



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

Dirección General de Estudios de Posgrado  
Facultad de Letras y Ciencias Humanas  
Unidad de Posgrado

**Euforias y disforias en la construcción periodística de la  
imagen de los candidatos presidenciales de la segunda  
vuelta electoral de 2011 en el Perú. Análisis comparativo  
basado en encuadres noticiosos de las portadas de dos  
tabloides**

**TESIS**

Para optar el Grado Académico de Magíster en Comunicación  
Social con mención en Investigación en Comunicación

**AUTOR**

Ricardo Benjamín RAMOS JARAMILLO

**ASESOR**

María Magdalena GARCÍA TOLEDO

Lima, Perú

2017



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Ramos, R. (2017). *Euforias y disforias en la construcción periodística de la imagen de los candidatos presidenciales de la segunda vuelta electoral de 2011 en el Perú. Análisis comparativo basado en encuadres noticiosos de las portadas de dos tabloides*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---



UNIDAD DE POSGRADO  
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE  
GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER

8(e)  
301  
224

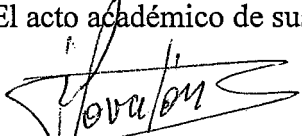
Al primer día del mes de junio de dos mil diecisiete, siendo las 11.00 horas, en el local de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, se reunió el Jurado de Grado integrado por los profesores: Mg. Pedro Lovatón Sarco (Presidente), Mg. Magdalena García Toledo (Asesora), Mg. Atilio Bonilla Carlos (Informante), Mg. Luis Cumpa Gonzales (Informante) y Mg. Arquímedes Mudarra Montoya (Miembro) para calificar la sustentación de la tesis titulada **Euforias y disforias en la construcción periodística de la imagen de los candidatos presidenciales de la segunda vuelta electoral de 2011 en el Perú. Análisis comparativo basado en encuadres noticiosos de las portadas de dos tabloides**, presentada por el señor Ricardo Benjamín Ramos Jaramillo bachiller en Comunicación para optar el Grado de Magíster en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación.

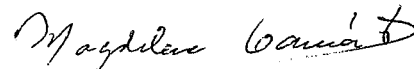
Hecha la exposición y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado, éste acordó la siguiente calificación de acuerdo a lo establecido por el Art. 61 del Reglamento General de Estudios de Posgrado, aprobado por R.R. N° 00301-R-09 del 22 de enero de 2009.

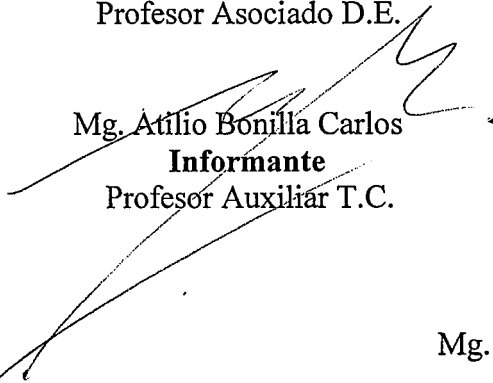
Muy Buena (18)


Habiendo sido aprobada la sustentación de la tesis, el Jurado recomendó que la Facultad proponga que se le otorgue el grado académico de Magister en **Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación** al señor Ricardo Benjamín Ramos Jaramillo.


El acto académico de sustentación concluyó a las 13.00 horas.

  
Mg. Pedro Lovatón Sarco  
**Presidente**  
Profesor Asociado D.E.

  
Mg. Magdalena García Toledo  
**Asesora**  
Profesora Principal T.C.

  
Mg. Atilio Bonilla Carlos  
**Informante**  
Profesor Auxiliar T.C.

  
Mg. Luis Cumpa González  
**Informante**  
Profesor Auxiliar T.C.

  
Mg. Arquímedes Mudarra Montoya  
**Miembro**  
Profesor Asociado D.E.

## RESUMEN

La sensacionalización de la agenda política es una de las características distintivas de los tabloides surgidos en el Perú en la era post Fujimori, tras el relanzamiento del diario *Correo*. Estos medios -insuficientemente estudiados hasta el momento- jerarquizan noticias políticas en sus primeras planas pero con un tratamiento periodístico que recupera fórmulas propias de la prensa popular.

Un caso que ilustra este fenómeno y, se propone como objeto de la presente investigación, es la construcción de la imagen de los candidatos presidenciales Keiko Fujimori y Ollanta Humala durante la campaña de la segunda vuelta de las elecciones de 2011.

Aplicando la metodología de análisis de contenido basada en encuadres noticiosos, la investigación se enfoca en describir y analizar como dos de los referidos tabloides, *Correo* y *Perú21* (los primeros en aparecer y los de mayor lectoría en su tipo) desarrollaron una cobertura del proceso electoral signada por una marcada parcialidad política y, en ese contexto, construyeron en sus portadas una imagen euforizada del candidato afín a su línea editorial y disforizada del candidato adverso, con un claro predominio de este segundo recurso sobre el primero.

**Palabras clave:** Periodismo, sensacionalización, agenda política, encuadres noticiosos, construcción de la imagen, euforia, disforia

## **ABSTRACT**

The tabloidization of the political agenda is one of the distinctive features of the tabloids which emerged in Peru in the post-Fujimori age, after the relaunching of *Correo* newspaper. These media –insufficiently studied until now– rank political news on their front pages but with a journalistic treatment that recovers formulas from popular press.

A case that illustrates this phenomenon and it is proposed as object of this research is the image-building of presidential candidates Ollanta Humala and Keiko Fujimori during the campaign for the 2011 runoff election.

Applying the content analysis methodology based on framing news, research focuses on describing and analyzing how two of those tabloids, *Correo* and *Perú21* (the first to appear and the higher readership) developed a coverage of the electoral process marked by a strong political bias and, in this context, they built on their covers an euphoric image of the candidate who was politically aligned with their editorial policy and a dysphoric image of the “non-aligned” candidate, with a clear predominance of this second resource on the first.

**Key words:** Journalism, tabloidization, political agenda, news frames, image-building, euphoria, dysphoria.