

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**Tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio: gobiernos
de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre –
noviembre 2020**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

Jakeline Olano Llanos

ASESOR

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2022

**Tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio:
gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco
Sagasti, octubre – noviembre 2020**

PRESENTADA POR:

Jakeline Olano Llanos

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Teodocia Zavala Palacios

PRESIDENTE

Milton Francisco Calopiña Avalo

SECRETARIO

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

VOCAL

Dedicatoria

A mi madre Nícida Llanos Alejandría, por apoyarme incondicionalmente.

Agradecimiento

A mi madre, por su amor, respeto y ser mi mayor motivación.
A mi asesora Cecilia Vidaurre Nieto, por su guía constante durante esta investigación.

Tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio: gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre - noviembre 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	cedii.ustabuca.edu.co Fuente de Internet	1%
4	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
6	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.bausate.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen.....	5
Abstract	6
Introducción	7
Revisión de la literatura	8
Materiales y métodos	16
Resultados	21
Discusión de resultados.....	35
Conclusiones	37
Recomendaciones.....	38
Referencias.....	39
Anexos	43

Resumen

Esta investigación se realizó con el objetivo de analizar el tratamiento periodístico de las portadas del diario El Comercio, durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020. Como objetivos específicos, se buscó explicar la clasificación de los titulares presentados en las portadas, así como también, el determinar las características de las fotografías y evidenciar las características de la estructura del diseño de las portadas de dicho diario. Para ello, mediante un enfoque hermenéutico, se aplicó una ficha de observación a 24 portadas de acuerdo a las extensiones a analizar en las portadas del diario El Comercio durante los tres gobiernos desde octubre a noviembre en 2020. Como resultados, se obtuvo que la mayoría de portadas del diario analizado, emplearon titulares informativos y en menor medida los apelativos, se destacaron más las fotografías narrativas y en planos generales, y en casi su totalidad, se demostró que la estructura del diseño de la portada ya viene predeterminada por mismo diario.

Palabras clave: Estructura del diseño, fotografía periodística, titulares informativos, influencia privada en la información social y política.

Abstract

This research was carried out with the objective of analyzing the journalistic treatment of the covers of the newspaper El Comercio, during the governments of Martín Vizcarra, Manuel Merino and Francisco Sagasti, October - November 2020. As specific objectives, it sought to explain the classification of the headlines presented on the covers, as well as determining the characteristics of the photographs and highlighting the characteristics of the structure of the design of the covers of said newspaper. To do this, through a hermeneutic approach, an observation sheet was applied to 24 covers according to the extensions to be analyzed on the covers of the newspaper El Comercio during the three governments from October to November in 2020. As a result, it was obtained that the majority of the covers of the analyzed newspaper, they used informative headlines and to a lesser extent the nicknames, the narrative photographs and general plans stood out more, and in almost all of them, it is hidden that the structure of the design of the cover already comes from the same newspaper.

Keywords: Design structure, journalistic photography, news headlines, private influence on social and political information.

Introducción

Las primeras planas de todo medio impreso son mostradas a los ciudadanos en múltiples quioscos y/o tiendas alrededor del mundo. En sí, para Rius (2017), las portadas son lo más importante de los periódicos, ya que da a conocer a los lectores cuál es la noticia más relevante del día, generando impacto a través de sus elementos que la conforman.

Sin embargo, en muchas investigaciones sobre medios escritos locales, nacionales e internacionales, se han demostrado que son los sesgos ideológicos los que influyen en la cobertura y en cómo percibimos las primeras planas de los diarios. Padilla (2019), menciona que este fenómeno está motivado por los negocios, pues al ser diarios de diferentes grupos empresariales, las portadas de este medio, constituyen una introducción de un tipo de campaña con el objetivo de atraer a los lectores.

En el Perú, esta situación se ha vuelto más dramática, ya que cuando suceden los hechos, casi siempre se da una situación compleja de conflicto de intereses, donde el enfoque preferencial depende del medio y que muchas veces puede llegar a tergiversar la información. Medina (2017) manifiesta que, esto hace que los diarios sean una herramienta muy poderosa, ya que su planeamiento está próximo al marketing y su objetivo es captar la atención del público, otorgando contenido conciso y de rápida lectura.

Por ello, se realizó un análisis del tratamiento periodístico en las portadas del diario El Comercio, ya que este medio, es tradicionalmente conocido por su tendencia de derecha, principalmente con temas relacionados con la política. Además, en los meses octubre y noviembre del 2020, el país vivió un estrés político debido a los constantes cambios de gobiernos; la vacancia de Martín Vizcarra, gobierno de Manuel Merino y la elección del presidente interino Francisco Sagasti; y las consecuencias que estas trajeron en un corto tiempo. Asimismo, este diario ha sido uno de los medios primordiales de información acerca de estos sucesos, sin embargo, se pudo observar que algunas noticias no presentaron todas las fuentes periodísticas sobre dichos acontecimientos que marcaron al país.

Por estos motivos, se formuló siguiente pregunta: ¿Cómo fue el tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino, Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020?

Esta investigación es importante para la escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque los estudiantes pueden estar al tanto de la realidad del periodismo peruano a través del análisis de las primeras planas relacionados a los temas de política.

Este estudio tiene relevancia social porque existen pocos estudios referentes a la cobertura y tratamiento periodístico en la situación precisa de la política peruana, ya que se busca detectar la fórmula empleada por el medio sobre la selección y emisión de la información en el diario con el fin de captar más lectores y mantener su estatus como uno de los medios más destacados del país.

Esta investigación tiene valor teórico porque los resultados obtenidos son de utilidad para corroborar las teorías y principios encontrados sobre los titulares, fotografías y estructura del diseño considerados en las primeras planas de los diarios. Además, porque proporciona conocimientos actualizados al área del Periodismo y sirve para futuros estudios de la misma área.

Así pues, el objetivo general de la presente investigación es analizar el tratamiento periodístico de las portadas del diario El Comercio, durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020. Y los objetivos específicos son: Explicar la clasificación de los titulares presentados en las portadas del diario El Comercio; determinar las características de las fotografías de las portadas del diario El Comercio; y evidenciar las características de la estructura del diseño de las portadas del diario El Comercio.

Revisión de la literatura

Antecedentes

Abuín et al. (2020), en su artículo científico sobre el enfoque de la prensa española durante la crisis del COVID-19 a través de un análisis framing de las portadas de los principales diarios nacionales, se plantearon los siguientes objetivos específicos: a) Analizar los titulares principales de las portadas para saber qué temas y qué fin dan a conocer, b) Examinar el actor y el espacio informativo del titular para averiguar qué tipología tiene más presencia en esta pandemia, c) Analizar las fotografías de las portadas, d) Resaltar el grado de similitud de lo mediático de la portada midiendo el

nivel de coincidencia de los temas principales entre periódicos examinados, e) Efectuar un análisis discursivo de los titulares para establecer posicionamientos y f) Precisar la realidad proyectada por la prensa generalista para establecer la taxonomía del encuadre temático de cada uno de los medios objeto de estudio. Este estudio fue cualitativo y el instrumento aplicado fue el *software* Atlas.tiv. 9.4.4. Al final, llegaron a la conclusión que en los titulares de las portadas de los periódicos ha primado el tono negativo debido a cómo el Gobierno Español se desarrolló durante los inicios de la pandemia, poniendo en manifiesto la ideología política de los diarios y la prensa española ha optado por las fotografías informativas sobre el covid -19 y todos los actores políticos del país mencionado. Sin embargo, han demostrado que también hay diarios que utilizan titulares e información objetiva, dando a conocer solo los hechos y circunstancias durante el primer año de la pandemia.

Argiñano y Bilbao (2020), en un análisis científico de los titulares y las fotografías de portadas en España durante la crisis del coronavirus: protagonistas, frames y lenguaje bélico, situaron los objetivos específicos: a) Averiguar la incidencia del coronavirus en los titulares y fotos de la prensa, b) Analizar las noticias sobre el brote del COVID-19 en la portadas. El estudio es cuantitativo y se usaron las técnicas de análisis del discurso y de contenido. El artículo científico llegó a la conclusión que el papel del periodismo a través de las portadas de los periódicos, cumplen una construcción simbólica de los hechos, en alianza, sin embargo, crea tensión con el sistema político con el fin de homogeneizar los discursos.

En tanto, Del Carpio (2017), en su análisis del tratamiento informativo de las portadas de los diarios El Comercio y La República en relación a la segunda vuelta presidencial, tuvo como objetivos: a) Estudiar la presentación de la noticia en las portadas de ambos diarios, b) Exponer la forma de presentación de la fotografía en las portadas de los diarios, c) Analizar sobre el titular en las portadas de ambos diarios. La metodología usada fue cualitativa y el instrumento aplicado fue la ficha de análisis. Y llegó a las conclusiones: a) que El Comercio muestra objetivamente la imagen de ambos candidatos conforme ocurrieron los hechos, mientras que La República no es imparcial, b) Ambos diarios fueron severos al elegir de la noticia, dándole importancia a la ubicación de la noticia, c) Ambos diarios presentaron titulares más expresivos que informativos, empleando el uso correcto del lenguaje, buscando atraer al público

lector. d) Ambos diarios usaron las fotografías de acuerdo a los enfoques que quería mostrar; La República dándole más realce a un candidato, mientras que El Comercio usaba fotografías que demostraban emotividad y movimiento.

Kim y Chung (2017), en su artículo científico ‘Anatomía de las portadas: comparación entre las portadas del New York Times y otros periódicos metropolitanos de Estados Unidos’, dónde los objetivos específicos son: a) Analizar las diferencias entre las portadas del The New York Times y otros periódicos metropolitanos de EE.UU sobre las historias en primera plana y b) Examinar sobre las diferencias entre las fotografías de las portadas del The New York Times y otros periódicos metropolitanos de EE.UU. Este estudio fue cualitativo y utilizaron el instrumento estadístico de Coeficiente kappa de Cohen. Asimismo, en este estudio se llegó a la conclusión de que al comparar el The New York Times con otros periódicos de EE. UU, implica que podría haber un impacto considerable de las influencias organizacionales en el contenido de estos medios, así como en su diseño.

Teorías científicas

Teoría de Laswell

Para el presente proyecto de investigación, se trabajará con la teoría de Laswell (2007), dónde se destaca al sujeto, ciudadano como un componente importante dentro del procedimiento comunicativo. Asimismo, manifiesta que el emisor influye y tiene por objetivo el influir sobre el receptor. Incluso, asevera que los mensajes que se emiten poseen efectos que se tener en cuenta.

En sí, este tipo se usa en una comunicación unidireccional y lineal, considerando los componentes como el ‘¿a quién se está escribiendo?’, el contenido, el medio, la audiencia y el efecto producido.

Según Laswell, la comunicación en masa tiene como fin el transmitir de manera objetiva un hecho o suceso. Asimismo, tiene por objetivos el informar acontecimientos internacionales y locales recientes, interpretar los sucesos a través una corriente establecida e influir en la mente y entendimiento de los lectores.

Teoría de Gatekeeper

Gomis (1991), menciona que se inicia a raíz de la irregular circulación de la información dentro de las dinámicas de grupos. Es decir, personas que actuaban como porteros de metas que regulaban la emisión de información. Por ello, el término Gatekeeper trabaja como el derecho de decir si alguna nota va a ser comunicada o nuevamente transmitida de distintas formas o no. En sí cumple el rol de selector de información, de filtro, anticipador, clarificador y compresor de notas sobre sucesos o hechos que pasan en la actualidad.

En muchos de los casos, es el editor del periódico quien ejerce el título de Gatekeeper. Por eso, se puede destacar que la teoría se aplica dentro del marco de orientación del diario El Comercio al tener sus objetivos claros y su posición dentro del margen político nacional.

Bases teóricas.

Portada periodística

La portada o primera plana de un medio impreso tiene la capacidad de brindar la información relevante de manera provocativa para ganarse la atención de más lectores. En otras palabras, la portada periodística se convierte en una herramienta que impulsa la alineación de la opinión pública a causa de la primera aceptación que tiene por parte de la sociedad.

En sí, para Medina (2017), esta parte importante del periódico es la primera plana principal del medio escrito, dónde muestra las noticias más resaltantes para obtener la atención de los lectores y que estos se interesen en leer el diario.

Cabe resaltar también que, aparte de dar a conocer las noticias más importantes, las portadas de un diario se le considera la imagen del medio escrito, y por eso se ejecuta la estructura de forma atractiva para los ciudadanos que van a los quioscos o puestos de periódicos a informarse sobre los más importantes sucesos de la agenda mediática del día.

Para López (2017), la primera plana del diario impreso tiene cuatro funciones que son; determinar la identidad, las características y la calidad de la noticia que se da a conocer.

También, dentro de las portadas, a veces también se puede apreciar publicidad o propaganda. Asimismo, esta parte importante del diario tiene distintos elementos en su estructura que son esenciales por conocer a continuación.

Estructura y características de la primera plana

Cuando se habla de la estructura de la primera plana, también se está hablando del diseño diferenciador del diario, y que a pesar de que casi todos los diarios tengan las mismas partes que son: la cabecera del diario, los titulares o titular, la fotografía, la estructura del diseño, algunas notas secundarias y el módulo publicitario que da a conocer la intención y de la jerarquía de información establecida por el medio.

Márquez (2018), en su artículo científico, muestra a la portada de un periódico como un grupo de las notas más resaltantes y que sean capaces de conquistar al lector e informarle sobre su realidad en una sola mirada.

Para Bazán (2020), encargado de los cierres de portada del Diario El Comercio, la estructura de la portada del diario consiste en: a) La nota abridora; es la nota principal y que lleva el titular y que atrae a los lectores, además va en la página izquierda superior central, b) La nota cerradora; tiene información de alto valor y acompaña a la nota abridora y casi siempre está en la parte derecha superior central de la portada y con una imagen, c) El punto C; es el punto central y la imagen central de la portada, puede ser la imagen más grande, una infografía o ilustración que atrae al público, d) La nota fuerte; esta nota, en su mayoría, es la tercera en tamaño y espacio en la portada, e) Las otras notas; que complementan espacios pequeños que quedan en las portadas, f) los frisos: Casi siempre van encima del logotipo y son datos de entretenimientos, especiales, deportes y g) La sumario; permite, a manera resumen el colocar algunos datos interesantes del diario.

Cabe destacar que es importante la estructura y/o distribución de la portada, tomando en cuenta la tipografía, los colores que utilizar, el tamaño del diario y otros elementos que generan influencia en la percepción de la ciudadanía y la identidad del diario. Es decir, la estructura de la portada de un diario tiende a destacar, pues es lo primordial que destaca y muestra en resumen la información o lo que contiene el periódico de manera atractiva a los ojos del público.

En tanto, cuando se habla de las características de una primera plana, para FAQ-QA (2021), se refiere: a) la cabecera que, como se señaló anteriormente, es el bosquejo del nombre de la publicación; b) el lema que es la oración emblema o lo que orienta sobre los objetivos del medio y; c) el fechario que es donde se indica la fecha, el lugar, el año, número de periódico, fundador y editor del medio.

Asimismo, uno de los principales puntos a resaltar dentro de la formación de un periódico es su diseño, el cómo se presenta los mensajes y símbolos para lectores, ya que, de acuerdo a ello, el medio recurre a la introducción de valores, creencias y códigos de comportamiento en la persona.

Titular periodístico

Cuando se habla del titular periodístico, se refiere a la principal fuente de atracción dentro de una portada de un diario. Un titular resalta de los demás hechos noticiosos, ya que es lo que se quiere comunicar de manera contigua al ciudadano.

Además, es preciso resaltar que el titular cumple la función de ser la descripción de la noticia o hecho principal. Ante esto, para Bustamante (2018), el titular periodístico es una tarjeta de invitación y motivación para que el lector lea completamente la noticia y/o el diario.

Para Hays (2018), el titular es uno de los elementos más importante que componen una noticia, pues debe ser capaz de resumir los datos más relevantes del hecho. Asimismo, el titular debe ser de un tamaño suficiente para que se destaque en la portada y así atraer a los ciudadanos. Y por lo general tiene un antetítulo y subtítulo.

Un titular tiene tres finalidades en la portada de un periódico, siendo: resumir la información de la nota importante del día, llamar la atención y convencer a los lectores que el tema que se está mostrando es importante. Ante esto, Ratna (2019), menciona que los titulares proporcionan una breve descripción de las principales novedades, constituyen un indicador del estilo, valores de la noticia y captan la atención del lector mediante mecanismos narrativos sensacionalistas o de alto impacto.

Para Céspedes (2018) cuando se habla del valor agregado en los titulares de las noticias, se refiere a los elementos de valoración que son: Actualidad, referida a la intermediación en el tiempo; el Suspense, emitiendo una pregunta de lo que ocurrió; Rareza, un valor que determina lo inhabitual; Conflicto, riñas o discrepancias entre

personas relevantes; Emoción, evocado a los sentimientos de las personas que las marcan; Consecuencias, se refiere a las repercusiones de un hecho que ha pasado.

Tipos de titulares

Muchos autores destacan diferentes tipos de titulares, logrando mayormente distinguir cuatro de ellos, al igual que sus características.

De acuerdo a la clasificación de los titulares Del Carpio (2017) menciona que existen los siguientes tipos de titulares: a) titulares expresivos; ya que se refiere a que el lenguaje tiene una función expresiva y trata de representar las emociones que la noticia va a dar a conocer en los lectores, b) Títulos apelativos; estos títulos son temáticos pero no informativos completamente y no se diferencia mucho de los títulos expresivos, c) titulares informativos; son los que informan a detalle sobre un tema central, d) titulares creativos: No es informativo, sino al contrario, solo tiene por objetivo ser atractivo para el lector con un enunciado llamativo y se requiere de un antetítulo o subtítulo informativo que aporte a la explicación del titular.

En tanto, referente a sus características, se mantiene que un titular debe ser conciso, claro, preciso, veraz y debe tener garra. Para Smith (2017) el titular debe centrar la información relevante, debe ser comprensible, expresar con exactitud la idea básica de la noticia, basarse en hechos reales y debe llamar la atención.

Elementos de un titular

Los titulares tienden a ser elementos breves y coherentes que, son informativos y entendibles para el lector a pesar de ser enunciados cortos.

El Ministerio de Educación del Gobierno de España (2018), menciona que un medio que titula sus noticias, siempre se inclina por interpretar las situaciones que se desarrollaron y se volvieron noticia.

Además, sus elementos son: a) antetítulo, b) título principal y c) subtítulo. Asimismo, se detalla que la parte importante es el título, ya que ahí se centra la parte esencial de la nota. En tanto, el antetítulo como el subtítulo, a veces no son necesarios y ofrecen información complementaria a lo dado en el título central. Incluso, el antetítulo como el subtítulo ayudan a explicar mejor la noticia.

Fotografía periodística

Desde hace muchos años, no existe periódico que prescinda de las fotografías, pues este elemento es prácticamente 'leído' como un mensaje, cuyo significado es relacionado e influenciado con la noticia en el que aparece al lado. Para Hays (2018), la fotografía periodística es esencial en una portada, ya que ayuda a explicar qué es lo que se quiere transmitir junto al titular y otros elementos. Asimismo, atraen a los lectores independientemente del tema del artículo al que estén asociadas, y si la foto es natural, se mirará más tiempo que una foto escenificada.

En sí, la fotografía periodística tiene un rol fundamental en los medios escritos, pues este elemento representa de manera visual los hechos que se explican en la noticia. Además, la fotografía representa un importante modo de expresión dentro de la comunicación profesional. Y los fotógrafos están encargados de cubrir los mejores momentos de la noticia para que el lector pueda tener una idea más precisa de la información de la nota.

De acuerdo a Romero (2019), la fotografía periodística de calidad tiene la capacidad para convertirse en una nota por sí sola y se conoce como el elemento que presenta la versión realista de los detalles con todos los componentes visuales de la noticia.

Características de la fotografía periodística

En función a lo periodístico, la fotografía es capaz de reflejar diversas situaciones, así como dar a conocer épocas, paisajes, momentos, lugares, acciones, etc., que, gracias a su valor connotativo, es de gran ayuda en las notas de prensa política, social y cultural.

Para TooManyFlash (2021), las características de la Fotografía periodística pueden tener distintas variaciones y estilos, pero de manera general se menciona: a) Actualidad, donde se resalta que el fotoperiodismo debe enfocarse en los hechos actuales y de real importancia, tratando de retratarlo a través de un factor de temporalidad; b) Objetividad, se refiere a que la fotografía no debe estar influenciada por los prejuicios de valor u opiniones del fotógrafo o periodista; c) Narrativa, el reportaje fotográfico a veces se compone de varias tomas que narran un hecho ocurrido; d) Estética, es una característica propia de la fotografía, ya que debe tener el perfecto equilibrio entre la parte artística y la narración del hecho.

En sí, Paniagua (2017), comparte que más del 94% de la información del mundo que percibe el ser humano, el 80% lo recibe por vía audiovisual. Además, se entiende que el éxito de la fotografía es porque crea la ilusión de inmediatez, directo y está muy próximo a la experiencia real.

Por otra parte, están los siguiente 9 planos en la fotografía periodística: a) Plano general: que se usa para mostrar las locaciones grandes; b) Plano americano: básicamente es la fotografía de uno o más sujetos dónde se muestran desde la rodilla hasta la cabeza; c) Plano Medio: es una fotografía para retrata de la cintura hasta la cabeza a los personajes; d) Primer plano, da a conocer a un solo elemento en toda su dimensión; e) Primerísimo primer plano: es una fotografía que va desde la frente de la persona hasta la barbilla de la misma s; f) Plano detalle: donde se muestra solo algo en concreto de un sujeto u objeto.

Materiales y métodos

La metodología de esta investigación fue cualitativa, ya que, al hacer uso de la observación, se analizó las portadas del diario El Comercio durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020.

Para Carnaque (2019), la investigación cualitativa, abarca la recolección de información sin medición numérica alguna, y tampoco describir o generar preguntas de exploración durante el proceso de comprensión desde el punto de vista de los implicados.

El enfoque de esta tesis es hermenéutico porque se interpretó las características de las fotografías, los titulares y la estructura del diseño de las portadas periodísticas del diario El Comercio. Saldaña (2021), comparte que el enfoque hermenéutico comprende la realidad y la identifica a fin de construir y darle sentido con la verdad. Su función implica el análisis de los textos, el contenido y el discurso.

El escenario de la investigación son los acontecimientos políticos publicados en este diario El Comercio en relación a todas las actividades de los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti durante la fecha a analizar.

En el año 2020, la estabilidad política peruana era incierta debido a los constantes cambios de gobiernos y para el Instituto Peruano de Publicidad (2020), el diario El

Comercio es uno de los diarios con más influencia y experiencia en la historia del Perú, por su calidad informativa al reportar noticias de política, economía y social.

Además, como objetos de análisis, se consideró 24 portadas del diario El Comercio, siendo 12 portadas las que hacen referencia al gobierno de Martín Vizcarra, 6 portadas están relacionadas al gobierno de Manuel Merino y 6 portadas al gobierno de Francisco Sagasti, durante octubre y noviembre del 2020. Por este motivo, se seleccionaron 24 portadas del diario El Comercio, para ser analizadas en cuanto a los titulares, las fotografías y la estructura del diseño de la portada.

Para esta selección de portadas, se han considerado en base a una muestra no probabilística por conveniencia.

Criterios de inclusión:

Las primeras planas del diario El Comercio, durante octubre a noviembre del 2020

Criterios de exclusión:

Portadas de periódicos que no corresponden a la fecha indicada para el análisis.

Respecto a las técnicas, se empleó el análisis de contenido porque se revisaron las portadas del diario El Comercio durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino, Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020, con objetivo de analizar los titulares, la fotografía y la estructura del diseño de las portadas periodísticas. Para Bermeo (2018) esta técnica es un conjunto de instrumentos metodológicos que son aplicados a documentación y contenidos diversos. Además, sus dos procesos son la pre categorización de diferentes datos literales y su tratamiento periodístico.

Como instrumento se elaboró una ficha de observación, en la que permitió identificar los tipos de titulares, elementos de los titulares, características de la fotografía y la estructura del diseño de las portadas periodísticas. Esta ficha fue validada por expertos en el área de periodismo.

Para Rojas (2021), este instrumento está orientado a la recolección de datos con el fin de tener un análisis minucioso de cierto hecho, sujeto u objeto de estudio, teniendo en cuenta las características y el comportamiento.

Gobierno Martín Vizcarra.		Descripción (Fecha: 06/10/2020)				
Titular principal	“.....”					
Elementos de valoración	Actualidad	Suspense	Rareza	Conflicto	Emoción	
Tipo de titular	Informativo	Creativo	Apelativo	Expresivo		
Elementos el titular	Antetítulo	Título principal	Subtítulo			
Fotografía periodística						
Planos fotográficos	Plano General	Plano Americano	Plano Medio	Primer Plano	Primerísimo P. Plano	Plano Detalle
Características fotográficas	Actualidad	Objetividad	Narrativa	Estética		
Estructura del diseño						
Notas destacadas	Nota abridora	Nota cerradora	El punto C	Notas fuertes	Frisos	Sumario
Ubicación en la portada.	Superior	Media	Inferior			
	Derecha	Central	Izquierda			

Elaboración propia.

Gobierno Manuel Merino.		Descripción (Fecha: 10/11/2020)				
Titular principal		“.....”				
Elementos de valoración	Actualidad	Suspense	Rareza	Conflicto	Emoción	
Tipo de titular	Informativo	Creativo	Apelativo		Expresivo	
Elementos el titular	Antetítulo	Título principal			Subtítulo	
Fotografía periodística						
Planos fotográficos	Plano General	Plano Americano	Plano Medio	Primer Plano	Primerísimo P. Plano	Plano Detalle
Características fotográficas	Actualidad	Objetividad	Narrativa		Estética	
Estructura del diseño						
Notas destacadas	Nota abridora	Nota cerradora	El punto C	Notas fuertes	Frisos	Sumario
Ubicación en la portada.	Superior	Media		Inferior		
	Derecha	Central		Izquierda		

Elaboración propia.

Gobierno Francisco Sagasti.		Descripción (Fecha: 17/11/2020)				
Titular principal	“.....”					
Elementos de valoración	Actualidad	Suspense	Rareza	Conflicto	Emoción	
Tipo de titular	Informativo	Creativo	Apelativo	Expresivo		
Elementos el titular	Antetítulo	Título principal	Subtítulo			
Fotografía periodística						
Planos fotográficos	Plano General	Plano Americano	Plano Medio	Primer Plano	Primerísimo P. Plano	Plano Detalle
Características fotográficas	Actualidad	Objetividad	Narrativa	Estética		
Estructura del diseño						
Notas destacadas	Nota abridora	Nota cerradora	El punto C	Notas fuertes	Frisos	Sumario
Ubicación en la portada.	Superior	Media	Inferior			
	Derecha	Central	Izquierda			

Elaboración propia.

Resultados

Para la investigación, se realizó el análisis de 24 portadas del Diario El Comercio correspondientes a los meses octubre y noviembre del 2020.

Objetivo 1: Explicar la clasificación de los titulares presentados en las portadas del diario El Comercio durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020.

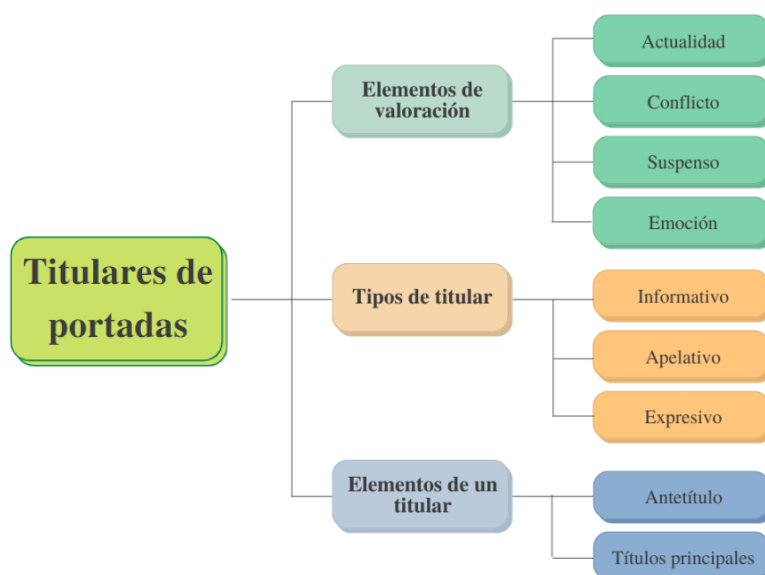
Tabla 1

Características de los titulares durante el gobierno de Martín Vizcarra de octubre a noviembre 2020

Fecha	E. de valoración	Tipo	Elementos del titular
6 de octubre 2020	Actualidad	Informativo	Antetítulo y título principal
9 de octubre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo	Antetítulo y Título principal
10 de octubre 2020	Actualidad, conflicto	Informativo	Antetítulo y Título principal
11 de octubre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo, apelativo	Antetítulo y Título principal
12 de octubre 2020	Actualidad, suspenso, conflicto	Informativo, apelativo	Antetítulo y Título principal
18 de octubre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo	Antetítulo y Título principal
19 de octubre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo	Antetítulo y Título principal
21 de octubre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo	Antetítulo y Título principal
24 de octubre 2020	Actualidad	Informativo	Antetítulo y Título principal
6 de noviembre 2020	Suspenso, emoción	Expresivo	Antetítulo y Título principal
9 de noviembre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo	Antetítulo y Título principal
10 de noviembre 2020	Suspenso, conflicto	Expresivo, apelativo	Antetítulo y Título principal

Figura 1

Características de los titulares durante el gobierno de Martín Vizcarra de octubre a noviembre 2020



En el análisis de las características de los titulares de las portadas, se destacaron cuatro aspectos importantes: actualidad, conflicto, suspense y emoción., por ejemplo, el 11 de octubre del 2020, el diario El Comercio emitió el titular ‘Testigo afirma que consorcio pagó S/ 1 millón a Vizcarra’, dónde se identificó dos aspectos de valoración, siendo la actualidad y el suspense los elementos que más resaltan en los titulares.

El tipo de titular que más se destacó dentro del análisis fue el informativo, siendo un gran ejemplo el titular del 9 de noviembre de 2020 ‘Congreso define hoy segunda moción de vacancia de Vizcarra’. Asimismo, se también hubo titulares apelativos y expresivos.

En tanto, se demostró que la totalidad de los titulares en esta sección solo consideran dos aspectos importantes dentro de su estructura, como el antetítulo y el título principal, por ejemplo, el 10 de noviembre del 2020, el antetítulo fue ‘Se aprueba la vacancia de Martín Vizcarra’ y el titular principal fue ‘El Congreso deja al país en la incertidumbre’.

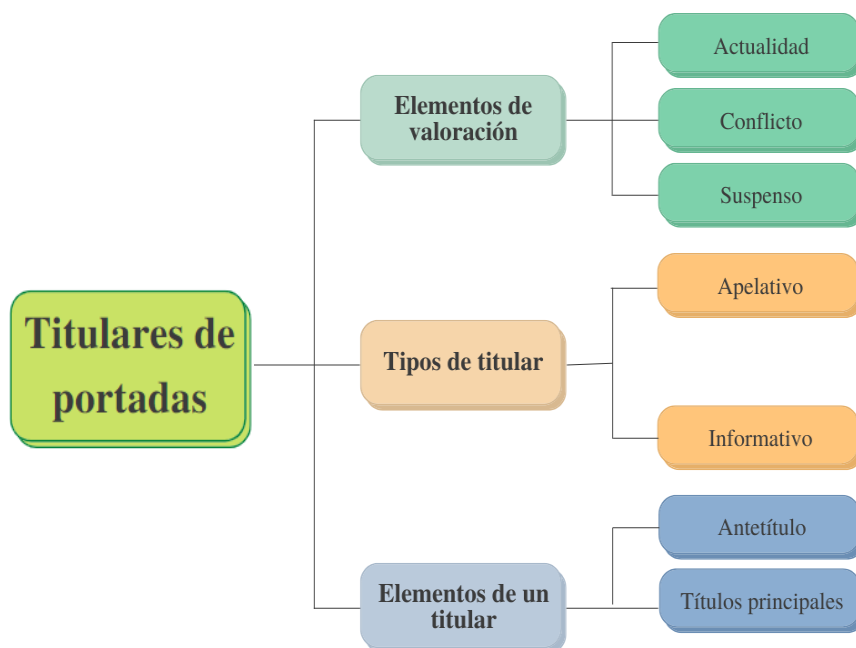
Tabla 2

Características de los titulares durante el gobierno de Manuel Merino de octubre a noviembre 2020

Fecha	E. de valoración	Tipo	Elementos del titular
11 noviembre 2020	Actualidad	Informativo	Antetítulo y título principal
12 noviembre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo, apelativo	Antetítulo y Título principal
13 noviembre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo	Antetítulo y Título principal
14 noviembre 2020	Actualidad, suspenso, conflicto	Informativo, apelativo	Antetítulo y Título principal
15 noviembre 2020	Actualidad, suspenso, conflicto	Informativo, apelativo	Antetítulo y Título principal
16 noviembre 2020	Suspenso	Informativo	Antetítulo y Título principal

Figura 2

Características de los titulares durante el gobierno de Manuel Merino de octubre a noviembre 2020.



Los elementos de valoración de los titulares de las portadas durante el gobierno de Manuel Merino, fueron: actualidad, conflicto y suspenso, siendo los más destacados la actualidad y el suspenso, un gran ejemplo es el titular del 15 de noviembre del 2020 ‘Gobierno de Merino cae en noche trágica’.

En tanto, el tipo de titular más destacado es el informativo como el del 12 de noviembre 2020 ‘Destino de reforma universitaria marca el inicio del Gobierno’.

Al igual que durante el gobierno de Vizcarra, la estructura del titular se utilizó en su totalidad un antetítulo y el titular principal, como el de 14 de noviembre 2020, se usó como antetítulo ‘Pruebas irrefutables: El Ministerio Público anuncia una investigación’ y como título principal ‘Gobierno reconoce uso de perdigones contra manifestantes’.

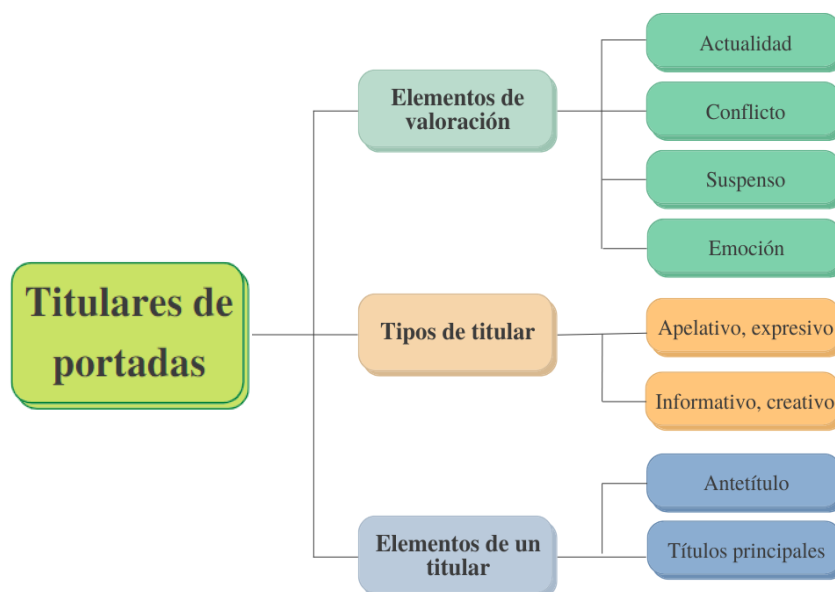
Tabla 3

Características de los titulares de las portadas durante el gobierno de Francisco Sagasti de octubre a noviembre 2020

Fecha	E. de valoración	Tipo	Elementos del titular
17 noviembre 2020	Actualidad, emoción	Expresivo, apelativo	Antetítulo y título principal
18 noviembre 2020	Actualidad, emoción	Expresivo, apelativo	Antetítulo y Título principal
19 noviembre 2020	Actualidad	Informativo	Antetítulo y Título principal
21 noviembre 2020	Actualidad, conflicto	Apelativo	Antetítulo y Título principal
22 noviembre 2020	Actualidad, emoción	Creativo	Antetítulo y Título principal
25 noviembre 2020	Actualidad, suspenso	Informativo, apelativo	Antetítulo y Título principal

Figura 3

Características de los titulares de las portadas durante el gobierno de Francisco Sagasti de octubre a noviembre 2020



En el análisis, refleja que los elementos de valoración de los titulares fueron: actualidad, conflicto, suspense y emoción, y el más destacado es la de actualidad, siendo un ejemplo el titular del 21 de noviembre 2020 ‘Sagasti: Nueva Constitución no es prioridad inmediata’.

En los tipos de titulares se evidenciaron; apelativos, expresivos, informativos y creativos, siendo el más resaltante el apelativo, un ejemplo es el titular del 18 de noviembre 2020 ‘En nombre del Estado, pido perdón’.

Cuando se habla de la estructura del titular, en el análisis se reflejó que se mantiene en totalidad el uso del antetítulo y título principal, siendo un gran ejemplo el titular del 19 de noviembre 2020 como antetítulo ‘Se completa el Ejecutivo: Analistas destacan que es equilibrado e incluye a figuras jóvenes’, mientras que como título principal ‘Gabinete con perfil técnico y experiencia en el Estado’.

Objetivo 2: Determinar las características de las fotografías de las portadas del diario El Comercio durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre - noviembre 2020.

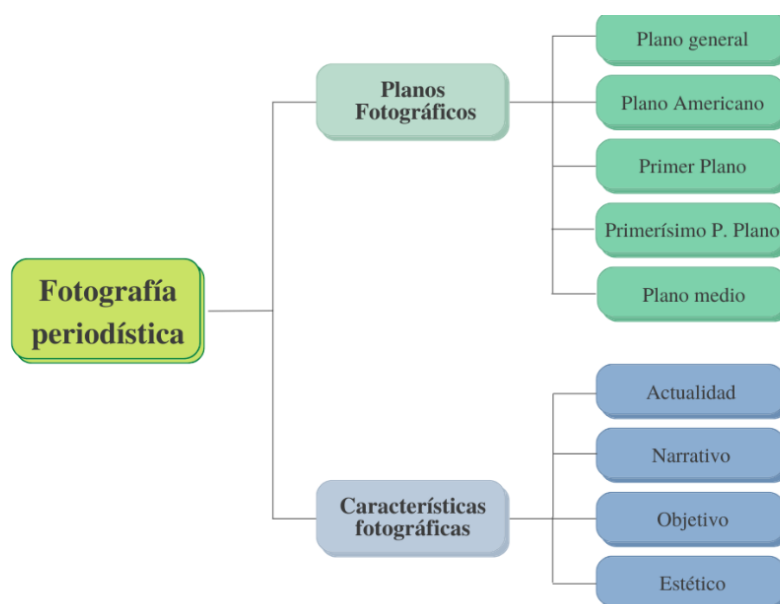
Tabla 4

Características de las fotografías periodísticas durante el gobierno de Martín Vizcarra de octubre a noviembre 2020

Fecha	Planos	Características
6 de octubre 2020	Plano general	Actualidad, objetivo
9 de octubre 2020	Plano general	Narrativo
10 de octubre 2020	Primer plano	Narrativo
11 de octubre 2020	Primerísimo P. plano	Estético
12 de octubre 2020	Primer Plano	Objetivo
18 de octubre 2020	Primerísimo P. plano	Estético
19 de octubre 2020	General	Objetivo
21 de octubre 2020	Primer plano	Narrativo y estético
24 de octubre 2020	Plano Americano	Estético y Narrativo
6 noviembre 2020	General	Actualidad y Narrativo
9 noviembre 2020	General	Objetivo
10 noviembre 2020	Plano medio	Actualidad, Narrativo

Figura 4

Características de las fotografías periodísticas durante el gobierno de Martín Vizcarra de octubre a noviembre 2020.



En referencia a la fotografía periodística, los planos que se destacan en la fotografía de las portadas del diario El Comercio, son: plano general, plano americano, primer plano, primerísimo primer plano y plano medio., sin embargo, el plano que más se resalta es el plano general, siendo un gran ejemplo la fotografía

del 06 de noviembre del 2020, dónde se muestra la fotografía del procesamiento y verificación de boletas y conteo de votos durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos.

En tanto, en el análisis se evidenció las siguientes características fotográficas: actualidad, narratividad, objetividad y estético., siendo el más resaltante el narrativo y un gran ejemplo es la fotografía o conjunto de ellas en la portada del 21 de octubre del 2020, donde para una campaña por la libertad de prensa, se mostraron las fotografías de los periodistas que fueron silenciados por la violencia en Latinoamérica.

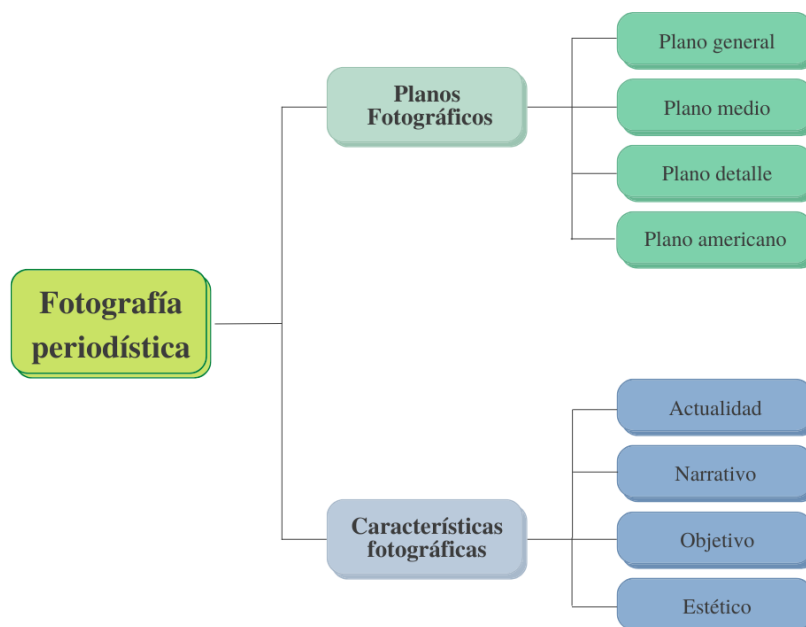
Tabla 5

Características de las fotografías de las portadas durante el gobierno de Manuel Merino de octubre a noviembre 2020

Fecha	Planos	Características
11 noviembre 2020	Plano medio y plano general	Actualidad y narrativa
12 noviembre 2020	Plano medio	Actualidad, objetivo
13 noviembre 2020	Plano general	Objetivo
14 noviembre 2020	Plano detalle, plano americano	Actualidad, objetivo
15 noviembre 2020	Plano general	Estética, narrativa
16 noviembre 2020	Plano general	Objetivo

Figura 5

Características de las fotografías de las portadas durante el gobierno de Manuel Merino de octubre a noviembre 2020



Los resultados reflejaron que los planos fotográficos usados en las portadas durante el gobierno de Manuel Merino, fueron el plano general, el plano medio, el plano detalle y plano americano, siendo el más destacado el plano general, pues el 15 de noviembre del 2020 se muestra en la fotografía, un plano general de cómo la policía se excedió una vez más al lanzar bombas lacrimógenas y disparar contra los manifestantes en una noche de protesta.

En tanto, cuando se habla de características fotográficas, se tuvo a la actualidad, narratividad, objetividad y estético, resaltando la actualidad como característica, ya que presentaba temas de primicia para esa fecha, y un ejemplo es la fotografía del 12 de noviembre 2020 al mostrar al ex presidente Manuel Merino, junto a Ántero Flores Aráoz quien juramentó como premier del PCM.

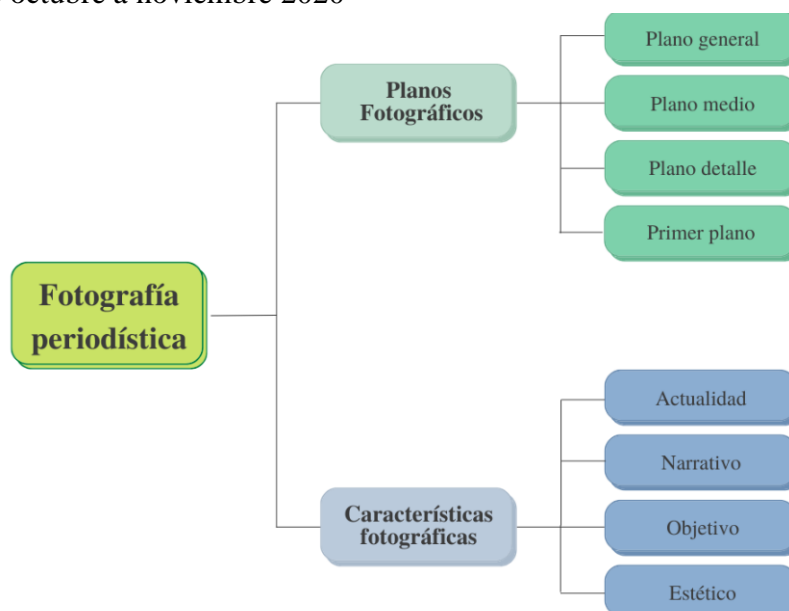
Tabla 6

Características de las fotografías de las portadas durante el gobierno de Francisco Sagasti de octubre a noviembre 2020

Fecha	Planos	Características
17 noviembre 2020	Plano medio	Narrativa
18 noviembre 2020	Plano medio	Actualidad, Narrativa
19 noviembre 2020	Plano General	Actualidad, Objetividad, Narrativa
21 noviembre 2020	Plano detalle	Objetivo, Estético
22 noviembre 2020	Plano General	Narrativo, estético
25 noviembre 2020	Primer Plano	Actualidad

Figura 6

Características de las fotografías de las portadas durante el gobierno de Francisco Sagasti de octubre a noviembre 2020



En este análisis, los planos fotográficos más usados fueron: el plano general, el plano medio, el plano detalle y el primer plano, destacando así el plano medio y plano general, como ejemplo 18 de noviembre del 2020 de plano medio está la fotografía del ex presidente Francisco Sagasti luego de juramentar el cargo e invocando a trabajar en conjunto para tomar acciones y generar consensos que ayuden a superar la crisis luego del gobierno de Manuel Merino. Por otro lado, como ejemplo de plano general está el 19 de noviembre del 2020, donde se muestra al gabinete completo de Francisco Sagasti luego de haber juramentado cada uno.

En tanto, cuando se habla de características fotográficas, se tuvo a la actualidad, narrativo, objetivo y estético, siendo el más usado el narrativo, por ejemplo, en el 22 de noviembre del 2020, se usó una fotografía de las protestas de miles de personas, principalmente jóvenes, en contra de las decisiones del congreso, ya que sintieron que la democracia en el Perú estaba en peligro y salieron a defenderla. La fotografía prácticamente narra el cómo fue este momento y cuál era el objetivo de los protestantes, que es el de proteger a su patria.

Objetivo 3: Evidenciar las características de la estructura del diseño de las portadas del diario El Comercio durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020.

Tabla 7

Características de la estructura del diseño de las portadas durante el gobierno de Martín Vizcarra de octubre a noviembre 2020.

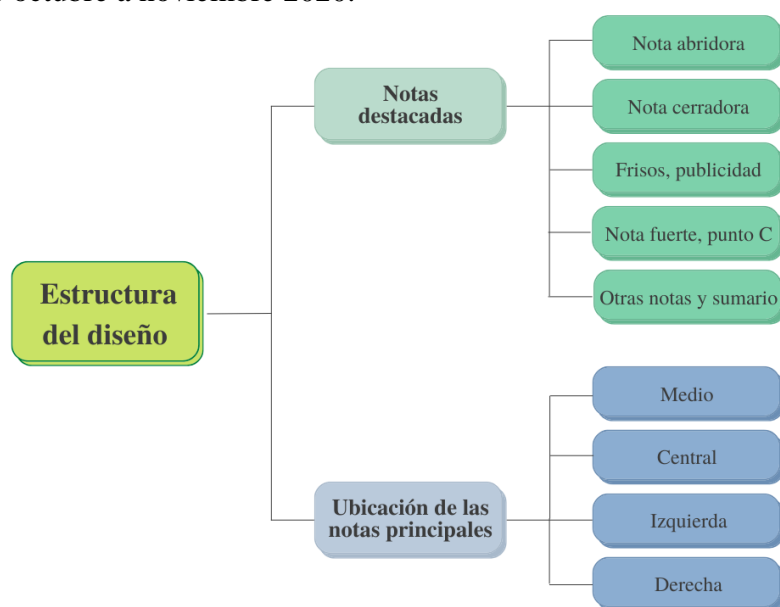
Fecha	Notas destacadas	Ubicación de la portada
6 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, punto C, otras notas y sumario	Superior (frisos), Medio (Nota abridora, nota cerradora, punto C, y nota fuerte), Inferior (otras notas y sumario), derecha (Nota cerradora y nota fuerte y sumario), central (nota principal y punto C) e izquierda (frisos, nota abridora y punto C)
9 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, punto C, otras notas y sumario	Superior (frisos), Medio (Nota abridora, nota fuerte y punto C), Inferior (nota fuerte, otras notas y sumario), derecha (Nota cerradora y punto C), central (nota abridora

		y punto C) e izquierda (nota abridora y punto C)
10 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, frisos, publicidad, nota fuerte y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora y publicidad), Inferior (Publicidad), derecha (Nota cerradora, nota fuerte y sumario), central (nota abridora y publicidad) e izquierda (nota abridora y publicidad)
11 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, frisos y sumario	Superior (frisos y nota cerradora), Medio (nota abridora), Inferior (sumario), derecha (nota abridora y frisos), central (nota abridora) e izquierda (nota abridora y nota cerradora)
12 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, punto C, publicidad y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora y nota cerradora, punto C, publicidad), Inferior (nota fuerte y sumario), derecha (nota cerradora, punto C y sumario), central (nota abridora y punto C) e izquierda (nota abridora, punto C, publicidad)
18 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, frisos, otras notas y publicidad	Superior (publicidad), Medio (nota abridora, nota cerradora), Inferior (otras notas y frisos), derecha (nota cerradora y frisos), central (nota abridora) e izquierda (nota abridora y otras notas)
19 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, frisos, punto C, nota fuerte, publicidad y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora y nota cerradora, punto C y publicidad), Inferior (publicidad, nota fuerte y sumario), derecha (nota cerradora, punto C y sumario), central (nota abridora y punto C) e izquierda (nota abridora y punto C)
21 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, otras notas, punto C y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora, nota fuerte, nota cerradora y punto C), Inferior (punto C, sumario y otras notas), derecha (nota cerradora, nota fuerte y otras notas), central (nota abridora, nota cerradora, nota fuerte y punto C) e izquierda (nota abridora y punto C)
24 de octubre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, publicidad, punto C y sumario	Superior (frisos, publicidad), Medio (nota abridora, nota cerradora, nota fuerte y punto C), Inferior (punto C y Sumario), derecha (nota cerradora, nota fuerte y sumario), central (nota abridora y punto C) e izquierda (nota abridora, publicidad, punto C)
6 de noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, otras	Superior (frisos), Medio (nota abridora, cerradora, punto C y nota fuerte), Inferior (otras notas y sumario), derecha (nota

	notas, punto C y sumario	cerradora, notas fuerte y sumario), central (nota abridora, punto C y cerradora) e izquierda (nota abridora y punto C)
9 de noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, punto C, publicidad y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora, cerradora, punto C y publicidad), Inferior (nota fuerte, publicidad y sumario), derecha (nota cerradora, punto C y sumario), central (nota abridora, punto C) e izquierda (nota abridora y publicidad)
10 de noviembre 2020	Nota abridora, otras notas.	Superior (otras notas), Medio (nota abridora), Inferior (nota abridora), derecha (nota abridora), central (nota abridora) e izquierda (nota abridora)

Figura 7

Características de la estructura del diseño de las portadas durante el gobierno de Martín Vizcarra de octubre a noviembre 2020.



Sobre la estructura del diseño, el diario El comercio utiliza como notas destacadas en las portadas, y en su mayoría, a la nota abridora, la nota cerradora, el punto C, los frisos, la nota fuerte, otras notas, el sumario y publicidad de la revista y/o complementos. Un gran ejemplo es la portada del 9 de octubre 2020, donde se tuvo como nota abridora a ‘Revocan detención de diez implicados en el Caso Swing’, como nota cerradora ‘Colegios privados no prevén abrir las aulas hasta la mitad del 2021’, como punto C ‘La selección rescata un valioso punto con jerarquía’, como nota fuerte a ‘Donald Trump se rehúsa a participar en un debate virtual con Joe Biden’, en otras

notas ‘Congreso aprueba la reposición de profesores jalados’, el sumario es una compilación de otras noticias del diario y los frisos son notas de entretenimiento y ciencia.

En tanto, la ubicación de las notas principales como la abridora, la cerradora, el punto C y la nota fuerte, siempre están en la parte media, central, de izquierda a derecha. Como ejemplo es la portada del 19 de octubre 2020, donde la nota abridora está en la parte izquierda central, la nota cerradora en la derecha central, el punto C en la parte derecha central y en la publicidad en la izquierda central.

Tabla 8

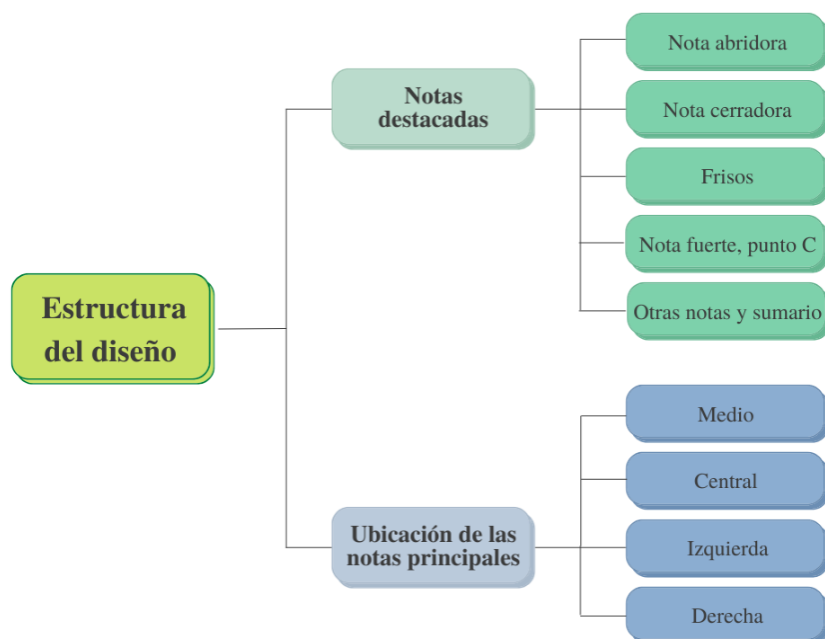
Características de la estructura del diseño de las portadas durante el gobierno de Manuel Merino de octubre a noviembre 2020.

Fecha	Notas destacadas	Ubicación de la portada
11 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, otras notas y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora, fuerte y otras notas), Inferior (Nota fuerte y sumario), derecha (otras notas, nota cerradora y sumario), central (nota abridora y cerradora) e izquierda (nota abridora)
12 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, punto C, frisos, otras notas y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora, puntos C, nota fuerte y nota cerradora), Inferior (Otras notas y sumario), derecha (Nota cerradora, nota fuerte y sumario), central (nota abridora, punto C, otras notas) e izquierda (nota abridora, punto C)
13 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, punto C, frisos y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora, cerradora y punto C), Inferior (Nota fuerte y sumario), derecha (Nota cerradora, punto C y sumario), central (nota abridora, punto C y sumario) e izquierda (nota abridora, punto C y nota fuerte)
14 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, punto C, otras notas y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora, cerradora, nota fuerte, punto C), Inferior (Otras notas y sumario), derecha (Nota cerradora, notas fuertes, punto C y sumario), central (nota abridora, punto C) e izquierda (nota abridora, punto C y otras notas)
15 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, frisos y otras notas	Superior (frisos y nota cerradora), Medio (nota abridora), Inferior (otras notas), derecha (Nota abridora), central (nota abridora) e izquierda (nota abridora)

16 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, frisos y otras notas	Superior (frisos), Medio (nota abridora), Inferior (nota cerradora y otras notas), derecha (Nota abridora), central (nota abridora) e izquierda (nota abridora)
-------------------------	--	--

Figura 8

Características de la estructura del diseño de las portadas durante el gobierno de Manuel Merino de octubre a noviembre 2020.



De igual manera que durante el gobierno de Martín Vizcarra, el diario El Comercio, destacó en su mayoría de portadas la nota abridora, la nota cerradora, los frisos, la nota fuerte, punto C, otras notas y el sumario. Un gran ejemplo es la portada del 14 de noviembre del 2020, donde la nota principal es ‘Gobierno reconoce uso de perdigones contra manifestantes’, como nota cerradora está ‘Dictan 18 meses de impedimento de salida del país a Vizcarra’, como nota fuerte ‘Autos particulares podrán circular desde mañana’, punto C ‘Un gesto en medio de la incertidumbre’, como otra nota ‘Evalúan designar a un abogado ad hoc para que vea causa ante el TC’, los frisos con temas de entretenimiento y el sumario con otras noticias en el diario.

En el análisis, durante este gobierno, las principales notas están ubicadas al medio, centro, de izquierda a derecha, pues son las partes más visibles. Por ejemplo, el 13 de noviembre del 2020, la nota abridora con el titular se ubica en su mayoría al lado

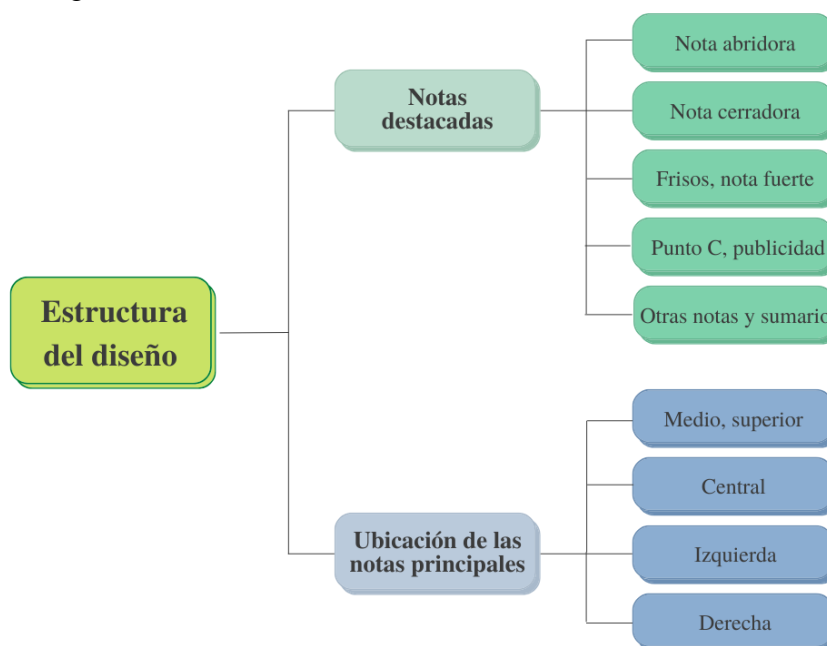
izquierdo al centro y la nota cerradora al lado derecho central mientras que el punto C está de izquierda a derecha al medio de la portada.

Tabla 9

Características de la estructura del diseño de las portadas durante el gobierno de Francisco Sagasti de octubre a noviembre 2020.

Fecha	Notas destacadas	Ubicación en la portada
17 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, frisos y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora), Inferior (Nota cerradora y sumario), derecha (Nota abridora), central (nota abridora) e izquierda (nota abridora)
18 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos y otras notas	Superior (frisos), Medio (nota abridora), Inferior (Nota cerradora, nota fuerte y otra nota), derecha (Nota abridora y otra nota), central (nota abridora y nota fuerte) e izquierda (nota abridora y nota cerradora)
19 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, frisos, otras notas, publicidad y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora y nota cerradora), Inferior (Nota fuerte, otra nota, publicidad y sumario), derecha (Nota abridora y sumario), central (nota abridora y nota fuerte y publicidad) e izquierda (nota abridora, nota cerradora y nota fuerte)
21 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, punto C, frisos, otras notas, publicidad y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora, punto C, nota cerradora y nota fuerte), Inferior (Punto C y sumario), derecha (Nota cerradora, nota fuerte, otra nota y sumario), central (nota abridora, punto C) e izquierda (nota abridora y punto C)
22 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, frisos y otras notas.	Superior (frisos y nota cerradora), Medio (nota abridora), Inferior (otras notas), derecha (Nota abridora), central (nota abridora) e izquierda (nota abridora)
25 noviembre 2020	Nota abridora, cerradora, fuerte, punto C, frisos, otras notas y sumario	Superior (frisos), Medio (nota abridora, punto C, nota cerradora y nota fuerte), Inferior (otras notas y sumario), derecha (Nota cerradora, nota fuerte y sumario), central (nota abridora, punto C) e izquierda (nota abridora, punto C y sumario)

Figura 9. Características de la estructura del diseño de las portadas durante el gobierno de Francisco Sagasti de octubre a noviembre 2020.



En este análisis, respecto a la estructura del diseño, las notas más destacadas son la nota abridora, la nota cerradora, frisos, nota fuerte, punto C, otras notas y sumario, destacando más las notas abridoras, cerradoras, fuerte y frisos. Un ejemplo de ello es la portada del 18 de noviembre del 2020, en la nota abridora ‘En nombre del Estado, pido perdón’, como nota cerradora ‘Manifestante denuncia que policía lo tuvo secuestrado y sometido a privaciones’, como nota fuerte ‘Nicaragua sufre daños e inundaciones por la tormenta Iota’ y como frisos las notas de deportes y entretenimiento.

En tanto, la ubicación de las notas más destacados es en la parte superior, al medio, centro, izquierda y derecha. Un ejemplo de ello, la portada del 11 de noviembre del 2020, la nota abridora en la parte izquierda central, la nota cerradora y nota fuerte en la parte derecha central, y los frisos en la parte superior.

Discusión de resultados

Entre los titulares que se analizaron, se destacó más el informativo, ya que dio a conocer los hechos de actualidad y conflicto de manera objetiva durante los dos primeros gobiernos en las fechas determinadas. Tal es así, la importancia de este tipo

de titular, demostrado en el artículo científico de Abuín et al (2020), dónde obtuvieron en su estudio que, un porcentaje de los diarios españoles, utilizaron titulares informativos y objetivos, dónde solo se enfocaron en brindar hechos relacionados a la COVID-19 en España y sobre el sistema de salud de dicho país. En tanto, durante el tercer gobierno, más se destacaron los titulares apelativos que denotaban conflicto y emoción. Al respecto, Argiñano y Bilbao (2020), en su artículo científico ponen en manifiesto que los titulares apelativos dan a conocer una construcción simbólica de los hechos junto a otros elementos, pero que pone en cierta tensión al sistema político.

Asimismo, la estructura del titular corresponde en su mayoría al uso del antetítulo y el título principal, pues para Bazán (2020), encargado de la estructura de la portada del diario El Comercio, configura en la nota principal, el titular de manera vistosa y el antetítulo como recurso de apoyo para entender más la nota. Para el Ministerio de Educación del Gobierno de España (2018), los elementos del titular abarcan el antetítulo, el título principal y a veces el subtítulo, dependiendo del diseño de la portada.

Respecto a la fotografía periodística, el plano más usado en las portadas de El Comercio es el plano general, ya que abarca más elementos en una sola imagen sobre un hecho resaltante y que llame la atención, pues para Paniagua (2017), este plano cumple la función de mostrar locaciones grandes o eventos a gran escala, mientras que Del Carpio (2017), en su investigación, concluye que El Comercio utiliza fotografías con planos generales que demuestra movimiento y emotividad.

Dentro de las características fotográficas que más se resaltó fue el narrativo, ya que las imágenes en la portada narran las circunstancias de la nota principal o del punto central de la misma. Para TooManyFlash (2021), la característica narrativa de la fotografía, a veces se compone de varias tomas que narran un suceso. Al respecto, Kim y Chung (2017), en su artículo científico determinaron que las fotografías de las portadas muestran el impacto de influencias privadas sobre cierta información relacionado con la política, así como otros hechos de relevancia para la población.

Sobre la estructura del diseño, en el diario El Comercio prima una estructura ya definida, dónde es esencial la presencia de la nota abridora, la nota cerradora, el punto central, los frisos, la nota fuerte, otras notas, el sumario y la publicidad, siendo las ubicaciones más destacadas para las notas resaltantes de la portada la parte media,

central de izquierda a derecha. Para esto, Del Carpio (2017), en su investigación, resalta que el diario El Comercio es severo al elegir los temas para las portadas, así como la importancia de ubicarlos estratégicamente en el centro o al medio, a fin de que las notas apelen al sentimiento y atención del lector. Para Bazán (2020), la estructura de la portada del comercio ya está diseñada, pero la ubicación puede variar de acuerdo a las noticias que ocurren en el día a día y el cómo el grupo de editores quiere presentar la portada del periódico al público.

Conclusiones

Los titulares presentados en las portadas analizadas durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti de octubre a noviembre del 2020, son informativos. Sin embargo, durante el gobierno de Francisco Sagasti, los titulares más destacados fueron apelativos que mostraron emoción y conflicto. Esto con fines de llamar la atención de los lectores sobre cómo actuó el gobierno interino luego del conflicto que causó el corto gobierno de Manuel Merino. Incluso, sobre la estructura de los titulares, se comprueba por el mismo medio que solo se emplea el antetítulo y el título principal en la totalidad de las portadas.

En casi todas las portadas del diario El Comercio, durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti de octubre a noviembre del 2020, se utilizaron fotografías con características narrativas y en planos generales. Esto con la intención de mostrar la mayor información posible en una fotografía e inclinadas a influir sobre los lectores a través de la emotividad y el movimiento que narra la imagen. Asimismo, de acuerdo a otros estudios, se comprueba que el diario El Comercio es un medio en el que existe la influencia privada en la información y fotografías que se comparte a la población, principalmente en lo social, político y económico.

Las portadas del diario El Comercio, en casi su totalidad, demostraron que la estructura del diseño ya viene predeterminada, resaltando la nota abridora, la nota cerradora, el punto central, los frisos, la nota fuerte, otras notas, el sumario y la publicidad, siendo las ubicaciones más destacadas la parte media, central de izquierda

a derecha. Además, queda comprobado que la ubicación de las noticias en la portada, dependen mucho del impacto que la editorial quiere generar en la población, habiendo un par de casos dónde solo una nota principal abarca en su totalidad la portada del diario.

Recomendaciones

Se recomienda a la Escuela de Comunicación de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo fomentar investigaciones relacionadas con el trabajo periodístico de los principales medios escritos porque tienen una gran influencia en la población, especialmente en información política, social y económica; esto con el fin de demostrar si el quehacer periodístico se realiza con objetividad o hay intereses particulares.

Asimismo, se sugiere a la Escuela de Comunicación incrementar el número de libros, artículos científicos, manuales, periódicos y revistas especializadas en periodismo a fin de enriquecer el conocimiento de los estudiantes de comunicación y público en general, ya que servirá para futuros estudios de la misma área.

Se plantea al diario El Comercio que, el uso de los recursos como las infografías y fotografías dejen de ser acorde a las notas centrales, sino en relación a los titulares principales de la portada con el fin de resaltarlas con objetividad.

Referencias

- Abuín, N. M. (30 de 10 de 2020). Nueva época. Obtenido de Nueva época:
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/151/2760>
- Bazán, A. (3 de abril de 2020). El Comercio. Obtenido de El Comercio:
<https://elcomercio.pe/desde-la-redaccion/asi-se-hace/la-portada-el-rostro-diferente-de-todos-los-dias-noticia/>
- Bermeo, A. (2018). Características de las portadas periodísticas del diario Líbero y el periodismo deportivo - Eliminatorias al mundial Brasil 2014 - Participación de la Selección Peruana de fútbol. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4307/mendoza_am.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Bilbao, A. &. (23 de 09 de 2020). Revista de comunicación y salud. Obtenido de Revista de comunicación y salud:
<https://www.revistadecomunicacionysalud.es/index.php/rcys/article/view/259/169>
- Bustamante, M. (2018). Análisis del tratamiento periodístico en las portadas de los diarios Perú 21 y El Trome, en relación al caso: Ollanta Humala y Nadine Heredia, entre los meses de febrero y abril 2018. Lima: Facultad de Comunicación. Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27536/Bustamante_JMJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carnaque, K. (2019). Análisis del tratamiento informático sobre el feminicidio en el Portal Web del Diario El Trome durante los meses de enero a agosto, 2019. Callao.: Facultad de Humanidades. Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47912/Carnaque_LKP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chung, S. K. (05 de 2017). University of Kentucky UKnowledge. Obtenido de University of Kentucky UKnowledge:
<https://core.ac.uk/download/pdf/232577472.pdf>

- Del Carpio, J. A. (2017). Análisis del tratamiento informático de las portadas de los diarios El Comercio y La República en relación a la segunda vuelta presidencial entre el 23 de mayo y el 8 de junio del 2016. Lima: Facultad de Humanidades. Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15539/Del%20Carpio_SJA.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- España, M. d. (2018). Gobierno de España. Obtenido de <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque3/pag7.html>
- FAQ-QA. (09 de diciembre de 2021). FAQ-QA. Obtenido de FAQ-QA: <https://faq-qa.com/es/Q%26A/page=6759e3213c57cd32d7364fac53d475d9>
- Gomis, L. (1991). Teoría del Periodismo. Buenos Aires: Paidós.
- Gutierrez, E. (2018). Características de las portadas periodísticas del diario La República en la construcción de la realidad - elecciones presidenciales II vuelta Electoral - 2016. Lima: Facultad de Humanidades. Universidad San Martín de Porres.
- Hays, S. (2018). Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. Obtenido de An Analysis of Design Components of Award-winning Newspaper Pages: <https://eloncdn.blob.core.windows.net/eu3/sites/153/2018/12/05-Hays.pdf>
- Laswell, H. (2007). The structure and function of communication in society. Obtenido de <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/12.pdf>
- López H., A. (2009). El titular: Manual de titulación periodística. México: Grupo editor Alfaomega.
- López, M. A. (2017). La construcción de lo popular a través del diseño periodístico. Análisis de las portadas del diario Trome durante el primer trimestre de 2016. Lima: Universidad de ciencias aplicadas.
- Marquéz, C. (2018). ProQuest. Obtenido de Análisis de las portadas del diario El Comercio: una 'arquitectura' maleable: <https://www.proquest.com/openview/95a254d2851806b6c0f0ea243f8d8951/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

- Martínez, L. (1993). La verdad como valor ético. Obtenido de Revistas Universidad Nacional de Colombia: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/avenferm/article/view/16630/17535>
- Medina, L. (2017). El periódico y su estructura. Ciudad de México: Facultad en Diseño Gráfico. Universidad autónoma del Estado de México. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/154797521.pdf>
- Otzen, T. M. (2017). Scielo . Obtenido de Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Padilla, L. (2019). Tratamiento informativo de las portadas del diario Trome sobre los programas de TV y su percepción en los adolescentes del distrito de San Juan de Lurigancho, en el años 2019. Lima: Facultad de las ciudad de la comunicación social. Universidad Jaime Bausate y Meza. Obtenido de <http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/129/PADILLA%20PAICO%2C%20IOANNYS%20LESLY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paniagua, P. (2017). La importancia de la portada en las ventas del diario Marca. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Plata, U. N. (04 de junio de 2019). Universidad Nacional de La Plata. Obtenido de Universidad Nacional de La Plata: <https://unlp.edu.ar/propiedadintelectual/que-es-la-propiedad-intelectual-9292>
- Publicidad, I. P. (19 de abril de 2020). Instituto Peruano de Publicidad. Obtenido de Instituto Peruano de Publicidad: <https://www.ipp.edu.pe/blog/los-5-periodicos-peruanos-mas-leidos-en-fisico-y-digital/>
- Ratna, D. (2019). Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Obtenido de Discourse Analysis on Headline News: <https://www.atlantispress.com/article/125925935.pdf>
- Rius, B. (2017). Periodismo en reconstrucción: De la crisis de la prensa al reto de un oficio independiente y libre. Barcelona: Edicions Universat de Barcelona.
- Rojas, C. (20 de abril de 2021). Mil Formatos. Obtenido de Mil formatos: <https://milformatos.com/escolares/ficha-de-observacion/>

- Romero, M. (2019). Análisis de contenido informativo en la comunicación política electoral del diario Correo, en la campaña municipal de Susana Villarán 2014. Lima: Facultad de Humanidades. Universidad San Martín de Porres. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4728/QUISEP_GH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rosales, O. (2006). Códigos sintácticos utilizados en la diagramación del matutino Presa Libre. . Guatemala.
- S, H. (2018). Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. Obtenido de An Analysis of Design Components of Award-winning Newspaper Pages: <https://eloncdn.blob.core.windows.net/eu3/sites/153/2018/12/05-Hays.pdf>
- Saldaña, I. (2021). Análisis de los reportajes sobre la crisis presidencial de Pedro Pablo Kuczynski publicados en El Comercio, diciembre 2017 - marzo 2018. Chiclayo: Facultad de Humanidades. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3698/1/TL_Salda%C3%B1aRamirezIngridAlejandra.pdf
- Smith, C. A. (2017). Análisis comparativo del tratamiento informativo de las portadas de los diarios Trome y El Comercio sobre La Marcha de Ni una menos en Lima 2016 entre el 11 al 14 de agosto. Lima: Facultad de Humanidades. Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1919/D%c3%adaz_MPK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- TooManyFlash. (08 de 04 de 2021). TooManyFlash. Obtenido de TooManyFlash: [https://toomanyflash.com/fotografia-periodistica-fotoperiodismo/#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20de%20la%20Fotograf%C3%ADa%20Period%C3%ADstica,-La%20fotograf%C3%ADa%20period%C3%ADstica&text=El%20fotoperiodismo%20debe%20enfocarse%20en,muy%20importante%20en%](https://toomanyflash.com/fotografia-periodistica-fotoperiodismo/#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20de%20la%20Fotograf%C3%ADa%20Period%C3%ADstica,-La%20fotograf%C3%ADa%20period%C3%ADstica&text=El%20fotoperiodismo%20debe%20enfocarse%20en,muy%20importante%20en%20)

Anexos

Validación de instrumentos.



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el director del medio digital 'Mira por ellos' y presidente del Tribunal de Honor del Colegio de Periodistas de Lambayeque, Mg. Larcery Díaz, deja constancia de haber revisado los instrumentos: Fichas de observación, que el investigador Jakeline Olano Llanos aplicará para su trabajo de tesis "Tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio, durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020".

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Mg. Larcery Díaz garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el investigador.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Larcery Díaz", written over a large, stylized circular flourish.

Firma:

DNI: 16445093

Chiclayo, 05 de mayo de 2022



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el periodista y responsable del Área de comunicación y Desarrollo Comunitario de la Asociación Pro Olmos, Mg. Wilfredo Sandoval Bayona, deja constancia de haber revisado los instrumentos: Fichas de observación, que el investigador Jakeline Olano Llanos aplicará para su trabajo de tesis “Tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio, durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020”.

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Mg. Wilfredo Sandoval Bayona garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el investigador.

Chiclayo, 30 de abril de 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials 'WB'.

Firma:

DNI: 02776794



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, la docente en Periodismo y Comunicaciones de la Universidad Nacional de Piura, Mg. Mariela del Pilar Barrientos Benites, deja constancia de haber revisado los instrumentos: Fichas de observación, que la investigadora Jakeline Olano Llanos aplicará para su trabajo de tesis “Tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio, durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020”.

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, la Mg. Mariela del Pilar Barrientos Benites garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el investigador.

Chiclayo, 27 de abril de 2022

A handwritten signature in black ink, which appears to read "M. Barrientos", is positioned above a horizontal dashed line.

Mgtr. Mariela del Pilar Barrientos Benites
Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad Nacional de Piura

DNI: 03466055



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el docente de la Universidad César Vallejo, Mg. Carlos Arturo Cerna Bazán, deja constancia de haber revisado los instrumentos: Fichas de observación, que el investigador Jakeline Olano Llanos aplicará para su trabajo de tesis “Tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio, durante los gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020”.

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Mg. Carlos Arturo Cerna Bazán garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el investigador.

Chiclayo, 02 de mayo de 2022

Firma:

DNI:09319674

Portada analizada: Gobierno Francisco Sagasti.

Ciencias

PÁGINA 15

Sigue la carrera de los laboratorios para anunciar sus vacunas contra el COVID-19



DT

PÁGINA 16

Las preocupantes cifras que deja la Blanquiroja en el inicio de estas Eliminatorias

UMA, JUEVES 19 DE NOVIEMBRE DEL 2020

www.elcomercio.pe

AÑO 181 - Nº 90.976 - FRECIO EN LÍNEA S/2.00

INDEPENDENCIA Y VERACIDAD **El Comercio** AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1839

DIRECTOR PERIODÍSTICO: JUAN JOSÉ GARRIDO KOEHLIN

p. 4, 5, 6, 8 y 9

Se completa el Ejecutivo: Analistas destacan que es equilibrado e incluye a figuras jóvenes

Gabinete con perfil técnico y experiencia en el Estado

A la cabeza. Constitucionalista y experta en DD.HH. Violeta Bermúdez es la quinta mujer en la historia que lidera la PCM.

Prioridades. Waldo Mendoza dirige el MEF y Pilar Mazzetti el Minsa, dos de los sectores más golpeados durante la pandemia.

Confianza. Además de Mazzetti, Neyray Palacios retoman carteras que tenían en gobierno de Vizcarra. Nuria Esparch asume en Defensa.



PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

En Palacio se realizó el juramentación de Violeta Bermúdez (Presidencia del Consejo de Ministros), Esther Elizabeth Astete (Relaciones Exteriores), Waldo Mendoza (Economía), Rubén Vargas (Interior), Ricardo Cuencal (Educación), Claudia Cornejo (Comercio Exterior), Eduardo Vega (Justicia), Eduardo González (Transportes), Silvia Loli (Mujer y Poblaciones Vulnerables), Gabriel Quijandía (Ambiente), Silvana Vargas (Desarrollo e Inclusión Social), Solangel Fernández (Vivienda), Pilar Mazzetti (Salud), Iván Palacios (Trabajo y Alojando Nueva) (Cultura). Nuria Esparch es la primera mujer que encabezará al Ministerio de Defensa. José Luis Chicoma (Producción y Comercio) y Federico Tenorio (Agricultura) asumieron de forma virtual. Aún no se designa al titular de Energía y Minas.

p. 12

FISCALÍA SOLICITA PLAN DE OPERACIONES PARA LAS MARCHAS

Buscan identificar a policías que ordenaron represión

Investigación. Joven reitera que agentes lo retuvieron tres días. Su defensa evalúa una denuncia por desaparición forzada y tortura.



p. 14

Exmandatario habla de la situación en EE.UU.

ENTREVISTA A BARACK OBAMA

“Nuestra democracia está erosionada... y no solo por Trump”

p. 10

SE DEBE ESPERAR REGLAMENTO

Primeros retiros de hasta S/17.200 de AFP se podrían realizar en enero

Polémica norma. Se promulgó ley con firma de Merino y sin ser referendada por el MEF. Analistas insisten en sus efectos nocivos.

p. 1-2

ESCAP

Guía para disfrutar mejor el contenido que ofrece Disney+

Películas, series, cortos y más en la plataforma.

Más noticias

Congreso debe definir tema de la inmunidad parlamentaria, dice su titular **Mirtha Vásquez**, p. 10.

Huracán Iota se disipa tras dejar 25 muertos en Centroamérica, la mayoría en Nicaragua, p. 14.

Opinión

¿Ya habremos locado fondo? p. 18

ALVARO SANCHEZ TORRES / OLA

Presidente ejecutivo de Aspa

Consultoría

Construiría Constitución p. 12

ANDRÉS MORALES / FIDE

Comité de doctor en Filosofía por la Universidad

El mercado más lento p. 16

HELENA MACEDA

Gerente general del IFE



PRECIOS PROMEDIOS EN DÓLARES ESTADOS UNIDOS: 4.00 DÓLARES (2.000 SOLES) POR UN KILÓGRAMO DE CARNE DE VACA. PRECIOS PROMEDIOS EN DÓLARES ESTADOS UNIDOS: 1.00 DÓLARES (0.50 SOLES) POR UN KILÓGRAMO DE CEREAL. PRECIOS PROMEDIOS EN DÓLARES ESTADOS UNIDOS: 1.00 DÓLARES (0.50 SOLES) POR UN KILÓGRAMO DE CEREAL. PRECIOS PROMEDIOS EN DÓLARES ESTADOS UNIDOS: 1.00 DÓLARES (0.50 SOLES) POR UN KILÓGRAMO DE CEREAL.