑO 25 / N° 7674. PRECIO: S/. 1

¡Por la democracia!

Con apoteósica caravana cajamarquinos respaldan a Keiko Fujimori



■ Sachi, hermana de candidata presidencial Keiko Fujimori cerró campaña en Cajamarca

■ Con lemas "Por la paz, la libertad y la democracia No al comunismo", "Vota por tus hijos" simpatizantes recorrieron calles de la ciudad para definir voto de este domingo 06 de junio.



Desodorantes con droga intentan ingresar a penal de Cajamarca

Obras de carretera Empalme Santa Cruz sin cronograma de ejecución

89 mil vacunas ya se aplicaron en Cajamarca

San Marcos: Realizan obra de agua potable con materiales de dudosa calidad



Perú cayó goleado 0-3 ante Colombia

QUEDÓ ÚLTIMO EN LA TABLA DE LAS CLASIFICATORIAS

ANÁLISIS DE LA PORTADA		
Portada 22: 04 de junio del 2021		
Noticia 1		
	<p>¡Por la democracia!</p> <p>Con apoteósica caravana cajamarquinos respaldan a Keiko Fujimori</p> 	
DE LA NOTICIA		
Ubicación en la portada	Superior, izquierda - central	
Número de columnas ocupadas	2 columnas	
Porcentaje en superficie impresa	46,5%	
DE LA FOTOGRAFÍA O GRÁFICO		
Con / Sin leyenda	Sin leyenda	
DEL TITULAR	Volada	Titular
Estilo de Fuente	Negrita	Negrita
Tamaño de Fuente	16pt	24pt
Color de Fuente	Blanco	Negro

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL TITULAR

Portada 22: 04 de junio del 2021

Noticia 1



Volada

Titular

¡Por la democracia!

Con apoteósica caravana cajamarquinos respaldan a Keiko Fujimori

Análisis Morfológico- sintáctico - semántico

Tipo de oración	Frase exclamativa	Oración simple
De estructura vinculada	Si	
Sintagma Nominal	-	Cajamarquinos
Actores involucrados	-	Keiko Fujimori, Cajamarquinos
Núcleo	-	Apoteósica caravana
Adyacente	-	Apoteósica
Tipo o grado del adjetivo	-	-
Sintagma verbal	-	respaldan a Keiko Fujimori
Verbo – Acción(es)	-	respaldan
Modo del verbo	-	indicativo
Tiempo verbal	-	presente

Sustantivos	-	Keiko Fujimori, Caravana, cajamarquinos
Adjetivos calificativos	-	Apoteósica
Características adicionales		
Figura retórica	-	-
Función Comunicativa	Apelativo	Apelativo
Análisis discursivo		
Positivo		X
Negativo		
Neutral		
Análisis del discurso político		
Categoría	-	Lexicalización
Dominio	-	Estilo
Tipo de discurso		
Informativo		
Propagandístico	X	X
Opinión		

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA FOTOGRAFÍA	
	Portada 22: 04 de junio del 2021
	Noticia 1
	
Fotografía o Ilustración	Fotografía
Nivel contextual	
Género	Fotografía de prensa
Procedencia	Archivo del diario
Parámetros Técnicos	
B/N o Color	Color
Técnica de edición	-
Nivel Morfológico	
Descripción del motivo fotográfico	Cajamarquinos apoyando a Keiko Fujimori en cierre de campaña

Protagonistas	Simpatizantes de Fuerza Popular
Punto de interés	
Elemento informativo predominante	Kinésico
Plano	Plano conjunto
Nitidez de la imagen	Nítido
Iluminación	Natural, cenital, clave tonal alta
Tonalidad	Tonalidad cálida
Nivel compositivo y enunciativo	
Imagen estática/dinámica	Dinámica
Recorrido visual	
Leyes de la Gestalt	-
Tiempo de representación	
Instantaneidad	Simpatizantes congregados para mostrar su apoyo a Keiko Fujimori
Tiempo simbólico	Cajamarquinos muestran apoyo a Keiko Fujimori como cierre de campaña
Nivel enunciativo	
Actitud de los personajes	De unión y optimismo
Mirada de los personajes	No mostración de mirada

Análisis general de la portada del 04 de junio del 2021

La noticia principal de la portada del 04 de junio es: **“Con apoteósica caravana cajamarquinos respaldan a Keiko Fujimori”**. Es un titular con función comunicativa apelativa con un análisis discursivo positiva. La fotografía nos muestra a cajamarquinos apoyando a Keiko Fujimori en cierre de campaña en plano conjunto con una actitud de personajes de unión y optimismo.