

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades

Escuela Profesional de Comunicación Social



ENCUADRAMIENTO DE LAS NOTICIAS DE CORRUPCIÓN, CASO ODEBRECHT EN LOS DIARIOS CORREO Y EL PUEBLO, 2017

Tesis presentada por el bachiller:

Tejeda Vargas, Edgar José Luis

Para optar el Título Profesional de:

Licenciado en Periodismo

Asesor: Dr. Torres Orihuela, Guido

AREQUIPA – PERÚ

2018

INFORME DICTAMEN

A Director de la EP de Comunicación Social
Dr. Víctor Lina Alatriza

DE Docentes Guido Torres Orihuela y Heriberto Luza Gironzini

ASUNTO Dictamen de borrador de Tesis presentado por el exalumno José Luis Tejada Vargas

FECHA 03-01-18

Tenemos a bien dirigirnos a Ud. para poner a su disposición el dictamen del borrador de tesis intitulado: Encuadramiento de las noticias de corrupción, caso Odebrecht en los diarios Correo y El Pueblo, Arequipa 2017.

I ASPECTOS FORMALES.

1. **Estructura del informe: el informe.** El informe presenta todos los puntos que exige el Reglamento de títulos y grados.
2. **Redacción.** Se aprecia que el texto tiene cohesión y coherencia por lo que está bien redactado.

II ASPECTOS DE CONTENIDO

3. **Resultados.** Se presentan talas y gráficos de atribución de responsabilidad, interés humano, conflicto y consecuencias económicas. Todos son claros en la explicación de las cifras. Lo mismo ocurre con el diario "El Pueblo".
 4. **Conclusiones.** Responde adecuadamente a los objetivos de la investigación.
 5. **Sugerencias.** No presenta
 6. **Anexos.** Debe presentarse en la sección anexos, todos los textos periodísticos motivo de análisis
2. **OPINIÓN.** Los suscritos, somos de opinión favorable para que el tesista pase a la etapa de exposición y sustentación de la tesis.

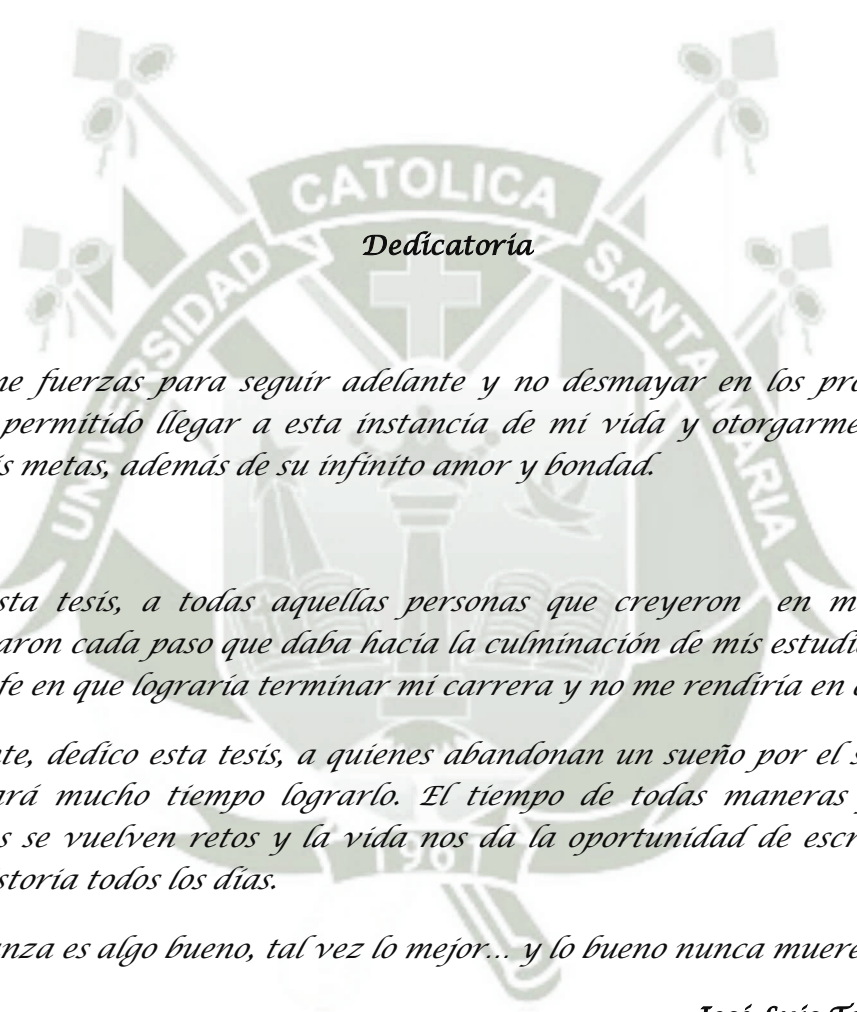
Es todo cuanto informamos a Ud.

Atentamente,



Guido Torres Orihuela

Heriberto Luza Gironzini



Dedicatoria

A Dios.

Por darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas; por haberme permitido llegar a esta instancia de mi vida y otorgarme salud para lograr mis metas, además de su infinito amor y bondad.

Dedico esta tesis, a todas aquellas personas que creyeron en mí, a quienes acompañaron cada paso que daba hacia la culminación de mis estudios, a quienes tuvieron fe en que lograría terminar mi carrera y no me rendiría en el intento.

Finalmente, dedico esta tesis, a quienes abandonan un sueño por el simple hecho que tomará mucho tiempo lograrlo. El tiempo de todas maneras pasará. Los problemas se vuelven retos y la vida nos da la oportunidad de escribir nuestra propia historia todos los días.

La esperanza es algo bueno, tal vez lo mejor... y lo bueno nunca muere.

José Luis Tejeda Vargas

INDICE

RESUMEN.....	1
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO I	6
PLANTEAMIENTO TEÓRICO	6
I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....	7
1. EL PROBLEMA	7
1.1. Enunciado.....	7
1.2. Cuadro de Operacionalización.....	7
1.3. Interrogantes	8
2. JUSTIFICACIÓN.....	9
3. OBJETIVOS.....	10
3.1. Objetivo general.....	10
3.2. Objetivos específicos.....	10
4. MARCO CONCEPTUAL.....	11
4.1. Teorías sobre el Framing	11
4.1.1. Constructivista	11
4.1.1.1. La síntesis paradigmática.....	12
4.1.1.2. El framing en la construcción de la realidad social.	14
4.1.1.3. Framing y hegemonía ideológica.	14
4.1.2. Estratégica	15
4.1.3. De actitudes profesionales	16
4.1.3.1. La potencialidad explicativa del framing en comunicación política.	16
4.1.3.2. La controversia sobre los tipos de encuadre.	18
4.1.4. Cognitiva	19
4.2. Paradigma Crítico	20
4.3. Modelos actuales de enmarcado y construcción de sentido en la esfera mediática.....	21
4.3.1. Modelo en Cascada, de Entman	21
4.3.2. Modelo de sociedad en red, de Castells.....	23
4.4. El origen del concepto de enfoque (<i>frame</i>).	24

CAPÍTULO II	26
PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	26
II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	27
1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	27
1.1. Técnica:.....	27
1.2. Instrumento:	27
2. CAMPO DE VERIFICACIÓN	27
2.1 Ámbito de localización:.....	27
2.2 Unidades de estudio:	27
2.2.1 Corpus:	27
2.2.2 Subcorpus:.....	27
3. ESTRATEGIAS DE ANÁLISIS.....	28
3.1. Colección de diarios para constituir el corpus analítico.....	28
3.2. Testeo del instrumento de análisis.	28
3.3. Lectura y análisis de cada noticia.	28
3.4. Tabulación y vaciado de resultados en cuadros y gráficos.....	28
3.5. Formulación de conclusiones y sugerencias.	28
3.6. Elaboración del informe final.	28
4. CRONOGRAMA.....	29
CAPÍTULO III	30
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	30
III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	31
DATOS	31
Análisis Diario Correo.....	31
Análisis Diario El Pueblo	39
CONCLUSIONES.....	47
SUGERENCIAS	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
ANEXOS.....	53
Ficha de Análisis.....	54
Publicaciones Analizadas.....	57

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, denominado “Encuadramiento de las noticias de corrupción, caso Odebrecht, en los diarios Correo y El Pueblo, 2017”, tiene como objetivo principal, determinar cualitativa y cuantitativamente a través de un método científico de gran precisión, la cobertura periodística y sus características, difundida durante el mes de enero del año 2017, en dos de los principales medios escritos de comunicación social de la ciudad de Arequipa, acerca de uno de los escándalos de corrupción más grandes en la historia del Perú.

Como objetivos específicos, se ha propuesto: Determinar si las noticias, atribuyen algún tipo de responsabilidad, analizar si las informaciones presentan algún tipo de interés humano, conocer si las crónicas respectivas presentan conflicto entre los actores individuales y sociales involucrados, establecer si las noticias de corrupción manifiestan alguna forma de reflexión moral y conocer si se sugieren consecuencias económicas sobre el futuro del país.

El instrumento usado para la ejecución de este proyecto, ha sido una ficha de análisis de contenido, aplicada a sesenta ejemplares de ambos diarios, correspondientes al mes de enero del año 2017, a pocos días de hacerse público el caso Odebrecht, que ha involucrado y comprometido a muchas personas del acontecer político y social de nuestra nación. Se ha tenido especial cuidado, en que las noticias seleccionadas, tengan vinculación directa con tamaño acto de corrupción.

Dentro de nuestras conclusiones, podemos resaltar que en casi todos los discursos periodísticos, se atribuye responsabilidad acerca de los hechos y se propone soluciones acerca de los mismos. A su vez, la información general nos aleja del interés humano sobre la noticia, su presencia es reducida en el contexto noticioso. También es importante señalar que un porcentaje casi total, muestra sentimientos de disgusto, reacciones de rechazo y desaprobación, que generan mensajes de reflexión moral. Finalmente, las noticias de los diarios estudiados, presentan y alertan acerca de las consecuencias económicas sobre el futuro del país y las

repercusiones que puedan tener sobre la democracia y el destino inmediato del Perú.

Palabras claves: Odebrecht, corrupción.



ABSTRACT

The present research assignment denominated "Framework for corruption news, Odebrecht's Case, in the Diario Correo and El Pueblo newspapers, 2017"

Its main objective consist in determine qualitative and quantitatively using a scientific method of great precision, media coverage and its characteristics, released during January, 2017, in two of the main print media of social communication of the city of Arequipa, about one of the biggest corruption scandals in the history of Peru.

Specific purposes are proposed to determinate if the news attribute some type of responsibility, analyze if the information deliver human interest, get to know if respective chronicles present conflict in between stakeholders social and individual involved, whether the news of corruption demonstrate some form of moral reflection and know if suggested economic consequences on the future of the country.

The instrument used for the execution of this project, has been a form to analyze the content, applied to sixty copies of both newspapers, for the month of January, 2017 a few days after the case Odebrecht opened up, which has involved and committed to many people in the political and social events of our nation. It has taken a special care, in which the selected news has direct entailment with such a huge level of corruption.

Within our conclusions, we can highlight that in almost every journalistic speech, attributed responsibility for the facts and proposed solutions about them. At the same time, general information us away from the human interest on the news, its presence is reduced in the news context. It is also important to point out that a nearly total percentage shows feelings of disgust, reactions of rejection and disapproval, which generate messages of moral reflection. Finally, studied daily news, feature and warn about the economic consequences on the future of the country and the impact that may have on democracy and the immediate fate of the Peru.

Keywords: Odebrecht, corruption.

INTRODUCCIÓN

El país entero vio remecidos sus cimientos, en diciembre del año 2016, cuando se hizo público uno de los escándalos de corrupción más grande y sonado en la historia republicana del país. La población pasó rápidamente de la sorpresa y el enfado a una situación de zozobra y preocupación permanente al comprobar día a día, los alcances y repercusiones que el proceder ilícito de la corporación brasilera Odebrecht, había originado en el Perú; al corromper con coimas y prebendas, a funcionarios públicos peruanos, que van desde ExPresidentes de la Nación, hasta trabajadores encargados directamente de favorecer a ésta compañía, en su afán de monopolizar la ejecución de obras de envergadura, durante décadas, sin el menor reparo, ni mostrando temor de verse descubiertos y sancionados por un sistema judicial, que tiene un compromiso ineludible de velar por la soberanía nacional.

Ante el grave problema, las empresas periodísticas desarrollaron una impresionante cobertura durante el mes de enero de 2017; el impacto mediático alcanzó todos los confines del país, y en lo que a Arequipa corresponde, la preocupación está latente, teniendo en cuenta que Odebrecht, inició sus operaciones en el Perú, precisamente en nuestra región, allá por la década del setenta.

La presente tesis “Encuadramiento de las noticias de corrupción, caso Odebrecht, en los diarios Correo y El Pueblo, enero '2017”, hace un análisis minucioso de la cobertura periodística que se le dio, inmediatamente producido el “estallido” de la corrupción, en dos de los principales medios de comunicación escritos, que gozan de la confianza y credibilidad de la población arequipeña.

Este trabajo presenta tres capítulos: En el primero, se sustenta el Planteamiento Teórico, donde se definen conceptos fundamentales de la teoría del framing, que nos permite identificar, establecer y encuadrar, todo el material publicado, para hacernos una idea certera que nos permita responder algunas interrogantes planteadas.

En el capítulo II, se aborda el Planteamiento Operacional, con una técnica e instrumento de análisis de contenido, que nos permite ingresar al campo de verificación realizado en el departamento y provincia de Arequipa; teniendo en cuenta que la noticia debe vincularse directamente con el caso de corrupción y precisando la atribución de responsabilidad, el interés humano, el conflicto y las consecuencias económicas que se han generado.

En el capítulo final, se exponen los resultados de nuestra investigación, cuadros y gráficos con sus respectivas interpretaciones y análisis. Así como las conclusiones, referencias bibliográficas y anexos utilizados.





CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. EL PROBLEMA

1.1. Enunciado

“Encuadramiento de las noticias de corrupción, caso Odebrecht, en los diarios Correo y El Pueblo, 2017”.

1.2. Cuadro de Operacionalización

Variables e Indicadores

Categorización	Subcategorías	Índices	Subíndices
Encuadramiento noticioso	Encuadre: Atribución de responsabilidad	Responsabilidad sobre el hecho	SÍ / No
		Instancia que debe resolver el hecho	SÍ / No
		Soluciones al hecho	SÍ / No
		Un individuo o grupo tiene responsabilidad	SÍ / No
		El problema requiere acción urgente	SÍ / No
	Encuadre: Interés humano	Lado emocional o humano	SÍ / No
		Descripciones personales que generan sentimientos	SÍ / No
		Qué individuos o grupos se ven afectados por el hecho	SÍ / No
		La información se introduce en la vida privada o personal de los actores	SÍ / No
		Contiene información visual que podría generar sentimientos de disgusto, empatía, simpatía o compasión.	SÍ / No
	Encuadre: Conflicto	Refleja desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones	SÍ / No
		Algún partido político, individuo, institución, realiza algún tipo de crítica o reclamo a otro partido político, individuo, institución o país	SÍ / No
		Se refiere a dos o más posturas alrededor del problema	SÍ / No
		Alude a ganadores o perdedores	SÍ / No
		Contiene algún tipo de mensaje moral	SÍ / No
		Hace referencia a la moralidad, a Dios ú otros principios religiosos	SÍ / No
		La historia ofrece prescripciones sociales específicas que indican cómo se debería actuar	SÍ / No

Categorización	Subcategorías	Índices	Subíndices
	Encuadre: Consecuencias económicas	Se mencionan ganancias o pérdidas financieras que pueden producirse en el momento de la noticia o en el futuro	SÍ / No
		Se alude a costos asociados al asunto o problema presentado	SÍ / No
		Se refiere a las consecuencias económicas que pueden surgir si se sigue o no una determinada acción	SÍ / No

1.3. Interrogantes

- ¿Las noticias sobre la corrupción en el Perú, atribuyen algún tipo de responsabilidad sobre el hecho?
- ¿Las noticias sobre la corrupción en el Perú, presentan algún tipo de interés humano?
- ¿Las noticias sobre la corrupción en el Perú, presentan alguna forma de conflicto entre los actores individuales y sociales?
- ¿Las noticias sobre la corrupción en el Perú, presentan consecuencias económicas sobre el hecho?

2. JUSTIFICACIÓN

La importancia de la prensa, cualquiera que sea su soporte, es innegable. El periodismo, no solo nos informa, sino que orienta nuestras opiniones y visión del mundo. Es decir, influye en muchos aspectos de nuestra vida cotidiana. Sin embargo, en la década de los ochenta y noventa, los teóricos de la comunicación, sostenían que la noticia tenía una característica fundamental; la objetividad periodística. Con la aparición de la teoría del framing o encuadramiento noticioso, ha quedado demostrado que no existe tal objetividad. Las razones son muchas: Primero, la noticia es una representación de la realidad social, no la realidad misma, pues el lenguaje lo que hace es re-presentar la realidad. Segundo, los periodistas tienen una determinada visión del mundo, un sistema de creencias que aunque se separen al momento de la producción del contenido noticioso, se convierten en una variable interviniente. Tercero, el hecho noticioso, tiene muchas aristas, y el comunicador no puede presentarlas todas, solo ofrece un punto de vista.

La importancia científica de la investigación que pretendo realizar, estriba en la novedad del tema en nuestro medio, pues podría constituirse en un importante filón de indagaciones científicas, como ocurre en otras latitudes.

La temática de la corrupción se puede abordar desde distintas disciplinas; sociología, psicología, derecho, comunicación social, etc., cada una con sus propias características y fines de la profesión, metodología y técnicas. No obstante, el estudio del framing, requiere del concurso de todas, esto permite entender que se ha convertido en multidisciplinaria. Vale decir, el estudio del framing, no es exclusivo de alguna de las disciplinas mencionadas. Además, los nuevos paradigmas científicos que rigen la producción del conocimiento como tal, aconsejan el abordaje multidisciplinario, para la descripción y explicación de los fenómenos sociales, naturales, etc.

La investigación que pretendo realizar, estoy convencido, contribuirá al debate entre académicos y estudiantes de la especialidad.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Realizar una investigación sobre el encuadramiento noticioso de la corrupción en el Perú.

3.2. Objetivos específicos

- a. Determinar si las noticias de corrupción, atribuyen algún tipo de responsabilidad
- b. Analizar si las noticias de corrupción presentan algún tipo de interés humano
- c. Conocer si las noticias de corrupción presentan conflicto entre los actores individuales y sociales
- d. Analizar si las noticias de corrupción presentan alguna forma de reflexión moral.
- e. Determinar si las noticias de corrupción presentan consecuencias económicas sobre el futuro.

4. MARCO CONCEPTUAL

Se denomina encuadre o frame, a los esquemas de interpretación en los que se basa la sociedad para entender y responder a eventos, es decir; los seres humanos utilizan o toman decisiones, a través de filtros mentales, emocionales, con los que le dan sentido al mundo.

Podemos destacar algunas líneas teóricas sobre el frame, como: La constructivista, estratégica, de actitudes profesionales y cognitiva.

4.1. Teorías sobre el Framing

4.1.1. Constructivista

Como perspectiva teórica proviene de los orígenes sociológicos del framing, que destacan el papel que desempeña la comunicación como constructora de la realidad. Tuchman, señala que: “La noticia es inevitablemente, un producto de los informadores que actúan dentro de procesos institucionales y de conformidad con prácticas institucionales” (Sádaba, 1983 p. 2). Algunos de estos procesos y prácticas, son el lugar desde donde se cubre la noticia, la organización de la sección, quién selecciona la noticia, el momento en que sucede y la tipificación en función de, si se trata o no de un acontecimiento esperado.

En 1999, Reese, estableció su propia jerarquía de influencias en el proceso de elaboración informativa: El nivel individual del periodista, las rutinas profesionales, nivel organizacional, los factores externos al medio y la ideología; definiendo a los frames, como principios de organización que dan sentido al mundo social de modo simbólico (Sádaba, 2012, p.6).

Sebastián de Erice, señala que para Goffman este nuevo vocablo:

“...es entendido como marco y como esquema, para designar el contexto de la realidad y la estructura mental que incorpora los datos externos objetivos. Las definiciones de la situación tienen que ser ratificadas, de alguna forma, por los actores, pero vienen dadas por la sociedad” (Sebastián de Erice, 1994, p. 208).

4.1.1.1. La síntesis paradigmática.

Marín y Zamora (2014), citando a D'Angelo (2002) y Reese (2007), señalan que: “el *framing* es un programa de investigación multiparadigmático” o un “modelo puente” que ofrece explicaciones sobre el proceso de enmarcado, gracias a la integración entre principios y descubrimientos de los paradigmas cognitivo, construccionista y crítico” (p.24).

Los estudios sobre *framing*, tratan de explicar la correlación entre los encuadres identificados en el contenido de los medios y las condiciones (procesos, relaciones, influencias, contextos, etc.) que guían su elaboración, y a la vez, tratan de identificar, cómo estos encuadres tienen impacto en los receptores y en los procesos sociales que dan forma a la opinión pública y al debate de los asuntos políticos (Marín, 2014).

Los frames según Lewis y Reese (2009) son:

“...herramientas utilizadas por los actores sociales para estructurar la realidad, y su creación y manipulación son a menudo dirigidas por las élites que buscan reforzar su dominio discursivo. Porque tales marcos están a menudo integrados en y resuenan con la cultura cotidiana, y por lo tanto son considerados normales y naturales” (Sádaba, 2014, p.4).

El paradigma construccionista, concibe el *framing* como un proceso de construcción de la realidad social, se entiende como paquetes de recursos simbólicos o “cajas de herramientas” para la interpretación de los asuntos públicos. Por consiguiente, en el mundo social se da una especie de competición entre diferentes construcciones simbólicas que guían las percepciones de la sociedad, dotando de un determinado sentido a los hechos y acontecimientos.

Las interpretaciones y juicios que los individuos hacen sobre la realidad social, están conformadas por imágenes y significados insertos en las representaciones simbólicas transferidas por los medios; éstas a su vez, son procesadas por los ciudadanos en base a experiencias personales, conversaciones con otros ciudadanos, características del asunto, identificaciones culturales previas o la memoria social compartida.

Como señalan Shoemaker y Reese (1996), las informaciones de los medios están influenciadas además de las características individuales de los periodistas, las rutinas profesionales y los factores organizacionales, por elementos externos. Tales como los que derivan de los contenidos publicados por otros medios (incluidas redes sociales), así como las fuentes de información; gabinetes de prensa, anunciantes, gobiernos, lobbies, movimientos sociales, etc. Aunque también interpretan los mensajes que pasan por su *filtro*, pudiendo ignorar, reelaborar e incluso contrarrestar los *frames* promovidos por dichas fuentes; también podemos señalar, que el esfuerzo por mantener su credibilidad ante la audiencia y la respuesta de los lectores, condiciona la adopción o construcción de un *frame*.

Es en las convenciones culturales y tradiciones narrativas presentes en las noticias, donde mejor se capta la naturaleza y estructura de los *frames*, ya que la organización de recursos simbólicos con fuerte arraigo en la cultura de una sociedad, da lugar a la existencia de patrones persistentes, que se utilizan para definir un asunto, junto con el establecimiento de sus causas, implicaciones y soluciones. Estos elementos culturales en los que se apoyan los *frames*; pueden ser metáforas, ejemplos, frases de enganche, etiquetas, descripciones, imágenes, etc., que remiten a otros significados latentes; esto quiere decir, que los símbolos y convenciones culturales originan la conexión entre el contenido manifiesto y el contenido latente que transmiten los medios.

A la hora de activar los esquemas mentales de los individuos, los *frames* tendrán éxito, en tanto su aplicación tenga mayores resonancias culturales; es decir, cuanto más congruentes sean con los esquemas comunes de los ciudadanos que comparten una cultura.

Para Schudson (2003),

“La aplicación de un *frame* por parte de los medios, será también más probable, cuanto más se encuentre este encuadre en consonancia con la cultura política compartida, y con los esquemas narrativos, tradiciones, normas y prácticas periodísticas asumidas en una determinada cultura mediática” (Marín, 2014, p.21)

4.1.1.2. El framing en la construcción de la realidad social.

Las teorías de *framing* en el área de la comunicación política, reconocen efectos poderosos de los medios al presuponer que impactan fuertemente en la construcción del acontecer, proporcionando activamente los marcos de referencia que la audiencia usa para interpretar y discutir sobre los asuntos públicos. No obstante, estos efectos se ven atenuados por cómo las personas procesan e interpretan la información, como la propia experiencia personal, la interacción con otras personas y la selección que se haga de dicha información.

Las primeras teorías de los medios de comunicación que profundizaron en este aspecto, fueron las de corriente marxista, que analizaron los mecanismos mediante los cuales, las clases dirigentes fijaban y mantenían sus definiciones de la realidad. Según la Teoría de la Hegemonía o las Teorías Críticas de los Medios; las clases dirigentes se servirían de su acceso privilegiado a los medios de comunicación, para difundir valores que legitimaran la existente distribución de poder.

Los modelos más recientes, relacionan el enfoque del framing con la construcción de poder, y siguen situando a los medios en el centro del proceso de construcción del poder ideológico, éstos no se consideran una mera función de control político institucionalizado, sino un actor social más, con intereses y motivaciones propias, a veces en conflicto directo con los de la élite política.

Desde esta perspectiva, aunque las élites cuentan con más posibilidades para fijar sus marcos favorables, no poseen el monopolio completo sobre el encuadre o el discurso; ya que pueden ser desafiados por contramarcos promovidos por otros actores sociales.

4.1.1.3. Framing y hegemonía ideológica.

Las primeras investigaciones en el campo de la sociología de la comunicación, que relacionaron el proceso de *framing* con la hegemonía ideológica, analizaron en qué casos los medios apoyan las versiones oficiales sobre diferentes asuntos políticos. Al respecto Martínez (2011) señala, citando a Carrafee y Roefs, (2004, p. 214):

“La multiplicidad de conceptos sobre *framing* y la tendencia a reducirlo a un mero efecto de los medios, provocó entre otros factores, que durante algunos años, se dejaran de lado los enfoques que conectaban el proceso de *framing* con la teoría de la hegemonía” (p.6).

Los nuevos modelos, proponen que la opinión pública es capaz de desestabilizar el poder político a través de la producción de *frames* colectivos, como:

- Un componente de injusticia, es decir; la identificación de un daño producido por la acción humana.
- Un componente de autonomía, o la creencia que es posible el cambio mediante la acción colectiva.
- Un componente de identidad, o señalar a un adversario específico.
- La pérdida del miedo, contribuye a la movilización colectiva.

4.1.2. Estratégica

La concepción estratégica del framing, se asienta sobre la premisa que definir la realidad con unas u otras palabras, lleva a diferentes universos de discurso, que promueven distintos juicios, actitudes y conductas entre los receptores. Se presta gran atención, al lenguaje que los políticos utilizan sobre los asuntos públicos, para su conveniencia, generando juicios y conductas.

Liderar el modo en que se encuadran dichos temas, establece los términos en los que se desarrollará el debate público. En ese sentido, como los frames definen la realidad pública, los políticos ponen en marcha mecanismos estratégicos para definir los asuntos a su conveniencia, a diferencia de los periodistas, que construyen la realidad, motivados a partir de rutinas profesionales.

Luntz (2007), considera al framing como netamente lingüístico, es decir; “una guerra de palabras, que en función de las elegidas, pueden transportar a los receptores a universos discursivos que resulten de interés, o al contrario, que lleven a modos de pensar del enemigo político” (Sádaba, 2012, p. 7).

Sádaba, señala que Lakoff (2004), reconoce que el correcto uso del framing por parte de los republicanos, es el responsable de su revitalización: “han sabido

establecer, a su juicio, los términos de debate de los asuntos más importantes como el terrorismo y su respuesta, o política fiscal” (2012, p.7).

4.1.3. De actitudes profesionales

La investigación sobre las actitudes profesionales del periodista, ha centrado su interés en el rol que adoptan, cuando informan sobre asuntos políticos. Según Weaver y Wilhoit, citado por Sádaba (2012), hay tres posibilidades: “El intérprete, que investiga las acciones políticas, las analiza y contextualiza; el difusor de información, que procura ofrecer los datos con inmediatez; y el adversario al poder, que ejerce de guardián y contrapeso del poder político, vigilando sus acciones” (p. 12). Posteriormente, estos autores añadieron la categoría de; movilizador de una causa, aunque aparece en muy pocas ocasiones (1996).

El año 2000; Canel, Sánchez-Aranda y Rodríguez, señalan cinco categorías: Difusor de información, analista, defensor de una causa, adversario del poder y entretenedor. La mayoría de periodistas, reconocen el rol de difusor de información, pero también la dificultad de llevarlo a la práctica (Canel & Sádaba, 1999).

Para (Sádaba, 2012, p.8), el *framing* contribuye a desenmascarar el pretendido objetivismo informativo [...], el periodista debe atenerse estrictamente a los hechos y separarlos de su opinión. Para lograr esa pretendida objetividad, se ha desarrollado la práctica de ofrecer todas las versiones sobre un tema, para que el lector elija una entre ellas, como si la verdad, pudiera ser objeto de elección.

4.1.3.1. La potencialidad explicativa del framing en comunicación política.

Existe otro factor que permite hablar de consolidación, al referirnos al estado actual del framing. Este concepto ha tenido gran popularidad, dentro del campo de la praxis de la comunicación política, convirtiéndose en una de las herramientas más usadas por los políticos, para adecuar la realidad social a su propia conveniencia.

Desde la investigación en comunicación política, ha tenido lugar el desarrollo teórico del framing; ya sea porque da respuesta a cómo se definen las realidades públicas y cómo se estructuran los discursos públicos; o porque ejemplifica su

desarrollo con la acción política, por lo que; el framing parece algo connatural a la comunicación política, que encuentra en esta teoría un modelo explicativo con el que satisface sus intereses y necesidades.

Según (Marín, 2014, p.3), para la Sociología Interpretativa, la teoría del *framing*, describe el proceso interactivo por el que los sujetos interpretan la realidad.

“Las representaciones transmitidas en los productos comunicativos, constituyen un factor clave para la comprensión del mundo social, puesto que suponen un *atajo cognitivo*, para que los individuos puedan conocer realidades de difícil acceso o que superan sus límites espaciales y temporales”.

Bryant y Oliver (2009), consideran que la comunicación, representación y cognición; se relacionan en el concepto de mediación simbólica. Noción que se fundamenta, entre otras perspectivas, con la teoría del encuadre o *framing*, que junto con otras propuestas teóricas, tales como la *agenda setting* o el *priming*, reconocen el poder de los medios para influir en los procesos cognitivos de las audiencias y, por tanto, en sus actitudes y decisiones.

Según (Sádaba, 2006, pp. 56 – 57), la teoría del encuadre, señala que las informaciones periodísticas no son un reflejo fiel de los hechos, sino una representación simbólica de éstos, realizada a través de una serie de filtros para su interpretación, como son, por ejemplo: Los formatos, rutinas profesionales, características personales del periodista o las propias de la organización mediática.

El *framing*, se debe concebir como una perspectiva integradora, un proceso comunicativo, que implica patrones cognitivos, como contextos socioculturales, y en el que los discursos mediáticos, se encuentran vinculados a las circunstancias de producción y recepción de la noticia. Es decir; los fundamentos teóricos del *framing*, integran la concepción sociológica y psicológica.

4.1.3.2. La controversia sobre los tipos de encuadre.

En primer lugar, podemos determinar la existencia de encuadres equivalentes y encuadres enfatizados. Algunos autores, defienden que la investigación sobre *framing* debe centrarse en el estudio de los encuadres equivalentes, analizando los efectos que dependen de cómo se presenta una información; en lugar de aquellos efectos que varían, según qué aspectos de un determinado asunto, son resaltados o enfatizados en el discurso.

Los encuadres equivalentes, generan diversas expectativas y afectan las decisiones de los individuos, a pesar que reproducen escenarios idénticos. A diferencia de los encuadres enfatizados, que describen un asunto seleccionando y destacando aspectos, para que el receptor se centre en ellos a la hora de hacer sus interpretaciones al respecto. Por lo mismo, los encuadres equivalentes, están relacionados con la forma de las informaciones, mientras que los encuadres enfatizados se asocian más con el contenido.

Limitar los análisis a los encuadres equivalentes, es decir; a aquellos *frames* que provocan diferentes efectos, a raíz de algunos cambios de presentación en informaciones que describen situaciones idénticas, supone caer en una visión demasiado estrecha del proceso de *framing*; a pesar que esta aproximación posee un gran potencial para el estudio y práctica de la comunicación política y proporciona análisis con mayor validez interna para comprender los efectos psicológicos de la información.

El estudio del *framing*, como teoría explicativa de los fenómenos de opinión pública en las sociedades contemporáneas, implica por lo general, una perspectiva conceptual y de estudio, más amplia que la mera investigación con *frames* equivalentes.

La taxonomía de *encuadres noticiosos*, establecida por De Vreese y Semetko (2001), distingue dos grupos de *frames*; los encuadres específicos (*issue specific frames*) y los encuadres generales (*generic frames*).

(Ardévol-Abreu, 2015, p.10), señala que los encuadres específicos; solo pueden aplicarse a un tema o acontecimiento concreto, mientras que los genéricos,

pueden aplicarse con mayor flexibilidad a acontecimientos diferentes, incluso; en espacios físicos, temporales y culturales diversos. La utilización de encuadres genéricos, facilita la comparación de resultados de diferentes trabajos, en diferentes lugares y sobre diferentes temas. Permite, por tanto; la generalización, necesaria para engrosar el cuerpo teórico del *framing*. La búsqueda de encuadres específicos, dificulta esta labor pero a cambio, ofrece resultados concretos que radiografían con exactitud el tratamiento mediático (y su reflejo en el público) sobre un tema concreto.

Los encuadres generales, son muy comunes en la cobertura periodística de cualquier tema, se pueden utilizar para analizar cuestiones de diversa naturaleza; mientras que los específicos, se utilizan para tratar hechos concretos o determinados temas, por lo que los resultados de su identificación difícilmente se pueden generalizar.

4.1.4. Cognitiva

(Marín, 2014, p.14), señala que: ...la perspectiva cognitiva, comprende las investigaciones que abordan principalmente los efectos que los *frames* producen en los pensamientos, actitudes y comportamientos de los individuos [...], en entender en qué medida y de qué forma, los *frames* comunicativos o *media frames*, pueden alterar los esquemas mentales (*trains of thought*) de los individuos, e influir en la interpretación que los ciudadanos hacen de los asuntos públicos.

Los investigadores cognitivistas, están enfocados en detectar los pensamientos, que siguen a la activación de un *frame* de contenido, señalando que el mayor énfasis sobre determinados aspectos de un tema, asunto en cuestión o incluso, pequeños cambios en la forma de presentar el mensaje, influye en los juicios de los ciudadanos y sus decisiones. Así, la actitud hacia la concentración de un grupo conflictivo, variará en función de si el problema se enfoca como un asunto de derechos civiles, o como un problema de orden público.

Los efectos del *framing*, se conciben, como la consecuencia de un 'proceso de negociación', que tiene lugar en la mente del individuo, cuando los *frames* presentados por los medios, interaccionan con conocimientos previos, experiencias, emociones y creencias del receptor.

Otros factores que condicionan el efecto de los *frames*, pueden ser la credibilidad de las fuentes, conocimiento político de los ciudadanos o la importancia que se le da a las conversaciones interpersonales; la repetición de los *frames* o diferencias con enfoques alternativos, pueden determinar variaciones en los efectos, en las personas.

La crítica a este paradigma, está centrada en el hecho que se enfocan exclusivamente en el micro-nivel de las exposiciones de los individuos a los *frames*; dejando de lado las interacciones sociales y discursivas, como forma de producción y negociación de significado; ya que la tendencia es explorar los *frames*, como características del contenido que producen efectos de los medios.

4.2. Paradigma Crítico

(Sádaba, 2014, p.8), “los *frames* de los medios no surgen y se desarrollan en el vacío, sino que son consecuencia de la interacción social de diferentes actores”.

Desde este enfoque, los *frames señalan* las relaciones de poder reflejadas de los medios de comunicación y sus consecuencias sociales, es decir; los *frames* transferidos por los periodistas, sirven a los intereses de las élites, que los utilizan desde su posición dominante en la cobertura de los medios, lo que les permite a la vez, mantener su hegemonía ideológica en la sociedad, en consecuencia, los *frames* no solo organizan la realidad para los medios, sino también en gran medida, para la sociedad que confía en sus informaciones.

(Marín, 2012, p. 16), señala que la teoría del *framing* y el concepto de hegemonía de Gramsci están conectados, ya que la prensa y otras instituciones culturales, difunden y refuerzan las perspectivas dominantes en el pensamiento de la sociedad. Algunos investigadores, señalan el papel ideológico de los medios, ya que dan menor credibilidad o excluyen las narrativas sociales, que no encajan con las definiciones de situación insertas en los *frames* que transmiten a sus audiencias. Por lo tanto, los medios reflejan los intereses de las fuentes a las que dan prioridad y limitan otras formas de ver la realidad.

La inclinación de los medios por determinadas versiones de la realidad, no es necesariamente un proceso consciente. Para (Tuchman, 1983, p.224):

“...las prácticas periodísticas y rutinas informativas, presentadas como ‘procedimientos objetivos’, hacen que la noticia legitime el *statu quo*, ya que el periodista para realizar su trabajo se apoya en estructuras, mecanismos y procesos institucionales, y a la vez, los reproduce”.

Las investigaciones señalan que los *frames* promovidos por fuentes oficiales y grupos poderosos, tienen una mayor presencia en los medios. Por lo tanto, éstos priorizan puntos de vista de las élites políticas y las instituciones con mayor poder.

Desde la perspectiva crítica, el *framing* se concibe como un proceso de interacción entre fuentes y periodistas (Sádaba, et al., 2008), en el que el poder y los recursos económicos y culturales de los promotores de los *frames*, son claves para que un determinado enfoque predomine en el discurso mediático, por lo que las dificultades que tienen los movimientos sociales, para desafiar los *frames* promovidos desde las altas instancias son altas.

4.3. Modelos actuales de enmarcado y construcción de sentido en la esfera mediática

El modelo de análisis interpretativo de Entman (2005) y el de sociedad red de Castells (2009), tratan de explicar los mecanismos y oportunidades para desafiar la versión oficial, a través de la construcción de marcos alternativos, ambos reconocen:

- a. Lo que en última instancia determina el poder político, son los marcos que logran imponerse en la esfera mediática.
- b. Cada actor dominante, lucha por imponer un marco que responda a sus intereses y valores.
- c. El triunfo sobre el enmarcado, dependerá de un conjunto de variables que vienen determinadas por las posiciones, estrategias y relaciones entre los diferentes actores.

4.3.1. Modelo en Cascada, de Entman

Tal como señala Martínez (2011), el modelo de “activación en cascada” de Entman (2005), aborda los procesos de *agenda setting*, *framing* y *primming*; en

un único sistema compuesto por varios niveles de actores, dispuestos en cierto orden de jerarquía. Se muestra que el punto inicial de transmisión, son los altos funcionarios de la administración pública.

Activación en cascada del encuadre

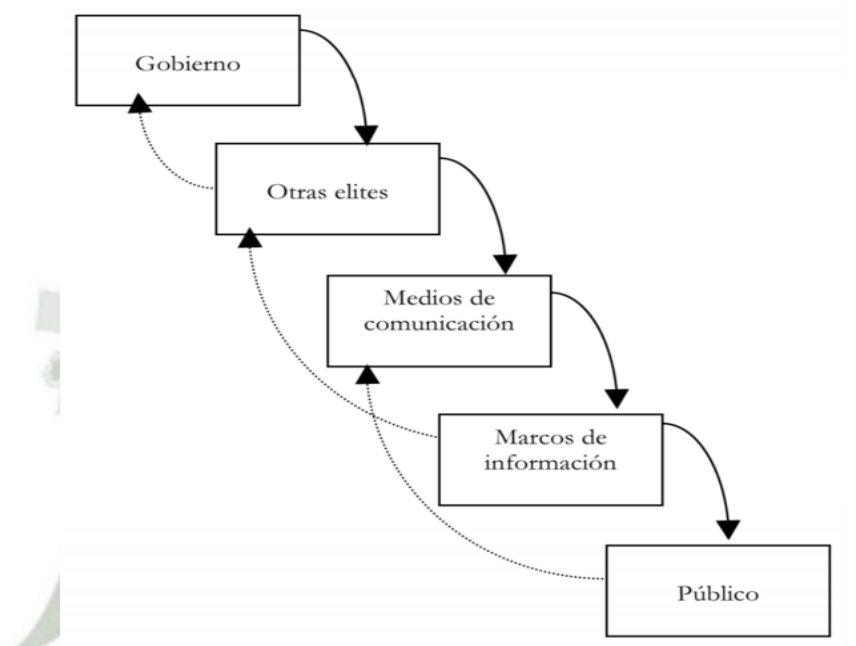


Figura tomada de: Redes Alternativas de Comunicación, Framing y la Construcción del Poder Político; en el que se puede identificar los niveles que componen este sistema: (1) Gobierno, (2) otras élites, (3) medios de comunicación, (4) marcos de información o encuadre; y (5) público.

Esto es así, porque disponen de información privilegiada y sus decisiones tienen más peso en dicho asuntos. Éste marco se filtra por el resto de élites hasta que llegan al público. Sin embargo, es importante señalar que los marcos iniciales, retroalimentan al nivel superior y que cada nivel puede reaccionar, aceptando el *frame* oficial o lanzando una contra ofensiva.

Los factores que determinan quién gana el encuadre, tienen que ver con la posición inicial de cada actor social, la estrategia a la hora de definir el *frame* o *contraframes*, sus motivaciones, intereses y la naturaleza misma del encuadre,

es decir; si el encuadre es congruente con los esquemas dominantes de la cultura política, mayor será el éxito; esto se debe a que los esquemas habituales se instalan en la mente de los individuos casi sin ningún coste cognitivo. Mientras, si los acontecimientos son ambiguos y hay discrepancias entre las élites, el gobierno tendrá más dificultades para fijar su marco.

Los intereses de los periodistas son diversos y van desde los meramente profesionales, a motivaciones personales o las que suelen imponer los dueños de los medios para los que trabajan, quienes también albergan intereses políticos, propios de su entorno empresarial.

4.3.2. Modelo de sociedad en red, de Castells

Según (Castells, 2009, p. 547), “el poder es multidimensional y se construye en redes programadas en cada ámbito de actividad humana, según los intereses y valores de los actores empoderados”.

(Martínez, 2011, p. 9), señala que,...aunque la red política trata de construir significados favorables, con los que ganar influencia en la opinión pública haciendo uso de su maquinaria de comunicación y marketing, esto se debe hacer considerando el propio interés comercial de los medios (...). Acomodándose a la lógica comercial de los medios, el poder financiero también consigue construir significados acorde a sus intereses. Financiando parte de la actividad de los medios a través de la publicidad, las grandes corporaciones logran ejercer un gran impacto en la definición de la cultura y los estilos de vida conforme a las estrategias empresariales.

La teoría del *framing*, según (Martínez, 2011), vino a romper las pretensiones objetivistas, al señalar que las noticias no son un reflejo de la realidad, sino una representación de la misma; que depende de las orientaciones ideológicas, culturales, religiosas, de experiencias y vivencias personales de los periodistas, que construyen la realidad desde un punto de vista subjetivo.

4.4. El origen del concepto de enfoque (*frame*).

Sería un error pensar que la teoría del enfoque, pertenece exclusivamente al ámbito periodístico, los orígenes hay que buscarlos en la sociología interpretativa. Dentro de este contexto, se manifiestan los primeros esbozos teóricos que más tarde harán surgir esta teoría en los medios de difusión.

El concepto de *frame*, aparece por vez primera en el ámbito de la psicología cognitiva con Bateson, quién lo utilizó para explicar cómo las personas, cuando se conocen, se fijan en aspectos de la realidad y obvian otros. Así, este autor se refirió al *frame* en sentido figurado, haciendo alusión a un “marco”, que permite distinguir el cuadro de la pared en el que cuelga.

Siguiendo a (Sádaba, 2000, p. 33), se puede afirmar que para Bateson; los marcos son instrumentos de la mente, con los que se ahonda en las diferencias que encontramos en las cosas. Su interés no reside en las cosas mismas, sino, en los por él denominados, ‘circuitos’ de formas diferenciales que extraemos de las cosas y que residen en la mente.

La teoría del encuadre, señala que los marcos son instrumentos de la mente, una nueva visión del proceso comunicativo, como Sádaba afirma; Goffman traslada este término a la sociología y añade los matices que adoptará el término, en los estudios de los medios de comunicación.

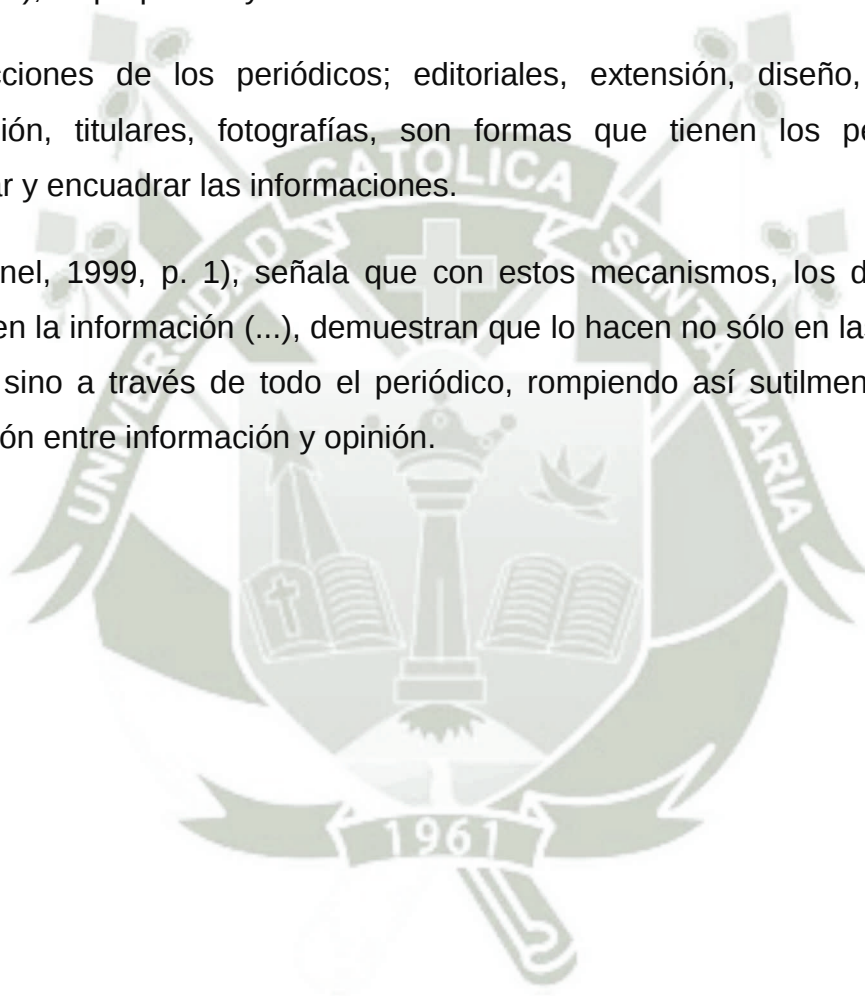
Para algunos, los *frames* son principalmente ideológicos. Como afirma Canel (1999): “Estos estudios ponen el acento en los factores individuales (como por ejemplo; educación, edad, sexo y de modo particular, la identificación con un partido político), para explicar las diferencias en los enfoques” (citado por Giménez, 2006, p. 3).

(Giménez, 2006, p. 3), señala que el *frame* depende fundamentalmente de factores sociológicos u organizativos, propios de los medios; no solo es el periodista quien en el acontecer diario establece estos enfoques, la línea editorial de un medio, los intereses empresariales, la ideología del periódico e incluso el número de informaciones que se encuentren en la redacción de un medio en un día, determinan la valoración y el encuadre que se le da a esa noticia.

A su vez, (Berganza, 2003, p. 13), citando a Shoemaker y Reese; señala que las perspectivas de la realidad que nos ofrecen esas ventanas al mundo, que son los medios de difusión, dependen de distintos factores (objetivos y subjetivos), que intervienen en la producción de las noticias. Éstos abarcan desde las características personales de los periodistas (tendencias políticas, edad, sexo, educación, valores, etc.), hasta el uso de fuentes, las prácticas habituales del medio (criterios de noticiabilidad, estilo informativo), la infraestructura que esto posee (personal, organización en secciones, red de corresponsales, hora de cierre...), su propiedad y otros elementos externos.

Las secciones de los periódicos; editoriales, extensión, diseño, fuentes de información, titulares, fotografías, son formas que tienen los periódicos de enmarcar y encuadrar las informaciones.

Así, (Canel, 1999, p. 1), señala que con estos mecanismos, los diarios hacen opinión en la información (...), demuestran que lo hacen no sólo en las páginas de opinión, sino a través de todo el periódico, rompiendo así sutilmente la clásica separación entre información y opinión.





CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

1.1. Técnica:

Análisis de contenido

1.2. Instrumento:

Ficha de análisis de contenido

2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.1 Ámbito de localización:

La investigación se realizará en el departamento de Arequipa, provincia de Arequipa.

2.2 Unidades de estudio:

Diarios “Correo” y “El Pueblo” de la ciudad de Arequipa.

2.2.1 Corpus:

60 ediciones de ambos diarios

2.2.2 Subcorpus:

Son las ediciones que efectivamente se someterán a análisis. En el caso de Diario Correo son 66 fichas de análisis y en El Pueblo son 74.

Las condiciones del subcorpus, serán las siguientes:

- a. Que la noticia tenga vinculación directa con casos de corrupción (ODEBRECHT)
- b. Que el espacio noticioso esté ubicado en una página preferencial.

3. ESTRATEGIAS DE ANÁLISIS

- 3.1. Colección de diarios para constituir el corpus analítico.**
- 3.2. Testeo del instrumento de análisis.**
- 3.3. Lectura y análisis de cada noticia.**
- 3.4. Tabulación y vaciado de resultados en cuadros y gráficos.**
- 3.5. Formulación de conclusiones y sugerencias.**
- 3.6. Elaboración del informe final.**

Cada diario se someterá al análisis de contenido para:

- a. Atribución de responsabilidad
- b. Interés humano
- c. Conflicto
- d. Consecuencias económicas



4. CRONOGRAMA

Meses	Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del proyecto y aprobación	X	X	X	X																
Consolidación marco teórico					X	X														
Piloto de instrumento							X													
Conformación de sub-corpus								X												
Ejecución de la investigación									X	X	X	X								
Análisis e interpretación													X	X	X	X				
Presentación informe final																	X	X	X	X



CAPÍTULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

DATOS

Análisis Diario Correo

Cuadro N° 01: Atribución de Responsabilidad

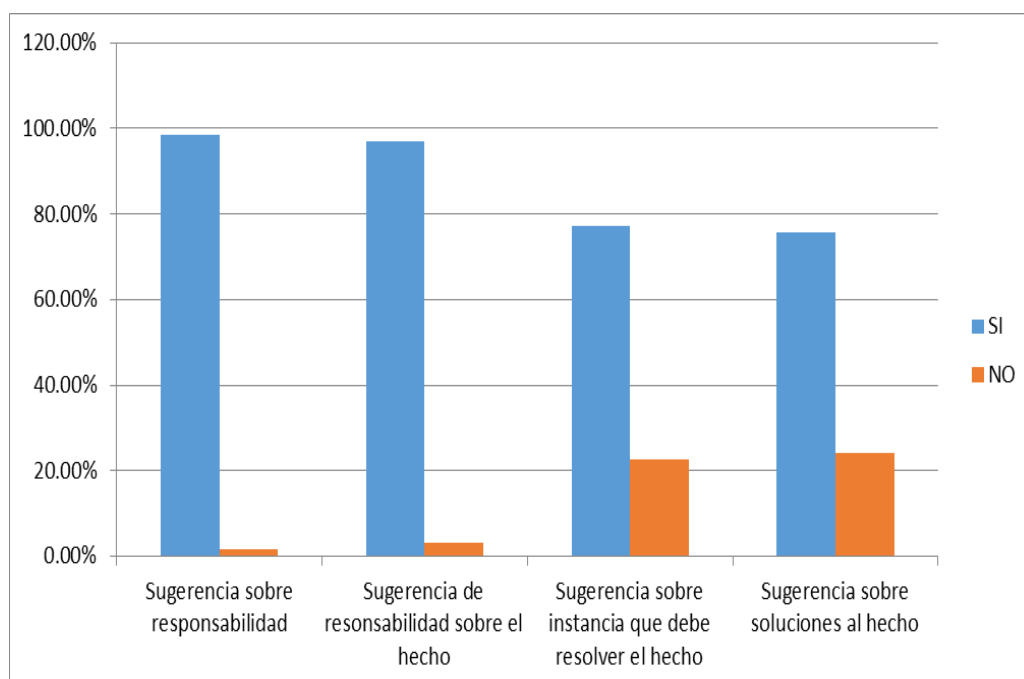
Indicadores	SI		NO		TOTAL
	f	%	f	%	
Sugerencia sobre responsabilidad	65	98.48%	1	1.52%	66
Sugerencia de responsabilidad sobre el hecho	64	96.97%	2	3.03%	66
Sugerencia sobre instancia que debe resolver el hecho	51	77.27%	15	22.73%	66
Sugerencia sobre soluciones al hecho	50	75.76%	16	24.24%	66

Fuente: Elaboración propia, 2017

De acuerdo al análisis del diario Correo sobre el caso Odebrecht, 65 textos o crónicas periodísticas que representa el 98.48 % del total, hacen sugerencia sobre responsabilidad y solo una crónica (1.52 %) no lo hace. En cuanto a la sugerencia de responsabilidad sobre el hecho, 64 crónicas (96.97 %) lo hacen y solo 2, no lo hacen (3.03 %).

Asimismo, 51 crónicas (77.27 %) sugieren sobre la instancia que debe resolver el hecho y 15, no lo hacen (22.73 %). En cuanto a la sugerencia sobre soluciones al hecho, 50 crónicas lo hacen (75.76 %) y 16, no lo hacen (24.24 %).

Como apreciamos, la distribución de respuestas es casi equiparada de sugerencia de responsabilidad, sobre instancia que debe resolver el hecho y soluciones, por lo tanto, el encuadre periodístico se centra en los responsables y soluciones acerca del hecho.



Cuadro Nro. 02: Interés Humano

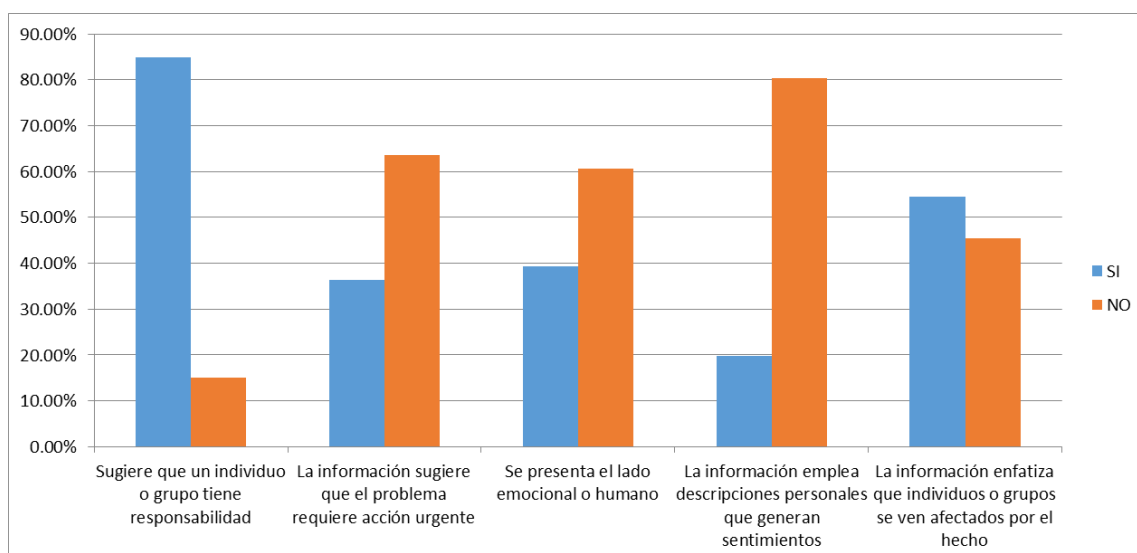
Indicadores	SI		NO		TOTAL
	f	%	f	%	
Sugiere que un individuo o grupo tiene responsabilidad	56	84.85%	10	15.15%	66
La información sugiere que el problema requiere acción urgente	24	36.36%	42	63.64%	66
Se presenta el lado emocional o humano	26	39.39%	40	60.61%	66
La información emplea descripciones personales que generan sentimientos	13	19.70%	53	80.30%	66
La información enfatiza que individuos o grupos se ven afectados por el hecho	36	54.55%	30	45.45%	66

Fuente: Elaboración propia, 2017

Sobre el interés humano de las noticias del caso Odebrecht, los resultados indican que 56 crónicas (84.85 %) sugieren que un individuo o grupo tiene responsabilidad, y 10 que equivalen al 15.15 % establecen que no. A su vez, 24 crónicas (36.36 %) señalan que la información sugiere que el problema requiere acción urgente y 42 (63.64 %), no. De las 66 crónicas, 26 (39.39 %) presentan el lado emocional o humano y 40 (60.61 %), no.

En 13 crónicas (19.70 %), la información emplea descripciones personales que generan sentimientos y 53 (80.30 %) no. Finalmente, en 36 crónicas (54.55 %), la información enfatiza qué individuos o grupos se ven afectados por el hecho y 30 (45.45 %), no.

Podemos ver en este cuadro, que existe prioridad en sugerir la responsabilidad del individuo o del grupo, por lo que; la acción urgente, el lado emocional, la descripción de sentimientos y los afectados, ocupan un segundo plano.



Cuadro Nro. 03: Conflicto

Indicadores	SI		NO		TOTAL
	f	%	f	%	
La información se introduce en la vida privada o personal de los actores	4	6.06%	62	93.94%	66
La información tiene contenidos visuales que podrían generar sentimientos de disgusto, empatía, simpatía o compasión	29	43.94%	37	56.06%	66
La información refleja desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones	24	36.36%	42	63.64%	66
Algún partido político, individuo o institución realiza algún tipo de crítica o reclamo a otro partido político, individuo, institución o país.	37	56.06%	29	43.94%	66
La información se refiere a dos o más posturas en torno al problema	27	40.91%	39	59.09%	66
La información alude a ganadores o perdedores	16	24.24%	50	75.76%	66
La información contiene algún tipo de mensaje moral.	41	62.12%	25	37.88%	66

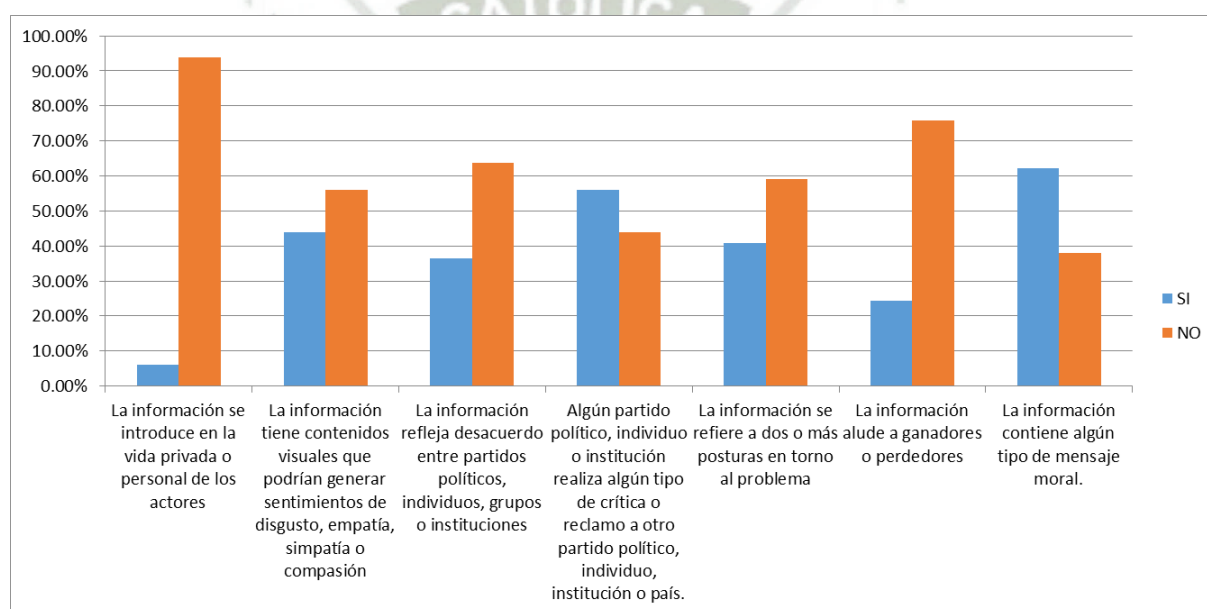
Fuente: Elaboración propia, 2017

En este cuadro apreciamos que solo en 4 crónicas (6.06 %), la información se introduce en la vida privada o personal de los actores y en 62, no (93.94 %). Sobre si la información tiene contenidos visuales que podrían generar sentimientos de disgusto, empatía, simpatía o compasión, 29 crónicas lo hacen (43.94 %) y 37 (56.06 %) no. En cuanto a si la información refleja desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones, se presentan 24 crónicas (36.36 %) que lo afirman y 42 crónicas, no (63.64 %). Acerca de si algún partido político, individuo

o institución realiza algún tipo de crítica o reclamo a otro partido político, individuo, institución o país, tenemos 37 crónicas (56.06 %) que sí y 29 que no (43.94 %).

Sobre si la información se refiere a dos o más posturas en torno al problema, 27 crónicas sí (40.91 %) y no, 39 (59.09 %). En cuanto a si la información alude a ganadores o perdedores, 16 crónicas (24.24 %) sí lo hacen y 50, no (75.76 %). Finalmente, la información contiene algún tipo de mensaje moral, 41 crónicas, sí (62.12 %) y 25, no (37.88 %).

Predomina en la tabla, el mensaje de tipo moral sobre el hecho noticioso.



Cuadro Nro. 04: Consecuencias Económicas

Indicadores	SI		NO		TOTAL
	f	%	f	%	
La información hace referencia a la moralidad, a Dios u otros principios religiosos	18	27.27%	48	72.73%	66
La historia ofrece prescripciones sociales específicas, que indican cómo se debería actuar	32	48.48%	34	51.52%	66
Se mencionan ganancias o pérdidas financieras, que pueden producirse al momento de la noticia o en el futuro	18	27.27%	48	72.73%	66
Se alude a costos asociados al asunto o problema presentado	18	27.27%	48	72.73%	66
Se hace referencia a las consecuencias económicas que pueden surgir, si se sigue o no, una determinada acción	7	10.61%	59	89.39%	66

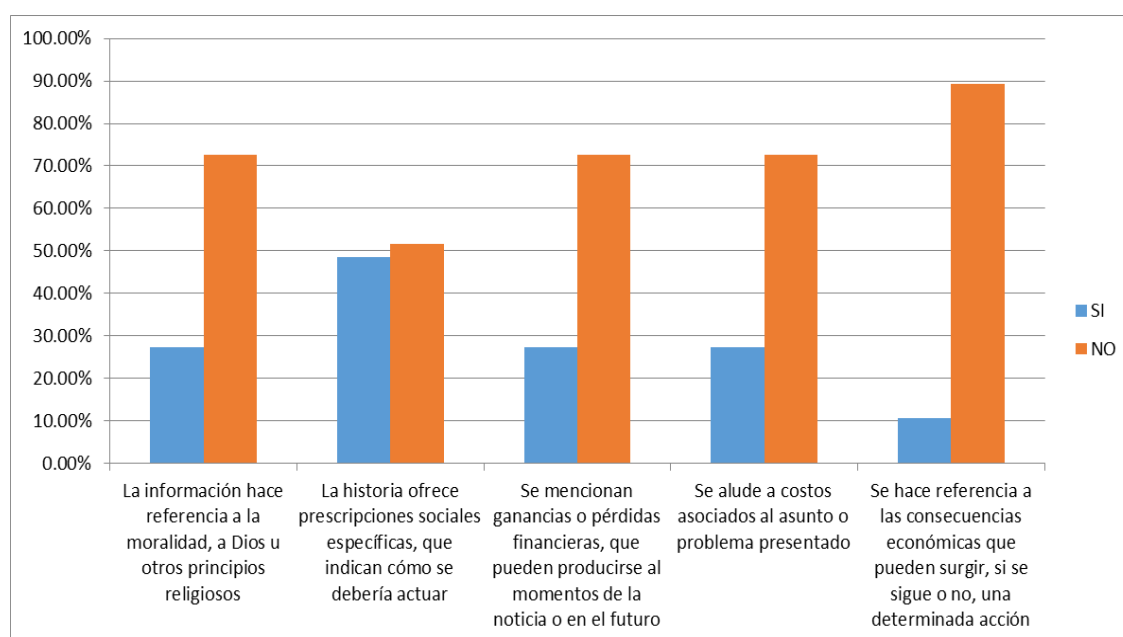
Fuente: Elaboración propia, 2017

Las crónicas periodísticas sobre el caso Odebrecht y las consecuencias económicas, se presentan del siguiente modo: La información hace referencia a la moralidad, a Dios u otros principios religiosos, 18 crónicas, sí (27.27 %) y 48, no (72.73 %). En cuanto la historia ofrece prescripciones sociales específicas que indican cómo se debería actuar, 32 crónicas sí (48.48 %) y 34 (51.52 %), no.

Sobre si se mencionan ganancias o pérdidas financieras que pueden producirse al momento de la noticia o en el futuro, 18 crónicas, sí (27.27 %) y 48, no (72.73 %). En cuanto a si se alude a costos asociados al asunto o problema presentado, 18 crónicas sí, (27.27 %) y 48, no (72.73 %).

Respecto a si se hace referencia a las consecuencias económicas que pueden surgir, si se sigue o no, una determinada acción, 7 crónicas sí (10.61 %) y 59, no (89.39 %).

En relación a este cuadro, la mayor presencia de prescripciones sociales específicas que indican cómo se debería actuar, revela el punto de vista del emisor.



Análisis Diario El Pueblo

Cuadro Nro. 05: Atribución de Responsabilidad

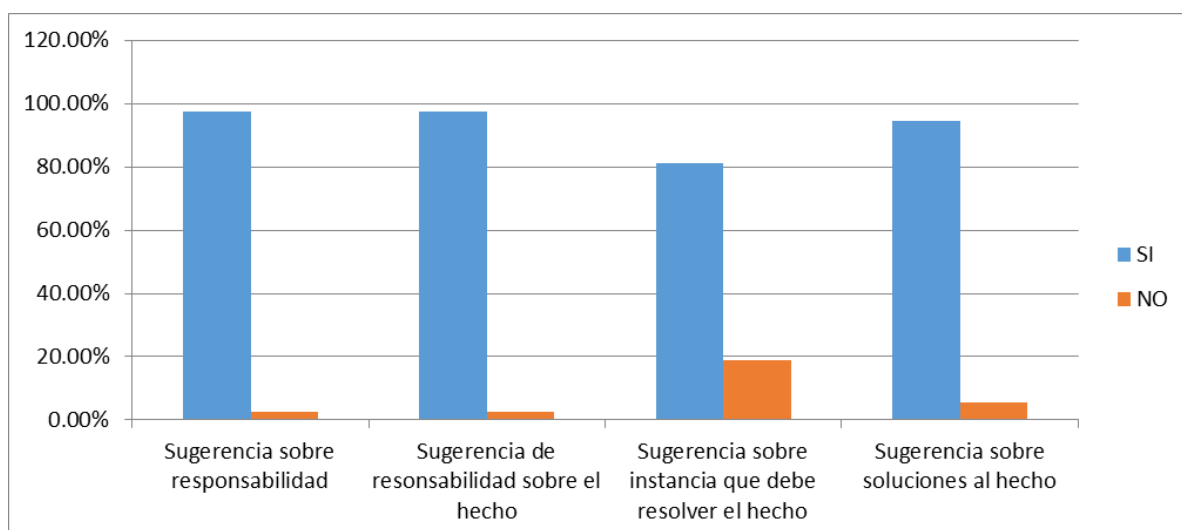
Indicadores	SI		NO		TOTAL
	f	%	f	%	
Sugerencia sobre responsabilidad	72	97.30%	2	2.70%	74
Sugerencia de responsabilidad sobre el hecho	72	97.30%	2	2.70%	74
Sugerencia sobre instancia que debe resolver el hecho	60	81.08%	14	18.92%	74
Sugerencia sobre soluciones al hecho	70	94.59%	4	5.41%	74

Fuente: Elaboración propia, 2017

En este cuadro apreciamos los siguientes resultados: En relación a sugerencia sobre responsabilidad, el Diario El Pueblo, 72 crónicas sí (97.30 %) y 2 no (2.70 %). Sobre sugerencia de responsabilidad sobre el hecho, sí, 72 crónicas (97.30 %) y 2, no (2.70 %). En cuanto a sugerencia sobre instancia que debe resolver el hecho, 60 crónicas lo consignan (81.08 %) y 14, no (18.92 %).

Por último, 70 crónicas (94.59 %) proponen sugerencia sobre soluciones al hecho, mientras 4 crónicas, no (5.41 %).

En resumen, la atribución de responsabilidad se presenta en casi todas las crónicas.



Cuadro Nro. 06: Interés Humano

Indicadores	SI		NO		TOTAL
	f	%	f	%	
Sugiere que un individuo o grupo tiene responsabilidad	65	87.84%	9	12.16%	74
La información sugiere que el problema requiere acción urgente	29	39.19%	45	60.81%	74
Se presenta el lado emocional o humano	26	35.14%	48	64.86%	74
La información emplea descripciones personales que generan sentimientos	9	12.16%	65	87.84%	74
La información enfatiza que individuos o grupos se ven afectados por el hecho	27	36.49%	47	63.51%	74

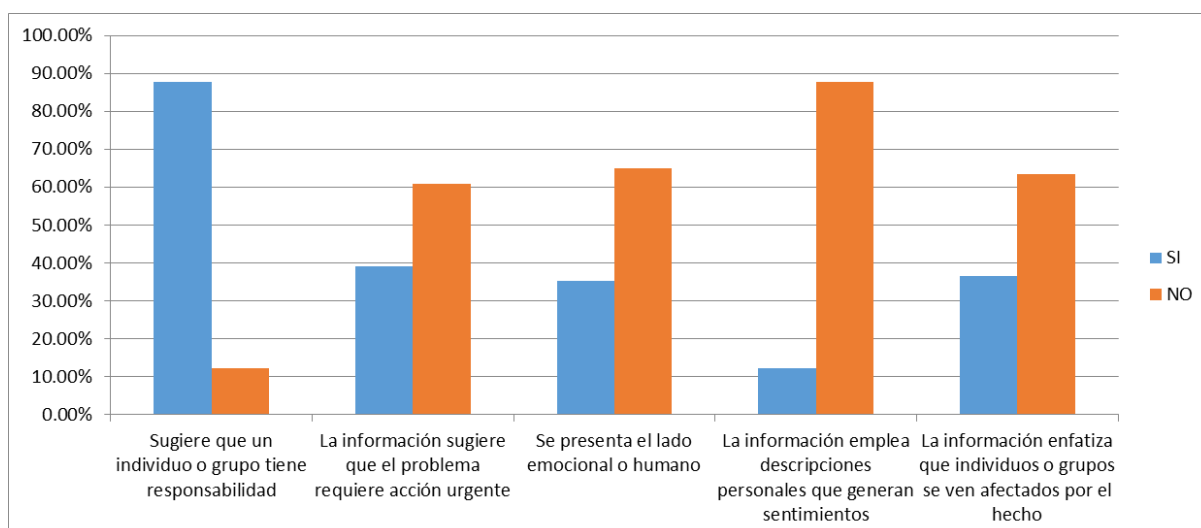
Fuente: Elaboración propia, 2017

Sobre este cuadro, 65 crónicas (87.84 %), sugiere que un individuo o grupo tiene responsabilidad y solo 9 crónicas, no (12.16 %). En relación a si la información sugiere que el problema requiere acción urgente, 29 crónicas sí (39.19 %) y 45 (60.81 %) no.

En relación a si se presenta el lado emocional o humano, 26 crónicas (35.14 %) lo presentan así, y 48, no (64.86 %). Sobre si la información emplea descripciones personales que generan sentimientos, 9 crónicas lo hacen (12.16 %) y 65, no (87.84 %).

Por último, el indicador, la información enfatiza qué individuos o grupos se ven afectados por el hecho, 27 crónicas lo hacen (36.49 %) y 47, no (63.51 %).

Se deduce que una mayoría significativa de crónicas, sugieren que un grupo o individuo, tienen responsabilidad sobre el hecho.



Cuadro Nro. 07: Conflicto

Indicadores	SI		NO		TOTAL
	f	%	f	%	
La información se introduce en la vida privada o personal de los actores	4	5.41%	70	94.59%	74
La información tiene contenidos visuales que podrían generar sentimientos de disgusto, empatía, simpatía o compasión	50	67.57%	24	32.43%	74
La información refleja desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones	17	22.97%	57	77.03%	74
Algún partido político, individuo o institución realiza algún tipo de crítica o reclamo a otro partido político, individuo, institución o país.	44	59.46%	30	40.54%	74
La información se refiere a dos o más posturas en torno al problema	38	51.35%	36	48.65%	74
La información alude a ganadores o perdedores	4	5.41%	70	94.59%	74
La información contiene algún tipo de mensaje moral.	20	27.03%	54	72.97%	74

Fuente: Elaboración propia, 2017

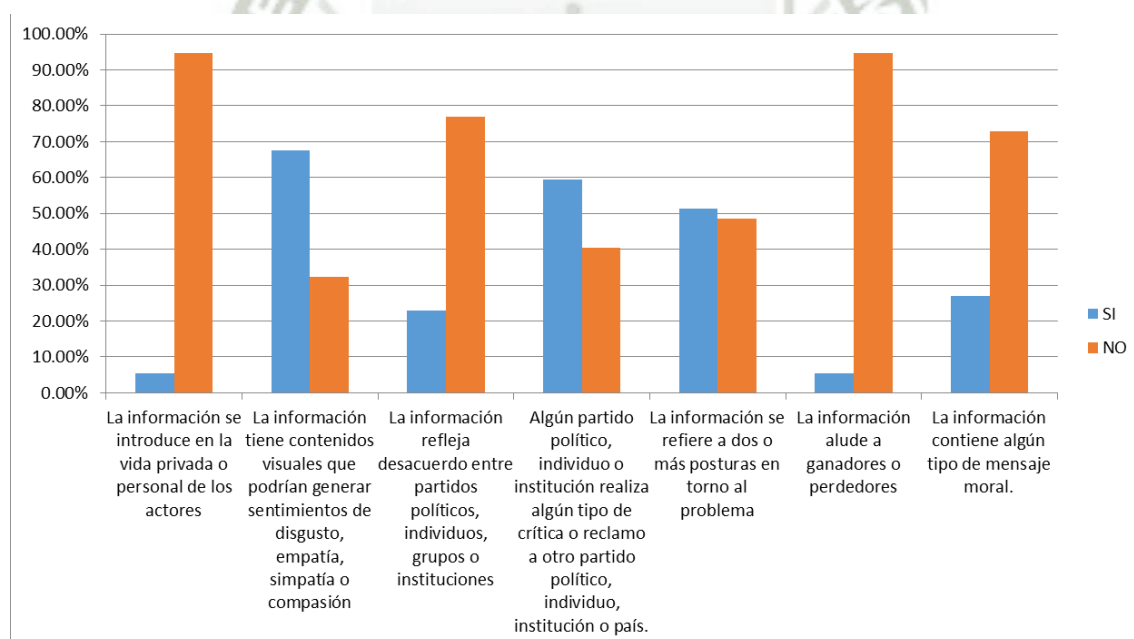
En esta tabla, 4 crónicas (5.41 %) afirman que la información se introduce en la vida privada o personal de los actores y 70 crónicas (94.59 %), no. En 50 crónicas (67.57 %), la información tiene contenidos visuales que podrían generar sentimientos de disgusto, empatía, simpatía o compasión, y en 24 crónicas (32.43 %) no.

En 17 crónicas (22.97 %), la información refleja desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones, y en 57 crónicas (77.03 %), no. En el indicador: Algún partido político, individuo o institución realiza algún tipo de crítica o reclamo

a otro partido político, individuo, institución o país, 44 crónicas (59.46 %), sí y 30 crónicas, no (40.54 %).

Sobre si la información se refiere a dos o más posturas en torno al problema, 38 crónicas, sí (51.35 %) y 36, no (48.65 %). Respecto a si la información alude a ganadores o perdedores, 4 crónicas lo hacen (5.41 %) y 70 crónicas, no (94.59 %). Sobre si la información contiene algún tipo de mensaje moral, 20 crónicas sí lo hacen (27.03 %) y 54 crónicas (72.97 %) no lo hacen.

Sobre el conflicto, los indicadores tienen mayor presencia; la información muestra contenidos visuales que podrían generar sentimientos de disgusto, empatía, simpatía o compasión y, además, algún partido político, individuo o institución, realizan mayormente algún tipo de crítica o reclamo a otro partido político, individuo, institución o país. Asimismo, se presenta la información con dos o más posturas en torno al problema.



Cuadro Nro. 08: Consecuencias Económicas

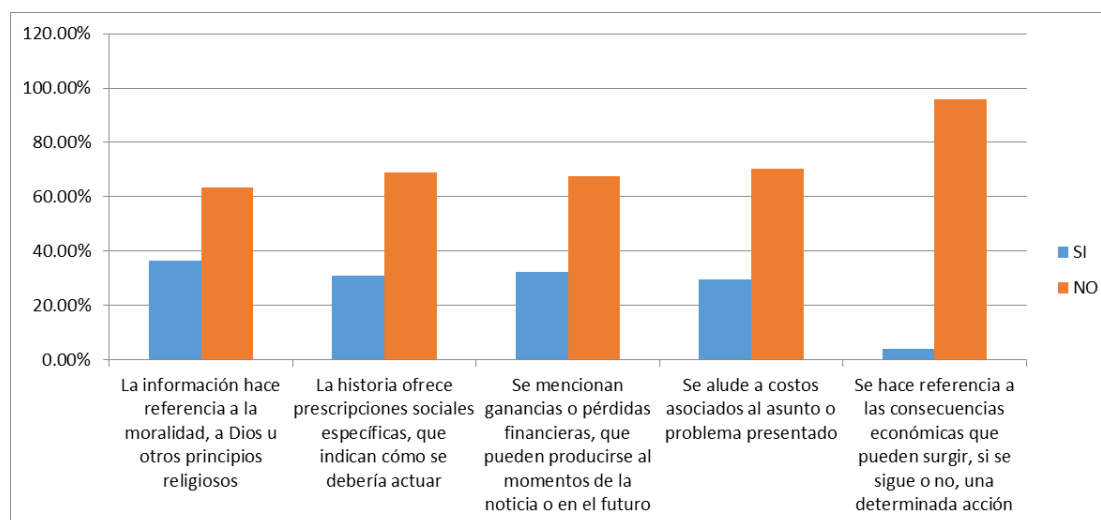
Indicadores	SI		NO		TOTAL
	f	%	f	%	
La información hace referencia a la moralidad, a Dios u otros principios religiosos	27	36.49%	47	63.51%	74
La historia ofrece prescripciones sociales específicas, que indican cómo se debería actuar	23	31.08%	51	68.92%	74
Se mencionan ganancias o pérdidas financieras, que pueden producirse al momento de la noticia o en el futuro	24	32.43%	50	67.57%	74
Se alude a costos asociados al asunto o problema presentado	22	29.73%	52	70.27%	74
Se hace referencia a las consecuencias económicas que pueden surgir, si se sigue o no, una determinada acción	3	4.05%	71	95.95%	74

Fuente: Elaboración propia, 2017

En cuanto a las consecuencias económicas del caso Odebrecht, 27 crónicas (36.49 %) afirman que la información hace referencia a la moralidad, a Dios u otros principios religiosos, y 47 crónicas, no (63.51 %). Sobre si la historia ofrece prescripciones sociales específicas, que indican cómo se debería actuar, 23 crónicas sí lo hacen (31.08 %) y 51 crónicas (68.92 %) no lo hacen. Asimismo, 24 crónicas (32.43 %) mencionan ganancias o pérdidas financieras, que pueden producirse al momento de la noticia o en el futuro, mientras 50 crónicas (67.57 %) no lo hacen.

Si se alude a costos asociados al asunto o problema presentado, 22 crónicas (29.73 %) sí lo hacen y 52 crónicas, no (70.27 %). Por último, 3 crónicas (4.05 %), hacen referencia a las consecuencias económicas que pueden surgir, si se sigue o no, una determinada acción, y 71 crónicas (95.95 %) no lo hacen.

Los números y porcentajes de las crónicas sobre estos indicadores, son relativamente bajos, si se les compara con otros.



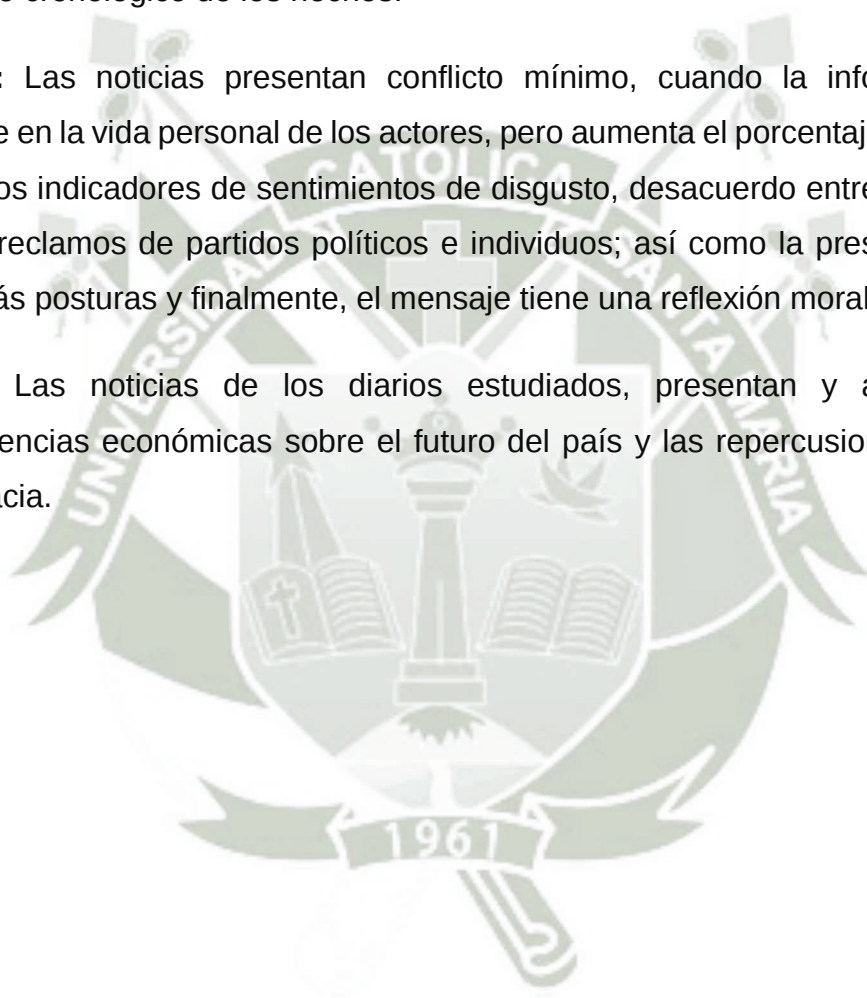
CONCLUSIONES

Primera: Las crónicas de los diarios “Correo” y “El Pueblo”, atribuyen responsabilidad de los hechos en casi todos los discursos periodísticos sobre el tema, proporcionando sugerencias para la solución del hecho.

Segunda: Las crónicas de ambos diarios, aunque no profundizan el interés humano sobre la noticia, muestran su presencia de acuerdo a cada publicación y al avance cronológico de los hechos.

Tercera: Las noticias presentan conflicto mínimo, cuando la información se introduce en la vida personal de los actores, pero aumenta el porcentaje en relación a los otros indicadores de sentimientos de disgusto, desacuerdo entre personas y grupos, reclamos de partidos políticos e individuos; así como la presentación de dos o más posturas y finalmente, el mensaje tiene una reflexión moral.

Cuarta: Las noticias de los diarios estudiados, presentan y analizan las consecuencias económicas sobre el futuro del país y las repercusiones sobre la democracia.



SUGERENCIAS

Sugerir al Diario Correo, mayores contenidos visuales que acompañen la información propiamente dicha, y permitan al lector tener mayor conexión con la realidad. Una imagen vale más que mil palabras.

En el caso del Diario El Pueblo, si bien es cierto presenta muy buen contenido periodístico, se sugiere que se incluyan columnas o segmentos de opinión de analistas especializados, dada la trascendencia del tema investigado.

Sugerir que se dé crédito a versiones oficiales. En el caso de ambos medios, no se ha aludido el informe del excongresista Juan Pari, quien fue Presidente de la Comisión de Corrupción del Congreso de la República, y que fue archivado sin que fuera leído en el pleno. Hoy buscan estas conclusiones, para seguir rutas de corrupción.

Sugerir que ambos diarios, acudan a una de sus fuentes informativas, como es el Instituto Libertad y Democracia (IDL), que en relación al caso investigado, tiene descubrimientos certeros de cómo se habrían tamizado las investigaciones en el Perú, para favorecer a implicados en el caso; y difundir las opiniones y sentencias en Suiza y EE.UU., además de otros países, sobre el accionar de Odebrecht.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A Ardévol-Abreu (2015, pp. 423 - 450). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. En *Revista Latina de Comunicación Social*.
- <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/RLCS-paper1053.pdf>
- DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053
- Aguila, J.C. & Piñuel, J.L., (2011). El encuadre (framing) de las noticias de la televisión española sobre la cumbre del cambio climático en Cancún. Suecia: Universidad Jönköping
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- Avidad, M. M. (2011, Diciembre 01). Redes alternativas de comunicación, framing y la construcción del poder político.
<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/20546>
- Berganza, M^a. R., (2003). La construcción mediática de la violencia contra las mujeres desde la Teoría del Enfoque. En *Comunicación y Sociedad*, vol XVI, n° 2.
- Bryant, J., & Oliver, M. (2009). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Nueva York/Londres: Routledge.
- Canel, M. J. & Sádaba, T. (1999, pp. 12, 9-32). La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión. *Comunicación y Sociedad*.
- Canel, M. J.; Rodríguez A. R. & Sánchez A. (2000). *Periodistas al descubierto*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Canel, M^a. J., (1999, pp. 97-117). El País, ABC y El Mundo: Tres manchetas, tres enfoques de las noticias, *En: ZER Revista de Estudios de Comunicación*, N° 6. Bilbao: UPV/EHU.
- De Vreese, C., Peter, J. & Semetko, H. (2001, pp. 107-122). Framing politics at the launch of the Euro: A cross-national comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18(2).
- Giménez, P. (2006). Comunicación y hombre: Revista Interdisciplinaria de Ciencias de la Comunicación y Humanidades, ISSN 1885-365X, Universidad Francisco de Vitoria.
- Giménez, P. (2006, pp. 55-66). Una nueva visión del proceso comunicativo: La Teoría del Enfoque (Framing). *Comunicación y Hombre*, (2).
<http://www.redalyc.org/html/1294/129413732004/>
- Luntz, F. (2007). Words that Work. New York: Hyperion
- Marín Albaladejo, J. & Zamora Medina, R. (2014, pp. 6-40). Aproximación integradora en la investigación sobre la teoría del framing desde su condición multiparadigmática. En *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 7(1).
<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/3838>
- Martínez Avidad, M. (2011, pp. 269-291) "Redes alternativas de comunicación, framing y la construcción del poder político". *Revista de Ciencias Sociales*. Vol. 6, 2011.
<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/20546>
- Reese, S. D. (1999, pp. 47-68). Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de "jerarquía de influencias". *En Comunicación y Sociedad*, 12.
- Reese, S. D. (2001, pp. 7-31). Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. En S. D. Reese, O. Gandy & A. Grant (eds.), *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*.

- Rodelo, Frida V., & Muñiz, Carlos. (2016, pp. 53-77). Uso del análisis de conglomerados para la detección de encuadres en el tratamiento periodístico de la Iniciativa Mérida. *Comunicación y sociedad*, (27). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000300053&lng=es&tlng=es.
- Rodríguez, R. & Castromil, R. (2010, pp. 193-210). La circulación social de los encuadres periodísticos en tiempo de campaña electoral: Transmisión, influencia y atribución de responsabilidad. En: *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, Nº29. Bilbao: UPV/EHU, <http://www.ehu.eus/zer/es/hemeroteca/articulo/La-circulacion-social-de-los-encuadres-periodisticos-en-tiempo-de-campaña-electoral-Transmision-influencia-y-atribucion-de-responsabilidad / 439>.
- Sádaba T., Rodríguez J., y Castro M. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. Vol 6, Nº 2. En *Ober Com*. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/issue/view/31>
- Sádaba, T. (2004, pp. 65-76). Enfoques periodísticos y marcos de participación política. Una aproximación conjunta a la teoría del encuadre. *Política y Sociedad*, 41. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/540/564>
- Sádaba, T. (2008). *Framing: El encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- Sádaba, T.; Rodríguez-Virgili, J. & La Porte, M. T. (2008). La teoría del framing en la investigación en Comunicación Política. En M. J. Canel & M. G. Gurrionero (eds.). *Estudios de Comunicación Política*. Universidad Complutense de Madrid.
- Sebastián de Erice, J.R., (1994). *Erving Goffman. De la interpretación focalizada al orden interaccional*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Shoemaker, P. & Reese, S. (1996). *Mediating the message*. NY: Longman White Plains.
- Téllez, N. (2014). Medios de Comunicación y prejuicio hacia los indígenas. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 7 (1), Artículo 9.
<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>
- Tuchman, G. (1983). La producción de la noticia. Barcelona: Ediciones G. Gili.



ANEXOS



Ficha de Análisis

Se ha trabajado en base a ciento cuarenta (140) fichas de análisis; 66 que corresponden al Diario Correo y 74 del Diario El Pueblo.

FICHA DE ANALISIS

I. Datos de Identificación

Diario: _____ Día: _____ Sección: _____
Tamaño de la noticia: _____ Titular: _____

II. Atribución de responsabilidad

1. Sugerencia sobre responsabilidad
Sí () No () Observaciones: _____
2. Sugerencia de responsabilidad sobre el hecho
Sí () No () Observaciones: _____
3. Sugerencia sobre instancia que debe resolver el hecho
Sí () No () Observaciones: _____
4. Sugerencia sobre soluciones al hecho
Sí () No () Observaciones: _____

III. Interés humano

5. Sugiere que un individuo o grupo tiene responsabilidad
Sí () No () Observaciones: _____
6. La información sugiere que el problema requiere acción urgente
Sí () No () Observaciones: _____
7. Se presenta el lado emocional o humano
Sí () No () Observaciones: _____
8. La información emplea descripciones personales que generan sentimientos
Sí () No () Observaciones: _____

9. La información enfatiza qué individuo o grupo se ve afectado por el hecho

Sí () No () Observaciones: _____

IV. Conflicto

10. La información se introduce en la vida privada o personal de los actores

Sí () No () Observaciones: _____

11. La información tiene contenidos visuales que podrían generar sentimientos de disgusto, empatía, simpatía o compasión.

Sí () No () Observaciones: _____

12. La información refleja desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones

Sí () No () Observaciones: _____

13. Algún partido político, individuo o institución, realiza algún tipo de crítica o reclamo a otro partido político, individuo, institución o país

Sí () No () Observaciones: _____

14. La información se refiere a dos o más posturas en torno al problema

Sí () No () Observaciones: _____

15. La información alude a ganadores o perdedores

Sí () No () Observaciones: _____

16. La información contiene algún tipo de mensaje moral

Sí () No () Observaciones: _____

V. Consecuencias Económicas

17. La información hace referencia a la moralidad, a Dios u otros principios religiosos

Sí () No () Observaciones: _____

18. La historia ofrece prescripciones sociales específicas que indican cómo se debería actuar

Sí () No () Observaciones: _____

19. Se mencionan ganancias o pérdidas financieras que pueden producirse al momento de la noticia o en el futuro

Sí () No () Observaciones:_____

20. Se alude a costos asociados al asunto o problema presentado

Sí () No () Observaciones:_____

21. Se hace referencia a las consecuencias económicas que pueden surgir, si se sigue o no una determinada acción

Sí () No () Observaciones:_____



Publicaciones Analizadas

Se presenta en fotocopia, el íntegro de las publicaciones analizadas, para una mejor interpretación, que permita corroborar y cotejar la estadística ofrecida.

