

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

Escuela de posgrado



Frames periodísticos, criterios de noticiabilidad y su impacto en la equidad y pluralidad de la agencia Andina durante las elecciones generales de 2016 y

2021

Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Comunicaciones que

presenta:

Christian Krovelan Capuñay Reátegui

Asesor:

Juan Jorge Vergara Gerstein

Lima, 2025

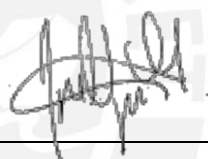
Informe de Similitud

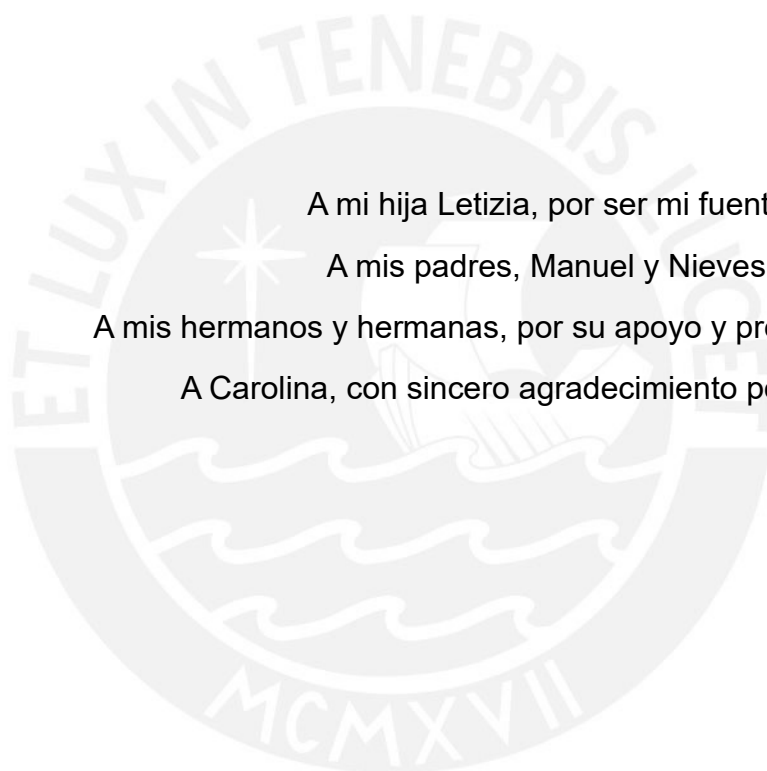
Yo, Juan Jorge Vergara Gerstein, docente de la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis de investigación titulada "Frames periodísticos, criterios de noticiabilidad y su impacto en la equidad y pluralidad de la agencia Andina durante las elecciones generales de 2016 y 2021", del autor Christian Krovelan Capuñay Reátegui, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 1%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 12/11/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha:

Lima, 12 de noviembre de 2025.

Apellidos y nombres del asesor: <u>Vergara Gerstein Juan Jorge</u>	
DNI: 18080113	Firma 
ORCID: 0000-0002-0268- 9273	



A mi hija Letizia, por ser mi fuente de inspiración

A mis padres, Manuel y Nieves, por su ejemplo

A mis hermanos y hermanas, por su apoyo y presencia fraterna

A Carolina, con sincero agradecimiento por lo compartido

Agradecimientos

Expreso mi agradecimiento a la empresa Editora Perú, al Diario Oficial El Peruano y a la Agencia Peruana de Noticia Andina, por las facilidades otorgadas que hicieron posible el desarrollo de mis estudios de posgrado. Su respaldo institucional ha sido fundamental para culminar con éxito este proyecto académico.

Agradezco también a los docentes de la Maestría de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú, quienes con su enseñanza y exigencia contribuyeron a fortalecer mi formación académica. De manera especial, reconozco la guía del profesor Jorge Vergara Gerstein, asesor de este trabajo, por su orientación permanente, sus observaciones y su generoso acompañamiento y paciencia a lo largo del proceso. Extiendo, asimismo, mi gratitud a los jurados de la tesis, cuyos comentarios y sugerencias resultaron importantes para mejorar y afinar este documento.

Finalmente, quiero expresar mi reconocimiento a mis compañeros de estudios, con quienes compartí aprendizajes y experiencias enriquecedoras, y a mis seres queridos, cuyo aliento constante fue un apoyo indispensable para alcanzar esta meta.

Resumen

La investigación analiza la cobertura periodística de la Agencia de Noticias Andina durante las elecciones generales del Perú de 2016 y 2021, con el propósito de evaluar en qué medida garantizó equidad y pluralidad informativa en la etapa electoral. El estudio se sustenta en un diseño cuantitativo, descriptivo y comparativo de carácter longitudinal retrospectivo, basado en la técnica del análisis de contenido. Se examinó un corpus de 478 notas informativas publicadas en los treinta días previos a la primera vuelta de ambos procesos electorales, codificando variables asociadas a la equidad en la visibilidad de los candidatos, la pluralidad de voces y la aplicación de criterios de noticiabilidad, así como la presencia de distintos encuadres noticiosos. Los resultados muestran que, aunque la cobertura mantuvo un nivel formal de pluralidad al incluir a los principales contendientes, la equidad se vio afectada por la sobrerrepresentación de ciertos candidatos con mayor peso mediático. Asimismo, se evidenció un predominio de encuadres declarativos y episódicos, junto con una relativa baja proporción de enfoques propositivos y críticos, lo que limita la calidad del debate público. Estos hallazgos permiten reflexionar sobre los desafíos de los medios estatales en contextos electorales y su responsabilidad democrática en la construcción de una esfera pública equilibrada.

Palabras clave: Cobertura electoral; Equidad informativa; Pluralidad; Framing; Noticiabilidad; Agencia Andina; Medios estatales.

Abstract

This study analyzes the media coverage of Peru's 2016 and 2021 general elections, specifically focusing on Andina News Agency. The research aims to assess the extent to which it ensured fairness and plurality of information during the electoral process. Based on the technique of content analysis, the study was developed with a quantitative, descriptive and comparative approach and it is of a retrospective longitudinal nature.

A total of 478 news articles published within the 30-day period prior to the first round of both elections were included for analysis, coding variables associated with fairness in the visibility of candidates, the plurality of voices and the application of newsworthiness criteria, as well as the use of different news frames.

The results show that although there was a sufficient level of plurality, the excessive coverage of certain candidates, with greater media exposure, damaged fair and equal treatment to all candidates.

Likewise, a predominance of declarative and episodic framing was evident, along with a relatively low proportion of propositional and critical approaches, which limits the quality of public debate. These findings allow for reflection on the challenges faced by state media in times of elections and its democratic responsibility in building a balanced public perception.

Keywords: Electoral coverage; Informational equity; Pluralism; Framing; Newsworthiness; Agencia Andina; State-owned media.

Índice

Resumen	v
Abstract.....	vi
Índice.....	vii
Lista de tablas.....	vii
Lista de figuras	viii
Introducción.....	1
Justificación.....	3
Delimitación del problema.....	4
Definición del problema.....	5
Preguntas de investigación.....	5
Hipótesis	6
Objetivos.....	7
Diseño de investigación	8
Capítulo I. Contexto y antecedentes.....	10
1.1 Contexto político	10
1.1.1 Elecciones 2016	11
1.1.2 Elecciones 2021	14
1.2 Medios estatales, públicos y privados.....	18
1.3 Antecedentes.....	19
1.3.1 La labor de Andina en etapa electoral	20
1.3.2 Frames como herramienta de análisis.....	23
1.3.3 Los medios de comunicación y la cobertura electoral.....	24
1.3.4 Cobertura electoral en medios estatales	26
Capítulo II. Marco teórico.....	31
2.1 Enmarcando la Realidad	31
2.2 Tipologías de encuadres	35
2.2.1 Encuadres genéricos.....	35
2.2.2 Encuadres narrativos.....	35
2.2.3 Encuadres de nivel: episódicos y temáticos	36
2.2.4 Encuadres estratégicos o de juego político	36
2.2.5 Encuadres negativos	37
2.2.6 Encuadre partisano.....	37
2.3 Consecuencias del framing en la comunicación política.....	38
2.4 Los criterios de noticiabilidad.....	40

2.4.1 Jerarquía/peso mediático.....	42
2.4.2 Novedad.....	43
2.4.3 Actualidad	43
2.4.4 Conflicto	43
2.4.5 Impacto	43
2.5 Equidad y pluralidad.....	44
Capítulo III. Metodología	48
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	48
3.2 Delimitación del estudio.....	49
3.2.1 Universo de estudio	49
3.2.2 Muestra.	49
3.2.3 Tipo de muestra.....	50
3.2.4 Ventana temporal.	50
3.2.5 Criterios de inclusión y exclusión.....	51
3.3 Variables y operacionalización	51
3.3.1 Variables de análisis	51
3.3.2 Operacionalización de variables	52
3.4 Técnicas e instrumentos.....	54
3.4.1 Instrumentos de recolección de información	54
3.4.2 Técnicas de análisis de datos	54
3.4.3 Procedimiento de análisis	54
3.5 Validez y fiabilidad	56
3.6 Limitaciones.....	57
Capítulo IV. Resultados y discusión	60
4.1 Pluralidad de voces políticas (2016-2021)	60
4.2 Equidad en la cobertura por candidatos (2016-2021)	61
4.3 Encuadres periodísticos (2016-2021)	65
4.4 Criterios de noticiabilidad (2016-2021)	66
4.5 Evolución de la cobertura en ambos procesos electorales.....	67
4.6 Discusión de resultados	68
4.6.1 Discusión sobre equidad informativa en la cobertura electoral	69
4.6.2 Discusión sobre pluralidad informativa en la cobertura electoral	70
4.6.3 Discusión sobre encuadres periodísticos en la cobertura electoral	71
4.6.4 Discusión sobre criterios de noticiabilidad en la cobertura informativa	73
4.6.5 Discusión sobre la especificidad de Andina como agencia estatal	74
Conclusiones.....	77

Recomendaciones	83
Referencias	86
Anexos	92



Lista de tablas

Tabla 1. Cobertura de candidatos en elecciones 2016	61
Tabla 2. Cobertura de candidatos en elecciones 2021	62
Tabla 3. Enmarcamiento de notas en la cobertura electoral de Andina (2016-2021)	65
Tabla 4. Criterios de noticiabilidad en la cobertura electoral de Andina (2016-2021)	67



Lista de figuras

Figura 1. Concentración de notas en 5 candidatos vs el resto en elección del 2016.....64

Figura 2. Concentración de notas en 5 candidatos vs el resto en elección del 2021.....64



Introducción

La Agencia Peruana de Noticias Andina, fundada a inicios de la década de 1980 durante el gobierno de Fernando Belaunde, está consolidada en la actualidad como un medio de comunicación estatal de referencia en la opinión pública.

En contextos de alta polarización política, como los procesos electorales, uno de los objetivos de Andina es garantizar una cobertura periodística plural, equitativa y neutral, ofreciendo a todos los actores políticos la oportunidad de difundir sus propuestas y contribuyendo así a que la ciudadanía acceda a información balanceada, que le permita ejercer su derecho al voto de manera informada y responsable.

Debido a su naturaleza estatal y a su compromiso institucional con un periodismo responsable, Andina se mantiene al margen de los enfoques de los medios privados, que suelen enmarcar su agenda favoreciendo a determinadas posiciones políticas (Macassi, 2021).

En este marco, García Rodríguez (2010) sostiene que los medios estatales tienen la obligación de mantener imparcialidad y equilibrio al informar sobre procesos electorales, evitando contenidos que favorezcan a determinados candidatos o partidos. Complementariamente, Holgado (2003) subraya que, desde la perspectiva del derecho ciudadano a recibir información, los medios públicos deben garantizar una cobertura adecuada durante la campaña, de modo que la población disponga de insumos suficientes para emitir un voto informado. Ambos planteamientos coinciden en resaltar que la función de los medios estatales no se limita a difundir hechos, sino que implica asegurar condiciones de equidad en el acceso a la información política.

En esta línea, Holgado (2003) plantea que el derecho al voto informado constituye la “causa legitimadora” para exigir neutralidad en la cobertura mediática, lo que implica que la información electoral no solo debe ser veraz, completa y objetiva (p. 6), sino que además adquiere un carácter de responsabilidad democrática, pues de su calidad depende que los ciudadanos ejerzan un voto consciente y fundamentado.

En coherencia con este planteamiento, Cantú (2013) advierte que garantizar igualdad en el acceso a los medios no se reduce a permitir la mera presencia de distintos grupos sociales, sino que exige asegurar condiciones de equilibrio, de modo que todos los actores tengan la posibilidad efectiva de expresar sus opiniones y presentar sus propuestas en términos equitativos.

La Agencia de Noticias Andina ha buscado contribuir a este equilibrio mediante diversas iniciativas. Por ejemplo, en las elecciones presidenciales de 2021, el espacio “Habla candidato”, transmitido vía streaming, entrevistó a 15 de los 18 postulantes al máximo cargo, y dichas entrevistas se replicaron en su portal web, en sus redes sociales y en el Diario Oficial El Peruano.

En esa línea, Paz (2023) destaca que, durante la segunda vuelta, Andina publicó 119 notas informativas para cada uno de los dos candidatos que disputaron la presidencia, lo que refleja un esfuerzo por otorgar un tratamiento formalmente equitativo.

No obstante, al tratarse de un medio estatal, su labor periodística también se desarrolla bajo la tensión entre su función de servicio ciudadano y los posibles condicionamientos derivados de su dependencia institucional, lo que abre el debate

sobre hasta qué punto puede garantizar neutralidad y equidad en escenarios de alta polarización política.

Sin embargo, observaciones empíricas muestran que, en la primera vuelta de las Elecciones Generales celebradas los años 2016 y 2021, la sección Política de Andina publicó más notas sobre ciertos candidatos que sobre otros, evidenciando un posible desbalance en la cobertura periodística en los dos momentos. Este hallazgo motiva el presente estudio, que busca identificar los factores que influyen en la selección y producción de noticias en Andina y analizar su impacto sobre la equidad y el balance informativo durante la etapa de competencia electoral.

Como se ha indicado previamente, en época de elecciones los medios de propiedad privada suelen enmarcar sus contenidos favoreciendo a determinados candidatos con los cuales tienen afinidad ideológica o intereses similares. En tal panorama, si se detecta una cobertura no balanceada en la agencia Andina, resulta fundamental comprender los factores originarios y plantear acciones con el propósito de aumentar los niveles de equidad, lo cual redundaría en una ciudadanía mejor informada capaz de tomar decisiones más fundamentadas y responsables por el bien de todo el país.

Justificación

La cobertura mediática durante los procesos electorales constituye un elemento clave para comprender la dinámica de la democracia, en tanto los medios de comunicación actúan como mediadores entre la esfera política y la ciudadanía (Maurer, 2022). En este marco, los principios de equidad y pluralidad informativa resultan esenciales para garantizar que la audiencia reciba información equilibrada y diversa sobre los distintos candidatos y propuestas en contienda. La agencia Andina,

como medio estatal de referencia en el Perú, tiene un rol relevante en la configuración de la agenda informativa electoral, pues se espera de ella un estándar de objetividad y representatividad que contribuya al fortalecimiento de la esfera pública.

El presente estudio se justifica en la necesidad de evaluar cómo esta agencia de noticias abordó la cobertura electoral en dos momentos críticos de la historia reciente del país: las elecciones generales de 2016 y 2021. A través del análisis de encuadres y valores-noticia, se busca identificar patrones que permitan entender si la información difundida respetó criterios de equidad y pluralidad o si, por el contrario, se produjeron sesgos que pudieran afectar la percepción ciudadana. De este modo, la investigación no solo aporta a la comprensión del rol de los medios públicos en contextos electorales, sino que también ofrece insumos útiles para reflexionar sobre estándares de calidad periodística y el fortalecimiento democrático.

Delimitación del problema

El estudio se centra en el análisis de la cobertura de la agencia Andina durante los 30 días previos a la votación de los procesos generales de 2016 y 2021 en el Perú. El corpus de análisis está compuesto por las notas informativas de carácter electoral difundidas en dicho periodo, codificadas a partir de dos ejes principales:

- Encuadres noticiosos o frames: Declarativo-episódico, Propositivo-temático y Crítico-comparativo.
- Valores-noticia: jerarquía/peso mediático, novedad, actualidad, conflicto e impacto.

La comparación longitudinal permitirá examinar la evolución de la cobertura entre ambos procesos, así como determinar si existen diferencias significativas en términos de equidad y pluralidad informativa.

Definición del problema

El problema central de investigación se define en los siguientes términos:

La cobertura electoral de la agencia Andina, como medio estatal, ¿garantizó una distribución equitativa y plural de la información entre los candidatos presidenciales durante las elecciones de 2016 y 2021, en función de los encuadres y valores-noticia aplicados en las notas informativas?

Preguntas de investigación

Las siguientes preguntas de investigación orientan el estudio y buscan dar respuesta al problema planteado. A través de ellas se indaga cómo la agencia Andina distribuyó la cobertura entre los candidatos a la presidencia de la República en términos de equidad y pluralidad, qué encuadres y valores-noticia predominaron en las notas electorales y, finalmente, si existieron diferencias sustantivas entre los procesos de 2016 y 2021. Están planteadas en los siguientes términos:

- ¿Cómo se distribuye la presencia de los candidatos en términos de equidad y pluralidad informativa en los procesos electorales analizados?
- ¿Qué encuadres predominan en la cobertura periodística electoral de la agencia Andina y cómo estos varían entre los procesos desarrollados el 2016 y el 2021?
- ¿Qué valores-noticia son más frecuentes en la construcción de la cobertura y qué implicancias tienen para la equidad informativa?

- ¿Existen diferencias significativas en la cobertura electoral de 2016 respecto a la de 2021 en relación con la pluralidad y equidad?

Hipótesis

En el presente estudio se formulan una hipótesis general y varias hipótesis específicas que orientan la contrastación empírica de las variables analizadas. Estas proposiciones derivan del problema de investigación y de los objetivos planteados, y buscan explicar la relación existente entre los criterios de noticiabilidad aplicados en la cobertura periodística de la agencia Andina y el grado de equidad informativa alcanzado durante las etapas electorales de los años 2016 y 2021.

Hipótesis general:

- La cobertura electoral de la agencia Andina durante las elecciones de 2016 y 2021 presenta un patrón plural en la representación de candidatos, pero evidencia un desbalance en la equidad informativa debido a la aplicación diferenciada de encuadres y valores-noticia, favoreciendo a aquellos postulantes con mayor presencia mediática y respaldo electoral.

Hipótesis específicas:

- Los encuadres declarativo-episódico predominan en ambas elecciones, en desmedro de enfoques propositivos o críticos-comparativos, lo que limita la profundidad del debate público.
- Los valores-noticia de jerarquía y conflicto tienen mayor peso en la cobertura, lo que contribuye a la sobrerrepresentación de determinados candidatos.

- Entre 2016 y 2021 se observa una tendencia hacia una mayor pluralidad en términos de cobertura, aunque persisten limitaciones en la equidad de distribución informativa.

Objetivos

En coherencia con el problema de investigación y las variables planteadas, se formulan los siguientes objetivos que orientan el desarrollo del estudio. Estos permiten establecer la dirección del análisis y delimitar el alcance de la investigación en torno a la cobertura informativa de la agencia Andina durante las elecciones generales de 2016 y 2021. A continuación, se presenta el objetivo general y los objetivos específicos derivados de él.

Objetivo general

Analizar la cobertura electoral de la Agencia de Noticias Andina durante los procesos generales de 2016 y 2021, con el propósito de evaluar en qué medida garantizó equidad y pluralidad informativa a través de los encuadres y valores-noticia presentes en las notas periodísticas.

Objetivos específicos

- Examinar la distribución de la cobertura entre los candidatos para determinar el nivel de equidad y pluralidad informativa.
- Identificar los encuadres predominantes en las notas electorales y comparar su variación entre los procesos de 2016 y 2021.
- Analizar la frecuencia y el peso de los valores-noticia en la construcción de la cobertura, evaluando sus implicancias en la equidad informativa.

- Comparar los resultados de ambos procesos electorales con el fin de establecer continuidades y cambios en la cobertura de la agencia Andina en términos de pluralidad y equidad.

Diseño de investigación

El estudio corresponde a un diseño cuantitativo, descriptivo y comparativo de carácter longitudinal retrospectivo. Se emplea el análisis de contenido como metodología principal, codificando las notas informativas en función de encuadres y valores-noticia previamente definidos. Esta estrategia metodológica permite cuantificar patrones de cobertura y compararlos entre los procesos electorales de 2016 y 2021, identificando continuidades y variaciones en términos de equidad y pluralidad informativa.

En atención a estos objetivos, la tesis se organiza en cuatro capítulos que permiten abordar el problema de investigación desde su contexto hasta las conclusiones y recomendaciones finales.

El Capítulo I describe el contexto político de las elecciones generales de 2016 y 2021 y desarrolla los antecedentes sobre el rol de la Agencia Andina como medio estatal en la cobertura electoral. El Capítulo II presenta el marco teórico que fundamenta el estudio, abordando los enfoques de framing, los criterios de noticiabilidad y los principios de equidad y pluralidad informativa. El Capítulo III detalla el diseño metodológico, las variables de estudio y las técnicas utilizadas en el análisis de contenido aplicado a las notas informativas de Andina. Finalmente, el Capítulo IV expone y discute los resultados del análisis, evaluando la cobertura de la agencia en función de la diversidad de voces políticas, la equidad informativa y los encuadres

aplicados. A continuación, se presentan las conclusiones principales de la investigación.

De este modo, la estructura de la tesis asegura un desarrollo progresivo y coherente, que va del análisis contextual a la reflexión conceptual, de la evidencia empírica a la discusión teórica, y concluye con aportes prácticos y académicos sobre el papel de la agencia Andina en los procesos electorales recientes del Perú.



Capítulo I. Contexto y antecedentes

Este capítulo presenta el contexto político y mediático en el que se desarrollaron las elecciones generales de 2016 y 2021, a fin de comprender las condiciones institucionales y comunicacionales que enmarcaron la cobertura informativa de la Agencia Andina.

1.1 Contexto político

El Perú ha experimentado, desde hace varias décadas, una profunda fragmentación de su sistema político partidario, lo que ha contribuido al distanciamiento entre la clase política y la ciudadanía en general (Mendoza, 2022; Duarte, 2022). Este fenómeno no es exclusivo del país, sino que se observa también en diversas regiones de Europa, América del Norte y, especialmente, en América Latina. En el caso peruano, Tanaka (2007) advierte que la representación política no garantiza la existencia de partidos consolidados, capaces de responder de manera efectiva a las demandas, expectativas e identidades de los votantes.

Una manifestación de esta fragmentación es la proliferación de candidaturas en las elecciones presidenciales. En los comicios de 2016 compitieron 10 postulantes¹, mientras que en 2021 fueron 18², cifras excepcionalmente altas en el

¹ En la primera vuelta de las elecciones generales de 2016 compitieron finalmente diez fórmulas presidenciales: Keiko Fujimori Higuchi (Fuerza Popular), Pedro Pablo Kuczynski (Peruanos por el Kambio), Verónica Mendoza Frisch (Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad), Alfredo Barnechea García (Acción Popular), Alan García Pérez (Alianza Popular: APRA-PPC), Alejandro Toledo Manrique (Perú Posible), Gregorio Santos Guerrero (Democracia Directa), Ántero Flores-Aráoz Esparza (Partido Orden), Miguel Hilario Escobar (Progresando Perú) y Fernando Olivera Vega (Frente Esperanza).

² Compitieron finalmente Andrés Alcántara Paredes (Democracia Directa), Ciro Gálvez Herrera (Renacimiento Unido Nacional – RUNA), Daniel Salaverry Villa (Somos Perú), Daniel Urresti Elera (Podemos Perú), George Forsyth Sommer (Victoria Nacional), Hernando de Soto (Avanza País – Partido de Integración Social), José Vega Antonio (Unión por el Perú), Julio Guzmán Cáceres (Partido Morado), Keiko Fujimori Higuchi (Fuerza Popular), Marco Arana Zegarra (Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad), Ollanta Humala Tasso (Partido Nacionalista Peruano), Pedro Castillo Terrones (Perú Libre), Rafael López Aliaga (Renovación Popular), Rafael Santos Normand (Perú Patria Segura), Verónica Mendoza Frisch (Juntos por el Perú), Yonhy Lescano Ancieta (Acción

contexto latinoamericano y global. Este incremento no es un fenómeno coyuntural en el sistema peruano, sino que parece haberse convertido en una característica sustantiva del mismo: en la actualidad, 43 partidos están aptos para participar en las elecciones del 2026, según el Jurado Nacional de Elecciones (JNE).

Si bien la multiplicidad de opciones puede interpretarse como una ampliación del espectro representativo, ello no asegura un verdadero fortalecimiento institucional ni una representación de calidad. En numerosos casos, se trata más bien de liderazgos personalistas apoyados en relaciones clientelares de tipo patrón-cliente (Murakami, 2008).

Según Levitsky y Cameron (2003), el debilitamiento de los partidos políticos en América Latina ha generado un vacío que se ha llenado con liderazgos personalistas y candidatos ajenos al establishment. En el Perú, esta dinámica se refleja en la desconexión de las organizaciones políticas con los ciudadanos, lo que ha facilitado la aparición de candidaturas que se presentan como alternativas al statu quo.

Este contexto de fragmentación y baja representatividad se traduce en altos niveles de confrontación política, particularmente evidentes en torno a la candidatura de Keiko Fujimori Higuchi (Fuerza Popular), cuyo liderazgo polariza al país. Como señala Tuesta (2017), en el Perú los sentimientos contrarios hacia un candidato específico suelen influir de manera decisiva en la votación en este sistema electoral.

1.1.1 Elecciones 2016

Popular), César Acuña Peralta (Alianza para el Progreso – APP) y Alberto Beingolea Delgado (Partido Popular Cristiano – PPC).

Estas condiciones estructurales se reflejaron de manera clara en el proceso electoral de 2016, donde la debilidad de los partidos y la polarización en torno al fujimorismo se combinaron con episodios que marcaron decisivamente la contienda. La dinámica de esa campaña estuvo atravesada tanto por la fuerza de liderazgos personalistas como por decisiones institucionales que alteraron el curso de la competencia.

Uno de los episodios más relevantes fue la exclusión de Julio Guzmán, candidato de Todos por el Perú, quien en los primeros meses de la campaña se perfilaba como una opción competitiva frente a la favorita Keiko Fujimori. La decisión del JNE se sustentó en irregularidades en el proceso de democracia interna de su partido, lo que generó un intenso debate sobre la legitimidad del proceso y el alcance de las normas electorales.

Otro caso relevante fue la exclusión de César Acuña, de Alianza para el Progreso (APP), acusado de infringir la ley electoral al entregar dádivas en plena campaña. Estas exclusiones alteraron de manera significativa el panorama, favoreciendo la consolidación de candidaturas que, en un inicio, no aparecían entre las más competitivas.

En el ámbito de la competencia efectiva, el protagonismo recayó en Fujimori, quien partió como favorita con una sólida estructura partidaria y un discurso de continuidad respecto a la línea política de su padre, el expresidente Alberto Fujimori. Como ya se ha dicho, su candidatura generó gran polarización, pues mientras un sector del electorado valoraba la experiencia de su agrupación y mostraba simpatía hacia la postulante, otro rechazaba cualquier opción vinculada al fujimorismo por su

historial de autoritarismo, desprecio de las normas democráticas y denuncias de corrupción que alcanzan a sus principales representantes históricos.

En contraste, Pedro Pablo Kuczynski (PPK), líder de Peruanos por el Cambio (PPK), representó la alternativa liberal y tecnocrática, apoyada en su trayectoria como economista y exministro de Economía. Aunque inicialmente no figuraba en los primeros lugares de intención de voto, su candidatura se fortaleció hacia el final de la campaña, canalizando el voto antifujimorista.

Asimismo, Verónica Mendoza, del Frente Amplio, emergió como una opción progresista con un discurso centrado en la justicia social, el fortalecimiento del Estado y la redistribución de la riqueza. Su crecimiento en las encuestas evidenció un sector ciudadano dispuesto a apoyar un cambio más profundo frente al modelo económico vigente.

Otros candidatos también tuvieron relevancia coyuntural: Alan García, en representación de la Alianza Popular (integrada por el APRA y el PPC), buscaba su tercera presidencia, pero su candidatura no logró consolidarse; y Alejandro Toledo, de Perú Posible, igualmente no consiguió resonancia significativa, debilitado por cuestionamientos éticos.

El resultado de la primera vuelta fue claro: Keiko Fujimori alcanzó el primer lugar con más del 39 % de los votos válidos, seguida por Pedro Pablo Kuczynski con poco más del 21 %. El estrecho margen en la segunda vuelta —donde PPK se impuso por apenas 41,000 votos— dejó en evidencia el profundo nivel de polarización del electorado.

En términos de contexto político, estas elecciones estuvieron atravesadas por un debate sobre la calidad de la democracia, el rol de los organismos electorales y la corrupción en la política. La cobertura mediática, incluida la de la agencia Andina, se vio condicionada por este debate y por la urgente necesidad de dar presencia mediática a todas las voces en competencia, cautelando los principios de pluralidad y equidad de la información transmitida a la ciudadanía.

1.1.2 Elecciones 2021

En cuanto a las elecciones del 2021, el proceso se desarrolló en un contexto sin precedentes debido a la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de Covid-19 y el clima de inestabilidad política.

Respecto a lo primero, las restricciones a la movilidad y las medidas sanitarias condicionaron una campaña electoral que ya era atípica por el elevado número de candidaturas inscritas, fenómeno que se atribuye a la volatilidad del sistema de partidos y a la fragmentación del espectro representativo, compuesto en su mayoría por agrupaciones sin respaldo ideológico ni bases consolidadas, pero que funcionan principalmente por el interés del caudillo en obtener algún nivel de poder político a través del voto popular.

Por otro lado, la inestabilidad institucional intensificada desde la derrota de Fujimori el 2016 —que trajo como consecuencia la vacancia de Pedro Pablo Kuczynski en 2018, la sucesión de Martín Vizcarra, la disolución del Congreso en 2019, la breve presidencia de Manuel Merino en noviembre de 2020 y la posterior asunción de Francisco Sagasti—confirmaron al sistema político peruano como uno de los más volátiles a escala global, lo cual, a su vez, se tradujo en una generalizada pérdida de desconfianza ciudadana hacia la clase política.

La pandemia de la covid-19 no solo condicionó el marco socioeconómico de las elecciones de 2021, sino que alteró radicalmente las estrategias de campaña de los candidatos. Las restricciones sanitarias impuestas por el Gobierno —limitación de reuniones públicas, distanciamiento social y prohibición de mítines multitudinarios— obligaron a los partidos a replantear la forma de llegar al electorado. En lugar de concentraciones masivas en plazas o estadios, los postulantes tuvieron que recurrir a mecanismos de campaña virtual, utilizando con mayor intensidad las redes sociales, transmisiones en vivo, entrevistas remotas y publicidad digital.

Asimismo, el impacto de la pandemia fue directo sobre los propios candidatos. Algunos de ellos contrajeron la enfermedad en plena campaña, lo que modificó su presencia en medios y su relación con los votantes. El caso más difundido en la opinión pública fue el de George Forsyth, de *Victoria Nacional*, quien debió suspender actividades presenciales tras dar positivo a Covid-19, lo que explicaría en parte la pérdida de dinamismo en su candidatura, que había arrancado como favorita en los primeros sondeos. Situaciones similares enfrentaron otros postulantes y miembros de sus equipos, reforzando la percepción de vulnerabilidad colectiva frente a la crisis sanitaria.

Frente a ese panorama, los postulantes se apoyaron en plataformas digitales y entrevistas televisivas para suplir la imposibilidad de realizar grandes mítines. La brecha tecnológica y territorial también jugó un papel importante: la campaña virtual favoreció a quienes contaban con mayores recursos de comunicación en Lima, mientras que en provincias el contacto directo, aunque reducido, mantuvo peso en la construcción de apoyos.

En este contexto, los medios de comunicación, incluyendo la agencia Andina, se convirtieron en actores centrales para mediar entre los candidatos y el electorado. La difusión de actividades oficiales y declaraciones sustituyó, en gran medida, a la interacción física con los votantes, reforzando el papel de los criterios de noticiabilidad en la visibilidad de las candidaturas.

El resultado de la primera vuelta sorprendió al país: Pedro Castillo obtuvo el primer lugar con alrededor del 19 % de votos válidos, seguido por Keiko Fujimori con un 13 %. La victoria de Castillo causó un alto revuelo y mayor conflictividad política y social debido a los temores que generaba debido a su supuesta adhesión a postulados de izquierda radical y al comunismo. De ese modo, mientras que la campaña electoral transcurrió en un clima de polarización extrema, diversos sectores, principalmente políticos, económicos y mediáticos, promovieron un discurso que buscaba desprestigiar al candidato Pedro Castillo, asociándolo con el terrorismo (Mendoza, 2022).

La campaña de segunda vuelta estuvo atravesada por acusaciones de fraude, desinformación y una narrativa polarizante que dividió profundamente a la sociedad peruana. Finalmente, Castillo ganó la presidencia por un margen estrecho, consolidando la percepción de que el país se encontraba dividido en mitades prácticamente irreconciliables.

Desde la perspectiva mediática, estas elecciones mostraron un reto aún mayor que en 2016. La cobertura periodística debió adaptarse a un contexto de campaña virtual y a un clima de alta desconfianza ciudadana. Para un medio estatal como Andina, la pluralidad formal se sostuvo en la difusión de actividades de todos los

candidatos, pero la equidad se vio condicionada por enmarcamientos y factores de noticiabilidad que analizaremos más adelante.

Estos dos apartados permiten situar la investigación en realidades electorales muy distintas. En 2016, el proceso estuvo dominado por exclusiones y por la confrontación entre el fujimorismo y sus opositores; en 2021 -aunque se mantuvieron muchas condiciones observadas en la anterior elección-, la crisis política y la pandemia configuraron un escenario de polarización más aguda y de aparición de outsiders. Ambos contextos condicionaron directamente la labor de los medios y generaron un desafío institucional, en especial de la agencia Andina, en lo relativo a pluralidad, equidad y criterios de noticiabilidad.

Periodismo y elecciones

Esta fragmentación y confrontación política generan un escenario complejo para la labor periodística, especialmente durante los procesos electorales, donde la transmisión de información equilibrada es crucial. Los medios de comunicación actúan como intermediarios entre los hechos políticos y la ciudadanía, facilitando la comprensión de la realidad política y contribuyendo a que los ciudadanos tomen decisiones electorales informadas (Martínez, 2011; Matthes, 2012, citado en Muñiz, 2014).

No obstante, los medios no solo transmiten información, sino que también actúan como actores políticos con intereses propios. Califano (2015) señala que los medios “son actores políticos con intereses particulares que se mueven en un campo atravesado por relaciones de poder” (p. 63). Esto implica que las empresas de comunicación pueden favorecer determinadas posiciones políticas, ya sea por afinidad ideológica o por intereses económicos.

Esta dinámica se ve reforzada en contextos de concentración mediática, donde un número reducido de propietarios limita la diversidad de voces y reduce la pluralidad de perspectivas (Mastrini y Becerra, 2007). En el Perú, esta realidad se evidenció durante las elecciones de 2021, cuando el acceso a los recursos mediáticos fue desigual entre los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori. Castillo fue blanco de campañas de desprestigio, incluyendo la instrumentalización del “terruqueo” como herramienta de ataque político (Mendoza, 2022). Asimismo, Macassi (2021) advierte que, en tres noticieros televisivos de señal privada, Castillo apareció repetidamente con connotaciones negativas, mientras que la cobertura de Fujimori fue significativamente más favorable.

Frente a estas desigualdades, los medios estatales y públicos adquieren especial relevancia al estar llamados a ofrecer información más plural y equilibrada, contribuyendo a que la ciudadanía tome decisiones fundamentadas y mitigando los sesgos presentes en los medios privados.

1.2 Medios estatales, públicos y privados

En contextos de alta polarización, los medios estatales cumplen un rol estratégico, ya que su cobertura no responde a las demandas del mercado, sino a criterios de servicio público, con el objetivo de ofrecer una visión plural de los diferentes actores de la sociedad (Morais y Sousa, 2014; Becerra y Waisbord, 2015).

Mastrini (2011) distingue entre medios estatales y medios públicos: los primeros suelen funcionar como órganos de difusión de las políticas del gobierno en el poder, mientras que los segundos buscan ofrecer contenidos de calidad y diversidad cultural. Becerra y Waisbord (2015) destacan que los medios estatales están mayormente sujetos a la lógica política de quienes detentan el poder, mientras

que los medios públicos garantizan independencia editorial y financiera, pluralidad de contenido y rendición de cuentas ante la sociedad.

Medina (2007) enfatiza que los medios públicos deben proporcionar igualdad de acceso a la información y a los espacios de expresión, promoviendo la formación de identidades sociales y fomentando la participación ciudadana en los debates democráticos. Gaëtan Tremblay (1988, citado en Mastrini, 2011) define el servicio público como una actividad de interés general reconocida por el Estado, que no puede depender exclusivamente del sector privado ni de las leyes del mercado.

En este marco, la Agencia Peruana de Noticias Andina se configura como un medio híbrido o mixto que presenta características de medio de comunicación estatal y público. Al respecto, Paz (2023) enfatiza que, si bien la agencia está adscrita a Editora Perú, empresa estatal de derecho privado integrada al Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (Fonafe) y que recibe financiamiento autogenerado por Editora Perú, su carácter público se expresa mediante la transmisión a la población de información relevante, de calidad y de servicio general, intentando trascender los intereses gubernamentales o de la lógica del mercado, con la finalidad de contribuir a la formación de ciudadanos mejor informados, garantizando pluralidad y calidad en la cobertura de asuntos de interés público, particularmente durante procesos electorales.

1.3 Antecedentes

El apartado de antecedentes busca revisar los principales aportes académicos relacionados con la agencia Andina y, de manera complementaria, los enfoques teóricos aplicados al estudio de la comunicación política. En este sentido, resulta relevante considerar tanto los trabajos que examinan el rol de los medios estatales en

coyunturas políticas como aquellos que emplean el framing como herramienta de análisis para comprender la construcción de la agenda informativa. Asimismo, se incluyen investigaciones sobre la cobertura de la prensa en contextos electorales, las cuales ofrecen marcos comparativos útiles para identificar patrones, fortalezas y limitaciones en la difusión de información durante campañas políticas.

1.3.1 La labor de Andina en etapa electoral

En los últimos años, el trabajo de la agencia Andina fue objeto de atención académica desde múltiples perspectivas. Se han efectuado investigaciones sobre el uso de redes sociales como Twitter (hoy X) por parte de sus periodistas en la cobertura de coyunturas políticas relevantes (Pichihua, 2017); la utilización del *live streaming* durante el referéndum nacional de 2018 (Bravo, 2021); los efectos del avance tecnológico en la configuración del lenguaje periodístico (Salmón, 2009); la influencia de los gobiernos en la línea editorial de la agencia (Panduro, 2009); o el tratamiento de las noticias económicas abordado por Suárez (2016) y Miranda (2019), entre otros. Si bien estos trabajos aportan información valiosa sobre el rol de la agencia estatal en distintos ámbitos, ninguno se concentra en su desempeño específico durante periodos electorales.

La revisión de literatura muestra, en efecto, que los estudios analíticos del trabajo de Andina en etapas electorales son escasos. Los pocos que han abordado tal asunto suelen tratar el tema de manera periférica, enmarcándolo dentro de discusiones más amplias sobre comunicación política o sobre el rol de los medios estatales.

Entre los abordajes más interesantes, Cuadra (2009) sostiene que, en las elecciones del 2006, a pesar de los esfuerzos por dar cobertura a todos los

postulantes, Andina priorizó a los candidatos con mayores opciones de triunfo o más presencia mediática, mientras que postulantes con menor intención de voto recibieron una atención secundaria. Para el autor, este sesgo no respondía a motivaciones políticas, sino a una economía de recursos que obligaba a concentrar los esfuerzos en actores considerados más relevantes dentro de la esfera pública.

Este patrón, como se verá más adelante, parece repetirse en procesos electorales posteriores, lo que sugiere la existencia de una característica estructural en la cobertura: un tratamiento diferenciado de los candidatos según su jerarquía política o mediática.

Un análisis con matices similares lo ofrece Chaman (2009). Al estudiar la imparcialidad informativa de Andina y su relación con el fin del monopolio de la publicidad estatal, revisa la cobertura del referéndum de 1993 y concluye que la agencia mantuvo el “carácter de herramienta de difusión del régimen”, iniciado durante el segundo gobierno de Fernando Belaunde. Según el autor, Andina reprodujo un “esquema de información/desinformación” que favoreció al oficialismo, proyectando la idea de una victoria rotunda cuando, en realidad, los resultados fueron estrechos.

Así, mientras Cuadra interpreta el tratamiento desigual como consecuencia de limitaciones logísticas, Chaman lo vincula a una estrategia propagandística subordinada al poder político. Estas lecturas contrastantes ponen en evidencia que el desempeño de Andina en procesos electorales admite interpretaciones divergentes: eficiencia periodística frente a instrumentalización política.

En contraste, Paz (2023) plantea una visión más positiva. Según su investigación, durante las elecciones de 2021 Andina desplegó esfuerzos para

garantizar una cobertura equitativa y plural, lo cual se reflejó en entrevistas a 15 de los 18 candidatos en primera vuelta, así como en 119 notas informativas dedicadas a cada una de las dos fuerzas en contienda durante la segunda vuelta. A diferencia de Cuadra y Chaman, que documentaron tratamientos diferenciados, Paz afirma que la agencia alcanzó un desempeño equilibrado.

Ahora bien, al comparar estas tres perspectivas, las conclusiones podrían depender en buena medida del periodo analizado. La distancia temporal entre las coyunturas revisadas por Cuadra y Chaman (años noventa y dos mil) y la más reciente evaluada por Paz (2021) abre la posibilidad de que se hayan producido transformaciones institucionales orientadas a fortalecer la pluralidad informativa. Sin embargo, cabe señalar que incluso el estudio de Paz aborda la cobertura electoral de manera tangencial, sin profundizar en un análisis sistemático del contenido.

En consecuencia, la literatura revisada revela dos vacíos importantes. Por un lado, no se ha problematizado de forma explícita la dimensión de la equidad informativa: se reconoce que algunos candidatos reciben mayor cobertura, pero no se evalúa hasta qué punto ello afecta la pluralidad de voces ni si responde a criterios de noticiabilidad legítimos. Por otro lado, los estudios privilegian explicaciones sobre las intenciones atribuidas a la agencia, pero carecen de evaluaciones empíricas de los encuadres noticiosos y de los valores-noticia que guían la cobertura. Esta ausencia dificulta determinar si los sesgos observados obedecen a decisiones editoriales deliberadas o al propio comportamiento mediático de los candidatos.

En suma, la investigación existente, aunque heterogénea y valiosa, confirma la necesidad de análisis actualizados y sistemáticos que permitan evaluar con mayor

precisión el grado de equidad y pluralidad de la cobertura electoral realizada por Andina.

1.3.2 Frames como herramienta de análisis

En el estudio de la comunicación política contemporánea, los encuadres periodísticos se han consolidado como una herramienta metodológica clave para examinar la manera en que los medios construyen sentido y orientan la interpretación de los hechos públicos. Su aplicación permite identificar los énfasis narrativos, las estrategias discursivas y las perspectivas dominantes en la cobertura informativa de los actores políticos.

Diversas investigaciones han empleado el análisis de encuadres en contextos electorales para evaluar la neutralidad o el sesgo de los medios. Por ejemplo, Cappella y Jamieson (1997) demostraron que el predominio de los marcos estratégicos o de “juego político” tiende a desplazar la atención del debate programático hacia la competencia electoral, alimentando el cinismo ciudadano. De Vreese (2005) amplió este enfoque en el ámbito europeo, mostrando cómo los medios utilizan marcos de conflicto y responsabilidad para simplificar la complejidad política. En América Latina, estudios como los de Macassi (2019, 2021) evidencian que el uso de encuadres episódicos y de conflicto sigue siendo una tendencia en las coberturas de campañas, lo cual repercute en la calidad del debate democrático.

En el caso de medios estatales, el uso de encuadres adquiere una dimensión normativa relevante, pues la selección y la construcción narrativa de los contenidos deben contribuir a garantizar pluralidad de voces y equidad informativa.

En este marco, la presente investigación adopta el enfoque del *framing* como instrumento de análisis empírico que permite observar la estructura y orientación de

las noticias publicadas por la agencia Andina durante los procesos electorales de 2016 y 2021. A través de la identificación de los encuadres predominantes — declarativo-episódico, propositivo-temático y crítico-comparativo— se busca determinar si la agencia privilegia determinados tipos de construcción narrativa y cómo ello incide en la equidad y pluralidad informativa de su cobertura.

De esta manera, los encuadres se entienden aquí no solo como un componente teórico del estudio, sino como una herramienta operativa que posibilita analizar de forma sistemática la manera en que un medio estatal configura su representación de los candidatos y del proceso electoral en su conjunto.

1.3.3 Los medios de comunicación y la cobertura electoral

La cobertura periodística de los procesos electorales se ha consolidado como un objeto central de estudio dentro de la comunicación política, pues los medios de comunicación no solo difunden información sobre los candidatos, sino que también inciden en la forma en que los ciudadanos interpretan los acontecimientos.

Diversas investigaciones coinciden en señalar que, durante las campañas, la prensa tiende a priorizar la lógica del “juego estratégico” o “horse race”, enfatizando encuestas, probabilidades de victoria y confrontaciones entre los contendientes, en lugar de dar un espacio equilibrado a los programas o propuestas temáticas (Patterson, 1993; Cappella y Jamieson, 1997; Serrano, 2007).

Asimismo, se ha observado que la visibilidad que reciben los candidatos no suele distribuirse de manera uniforme. Los aspirantes con mayores posibilidades en las encuestas o con mayor capacidad de generar hechos noticiosos tienden a concentrar una cobertura más amplia, lo que puede derivar en desequilibrios que afectan la pluralidad y la equidad informativa (Cuadra, 2009; Hopmann et al., 2011).

En la misma línea, Morais y Sousa (2014), concluyen que la cobertura periodística de las campañas electorales refleja el orden político de las sociedades, pues los partidos que obtienen más votos son aquellos a los cuales los medios de comunicación prestan mayor atención. Esta situación es especialmente relevante en democracias con alta fragmentación política, donde la exposición mediática puede tener un peso considerable en la viabilidad de los candidatos menos conocidos

Otro rasgo característico es la recurrencia a marcos narrativos centrados en el conflicto y la personalización, que simplifican la contienda en términos de confrontaciones y atributos individuales de los políticos, en lugar de promover un debate de fondo sobre políticas públicas (Strömbäck y Kaid, 2014). Si bien este tipo de cobertura puede incrementar el interés informativo y captar la atención de las audiencias, también conlleva riesgos para la calidad de la deliberación pública, al reducir la complejidad de los problemas a narrativas de competencia electoral.

Finalmente, la literatura resalta la importancia del rol de los medios estatales y públicos, que se encuentran bajo la expectativa de garantizar un tratamiento equitativo y plural de las candidaturas. No obstante, estudios en América Latina evidencian tensiones persistentes entre los principios normativos de imparcialidad y las prácticas editoriales concretas, lo cual abre un campo de investigación relevante para analizar la medida en que los medios de titularidad estatal cumplen con estándares democráticos en contextos electorales (Becerra y Waisbord, 2015).

En síntesis, la cobertura periodística de los procesos electorales se caracteriza por una combinación de dinámicas estructurales —como la lógica estratégica, la personalización y el énfasis en el conflicto— y condicionantes institucionales —como la obligación de asegurar pluralidad y equidad en medios públicos—, aspectos que

en conjunto configuran un escenario complejo para el análisis académico de la comunicación política.

1.3.4 Cobertura electoral en medios estatales

La cobertura periodística de las campañas electorales constituye uno de los momentos más críticos para evaluar el papel de los medios estatales. A diferencia de los medios privados, cuya línea editorial suele responder a intereses empresariales o partidistas, los medios de titularidad estatal tienen la responsabilidad de actuar bajo principios de equidad, pluralidad e imparcialidad, dado que operan con recursos públicos (Becerra y Waisbord, 2015). Esto los coloca en una posición estratégica dentro de las democracias: garantizar que todas las candidaturas tengan acceso a la difusión y que la ciudadanía reciba información suficiente y equilibrada para ejercer un voto informado.

Sin embargo, la literatura especializada advierte que este ideal normativo rara vez se cumple en América Latina. Mastrini y Becerra (2007) señalan que los medios estatales en la región han sido históricamente gestionados como herramientas de propaganda gubernamental, a diferencia de los medios públicos europeos, que cuentan con mecanismos regulatorios que aseguran su autonomía editorial y financiera. Esta diferencia explica, en gran medida, por qué en los contextos latinoamericanos los procesos electorales suelen estar acompañados de cuestionamientos sobre el uso de los medios estatales para favorecer al partido de gobierno.

Tensiones entre principios y prácticas

Waisbord (2013) sostiene que el periodismo, incluido el de titularidad estatal, enfrenta tensiones estructurales entre los principios normativos de servicio público — diversidad, neutralidad y rendición de cuentas— y las presiones políticas o institucionales que condicionan su autonomía. En la misma línea, Becerra y Waisbord (2015) advierten que los medios públicos en América Latina han experimentado históricamente dificultades para garantizar imparcialidad y equidistancia, debido a su inserción en dinámicas de control gubernamental.

Durante las campañas electorales, esta tensión se traduce en coberturas desbalanceadas, donde los candidatos oficialistas tienden a recibir mayor visibilidad y tratamiento favorable. Guerrero y Márquez-Ramírez (2014), en su estudio comparado sobre sistemas mediáticos latinoamericanos, muestran cómo en países como México, Argentina y Venezuela los medios estatales han privilegiado sistemáticamente al oficialismo en detrimento de voces opositoras.

En contraste, experiencias europeas como la BBC en Reino Unido, o la ARD/ZDF en Alemania, evidencian que los medios públicos regulados pueden cumplir un rol democratizador. Hallin y Mancini (2004) destacan que estos sistemas aseguran espacios de tiempo gratuito, organización de debates y cobertura balanceada, lo que contribuye a nivelar el acceso de los partidos a la opinión pública. Estos contrastes permiten situar el caso peruano y analizarse empíricamente si la práctica de Andina responde a este mandato o reproduce las asimetrías propias de la región.

La cobertura electoral como campo de disputa

La literatura también muestra que la cobertura electoral en medios estatales se convierte en un campo de disputa política y simbólica. De acuerdo con Norris (2000), los medios durante las campañas no solo informan sobre los actores, sino que

también influyen en el modo en que los ciudadanos perciben la legitimidad del proceso. En este sentido, la parcialidad en medios estatales puede erosionar la confianza pública en las instituciones y, en última instancia, afectar la calidad democrática.

La UNESCO (2019) ha establecido indicadores claros para evaluar la cobertura electoral de los medios públicos: pluralidad de voces, transparencia en la asignación de espacios, imparcialidad en el tratamiento noticioso y rendición de cuentas ante la ciudadanía. No obstante, estudios en América Latina señalan una brecha considerable entre estos estándares y las prácticas reales (Becerra y Waisbord, 2015), lo que reafirma la necesidad de investigaciones empíricas que permitan medir el grado de cumplimiento de dichos principios.

Implicancias para el caso peruano

En el caso del Perú, la agencia Andina ocupa una posición singular, pues combina características de un medio gubernamental con rasgos propios de un servicio público (Paz, 2023). Esta doble naturaleza hace que, en contextos electorales, su cobertura se convierta en un termómetro clave para evaluar la capacidad del Estado de garantizar información equilibrada en un escenario marcado por la polarización y la fragmentación partidaria.

En principio, la equidad y la pluralidad deberían constituir no solo valores deseables, sino obligaciones institucionales que orienten su mandato, dado que se trata de un medio sostenido con recursos públicos y con la misión de servir a la ciudadanía en su conjunto.

Sin embargo, los antecedentes revisados confirman que la cobertura electoral en medios estatales suele ubicarse en una tensión permanente entre el mandato normativo de equidad y pluralidad y las prácticas concretas condicionadas por intereses políticos.

Mientras que los marcos regulatorios internacionales y las experiencias comparadas, especialmente en Europa, subrayan la necesidad de un periodismo equilibrado que fortalezca la deliberación democrática, la evidencia latinoamericana muestra que los medios estatales han reproducido históricamente dinámicas de instrumentalización, favoreciendo de manera sistemática a los oficialismos en turno. Esta contradicción refleja la distancia entre los principios proclamados y las prácticas reales de cobertura.

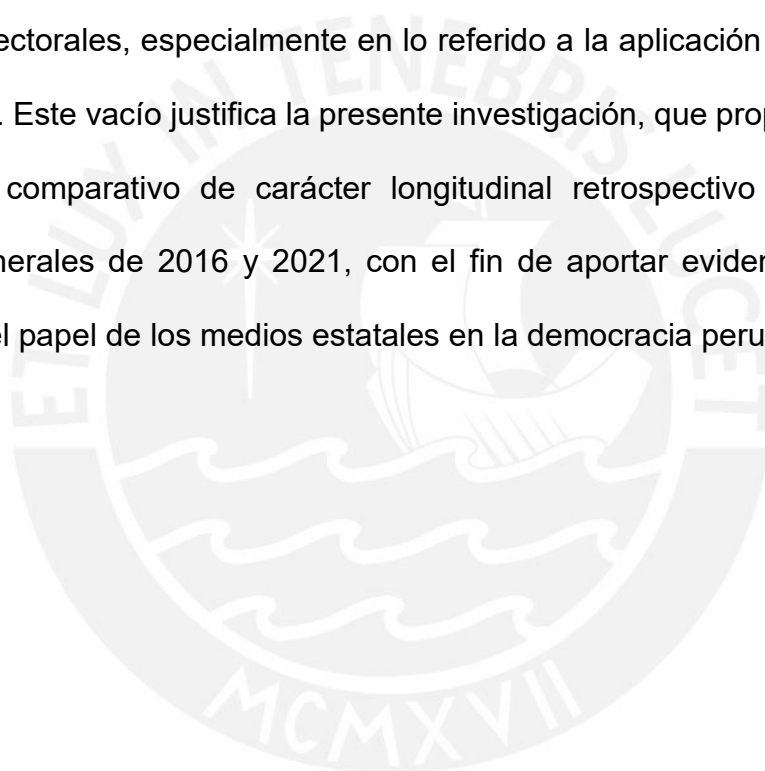
En el caso peruano, esta tensión adquiere especial relevancia por la ausencia de estudios sistemáticos sobre la actuación de Andina durante los procesos electorales. Aunque existen numerosos análisis sobre los sesgos en los medios privados, que documentan un trato desigual hacia distintos candidatos, la cobertura de los medios estatales ha recibido menor atención académica.

Este vacío impide valorar con precisión en qué medida Andina cumple con el rol de servicio público que debería caracterizarla y si su práctica se aproxima a los estándares internacionales de pluralidad y equidad o, por el contrario, reproduce las asimetrías propias de la región.

Analizar cómo Andina selecciona, distribuye y encuadra la información electoral resulta entonces indispensable para determinar hasta qué punto su labor contribuye a una representación equilibrada de los distintos actores políticos. En este sentido, la cobertura del medio no solo refleja la diversidad social existente, sino que

también delimita qué voces ingresan en el debate público y cuáles quedan relegadas. Esta función estructural convierte a la agencia en un espacio clave para observar las tensiones entre pluralidad formal y equidad sustantiva, entre los ideales democráticos de acceso igualitario y las prácticas concretas de producción informativa.

En conclusión, los estudios revisados evidencian aportes relevantes sobre la agencia Andina y sobre el uso del framing y la noticiabilidad en el análisis periodístico. No obstante, aún falta un examen sistemático de la equidad y pluralidad informativa en periodos electorales, especialmente en lo referido a la aplicación de encuadres y valores-noticia. Este vacío justifica la presente investigación, que propone un análisis cuantitativo y comparativo de carácter longitudinal retrospectivo aplicado a las elecciones generales de 2016 y 2021, con el fin de aportar evidencia empírica al debate sobre el papel de los medios estatales en la democracia peruana.



Capítulo II. Marco teórico

El marco teórico ofrece las herramientas conceptuales necesarias para comprender y analizar el objeto de estudio. A través de esta sección se revisan y discuten las categorías que orientan la investigación —equidad, pluralidad, encuadres y noticiabilidad—, las cuales permiten evaluar el desempeño de la agencia Andina durante los procesos electorales de 2016 y 2021. Estas nociones, desarrolladas en la literatura de comunicación política y estudios de medios, constituyen la base analítica que guiará la interpretación de los resultados y su contraste con los antecedentes revisados.

2.1 Enmarcando la Realidad

El concepto de framing ha ocupado un lugar central en los estudios de comunicación política y periodismo al ofrecer una herramienta teórica que permite comprender cómo los medios seleccionan, estructuran y presentan la información en función de determinados significados. Su desarrollo parte de aproximaciones sociológicas sobre la interpretación de la realidad, en las cuales los mensajes mediáticos son entendidos como construcciones que otorgan sentido a los acontecimientos.

En esa línea, Goffman (1974) definió los encuadres (frames) como “esquemas de interpretación” que permiten a los individuos organizar experiencias y dar significado a los aspectos de la realidad social que perciben. Siguiendo esta perspectiva constructivista, Gamson y Modigliani (1989) conciben los encuadres como “paquetes interpretativos” que organizan y dotan de coherencia al discurso mediático, de modo que los mensajes no se transmitan de manera aislada, sino

integrados en narrativas que les otorgan sentido. Desde esta perspectiva, los encuadres funcionan como una “idea organizadora central” que da significado a una secuencia de acontecimientos en desarrollo. En otras palabras, actúan como hilos narrativos que configuran una visión más amplia y significativa de los procesos políticos y sociales.

Asimismo, Kuypers (2009) sostiene que los encuadres son procesos de selección y énfasis mediante los cuales ciertos aspectos de la realidad se privilegian sobre otros, influyendo en la manera en que las audiencias interpretan los hechos.

Estas aproximaciones coinciden en subrayar la capacidad de los marcos para organizar el discurso y orientar la interpretación, aunque difieren en el énfasis: mientras Gamson y Modigliani destacan su carácter estructurador, Kuypers resalta su dimensión estratégica en la construcción del significado.

Entman (1993) profundizó esta conceptualización al describir el encuadre como el acto de “seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto comunicativo” (p. 52, traducción propia), con el propósito de promover una definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento. Esta formulación evidencia que los encuadres cumplen funciones descriptivas, interpretativas y normativas, otorgando a los medios un poder significativo en la configuración de la opinión pública al orientar la percepción hacia determinados ángulos de interpretación.

En la misma línea, Tankard (2001) concibe los encuadres como un “eje central” capaz de organizar y otorgar significado a un conjunto de contenidos periodísticos. Por su parte, De Vreese (2005) destaca el carácter dinámico del framing, entendido como un proceso que abarca tanto la construcción de los marcos como su circulación

mediática y sus efectos sobre actitudes y percepciones ciudadanas. En el plano operativo, Macassi (2019) subraya que los encuadres facilitan la elaboración periodística al permitir una rápida identificación y categorización de los acontecimientos, simplificando así la producción y circulación de las noticias.

Consideradas en conjunto, estas definiciones muestran que el framing puede entenderse como una herramienta de construcción narrativa (Gamson y Modigliani; Tankard), un proceso de selección estratégica (Kuypers) y un mecanismo de influencia sobre la interpretación pública (Entman). De este modo, el encuadre se sitúa en la intersección entre lenguaje, narrativa y poder en la comunicación.

No obstante, Entman (1993) advirtió que este campo teórico se caracteriza por un “paradigma fragmentado” debido a la diversidad de aproximaciones y metodologías. En concordancia, Scheufele e Iyengar (2018) señalan que no existe una definición unívoca del framing; sin embargo, Lecheler y De Vreese (2019) consideran que esta pluralidad constituye una fortaleza, pues ha permitido la consolidación de una tradición investigativa amplia y en constante evolución.

Desde una perspectiva complementaria orientada a efectos del encuadre, Iyengar (1991) introdujo la distinción entre enmarcamientos episódicos y temáticos, clave para comprender cómo el público atribuye responsabilidad política según el tipo de narrativa mediática. Asimismo, Cappella y Jamieson (1997) documentaron la presencia del strategic-game framing, predominante en coberturas basadas en estrategias y conflicto más que en propuestas programáticas, con consecuencias como el cinismo ciudadano y la desafección política, patrón también corroborado en campañas europeas (De Vreese, 2004). A su vez, Semetko y Valkenburg (2000) aportaron una tipología ampliamente utilizada en estudios comparativos, que

comprende los encuadres de conflicto, interés humano, consecuencias económicas, moralidad y atribución de responsabilidad.

Además, McCombs (2004) establece una conexión entre agenda-setting y framing al plantear que, mientras el primero responde a la pregunta “¿sobre qué pensar?”, el framing aborda “¿cómo pensar sobre lo que se piensa?”, desempeñando un papel central en la construcción de atributos y significados asociados a los temas de la agenda pública.

Para ordenar este campo, Scheufele (1999) distingue tres ejes de investigación: frame building, centrado en la construcción de los marcos; media frames, enfocado en el análisis de su expresión mediática; y audience frames, orientado a la manera en que las audiencias interpretan e internalizan los encuadres.

En síntesis, los encuadres constituyen estructuras de significado que guían la interpretación de la realidad mediática. Su estudio permite examinar los mecanismos mediante los cuales los medios otorgan mayor relevancia a ciertos aspectos de la política, definen problemas, asignan responsabilidades y delimitan los márgenes de la deliberación pública, abarcando tanto la producción como la recepción e impacto de los mensajes (Macassi, 2019).

En el marco de esta investigación, esta diversidad conceptual y metodológica es un insumo fundamental. Analizar el framing en la cobertura de la agencia Andina durante procesos electorales requiere reconocer estas aproximaciones para evaluar si la agencia construye marcos episódicos o temáticos, estratégicos o de conflicto, y cómo estos influyen en la equidad y pluralidad informativa, dimensiones esenciales en la labor de un medio estatal.

2.2 Tipologías de encuadres

El desarrollo de la teoría del *framing* ha derivado en la identificación de distintas tipologías que permiten comprender cómo los medios estructuran la información. Estas no deben entenderse como categorías excluyentes, sino como aproximaciones complementarias que enriquecen el análisis del discurso mediático y amplían las posibilidades metodológicas para su estudio.

2.2.1 Encuadres genéricos. Hacen referencia a patrones recurrentes que aparecen en la cobertura mediática y que pueden aplicarse a una gran diversidad de temas. Entman (1993) los describe como estructuras amplias que permiten organizar el discurso periodístico más allá de un caso específico. Neuman, Just y Crigler (1992) evidenciaron la presencia de este tipo de marcos en debates públicos variados, mientras que Semetko y Valkenburg (2000) sistematizaron cinco encuadres recurrentes en la prensa europea: conflicto, interés humano, consecuencias económicas, moralidad y atribución de responsabilidad. Esta tipología ha sido ampliamente replicada por su capacidad de operacionalizar el análisis de contenido y generar comparaciones entre diferentes contextos mediáticos y políticos. En el caso de esta investigación, la noción de encuadres genéricos resulta útil para observar si Andina privilegia marcos como el conflicto durante la cobertura electoral.

2.2.2 Encuadres narrativos. Gamson y Modigliani (1989) introdujeron el concepto de “paquetes interpretativos”, una forma de encuadres narrativos que operan mediante metáforas, ejemplos o imágenes culturales. Estos marcos cumplen una función doble: por un lado, estructuran la información, y por otro, apelan a valores compartidos que otorgan legitimidad al mensaje. Su relevancia radica en que no solo

informan, sino que también dotan de sentido a los hechos políticos mediante relatos que conectan con la identidad cultural de las audiencias.

En el contexto electoral, este tipo de encuadre puede observarse en coberturas que construyen imágenes simbólicas de los candidatos (como el “maestro rural” o la “lideresa autoritaria”), reforzando narrativas que trascienden lo meramente informativo.

2.2.3 Encuadres de nivel: episódicos y temáticos. Iyengar (1991) propuso una de las distinciones más influyentes: los encuadres episódicos y temáticos. Los primeros se centran en casos particulares, incidentes o coyunturas específicas, mientras que los segundos presentan los problemas en un contexto más amplio y estructural.

Esta diferencia tiene consecuencias directas en la atribución de responsabilidad: mientras el enfoque episódico tiende a personalizar y responsabilizar a individuos, el temático favorece explicaciones colectivas e institucionales.

Investigaciones posteriores, como las de Gamson (1992) y Macassi (2016), confirmaron la utilidad de esta distinción en coberturas electorales, donde el predominio de marcos episódicos puede reducir la discusión política a eventos coyunturales, alejándola del debate sobre propuestas programáticas. En el caso de Andina, identificar la proporción entre coberturas episódicas y temáticas permitirá valorar si su tratamiento informativo favorece la profundidad del debate democrático o si, por el contrario, lo simplifica en exceso.

2.2.4 Encuadres estratégicos o de juego político. Otra tipología central es el *strategic-game framing* o encuadre estratégico. Jamieson (1992) y Patterson (1994)

documentaron cómo los medios tienden a cubrir las elecciones como una “carrera de caballos”, centrada en tácticas, encuestas, alianzas y probabilidades de victoria más que en contenidos sustantivos. De Vreese y Semetko (2002) confirmaron su recurrencia en campañas europeas, donde este tipo de encuadre desplaza la discusión de fondo hacia la lógica del espectáculo. En el plano democrático, su predominio implica riesgos: fomenta el cinismo político, convierte la política en competencia mediática y presiona a los candidatos a privilegiar estrategias de impacto antes que propuestas programáticas.

2.2.5 Encuadres negativos. Ansolabehere, Iyengar y Simon (1993) mostraron cómo el uso creciente de marcos negativos en campañas electorales puede reducir la participación ciudadana al desalentar a los votantes. Posteriormente, Lengauer et al. (2012) demostraron que los encuadres negativos erosionan la confianza en actores políticos e instituciones. Este tipo de enmarcamiento no solo afecta la percepción individual, sino que también genera consecuencias colectivas: fomenta la polarización, debilita la credibilidad política y reduce la calidad de la deliberación pública.

2.2.6 Encuadre partisano. El enmarcamiento partisano alude a la práctica de estructurar la cobertura mediática en sintonía con intereses ideológicos o partidarios. Druckman (2001) evidenció que los ciudadanos son más proclives a aceptar marcos provenientes de fuentes afines a su identidad política, lo cual refuerza la selectividad en la exposición y la interpretación. En un sentido similar, Baum y Groeling (2008) mostraron que los medios partidistas privilegian narrativas favorables a su sector, construyendo así un entorno comunicativo polarizado. Levendusky (2013) agrega que este tipo de encuadre amplifica la polarización afectiva, al intensificar la distancia emocional entre votantes de distintos bandos.

En el ámbito latinoamericano, Macassi (2021) advierte que el enmarcamiento partisano se manifiesta en coberturas que deslegitiman selectivamente a determinados candidatos, configurando un campo de disputa simbólica mediada por afinidades ideológicas. Este enfoque resulta clave para el presente estudio, pues permite valorar si Andina cautela principios de imparcialidad o si, de manera explícita o implícita, reproduce sesgos partidarios en su cobertura electoral.

En conjunto, estas tipologías constituyen un marco conceptual robusto para examinar la cobertura mediática de procesos electorales. Su aplicación permite identificar patrones sistemáticos en la representación de candidatos, partidos y temas, lo que resulta crucial para determinar si un medio estatal como Andina cumple con su mandato de ofrecer información equitativa y plural, o si, por el contrario, reproduce sesgos que limitan la calidad de la deliberación democrática.

2.3 Consecuencias del framing en la comunicación política

El uso de determinados encuadres en la cobertura mediática no solo organiza y simplifica la información, sino que también genera efectos significativos sobre la percepción ciudadana y la calidad del debate democrático. La literatura ha mostrado de forma consistente que los encuadres condicionan cómo los votantes interpretan los acontecimientos políticos, asignan responsabilidades y valoran a los actores en contienda.

Uno de los efectos más estudiados es la tendencia de los medios a cubrir las elecciones bajo el prisma de la competencia estratégica entre candidatos. Jamieson (1992) y Patterson (1993) identificaron que la prensa privilegia encuadres centrados en quién va ganando o perdiendo, en lugar de analizar propuestas programáticas. Este estilo de cobertura, conocido como *horse-race journalism*, convierte la contienda

electoral en una competencia deportiva donde priman encuestas, tácticas y alianzas, con el riesgo de que la política se perciba como espectáculo y no como deliberación sustantiva sobre problemas sociales.

Este énfasis en la competencia estratégica se relaciona con otro efecto ampliamente documentado: el cinismo político. Cappella y Jamieson (1997) demostraron que cuando la cobertura enfatiza el cálculo electoral y las motivaciones tácticas de los actores, los ciudadanos tienden a interpretar la política como un juego de intereses particulares. Este proceso erosiona la confianza en los representantes y en las instituciones, alimentando la apatía y la desafección democrática.

Los efectos del framing, sin embargo, no se limitan a la percepción individual. Aalberg, Strömbäck y De Vreese (2012) advierten que la hegemonía de los marcos estratégicos y de conflicto distorsiona la deliberación pública, al reducir la atención hacia los problemas de fondo. En la misma línea, Blumler y Coleman (2010) sostienen que este estilo de cobertura degrada la credibilidad política y afecta la capacidad de los medios para sostener una conversación democrática de calidad.

Otros autores han señalado que el problema también radica en la forma episódica y personalizada de los encuadres. Iyengar (2004) mostró que, al focalizarse en casos concretos y personalizar la información, se limita la comprensión ciudadana de los factores estructurales que subyacen a los fenómenos sociales. La consecuencia es una opinión pública más propensa a responsabilizar a individuos específicos y menos capaz de evaluar dinámicas sistémicas. En esa línea, De Vreese (2005) añade que la recurrencia de encuadres de conflicto y juego político empobrece el debate electoral, al desplazar las discusiones de política pública por narrativas de confrontación y estrategia.

En conjunto, estas investigaciones revelan que los encuadres no son neutrales: pueden simplificar en exceso la política, incentivar la polarización y reducir la confianza ciudadana en la democracia. Este hallazgo adquiere especial importancia en el caso de medios estatales como la agencia Andina, cuya misión institucional implica garantizar pluralidad, equilibrio y calidad informativa. Evaluar qué tipos de encuadres predominan en su cobertura electoral permitirá determinar si cumple con esta función democrática o si, por el contrario, reproduce las mismas lógicas de espectacularización y cinismo observadas en la prensa privada.

Si bien el análisis de los encuadres permite comprender los efectos que la cobertura puede tener sobre la percepción ciudadana y la calidad democrática, resulta igualmente necesario indagar en los criterios internos que orientan la selección y jerarquización de los hechos. En este punto, la noción de noticiabilidad adquiere relevancia, pues explica los factores que determinan qué sucesos logran convertirse en noticias y bajo qué lógicas se estructuran dentro de la agenda mediática.

2.4 Los criterios de noticiabilidad

La literatura especializada define los criterios de noticiabilidad como un conjunto de valores vinculados con la producción de las noticias, que actúan como filtros para determinar qué acontecimientos se transforman en información periodística. Estos criterios, también denominados valores-noticia (*news values*), permiten comprender cómo se seleccionan los hechos, cómo se estructuran las narrativas mediáticas y cuáles adquieren mayor relevancia en la agenda pública.

El trabajo clásico de Galtung y Ruge (1965) marcó un punto de partida al identificar doce factores que incrementan la probabilidad de que un hecho sea cubierto: frecuencia, amplitud, claridad, significatividad, consonancia, sorpresa,

continuidad, composición, referencia a élites políticas o países, personalización y negatividad. Su aporte fue fundamental porque mostró que la noticiabilidad no es arbitraria, sino que responde a patrones recurrentes. Sin embargo, su tipología ha sido cuestionada por su sesgo hacia sociedades occidentales de mediados del siglo XX, lo que evidenció la necesidad de actualizaciones.

En esa línea, Wolf (1991) sostiene que la noticiabilidad es el mecanismo a través del cual los sistemas informativos gestionan la cantidad y el tipo de acontecimientos convertidos en noticias. Para este autor, los valores-noticia responden a la pregunta: ¿qué hechos son lo suficientemente interesantes o relevantes para ser noticia? Martini (2000) complementa esta perspectiva al destacar que la noticiabilidad no solo depende de los atributos del acontecimiento, sino también de las rutinas profesionales y de la cultura periodística que orienta la selección. En otras palabras, lo noticiable no es un rasgo objetivo del hecho, sino el resultado de una negociación social e institucional.

Túñez y Guevara (2009) proponen una clasificación más reciente que enfatiza el papel de la relevancia social de las fuentes, la cantidad de personas implicadas, la proyección futura y las consecuencias de los hechos. Asimismo, destacan la importancia del conflicto y de la proximidad geográfica o cultural, que refuerzan la idea de que los valores-noticia operan como un sistema flexible y contextual.

La investigación contemporánea confirma que estos criterios se mantienen vigentes, aunque adaptados al ecosistema digital. Harcup y O'Neill (2001, 2017), por ejemplo, actualizaron la lista clásica al incluir factores como entretenimiento, sorpresa, agenda de celebridades o valor visual, mostrando cómo la digitalización y la lógica de la inmediatez han reconfigurado lo noticiable. Molina et al., (2018) añaden que los

criterios deben entenderse como constructos dinámicos, en constante negociación entre periodistas, audiencias y estructuras mediáticas.

En suma, la literatura revela tres consensos clave: (1) los valores-noticia no son universales ni estáticos, sino históricos y contextuales; (2) cumplen una función doble, pues facilitan la labor periodística pero también pueden limitar la diversidad informativa; y (3) su aplicación está atravesada por las rutinas, la cultura profesional y la orientación editorial de cada medio. Esta última dimensión resulta especialmente relevante en el caso de los medios estatales, donde el riesgo de instrumentalización política puede tensionar el principio de pluralidad.

Con base en esta revisión, la presente investigación adopta cinco criterios de noticiabilidad —jerarquía/peso mediático, novedad, actualidad, conflicto e impacto— como variables analíticas para examinar la cobertura electoral de la agencia Andina. Se trata de una selección sustentada en la literatura clásica y contemporánea, que permitirá identificar hasta qué punto los patrones de cobertura favorecen o limitan la equidad informativa y la pluralidad durante procesos electorales. Estos valores, ampliamente discutidos en la literatura, permiten observar cómo los medios deciden qué hechos son dignos de convertirse en noticia y cómo los presentan al público.

2.4.1 Jerarquía/peso mediático. Este criterio se vincula con la relevancia institucional o mediática de los actores involucrados en un acontecimiento. Galtung y Ruge (1965) identificaron la “referencia a personas de élite” como un factor que aumenta la probabilidad de selección noticiosa, mientras que Wolf (1987) señala que el nivel jerárquico de los sujetos implicados constituye un filtro decisivo en la producción informativa. En campañas electorales, ello se traduce en un predominio de cobertura hacia candidatos con mayor notoriedad política o mediática.

2.4.2 Novedad. La novedad se refiere al carácter inesperado o inédito de un acontecimiento. Galtung y Ruge (1965) consideran que la imprevisibilidad incrementa la noticiabilidad, mientras que Harcup y O'Neill (2001, 2017) confirman que la novedad sigue siendo un valor central en el periodismo contemporáneo. En el marco de unas elecciones, hechos sorpresivos —como renuncias, crisis internas o incidentes inesperados— tienden a atraer una mayor atención mediática.

2.4.3 Actualidad. La actualidad se relaciona con la vigencia temporal de los hechos. Según Wolf (1987) y Martini (2000), la proximidad temporal entre el suceso y su difusión constituye un elemento clave de la noticiabilidad. Así, los medios tienden a priorizar acontecimientos recientes, privilegiando aquello que conecta directamente con la inmediatez del ciclo informativo.

2.4.4 Conflicto. El conflicto constituye uno de los valores más persistentes en la producción de noticias. Galtung y Ruge (1965) ya lo destacaban como un factor de fuerte atracción, mientras que Harcup y O'Neill (2017) muestran que este criterio permanece central en las coberturas actuales. En el ámbito electoral, los enfrentamientos entre candidatos o partidos suelen recibir mayor atención que el debate sobre propuestas programáticas, reforzando una lógica de confrontación más que de deliberación.

2.4.5 Impacto. El impacto alude a las consecuencias de un hecho en términos sociales, económicos o políticos. Martini (2000) lo vincula con la significatividad y la gravedad del acontecimiento, mientras que Harcup y O'Neill (2017) lo relacionan con la relevancia y el poder de las élites. En las campañas electorales, este valor se traduce en la cobertura de acciones o propuestas que afectan a un número significativo de ciudadanos o que tienen implicancias en la vida pública nacional.

En conjunto, estos cinco criterios permiten estructurar un análisis que vincula la literatura clásica y contemporánea sobre noticiabilidad con la cobertura electoral en un medio estatal. Además, aportan un marco para evaluar hasta qué punto la agencia selecciona sus noticias en función de valores profesionales y universales del periodismo, o si reproduce sesgos que afectan la equidad y la pluralidad informativa.

2.5 Equidad y pluralidad

La equidad y la pluralidad constituyen categorías fundamentales para analizar la cobertura mediática en procesos electorales. En escenarios donde la atención pública se concentra en los candidatos y sus propuestas, resulta crucial examinar cómo los medios representan a los distintos actores políticos ante la ciudadanía. Ambos conceptos no solo delimitan el deber ético y profesional del periodismo, sino que también se vinculan estrechamente con la calidad del sistema democrático.

El debate sobre estos principios se remonta al pluralismo, noción que adquirió relevancia en Europa a partir de la década de 1980, cuando instituciones como el Consejo Europeo comenzaron a discutir la necesidad de garantizar la diversidad mediática, especialmente en la televisión, como condición para el fortalecimiento democrático (Llorens y Costache, 2013). Aunque esas discusiones asentaron las bases normativas del pluralismo, su carácter cualitativo y amplio dificultó su aplicación práctica en políticas de comunicación. Precisamente por ello, diversos autores han buscado precisarlo. Miguel de Bustos (2004), por ejemplo, distingue entre pluralismo, entendido como la multiplicidad de opiniones y puntos de vista en la sociedad, y pluralidad, asociada a los factores sociales que deben encontrar representación en los medios para sostener una democracia. Esta diferencia permite pasar de un

principio general a un criterio operativo que vincula directamente el rol de los medios con la representación social.

Desde una perspectiva normativa, organismos como la UNESCO sostienen que el pluralismo y la diversidad son condiciones esenciales de los sistemas mediáticos democráticos, en tanto garantizan acceso a medios diversos y autónomos (UNESCO, 2008). En el plano académico, Karppinen (2013) propone entender el pluralismo como la distribución del poder comunicativo en la esfera pública, más allá del simple conteo de medios. En términos empíricos, Humanes et al. (2013) destacan que el acceso a perspectivas variadas en la información televisiva es lo que permite a la ciudadanía formarse una opinión propia e informada.

Esta preocupación conecta con la distinción entre pluralismo externo e interno: mientras el primero depende de la diversidad de medios y líneas editoriales en un sistema, el segundo exige que cada medio, por sí mismo, refleje diferentes perspectivas en sus contenidos (Humanes et al., 2013). Hallin y Mancini (2004) retoman esta distinción en su análisis comparado de sistemas mediáticos y muestran que, en contextos de alta concentración empresarial, el pluralismo externo suele debilitarse, lo que convierte al pluralismo interno en un indicador central de calidad democrática. Un medio estatal como la agencia Andina, en consecuencia, está especialmente obligado a garantizar este pluralismo interno en su cobertura electoral.

La relación entre pluralidad y equidad aparece con más claridad en aportes posteriores. McQuail (2010) subraya que la diversidad y la equidad son valores normativos centrales en la comunicación de masas, porque aseguran que los ciudadanos accedan a información representativa de los múltiples intereses sociales y distribuida de manera equilibrada.

En este mismo sentido, la equidad ha sido definida como la capacidad de los medios para asignar a cada actor político un espacio proporcional a su relevancia pública (Gutiérrez Goba, 2008). La Organización de Estados Americanos (2011) refuerza esta visión al señalar que la equidad constituye una condición inherente a la cobertura balanceada en periodos electorales, ya que permite que todos los candidatos expongan sus plataformas en igualdad de condiciones.

A partir de esta revisión, resulta útil introducir una diferenciación conceptual entre pluralidad formal y equidad sustantiva. La primera se refiere a la mera presencia de distintos actores políticos en la cobertura, es decir, al cumplimiento básico de visibilizar diversas candidaturas en el escenario mediático. La segunda, en cambio, alude a la distribución justa y balanceada de esa cobertura, que garantiza condiciones efectivas de competencia y un acceso ciudadano más completo a la información electoral. Esta precisión es relevante porque un medio puede cumplir con la pluralidad formal sin alcanzar una verdadera equidad sustantiva, lo que limita la calidad del debate democrático.

En esta misma línea, García (1996-Avilés) sostiene que la equidad ha reemplazado a la objetividad como ideal periodístico más realista, dada la dificultad de alcanzar una neutralidad absoluta y las exigencias de inmediatez que pesan sobre el trabajo informativo. Por su parte, Cantú Escalante (2013) advierte que, si la competencia electoral no asegura la igualdad mínima en la difusión de propuestas, el ciclo democrático se ve afectado desde el inicio, pues los representantes electos no estarán obligados a responder a las prioridades ciudadanas. Las disposiciones legales que garanticen condiciones básicas de acceso a los medios para todos los partidos resultan, en este marco, indispensables.

Las reflexiones de Morais y Sousa (2018) añaden un matiz relevante: la pluralidad de la cobertura suele estar condicionada por la posición de los candidatos en la contienda, de modo que aquellos mejor ubicados en las encuestas reciben mayor exposición mediática. Este fenómeno refuerza a los grandes partidos y debilita la presencia de opciones minoritarias, bajo el argumento de que estos últimos no generan suficientes “eventos noticiosos” para ocupar espacio en la agenda mediática. En términos prácticos, la pluralidad se ve comprometida porque no todos los actores sociales logran acceder con la misma intensidad al espacio informativo.

Hallin (1986) ofrece un marco útil para entender este proceso al plantear las “esferas de discurso”, según las cuales los medios deciden qué temas y actores forman parte del consenso, cuáles de la controversia legítima y cuáles quedan relegados a la esfera de la desviación. Aplicado a las campañas electorales, este esquema muestra cómo los medios definen quién participa del debate democrático y quién queda invisibilizado, reflejando más el orden político vigente que la verdadera diversidad social.

De este modo, la forma en que los medios aplican criterios de noticiabilidad y recurren a determinados encuadres resulta decisiva para comprender los niveles de equidad y pluralidad alcanzados. El tipo de encuadre condiciona la representación de los candidatos y sus propuestas, mientras que la noticiabilidad determina qué sucesos se convierten en noticia. En conjunto, ambos factores moldean la agenda pública y definen si un medio, en particular uno estatal como la agencia Andina, cumple o no con su mandato democrático de ofrecer una cobertura plural, equilibrada y equitativa de la contienda electoral.

Capítulo III. Metodología

La metodología constituye el eje operativo de la investigación, pues establece el tipo de estudio, el diseño adoptado y las técnicas empleadas para alcanzar los objetivos planteados. A través de este apartado se explican los procedimientos que permiten analizar la cobertura electoral de la agencia Andina, garantizando rigor, coherencia y validez en el desarrollo del trabajo académico.

3.1 Tipo y diseño de investigación

El presente estudio se enmarca en un enfoque cuantitativo, de carácter descriptivo y comparativo, con un diseño longitudinal retrospectivo. Este enfoque permite medir de manera objetiva la frecuencia, proporción y distribución de la cobertura que la agencia Andina otorgó a los candidatos presidenciales en dos procesos electorales, así como establecer comparaciones entre los años 2016 y 2021.

En cuanto a su naturaleza, el análisis no busca establecer relaciones causales, sino describir y comparar patrones de equidad y pluralidad en la cobertura noticiosa durante contextos electorales distintos.

Respecto a su temporalidad, el diseño es longitudinal retrospectivo, pues se examinan datos correspondientes a periodos pasados (30 días previos a las elecciones de 2016 y 2021), con el fin de identificar cambios o continuidades en la representación mediática de los actores políticos.

La metodología principal empleada es el análisis de contenido, definido por Krippendorff (2019) como una técnica de investigación que permite hacer inferencias replicables y válidas a partir de datos en su contexto. Este método se aplica de manera sistemática y objetiva al estudio de mensajes comunicativos y resulta

especialmente pertinente en investigaciones sobre cobertura mediática, pues posibilita la categorización, codificación y cuantificación de los contenidos difundidos por la prensa. Como señalan Neuendorf (2017) e Igartua (2006), el análisis de contenido es ampliamente utilizado en estudios de comunicación política, al ofrecer una herramienta rigurosa para el examen de fenómenos como la pluralidad, la equidad y el framing en los medios de comunicación.

En consecuencia, el presente trabajo recurre a esta metodología para analizar las variables de equidad, pluralidad y periodo electoral, así como las dimensiones complementarias de encuadres noticiosos y valores de noticiabilidad, con el propósito de establecer de qué manera la agencia Andina representó a los candidatos presidenciales en los procesos de 2016 y 2021.

3.2 Delimitación del estudio

3.2.1 Universo de estudio. El universo de estudio está conformado por todas las notas informativas publicadas por la Agencia Peruana de Noticias Andina durante la etapa de la primera vuelta electoral de los años 2016 y 2021.

3.2.2 Muestra. La muestra definitiva quedó conformada por 172 notas publicadas entre el 11 de marzo y el 9 de abril de 2016 y 306 notas publicadas entre el 12 de marzo y el 10 de abril de 2021, lo que suma un total de 478 unidades de análisis. La diferencia en el número de notas publicadas en ambos procesos en periodos temporales idénticos se explica en la realización de tres debates presidenciales para el proceso del 2021, así como en la publicación de notas informativas que consignaron los perfiles y los planes de gobiernos de los postulantes, entre otros factores propios de la dinámica periodística en Andina.

3.2.3 Tipo de muestra. La muestra final estuvo constituida por el total de notas que cumplieron con los criterios señalados en ambos periodos. Se trata de una muestra intencional no probabilística, cuyo objetivo no es representar estadísticamente todas las publicaciones de Andina, sino identificar patrones de cobertura en los periodos seleccionados. Este tipo de muestreo es frecuente en análisis de medios y comunicación política (Krippendorff, 2013; Neuendorf, 2017).

3.2.4 Ventana temporal. Asimismo, se adoptó como criterio temporal el análisis de los treinta días previos a la primera vuelta en ambos procesos electorales. Esta ventana permite observar no solo la cobertura intensiva de la última semana, sino también la evolución informativa a lo largo del mes final de campaña, incorporando tanto las actividades intermedias como los eventos más decisivos (debates, cierres y encuestas finales). En la literatura especializada, si bien es común el uso de periodos más cortos —de diez a quince días— para el estudio de la cobertura electoral (Acosta y Parra, 1995; Strömbäck y Dimitrova, 2011; Estevez, Domínguez, y Graña, 2020), la ampliación a treinta días refuerza la representatividad del corpus y favorece la identificación de variaciones en la visibilidad de los candidatos.

3.2.4.1 Justificación de periodo electoral analizado. El análisis se circunscribió a las primeras vueltas de ambos procesos. Esta decisión responde a que en ellas participan todos los candidatos, lo que permite evaluar con mayor riqueza las variables de equidad y pluralidad. En cambio, la segunda vuelta restringe la competencia a dos postulantes, reduciendo la pluralidad y convirtiendo la equidad en un cálculo casi binario. Además, la primera vuelta asegura la comparabilidad entre ambos procesos electorales bajo condiciones similares de diversidad política. La

segunda vuelta constituye un escenario con dinámicas propias —polarización y alianzas— que ameritarían un estudio independiente.

3.2.5 Criterios de inclusión y exclusión. Con el fin de garantizar la pertinencia de las variables de equidad y pluralidad, el corpus se delimitó exclusivamente a las notas cuyo protagonista fue un candidato presidencial, excluyéndose aquellas centradas en instituciones (como la ONPE o el JNE), organismos de observación electoral u otros actores secundarios. Esta decisión responde al objetivo central de la investigación: evaluar la distribución de la cobertura periodística entre los postulantes a la presidencia, en tanto actores principales de la contienda electoral.

3.3 Variables y operacionalización

3.3.1 Variables de análisis

Las variables del estudio se definieron en función de los objetivos e hipótesis planteados, con el propósito de describir y comparar la cobertura electoral de la agencia Andina en los procesos de 2016 y 2021.

- **Equidad informativa:** se refiere a la distribución proporcional de la cobertura entre los distintos candidatos presidenciales.
- **Pluralidad:** alude a la presencia de todos los postulantes en la cobertura electoral, como indicador de diversidad representativa.
- **Encuadres noticiosos (framing):** categorías empleadas para identificar la forma en que los contenidos periodísticos representaron a los candidatos y sus propuestas.

- **Criterios de noticiabilidad (valores-noticia):** factores que orientan la selección y jerarquización de los hechos noticiosos, en este estudio operacionalizados en cinco dimensiones: jerarquía/peso mediático, novedad, actualidad, conflicto e impacto.

El estudio también considera una variable de contraste: el periodo electoral (2016 y 2021). Su función es aportar la dimensión longitudinal del análisis, posibilitando la comparación de los resultados de las variables principales en dos contextos distintos.

En conjunto, estas variables posibilitan evaluar tanto la distribución y diversidad de la cobertura (equidad y pluralidad) como las lógicas narrativas y de selección informativa (encuadres y valores-noticia), asegurando además la dimensión comparativa del estudio entre dos momentos electorales distintos.

3.3.2 Operacionalización de variables

La operacionalización de variables permitió traducir conceptos abstractos en criterios observables, asegurando así la posibilidad de un análisis sistemático y replicable.

En el caso de la equidad, se establecieron tres indicadores complementarios. El primero correspondió al cálculo del porcentaje de notas dedicadas a cada candidato respecto del total de piezas analizadas en cada periodo electoral. En segundo lugar, se midió la diferencia porcentual entre el candidato más cubierto y aquel con menor presencia mediática, con lo cual se pudo valorar la existencia de posibles asimetrías en la exposición.

La pluralidad se midió tomando en cuenta si todos los postulantes tuvieron espacio en la cobertura periodística de Andina, es decir, si Andina publicó notas informativas consignando sus actividades de campaña política.

En lo relativo a los encuadres noticiosos, se definieron indicadores específicos que facilitaron su identificación. El encuadre declarativo-episódico se reconoció cuando la nota priorizaba las declaraciones textuales de un candidato, sin aportar mayor contexto interpretativo. El encuadre propositivo-temático, en cambio, se aplicó a piezas en las que el énfasis recaía en propuestas de gobierno vinculadas con problemas públicos como la economía, la salud o la educación. Finalmente, el encuadre crítico-comparativo se identificó en aquellas notas en las que los candidatos cuestionaban de manera explícita a otros actores o establecían comparaciones entre programas o trayectorias políticas.

En cuanto a los criterios de noticiabilidad, se adaptaron cinco valores-noticia clásicos y pertinentes para a los fines de este estudio con base en la literatura analizada en el marco teórico. Estos son jerarquía o peso mediático, novedad, actualidad, conflicto e impacto.

La jerarquía o peso mediático se observó cuando los protagonistas de la nota eran candidatos con mayor intención de voto o cargos públicos relevantes. La novedad se identificó en informaciones que introducían hechos inéditos o presentados como tales. La actualidad se constató en notas ligadas a la agenda inmediata de campaña, mientras que el conflicto estuvo presente en piezas que destacaban enfrentamientos o controversias entre actores políticos. Por último, el impacto se reconoció cuando la información resaltaba consecuencias para un número significativo de ciudadanos o para el país en su conjunto.

3.4 Técnicas e instrumentos

3.4.1 Instrumentos de recolección de información

El instrumento principal fue una matriz de codificación en el software informático Excel, en la que se registraron de manera sistemática las variables e indicadores definidos. Como complemento se elaboró una ficha de codificación en Word que permitió aplicar de manera uniforme los criterios de análisis a cada nota.

3.4.2 Técnicas de análisis de datos

El análisis se desarrolló mediante procedimientos cuantitativos, principalmente a través de estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes y distribuciones comparativas), lo que permitió identificar patrones de equidad, pluralidad y noticiabilidad en las notas informativas analizadas.

En el caso de los encuadres, su identificación se realizó mediante indicadores previamente operacionalizados y codificados en la matriz de análisis. Si bien este proceso implicó una interpretación inicial de los marcos narrativos, su tratamiento posterior fue estrictamente cuantitativo, ya que se registró la presencia o ausencia de cada categoría en la base de datos.

Este enfoque combinó la medición objetiva de variables con una interpretación contextual mínima, lo que permitió no solo describir la distribución de los encuadres y valores-noticia, sino también comparar su variación entre los procesos electorales de 2016 y 2021.

3.4.3 Procedimiento de análisis

El proceso de análisis se desarrolló de manera gradual, siguiendo una secuencia de etapas diseñadas para garantizar la sistematicidad y la coherencia metodológica del estudio.

En primer lugar, se procedió a la delimitación del corpus, que incluyó todas las notas informativas publicadas por la agencia Andina durante los 30 días previos a la primera vuelta electoral en los años 2016 y 2021. Para asegurar la pertinencia temática, únicamente se seleccionaron aquellas piezas que abordaban actividades de campaña, declaraciones, propuestas programáticas o debates relacionados directamente con los candidatos presidenciales.

Posteriormente, se elaboró una ficha de codificación en formato Word, basada en las variables e indicadores definidos en la fase de operacionalización. Esta herramienta fue concebida para registrar de manera uniforme y estandarizada la información de cada nota periodística, reduciendo así la discrecionalidad del investigador.

Antes de la aplicación completa, se realizó un piloto de codificación con un conjunto de diez notas (cinco de 2016 y cinco de 2021). Esta prueba permitió comprobar la claridad de los indicadores y afinar la ficha de codificación. Como resultado, se incorporó un *frame descriptivo-informativo* para aquellas piezas centradas en la narración factual de actividades de campaña sin propuestas, declaraciones o críticas, y se adoptó el criterio de desagregar en registros separados las notas que incluían a más de un candidato, como las referidas a debates presidenciales. Estos ajustes fortalecieron la validez y replicabilidad del instrumento, tras lo cual se procedió al análisis del corpus completo.

Una vez ajustada la ficha, se procedió a la codificación del corpus. Cada nota fue analizada individualmente y sus características fueron registradas en una matriz digital elaborada en Excel. Esta matriz constituyó la base de datos del estudio y permitió sistematizar los resultados de manera ordenada.

Concluida la fase de codificación, se realizó el procesamiento de la información. Se calcularon frecuencias para cada variable e indicador, y se elaboraron tablas y gráficos comparativos que facilitaron la visualización de patrones y tendencias en la cobertura de las elecciones de 2016 y 2021.

Finalmente, los hallazgos cuantitativos se complementaron con la interpretación cualitativa de los encuadres y los valores-noticia, lo que posibilitó una lectura más profunda sobre la manera en que la agencia Andina representó a los candidatos en ambos procesos electorales. Esta interpretación se realizó en diálogo constante con el marco teórico, lo que permitió situar los resultados en el debate académico sobre equidad, pluralidad y noticiabilidad en medios estatales durante etapas electorales.

3.5 Validez y fiabilidad

Para asegurar el rigor del análisis, se consideraron los principios de validez y fiabilidad que orientan el uso del análisis de contenido en estudios de comunicación.

En cuanto a la validez de contenido, las categorías e indicadores fueron definidos a partir de la literatura especializada en comunicación política y análisis de medios (Krippendorff, 2019; Neuendorf, 2017; Entman, 1993; Galtung y Ruge, 1965; Wolf, 2000; Harcup y O'Neill, 2017). Esta fundamentación teórica garantizó que las variables analizadas correspondieran efectivamente a dimensiones relevantes para

evaluar la equidad, la pluralidad, los encuadres y la noticiabilidad en la cobertura electoral.

La validez interna se fortaleció mediante la aplicación de una prueba piloto con diez notas que permitió poner a prueba la ficha de codificación y ajustar la redacción de algunos ítems. Gracias a este procedimiento, se redujo la ambigüedad de ciertas categorías y se comprobó la pertinencia práctica de los indicadores antes de extender su aplicación al corpus completo.

En lo que respecta a la fiabilidad, si bien la codificación fue realizada por un único investigador, se adoptó un protocolo estandarizado que definió con precisión cada variable y cada valor-noticia. Esta estrategia redujo la discrecionalidad interpretativa y contribuyó a la consistencia en el registro de los datos. Neuendorf (2017) destaca que, en contextos de investigación individual, la claridad de las definiciones operativas y la aplicación uniforme de criterios constituyen mecanismos válidos para asegurar la confiabilidad del análisis. Asimismo, la inclusión de la matriz de codificación y de la ficha en los anexos facilita la replicabilidad del estudio por parte de otros investigadores, cumpliendo con lo que Krippendorff (2019) señala como condición fundamental para otorgar credibilidad a los hallazgos derivados del análisis de contenido.

3.6 Limitaciones

Como todo estudio académico, la presente investigación reconoce ciertos alcances y restricciones derivados de su diseño. En primer lugar, el análisis se circunscribe a los 30 días previos a la primera vuelta de los procesos electorales de 2016 y 2021. Esta decisión metodológica, si bien no refleja la totalidad de las dinámicas de campaña, responde al interés de observar la fase más intensa de

cobertura mediática, aquella donde se concentra la mayor atención ciudadana y política.

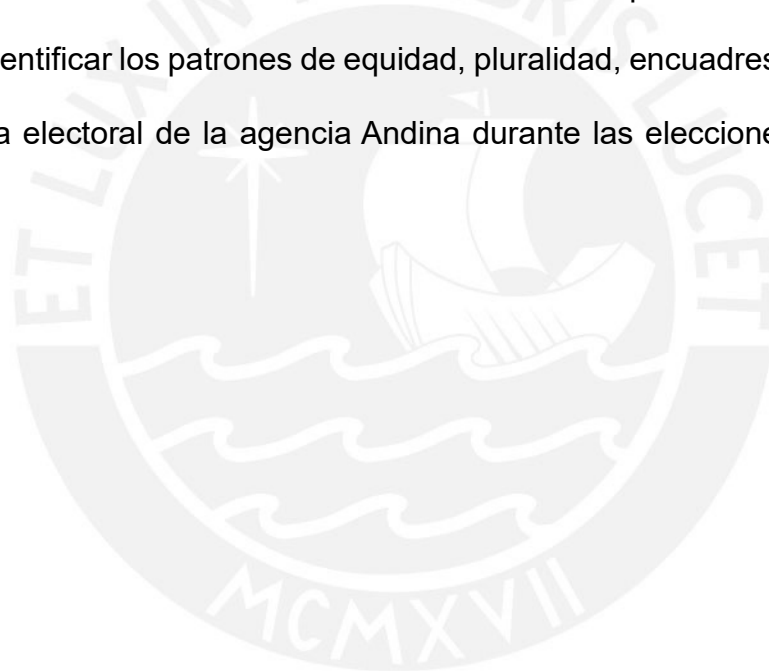
En segundo lugar, la investigación se centra exclusivamente en la agencia Andina, lo que impide generalizar los hallazgos al conjunto del sistema mediático peruano. Lejos de constituir una debilidad, esta delimitación responde al propósito de examinar el desempeño de un medio estatal con responsabilidades específicas en términos de equidad y pluralidad informativa.

Asimismo, la codificación de encuadres supone cierto margen interpretativo. Para reducir este riesgo, se aplicaron indicadores previamente definidos y una prueba piloto que fortaleció la claridad de los criterios. Este aspecto corresponde a la naturaleza del análisis de contenido, que combina sistematicidad en el registro con interpretación analítica del investigador.

Por último, en relación con la variable “jerarquía”, es cierto que el hecho de que todas las notas tengan como protagonistas a los candidatos limita parcialmente su capacidad de diferenciación. No obstante, esta categoría conserva utilidad como indicador relativo, ya que permite comparar niveles de visibilidad entre postulantes, objetivo central de este trabajo.

Finalmente, por tratarse de un diseño retrospectivo y comparativo, el estudio no está orientado a establecer relaciones causales entre la cobertura mediática y el comportamiento ciudadano. En consecuencia, los resultados se interpretan como patrones descriptivos de representación mediática y no como explicaciones directas de sus efectos sobre la opinión pública o el voto.

En síntesis, el diseño metodológico adoptado —de enfoque cuantitativo, descriptivo y comparativo, con carácter longitudinal retrospectivo— articula de manera coherente los objetivos de investigación con las técnicas de análisis aplicadas. La definición del corpus, la operacionalización de variables, la construcción de indicadores y la aplicación de instrumentos fueron pasos decisivos para garantizar la sistematicidad y el rigor del estudio. Asimismo, la consideración de criterios de validez y fiabilidad otorgó solidez a la interpretación de los datos, reforzando la confiabilidad de los hallazgos. Sobre esta base metodológica, el capítulo siguiente presenta los resultados del análisis de contenido del corpus seleccionado, con el propósito de identificar los patrones de equidad, pluralidad, encuadres y noticiabilidad en la cobertura electoral de la agencia Andina durante las elecciones generales de 2016 y 2021.



Capítulo IV. Resultados y discusión

El análisis comparado de los procesos electorales de 2016 y 2021 permite identificar continuidades y cambios en la cobertura periodística de la agencia Andina. Este apartado presenta los principales hallazgos en torno a la equidad, la pluralidad, los encuadres y los criterios de noticiabilidad, con el fin de evaluar cómo se distribuyó la visibilidad de los candidatos y qué patrones informativos marcaron cada contienda. La comparación de ambos contextos ofrece un panorama integral sobre el desempeño de un medio estatal en diferentes coyunturas políticas, aportando evidencia empírica al debate sobre el rol de la prensa pública en democracia.

La exposición de los hallazgos se organiza en cuatro apartados correspondientes a las variables centrales del estudio: equidad en la cobertura por candidato, pluralidad de voces políticas, encuadres periodísticos y criterios de noticiabilidad presentes en las notas informativas. En cada sección se incluyen tablas y una interpretación detallada de los datos, con el propósito de identificar continuidades y cambios en el tratamiento informativo de la agencia estatal.

4.1 Pluralidad de voces políticas (2016-2021)

La pluralidad implica la presencia de todos los candidatos en la cobertura, independientemente de la proporción asignada. En 2016, los 16 postulantes inscritos recibieron al menos una nota, lo que confirma la existencia de pluralidad formal mínima.

Algo similar ocurrió en 2021: los 18 candidatos participantes tuvieron presencia, aunque en algunos casos fue apenas marginal, con porcentajes cercanos al 1 %. Este resultado es relevante porque distingue pluralidad de equidad: mientras

la primera está garantizada por la ausencia de exclusiones, la segunda se ve limitada por las diferencias cuantitativas en la distribución. Así, Andina asegura la pluralidad formal, pero su cobertura presenta asimetrías en la visibilidad de los distintos actores.

En términos prácticos, la pluralidad mínima garantiza que todos los votantes puedan encontrar al menos una referencia a su candidato en la cobertura de Andina. Sin embargo, esta condición no asegura un acceso equilibrado a la información, pues los electores de candidatos con menor cobertura recibieron mucha menos exposición mediática. Por ello, es fundamental diferenciar entre pluralidad formal y equidad efectiva: la primera se cumple con la mera presencia, la segunda requiere una distribución proporcional.

4.2 Equidad en la cobertura por candidatos (2016-2021)

La variable equidad se operacionaliza a partir de la distribución de notas informativas asignadas a cada candidato. La siguiente tabla muestra la cobertura alcanzada por los principales candidatos la elección del 2016.

Tabla 1

Cobertura de candidatos en elecciones 2016 (30 días antes de la primera vuelta)

Candidato	N° de notas	%
Verónica Mendoza	27	15.7
Pedro Pablo Kuczynski	22	12.8
Alan García	20	11.6
Keiko Fujimori	19	11.0
Ántero Flores-Aráoz	18	10.5
Fernando Olivera	13	7.6
Alejandro Toledo	13	7.6

Candidato	N° de notas	%
Alfredo Barnechea	11	6.4
Miguel Hilario	10	5.8
Gregorio Santos	7	4.1
Daniel Urresti	3	1.7
Yehude Simon	3	1.7
Julio Guzmán	2	1.2
Gustavo Guerra García	2	1.2
Francisco Diez Canseco	1	0.6
César Acuña	1	0.6
Total	172	100

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de 2016 muestran una concentración de la cobertura en cuatro figuras principales: Verónica Mendoza (15,7 %), Pedro Pablo Kuczynski (12,8 %), Alan García (11,6 %), Keiko Fujimori (11,0 %) y Ántero Flores-Aráoz (10.5%). En conjunto, estos cuatro candidatos acumularon más del 60% de la cobertura total, reflejando un sesgo hacia quienes lideraban la intención de voto.

En 2021, la situación cambió. Aunque Verónica Mendoza volvió a ocupar el primer lugar (11,1 %), la cobertura estuvo más dispersa entre Hernando de Soto (9,8 %), César Acuña (9,2 %), George Forsyth (8,5 %) y Julio Guzmán (6,9 %). Este reparto más atomizado responde a un escenario electoral con mayor fragmentación y menor concentración de preferencias en torno a pocos candidatos. Esta relación se observa en la tabla a continuación:

Tabla 2

Cobertura de candidatos en elecciones 2021 (30 días antes de la primera vuelta)

Candidato	N° de notas	%
Verónica Mendoza	34	11.1
Hernando de Soto	30	9.8
César Acuña	28	9.2
George Forsyth	26	8.5
Julio Guzmán	21	6.9
Keiko Fujimori	20	6.5
Yhony Lescano	19	6.2
Ollanta Humala	17	5.6
Daniel Urresti	16	5.2
Rafael López Aliaga	15	4.9
Alberto Beingolea	14	4.6
Marco Arana	13	4.2
Pedro Castillo	12	3.9
Daniel Salaverry	11	3.6
Ciro Gálvez	10	3.3
Rafael Santos	10	3.3
Andrés Alcántara	7	2.3
José Vega	3	1.0
Total	306	100%

Fuente: Elaboración propia.

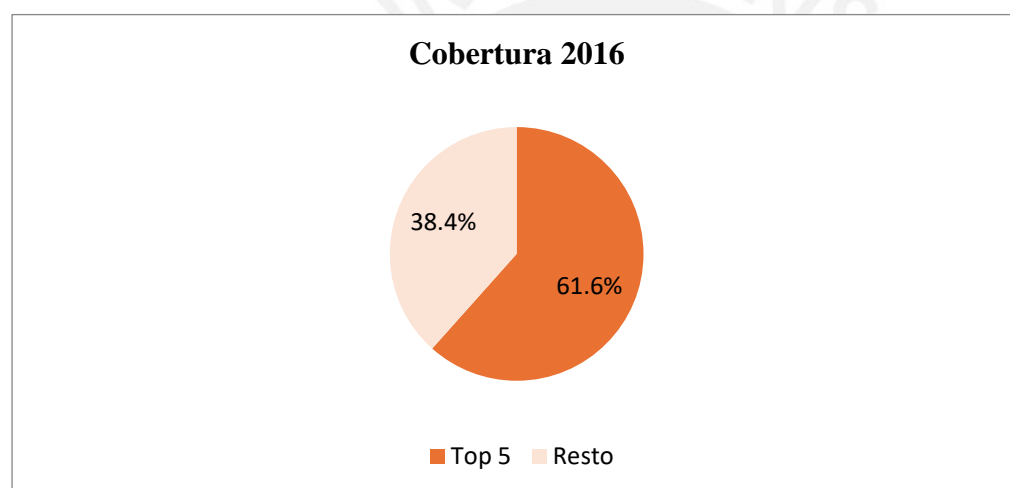
En términos comparativos, la equidad sustantiva fue limitada en ambos procesos, pues siempre hubo candidatos con visibilidad marginal (entre 0,6 % y 2 % de las notas). Sin embargo, la brecha entre los más y los menos cubiertos fue mayor en 2016 que en 2021 lo cual sugiere una tendencia hacia un reparto menos concentrado.

Ya observamos que en 2016 los cinco primeros candidatos reunieron más del 60 % de la cobertura total mientras que el resto apenas alcanzó visibilidad evidenciando que el acceso de la ciudadanía a la información estuvo mediado por un

sesgo hacia las figuras más competitivas. En 2021, en cambio, los cinco primeros reunieron alrededor del 45 %, lo cual refleja una mayor dispersión, aunque aún con diferencias notorias. El caso de Mendoza y Fujimori resulta ilustrativo, pues ambas compitieron en los dos procesos: en 2016 recibieron porcentajes de cobertura altos, y en 2021 mantuvieron presencia significativa. Esta relación se observa en las Figuras 1 y 2:

Figura 1

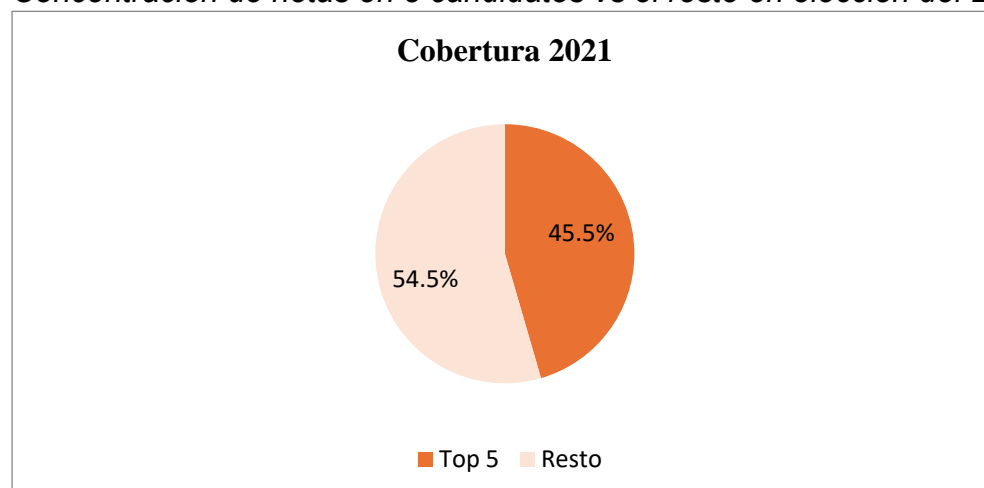
Concentración de notas en 5 candidatos vs el resto en elección del 2016



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

Concentración de notas en 5 candidatos vs el resto en elección del 2021



Fuente: Elaboración propia

4.3 Encuadres periodísticos (2016-2021)

El análisis de encuadres permite identificar el tipo de tratamiento informativo aplicado a las intervenciones de los candidatos. En 2016 predominó el declarativo-episódico (56,4 %), seguido por el propositivo-temático (40,1 %). Esto indica que la cobertura se centró en reproducir declaraciones inmediatas, muchas veces desconectadas de un análisis más profundo. En 2021, en cambio, se impuso el propositivo-temático (71,2 %), mientras que el declarativo-episódico se redujo a 24,2 %. El cambio refleja una orientación hacia la difusión de programas y propuestas, más acorde con el rol de un medio estatal en comicios.

La presencia de encuadres críticos o descriptivos fue marginal en ambos casos, aunque en 2016 el crítico-comparativo alcanzó un 19,2 %, mientras que en 2021 apenas un 2,6 %. Tal resultado confirma que Andina evitó posicionarse en un rol confrontacional y optó por un perfil institucional. El giro hacia un encuadre más propositivo en 2021 puede interpretarse como un intento por dotar de mayor sustancia programática a la campaña.

Tabla 3

Enmarcamiento de notas en la cobertura electoral de Andina (2016-2021)

Encuadre	N° de notas (2016)	% (2016)	N° de notas (2021)	% (2021)
Informativo-descriptivo	16	9.3	19	6.2
Declarativo-episódico	97	56.4	74	24.2

Encuadre	N° de notas (2016)	% (2016)	N° de notas (2021)	% (2021)
Propositivo-temático	69	40.1	218	71.2
Crítico-comparativo	33	19.2	8	2.6

Nota: Algunas de las notas informativas presentaron más de un enmarcamiento. Es por eso que el total de la distribución excede el número total de notas analizadas.

Fuente: Elaboración propia.

4.4 Criterios de noticiabilidad (2016-2021)

El examen de los criterios de noticiabilidad o valores-noticia revela los criterios que guiaron la selección y jerarquización de los contenidos. En ambos procesos electorales, los valores predominantes fueron jerarquía/peso (100 % en ambos) y actualidad (98,8 % en 2016 y 100 % en 2021). Estos hallazgos son coherentes con la función de una agencia estatal, orientada a cubrir las actividades más relevantes y oportunas de los actores políticos.

En contraste, los criterios de novedad, conflicto e impacto tuvieron una presencia muy limitada. En 2016, el conflicto alcanzó un 15,1 %, pero en 2021 cayó a apenas 1,6 %. La novedad (2,3 % en 2016 y 1,6 % en 2021) e impacto (8,1 % y 2,0 % respectivamente) fueron casi inexistentes. Esto indica una cobertura poco propensa a resaltar hechos disruptivos o controversiales, privilegiando la continuidad institucional. La disminución del conflicto en 2021 también puede interpretarse como una estrategia para reducir tensiones en un contexto político particularmente polarizado.

Tabla 4

Valores noticias presentes en la cobertura electoral de Andina (2016-2021)

Valor-noticia	2016 N°	2016 %	2021 N°	2021 %
Jerarquía	172	100.0	306	100.0
Novedad	4	2.3	5	1.6
Actualidad	170	98.8	306	100.0
Conflicto	26	15.1	5	1.6
Impacto	14	8.1	6	2.0

Nota: Algunas de las notas informativas presentaron más de un valor-noticia. Es por eso que el total de la distribución excede el número total de notas analizadas.

Fuente: Elaboración propia.

4.5 Evolución de la cobertura en ambos procesos electorales

Los resultados permiten identificar diferencias y continuidades en el tratamiento informativo de la agencia Andina durante las elecciones de 2016 y 2021.

En primer lugar, los datos demuestran que la pluralidad estuvo asegurada en ambos procesos, puesto que ningún candidato quedó invisibilizado, aunque tuviera un peso mediático reducido. Esto puede interpretarse como el cumplimiento de la agencia Andina de brindar espacio a todas las voces con el objetivo de informar a la ciudadanía sobre el conjunto de las opciones políticas y sus propuestas disponibles en la campaña electoral.

No obstante, en segundo lugar, si tomamos en cuenta la equidad, advertimos una distribución desigual en la cobertura en ambos periodos: aunque todos los candidatos recibieron espacio, algunos concentraron un volumen de notas significativamente mayor, lo que refleja un desbalance en la representación mediática.

En otras palabras, la presencia de algunos postulantes fue marginal en comparación con quienes lideraban las contiendas. Este hallazgo cuestiona la equidad sustantiva en la cobertura, pese a que la naturaleza estatal de Andina exigiría un tratamiento más equilibrado.

En tercer lugar, los encuadres muestran un viraje relevante: en 2016 predominó el declarativo-episódico, centrado en reproducir declaraciones, mientras que en 2021 el propositivo-temático se convirtió en mayoritario, destacando propuestas y programas. Esto sugiere un cambio en la estrategia editorial de la agencia que puede interpretarse como una mejora de la calidad de su cobertura electoral.

Finalmente, en cuanto a los criterios de noticiabilidad, se confirma el predominio de la jerarquía/peso y la actualidad en ambos procesos, lo cual reafirma el carácter institucional de Andina, con escasa presencia de novedad, conflicto o impacto.

4.6 Discusión de resultados

En conjunto, los hallazgos muestran que la agencia garantiza pluralidad mínima, pero enfrenta limitaciones en la equidad y tiende a priorizar marcos institucionales y temáticos por sobre la controversia, lo que define un estilo particular de cobertura en contextos electorales.

Esta sección busca interpretar los resultados obtenidos en el análisis de cobertura de la agencia Andina durante los procesos electorales de 2016 y 2021, a la luz del marco teórico. Se abordan las cuatro variables centrales del estudio —equidad, pluralidad, encuadres y criterios de noticiabilidad— con el fin de contrastar los hallazgos empíricos con los planteamientos académicos sobre comunicación política y medios estatales. La discusión no se limita a una descripción cuantitativa, sino que

explora relaciones cruzadas entre las variables, lo que permite profundizar en la comprensión del rol que desempeña una agencia estatal en contextos electorales.

4.6.1 Discusión sobre equidad informativa en la cobertura electoral

Los resultados mostraron que, si bien todos los candidatos recibieron cobertura, la distribución fue desigual en ambos procesos. En 2016, cuatro candidatos concentraron más de la mitad de las notas, mientras que en 2021 la cobertura se dispersó algo más, aunque persistieron diferencias notorias. Este hallazgo evidencia que la equidad sustantiva, entendida como una distribución proporcional del acceso mediático, no fue alcanzada en ninguno de los dos contextos.

De acuerdo con McQuail (1992), la equidad informativa es un requisito esencial para garantizar que los medios de comunicación contribuyan al debate democrático sin favorecer desproporcionadamente a determinados actores. En la misma línea, McQuail (2010) advierte que los medios deben propiciar condiciones de 'acceso equilibrado' a la información política. En el caso de Andina, la visibilidad diferenciada entre candidatos demuestra que, incluso bajo un mandato estatal de neutralidad, las dinámicas de noticiabilidad y jerarquización tienden a reproducir patrones de desigualdad. Esto coincide con lo planteado por Becerra y Waisbord (2015), quienes sostienen que en América Latina los medios públicos enfrentan serias dificultades para asegurar equidistancia en escenarios de alta competencia electoral. Asimismo, Hallin y Mancini (2004) destacan que los sistemas mediáticos, incluso aquellos institucionalizados, suelen mostrar sesgos estructurales relacionados con el peso político y social de determinados actores.

La literatura advierte que los candidatos con más arraigo en las encuestas o más "noticiables" por su capacidad de generar noticias, tienen a concentrar la

atención de los periodistas, quienes les dedican más tiempo y espacio en sus respectivas plataformas, reproduciendo de ese modo el orden político de las sociedades. (Hopmann et al., 2011; Morais y Sousa, 2014). Los resultados sugieren que Andina enfrenta limitaciones para romper esta dinámica mediática durante sus coberturas electorales

Un aspecto adicional relevante es la comparación entre los dos periodos. En 2016, la concentración de cobertura en el 'top 5' de candidatos superó el 60 %, mientras que en 2021 este mismo grupo apenas alcanzó el 45 %. Esto indica una cierta dispersión de la atención mediática en un escenario electoral más fragmentado, pero no necesariamente una mayor equidad. Si bien más candidatos recibieron porcentajes significativos de cobertura en 2021, la visibilidad de varios de ellos continuó siendo marginal. Así, la equidad continúa siendo un desafío para Andina, que garantiza la inclusión de todos los actores, aunque enfrenta dificultades para asegurar una exposición plenamente balanceada entre ellos.

En suma, aunque Andina asegura una pluralidad formal mínima, la equidad sustantiva continúa limitada, lo que evidencia una tensión estructural entre el mandato público de neutralidad y las lógicas de noticiabilidad que priorizan a los actores con mayor peso mediático.

4.6.2 Discusión sobre pluralidad informativa en la cobertura electoral

En ambos procesos electorales se constató que todos los candidatos tuvieron al menos una nota, lo cual evidencia una pluralidad formal mínima. No obstante, varios de ellos tuvieron una presencia mínima, con menos del 2 % de la cobertura, lo que pone en cuestión la pluralidad efectiva. McQuail (1992) distingue entre la inclusión

de voces diversas como dimensión mínima de pluralidad y una representación más equilibrada que va más allá de la mera inclusión.

Según Becerra y Waisbord (2015), los medios estatales latinoamericanos suelen limitarse a garantizar visibilidad básica sin alcanzar una equidistancia robusta. Por su parte, Holgado (2003) subraya que el equilibrio informativo en los medios estatales es una condición indispensable para fortalecer la confianza ciudadana, mientras que García Rodríguez (2010) enfatiza que la imparcialidad es un principio ético fundamental que debe guiar a la prensa pública. El cumplimiento de la pluralidad mínima por parte de Andina es positivo, pero la escasa profundidad en la cobertura de algunos candidatos limita su contribución al fortalecimiento del pluralismo externo democrático.

La comparación entre pluralidad y equidad permite advertir una tensión significativa: si bien Andina incluyó a todos los postulantes (pluralidad formal), la desigualdad en la cantidad de cobertura (equidad sustantiva) revela un patrón de visibilidad desequilibrada. Este hallazgo pone de relieve que pluralidad y equidad son categorías distintas pero complementarias: la primera garantiza la inclusión, la segunda asegura la proporcionalidad. La ausencia de equidad limita el valor democrático de la pluralidad, ya que convierte a esta última en una condición mínima más que en una garantía efectiva de deliberación pública.

4.6.3 Discusión sobre encuadres periodísticos en la cobertura electoral

El análisis de encuadres reveló un viraje significativo: en 2016 predominó el encuadre declarativo-episódico, mientras que en 2021 la tendencia se desplazó hacia el propositivo-temático. Esta transformación refleja un cambio en la manera en que la

agencia presenta la información electoral y tiene implicancias para la calidad del debate público.

Entman (1993) define el framing como la selección de ciertos aspectos de la realidad para hacerlos más relevantes en el discurso, lo cual implica consecuencias en la interpretación pública. Semetko y Valkenburg (2000) identifican marcos recurrentes en la cobertura política y destacan la importancia de aquellos que priorizan propuestas programáticas frente a declaraciones aisladas. Los hallazgos sugieren que en 2021 Andina adoptó un enfoque más orientado a la deliberación ciudadana, coherente con su rol estatal, aunque mantuvo una baja proporción de encuadres críticos. Esta ausencia limita la capacidad de la agencia de elaborar productos periodísticos más analíticos y de naturaleza crítica o comparativa, hecho que podría contribuir a que la ciudadanía tenga a su disposición información más relevante para el voto informado.

Asimismo, la relación entre equidad y encuadres permite advertir que la desigualdad en la cantidad de cobertura se combina con diferencias en la calidad del tratamiento periodístico. En 2016, los candidatos con mayor visibilidad —Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski, Alan García y Verónica Mendoza— fueron retratados principalmente mediante encuadres declarativo-episódicos, lo que, si bien les otorgó una presencia amplia en la agenda informativa, redujo la complejidad del debate al privilegiar declaraciones coyunturales por encima de contenidos programáticos.

En contraste, en 2021 los candidatos más cubiertos, como Verónica Mendoza, Keiko Fujimori o Hernando de Soto, entre otros, recibieron con mayor frecuencia marcos propositivo-temáticos, lo que supuso no solo una visibilidad cuantitativamente

relevante, sino también cualitativamente más orientada a la deliberación pública. Esta combinación de cantidad y calidad muestra que la equidad no puede analizarse de manera aislada: la sobrerrepresentación o subrepresentación de un actor político adquiere mayor significación si se considera, además, el tipo de encuadre que enmarca su presencia mediática.

4.6.4 Discusión sobre criterios de noticiabilidad en la cobertura informativa

En ambos procesos, la jerarquía/peso y la actualidad fueron los valores-noticia dominantes, mientras que la novedad, el conflicto y el impacto estuvieron casi ausentes. Este patrón confirma la orientación institucional de la agencia, que prioriza estabilidad y continuidad frente a la dramatización o el sensacionalismo.

Wolf (1987) señala que los criterios de noticiabilidad son filtros que determinan qué hechos adquieren valor periodístico, y que la jerarquía y la actualidad constituyen parámetros centrales en las rutinas informativas. Martini (2000) aporta que los valores-noticia no solo reflejan la lógica interna del periodismo, sino también las prioridades del sistema mediático. En este caso, los resultados muestran que Andina tiende a privilegiar la institucionalidad y la estabilidad, con una menor presencia del criterio de confrontación. La caída del criterio conflicto, de un 15 % en 2016 a menos del 2 % en 2021, refuerza la idea de un medio que busca resguardar neutralidad en contextos de polarización política y que tiene como finalidad propiciar un debate alturado de las propuestas electorales.

La relación entre noticiabilidad y encuadres permite identificar un patrón claro: la primacía de la jerarquía y la actualidad favorece la adopción de encuadres declarativos y propositivos, en detrimento de marcos críticos o comparativos. Esto se traduce en una cobertura más descriptiva y programática, pero menos fiscalizadora.

En otras palabras, los resultados sugieren que las decisiones editoriales de Andina en torno a los valores-noticia influyen en el tipo de encuadres aplicados y, con ello, en el alcance de la información disponible para la ciudadanía.

La articulación entre pluralidad y criterios de noticiabilidad evidencia otra dimensión de la cobertura de Andina. Si bien todos los candidatos estuvieron presentes en el corpus, lo que garantiza un nivel básico de pluralidad formal, la forma en que fueron jerarquizados responde a la lógica de valores-noticia dominantes en la agencia: jerarquía y actualidad.

Esto implica que los actores políticos con mayor peso mediático o con una agenda más activa obtuvieron visibilidad reforzada, mientras que aquellos con menor relevancia en las encuestas o en la dinámica política recibieron una cobertura más reducida y frecuentemente vinculada a hechos puntuales.

En este sentido, la pluralidad mínima se vio condicionada por rutinas periodísticas que, como señalan Wolf (1987) y Martini (2000), tienden a privilegiar la centralidad y la novedad relativa. El resultado es que la inclusión de todas las voces no asegura, en la práctica, una distribución equitativa ni un tratamiento homogéneo, pues la lógica de noticiabilidad termina configurando asimetrías en el acceso a la agenda informativa.

En síntesis, las decisiones editoriales basadas en la jerarquía y la actualidad consolidan la presencia de los actores más competitivos y limitan el potencial democratizador de un medio estatal llamado a promover un acceso equilibrado y sustantivo a la información política.

4.6.5 Discusión sobre la especificidad de Andina como agencia estatal

El análisis de las cuatro variables permite situar a Andina dentro de los debates sobre medios estatales en América Latina. Como señalan Becerra y Waisbord (2015), la función de los medios públicos es compleja, pues deben conciliar la pluralidad con la equidistancia y, al mismo tiempo, diferenciarse de los medios privados, muchas veces más polarizados.

En el caso de Andina, los resultados muestran una cobertura que cumple con la pluralidad mínima y un esfuerzo por resaltar lo programático, pero que no logra superar las limitaciones de equidad ni despliega un rol crítico frente a los actores políticos. Esto confirma que la especificidad de Andina radica en su perfil institucional: un medio que prioriza estabilidad y continuidad, pero con restricciones para ofrecer una cobertura plenamente equitativa y deliberativa.

Los hallazgos empíricos, interpretados a la luz de la teoría, permiten concluir que Andina asegura la pluralidad formal y un perfil informativo orientado a la estabilidad institucional en notas informativas publicadas en su portal institucional, pero presenta déficits en equidad sustantiva y en su función crítica. El viraje hacia un encuadre propositivo en 2021 constituye un avance relevante, aunque todavía insuficiente para garantizar una cobertura plenamente equitativa y deliberativa. El cruce entre variables —equidad, pluralidad, encuadres y noticiabilidad— refuerza esta conclusión: la agencia logra incluir a todos los actores, pero no los representa en condiciones de igualdad ni somete sus discursos a un examen crítico sostenido. Estos resultados se inscriben en los desafíos estructurales que enfrentan los medios estatales en América Latina para consolidar su legitimidad democrática.

La lectura cruzada de las variables confirma que la cobertura de Andina en procesos electorales no puede evaluarse solo en términos aislados de cantidad,

presencia o marcos. La desigualdad en equidad se intensifica o matiza dependiendo del tipo de encuadre que reciben los candidatos: mayor visibilidad no siempre equivale a mejor calidad deliberativa, y menor cobertura puede, en algunos casos, estar asociada a marcos más programáticos.

Del mismo modo, la pluralidad mínima garantizada por la agencia se encuentra mediada por rutinas de noticiabilidad que privilegian jerarquía y actualidad, reforzando las asimetrías entre actores centrales y periféricos. Finalmente, la interacción entre encuadres y valores-noticia revela que las decisiones editoriales no solo condicionan la inclusión de candidatos, sino también el modo en que son presentados, oscilando entre un énfasis episódico en 2016 y un sesgo propositivo en 2021.

En conjunto, estos cruces evidencian que la cobertura electoral de Andina combina logros importantes —como la pluralidad formal y un viraje hacia lo programático— con limitaciones persistentes en materia de equidad y fiscalización crítica.

Conclusiones

El presente capítulo expone las conclusiones generales de la investigación, en correspondencia con los objetivos planteados, la pregunta de investigación y las hipótesis formuladas. Las conclusiones articulan una respuesta integral al problema estudiado, destacando los principales hallazgos y su relevancia para el debate sobre la cobertura de los medios estatales en contextos electorales.

Respuesta a la pregunta de investigación

La pregunta central de este estudio interrogó si la agencia Andina garantizó una distribución equitativa y plural de la información en la cobertura de las primeras vueltas de las elecciones generales de 2016 y 2021. El análisis empírico permite concluir que Andina aseguró una pluralidad formal mínima, puesto que todos los candidatos recibieron al menos cierta visibilidad. Sin embargo, dicha pluralidad no se tradujo en equidad sustantiva: la distribución de notas fue claramente desigual en ambos procesos, con una mayor presencia de los actores de mayor peso mediático.

Sin equidad, la pluralidad se convierte en un recurso limitado que cumple con un estándar mínimo, pero no garantiza que los ciudadanos reciban información balanceada que les permita comparar opciones en igualdad de condiciones. En este sentido, el hallazgo evidencia que la cobertura de Andina, aunque inclusiva, no logró superar el sesgo estructural hacia los candidatos más competitivos.

Conclusiones por objetivos

En relación con la distribución de la presencia de los candidatos, se constató que la agencia Andina aseguró pluralidad formal en ambos procesos, pues todos los postulantes obtuvieron cobertura. No obstante, la equidad sustantiva se vio

comprometida: en 2016 los cinco principales candidatos concentraron más del 60 % de las notas, mientras que en 2021 este grupo alcanzó cerca del 45 %, lo que refleja una mayor dispersión, pero no un equilibrio pleno. De este modo, la pluralidad se cumplió en un nivel básico, mientras que la equidad permaneció como una deuda estructural.

En cuanto a los encuadres predominantes, se identificó que en 2016 dominó el encuadre declarativo-episódico, centrado en frases y pronunciamientos puntuales de los candidatos. En cambio, en 2021 se produjo un viraje hacia el encuadre propositivo-temático, que permitió una mayor exposición de programas y propuestas. Esta transformación indica que la cobertura electoral de Andina se movió de un enfoque episódico hacia uno más orientado a la deliberación pública.

Sin embargo, los encuadres críticos-comparativos se mantuvieron en proporciones reducidas, lo que limitó la función fiscalizadora del medio estatal. Al respecto, la literatura señala que la sobreabundancia del encuadre declarativo-episódico reduce la cobertura a un mero ejercicio descriptivo, limitando la profundización de propuestas y análisis políticos. Esto repercute en la capacidad del electorado para formarse una opinión crítica y completa, un elemento clave para la consolidación democrática y en el aseguramiento de un proceso informativo justo y equilibrado.

De esta forma, aunque el tránsito hacia lo propositivo representa un progreso en términos de calidad de la cobertura, la ausencia de un componente crítico robusto reduce la posibilidad de que el electorado acceda a un contraste riguroso entre candidatos.

En lo referido a los criterios de noticiabilidad, se constató que la jerarquía/peso y la actualidad fueron los valores dominantes en ambos procesos electorales. Cabe precisar que el peso del criterio de jerarquía se encuentra vinculado también al diseño muestral, pues al haberse seleccionado notas centradas en candidatos, la variable tiende a reforzarse de manera estructural. Ello no resta validez al hallazgo, pero sí obliga a interpretarlo en el marco de la propia lógica de la cobertura electoral.

En contraste, la novedad y el impacto apenas aparecieron, y el conflicto — contrario a lo esperado en la hipótesis— tuvo una presencia marginal. Esto confirma el carácter institucional de Andina, que privilegia la estabilidad y la cobertura sobria frente a la dramatización o el sensacionalismo.

Sin embargo, la cobertura examinada sugiere una inclinación hacia la reproducción de jerarquías políticas preexistentes, en la que los medios estatales terminan amplificando las voces de los actores más consolidados. Este fenómeno documentado plantea desafíos importantes para la función de los medios públicos en contextos democráticos y también implica limitaciones: al restringirse a un repertorio reducido de valores-noticia, la cobertura pierde diversidad y no incorpora otras dimensiones que podrían enriquecer la comprensión ciudadana de los procesos electorales.

De este modo, la noticiabilidad de Andina, aunque coherente con su rol institucional, refuerza la sobrerrepresentación de los candidatos más visibles y deja en segundo plano elementos de innovación o confrontación política.

La comparación entre los procesos de 2016 y 2021 constituye uno de los aportes centrales del estudio. Los hallazgos mostraron tanto continuidades como cambios relevantes. Se mantuvo la lógica institucional de priorizar los valores-noticia

de jerarquía y actualidad, así como la garantía de una pluralidad formal mínima que incluyó a todos los postulantes.

No obstante, el análisis evidenció una mayor dispersión en la cobertura de 2021, lo que redujo la concentración excesiva de visibilidad en los principales candidatos observada en 2016. A ello se sumó un viraje en el tipo de encuadres, que pasó del predominio declarativo-episódico hacia un énfasis propositivo-temático, favoreciendo una exposición más amplia de programas y propuestas.

Este cambio sugiere un esfuerzo institucional por orientar la cobertura hacia un tratamiento más sustantivo y deliberativo, acorde con el rol que se espera de un medio estatal. Sin embargo, dichas transformaciones aún resultan insuficientes para alcanzar una equidad plena, pues persisten desigualdades en la distribución de la visibilidad entre candidatos y una baja proporción de encuadres críticos, lo que limita el potencial fiscalizador de la agencia frente a los actores políticos.

Evaluación de las hipótesis

La hipótesis general planteaba que la cobertura electoral de Andina sería plural en la representación de candidatos, pero evidenciaría un desbalance en equidad debido a la aplicación diferenciada de encuadres y valores-noticia. Este supuesto se confirmó. En efecto, se constató la pluralidad formal, pero no equidad sustantiva; además, los encuadres y valores-noticia reforzaron los desbalances de visibilidad.

Las hipótesis específicas tuvieron un cumplimiento parcial. La primera, referida al predominio de encuadres declarativo-episódicos en ambas elecciones, se confirmó solo para 2016, pues en 2021 se produjo un viraje hacia el propositivo-temático. La segunda, que señalaba el peso de la jerarquía y el conflicto como valores dominantes,

se matizó en los resultados: la jerarquía y la actualidad fueron los más influyentes, mientras que el conflicto tuvo una presencia secundaria. La tercera hipótesis, sobre una mayor pluralidad en 2021 pero con limitaciones en equidad, sí se confirmó plenamente.

Aportes de la investigación

Esta investigación aporta al campo académico evidencia empírica sobre el funcionamiento de los medios estatales en contextos electorales. Los resultados contribuyen al debate teórico sobre equidad, pluralidad y framing, al mostrar cómo un medio estatal puede garantizar inclusión formal de candidatos, pero sin alcanzar un balance sustantivo en la visibilidad. Asimismo, aporta al análisis de la noticiabilidad al confirmar que la lógica institucional prioriza valores como jerarquía y actualidad, en contraste con la dinámica de los medios privados más inclinados al conflicto.

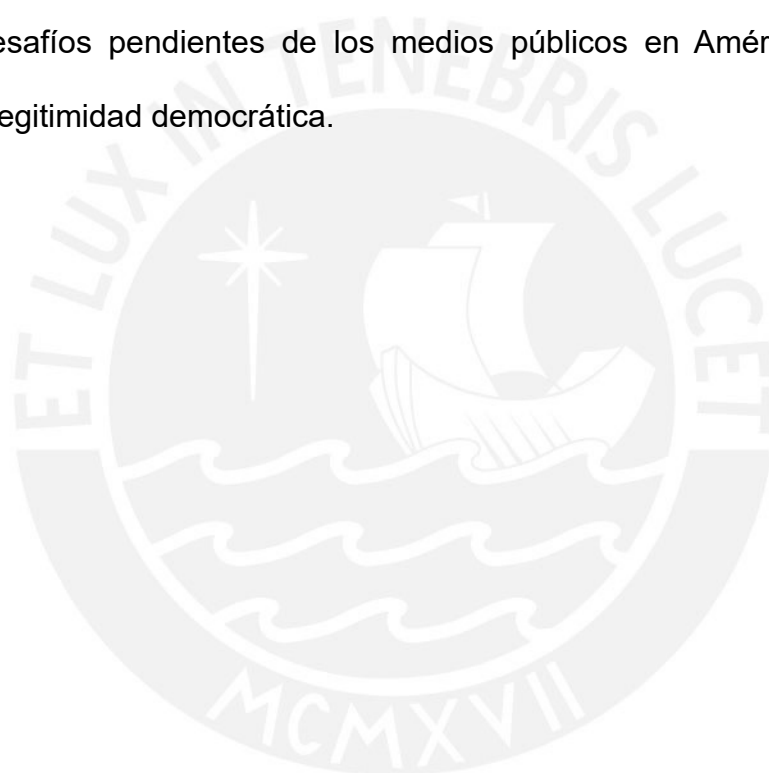
En términos prácticos, este estudio ofrece insumos para repensar el rol de la agencia Andina y otros medios estatales en la construcción de una esfera pública democrática. Los hallazgos pueden servir como base para diseñar lineamientos editoriales que fortalezcan la equidad y amplíen la pluralidad efectiva, garantizando un tratamiento más equilibrado de los actores políticos.

Líneas de investigación futuras

Se proponen futuras líneas de investigación: comparar la cobertura de Andina con la de medios privados para evaluar similitudes y diferencias; ampliar el análisis a elecciones regionales o municipales; incorporar metodologías cualitativas para explorar la percepción de los periodistas sobre los criterios editoriales; y estudiar la

recepción ciudadana de los contenidos, con el fin de comprender mejor el papel de los medios estatales en la formación de la opinión pública.

En síntesis, la investigación demuestra que la agencia Andina, como medio estatal, cumple con la pluralidad mínima en su cobertura electoral, pero mantiene déficits importantes en equidad sustantiva. Si bien se evidencian avances hacia un tratamiento más propositivo y disperso en 2021, la cobertura aún está lejos de garantizar un acceso equilibrado para todos los actores políticos. Estos hallazgos reflejan los desafíos pendientes de los medios públicos en América Latina para consolidar su legitimidad democrática.



Recomendaciones

Este apartado presenta una serie de sugerencias derivadas de los hallazgos de la investigación. Las recomendaciones están dirigidas a fortalecer el rol democrático de la agencia Andina como medio estatal, aportar al desarrollo académico y contribuir a la formulación de políticas públicas orientadas a una cobertura electoral más equitativa y plural.

1. Para la agencia Andina y los medios estatales

- Establecer lineamientos editoriales explícitos que garanticen una distribución equitativa de la cobertura entre todos los candidatos, con mecanismos de monitoreo interno que permitan evaluar periódicamente el cumplimiento del mandato de neutralidad.
- Implementar protocolos que regulen la asignación de espacios informativos durante periodos electorales, con criterios claros que eviten la sobrerrepresentación de los candidatos con mayor fortaleza mediática.
- Diversificar los encuadres aplicados a las notas informativas, fomentando el uso de marcos propositivo-temáticos y crítico-comparativos que fortalezcan la deliberación pública.
- Ampliar el repertorio de valores-noticia incorporando dimensiones como novedad e impacto, a fin de enriquecer el tratamiento informativo y evitar la reproducción automática del orden político existente.
- Reforzar la función fiscalizadora mediante un incremento de notas con encuadres analíticos y comparativos que contrasten planes de gobierno, discursos y antecedentes de los actores políticos.

- Realizar una auditoría de la cobertura al cierre de cada proceso electoral, con base en indicadores de equidad y pluralidad, que sirva como insumo para mejorar futuras estrategias editoriales.

2. Para la investigación académica

- Ampliar el estudio de la cobertura electoral en medios estatales, incorporando análisis comparativos entre agencias de la región.
- Complementar estudios cuantitativos con metodologías cualitativas (entrevistas, grupos focales) que permitan comprender las rutinas y decisiones editoriales internas.
- Examinar la recepción ciudadana de los contenidos informativos, con el fin de evaluar su impacto en el comportamiento electoral y la formación de opinión pública.

3. Para la formulación de políticas públicas

- Diseñar lineamientos normativos que fortalezcan el cumplimiento del mandato de equidad y pluralidad en medios estatales durante procesos electorales, alineados con estándares democráticos internacionales.
- Implementar observatorios independientes que monitoreen y evalúen en tiempo real la cobertura informativa de los medios estatales en periodos electorales.
- Promover programas de capacitación continua en ética periodística, pluralismo informativo y equidad mediática dirigidos a periodistas y editores de medios públicos.

En conjunto, estas recomendaciones buscan fortalecer la contribución de la agencia Andina al desarrollo democrático del país y fomentar una cobertura electoral equilibrada, deliberativa y orientada al interés público.



Referencias

- Aalberg, T., Strömbäck, J., & De Vreese, C. H. (2012). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162-178. doi:<https://doi.org/10.1177/1464884911427799>
- Acosta, M., & Parra, L. (1995). *Los procesos electorales en los medios de comunicación. Guía para el análisis de contenido electoral en México*. Ciudad de México : Academia Mexicana de Derechos Humanos/Universidad Iberoamericana.
- Acosta, M., Demirdjian, S., & Lassi, A. (2020). El framing de campaña. Las elecciones presidenciales de 2015 en la prensa de referencia argentina. *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales*(18), 3-27.
- Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Lumen.
- Ansolabehere, S., Iyengar, S., & Simon, A. (1993). *Going negative: How political advertisements shrink and polarize the electorate*. Free Press.
- Ardévol-Abreu, A. (2016). Framing de las crisis humanitarias: una aproximación inductiva. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*(155), 37-53. doi:(<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.15>)
- Baum, M. A., & Groeling, T. (2008). New media and the polarization of American political discourse. *Political Communication*, 25(4), 345-365. doi:<https://doi.org/10.1080/10584600802426965>
- Becerra, M., & Waisbord, S. (2015). *Principios y "buenas prácticas" para los medios públicos en América Latina*. Montevideo: Unesco.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Researches*. Free Press.
- Blumler, J. G., & Coleman, S. (2010). Political communication in freefall: The British case—and others? *The International Journal of Press/Politics*, 15(2), 139-154. doi:<https://doi.org/10.1177/1940161209351022>
- Bohle, R. (1986). Negativism as a New Selection Predictor. *Journalism and Mass communication Quarterly*, 63(4).
- Bravo Ochoa, L. (2021). *Cobertura periodística y uso del live streaming en la Agencia de Noticias Andina durante el referendun nacional, 2018*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Brown, D., Harlow, S., García-Perdomo, V., & Salaverría, R. (2018). A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications. *Journalism*, 19(11), 1497-1516.
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*, 61-78.
- Cantú Escalante, J. (2013). Las televisoras vulneran la equidad en la contienda. *Desacatos*, 79-102.
- Cantú, J. (2013). Las televisoras vulneran la equidad en la contienda. *Dessacatos*, 79-102.
- Capella, J., & Jamieson, K. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Oxford University Press.

- Casero-Ripollés, A. (2011). El periodismo político en España: algunas características definitorias.
- Chaman, C. (2009). *Prensa oficial 1968-2008: amplitud e imparcialidad informativa en la Agencia Andina y el diario El Peruano tras la eliminación del monopolio de la publicidad estatal*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Corrigan, D. (1990). Value Coding Consensus in Front Page News Leads. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 67(4).
- Cuadra, D. (2009). *Cobertura y equidad informativa en la Agencia de Noticias Andina durante el proceso electoral 2006*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- De Vreese, C. H. (2004). The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. *Journal of Communication*, 51(1), 111-127.
doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02618.x>
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51-62.
- De Vreese, C. H., & Semetko, H. A. (s.f.). *Political campaigning in referendums: Framing the referendum issue*. n D. M. Farrell & R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums*.
- Druckman, J. N. (2001). On the limits of framing effects: Who can frame? *Journal of Politics*, 63(4), 1041-1066. doi:<https://doi.org/10.1111/0022-3816.00100>
- Duárez Mendoza, J. L. (2022). La deriva de la representación política en el Perú. El triunfo electoral de Pedro Castillo y la cuestión de la representatividad política. (F. d. Marcos, Ed.) *Discursos del Sur*(10), 9-30.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51.
- Estévez, A., Domínguez, M., & Graña, F. (s.f.). La cobertura mediática de las elecciones generales de 2019 en España: visibilidad, encuadres y sesgo partidista. *Revista Latina de Comunicación Social*(75), 159-179.
- Gallegos Aguilar, F. (2023). *Análisis comparativo del tratamiento de la información del diario de cobertura regional El Diario del Cusco y el diario de cobertura nacional El Comercio frente a las Elecciones Generales del 2021 - segunda vuelta*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in For Norwegian Newspapers. *Peace research institute*, 2(1), 64-91.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action. *Research in Political Sociology*(3), 137-177.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- García-Avilés, J. (1996). La profesionalidad en el periodismo audiovisual: el caso de los manuales de estándares de las cadenas CBS, NBC y ABC. *Comunicación y Sociedad*, 9(1 y 2).

- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Guerrero, M. A., & Márquez Ramírez, M. (2014). *Media systems and communication policies in Latin America*. Palgrave Macmillan. doi:<https://doi.org/10.1057/9781137409058>
- Guevara, M., & Túñez, M. (2009). Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias. *Revista Latina de Comunicación Social*(64). doi:<https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-878-1.030-1.044>
- Gutiérrez Coba, L. (2008). La equidad informativa en los medios de comunicación colombianos. 14-17.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media system: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Holgado Gonzáles, M. (2003). El papel de los medios de comunicación en la campaña electoral. *Ámbitos*.
- Hopmann, D. N., Albæk, E., & De Vreese, C. H. (2011). Incumbency Bonus in Election News Coverage Explained: The Logics of Political Power and the Media Market. *Journal of Communication*, 61(2), 264-282.
- Humanes, M. (2009). Nuevos temas noticiosos en las elecciones generales del 2004. La presencia de la metacobertura en la prensa española. *ZER*, 105-128.
- Humanes, M., Montero, D., Molina de Ríos, R., & López-Berini, A. (2013). Pluralismo y paralelismo político en la información televisiva en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68(5).
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Iyengar, S. (2004). Framing responsibility for political issues: The case of poverty. *Political Behavior*, 12(1), 19-40.
- Jakubowicz, K. (2007). Rethinking the public service broadcasting in the age of globalisation. *International Communication Gazette*, 337-354.
- Jamieson, K. H. (1992). *Dirty politics: Deception, distraction, and democracy*. Oxford University Press.
- José Javier, S. (2005). Análisis de contenido cuantitativo de medios. En R. Berganza, J. Ruiz San Román, & (Coordinadores), *Investigar en Comunicación. Guía de práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación* (págs. 207-227). Madrid: McGraw Hill.
- Karppinen, K. (2013). Rethinking media pluralism. *Palgrave Macmillan*.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Paidós.
- Lawson, C., & McCann, J. (2005). *British Journal of Political Science*, 35(1), 1-30. doi:<https://doi.org/10.1017/S0007123405000013>
- Lengauer, G., Esser, F., & Berganza, R. (s.f.). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 179-202. doi:<https://doi.org/10.1177/1464884911427800>

- Levendusky, M. (2013). Partisan media exposure and attitudes toward the opposition. *Political Communication*, 30(4), 565-581. doi:<https://doi.org/10.1080/10584609.2012.737435>
- Levitsky, S., & Cameron, M. (2003). Democracy without parties? Political parties and regime change in Latin America. *Latin American Politics and Society*, 45(3), 1-33. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2003.tb00248.x>
- Llorens, C., & Costache, A. (2013). La gobernanza como marco teórico para el estudio del pluralismo en medios. *Tripodos*(32).
- Macassi, S. (2019). Patrones de cobertura periodística: Frames genéricos y frames de nivel en las elecciones presidenciales peruanas del 2016. *Conexión*.
- Macassi, S. (2021). "Análisis del tratamiento periodístico en noticieros televisivos de señal abierta en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021. Investigación, Consejo Consultivo de Radio y Televisión, Lima.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Martini, S., & Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.
- Mastrini, G. (s.f.). Medios públicos y derecho a la información. *Herramienta*. Obtenido de https://politicasyplanificacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/121/2014/07/medios_publicos.pdf
- Mastrini, G., & Becerra, Martín. (2007). Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina. *Zer*, 15-40.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda setting Function of mass media. *Te public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage.
- Medina, L. (2019). Medios públicos. (U. N. Jurídicas, Ed.) Obtenido de <http://ru.juridicas.unam.mx:80/xmlui/handle/123456789/27717>
- Mendoza, M. (2022). La utilización política del terrorismo en la campaña electoral peruana de 2021. *Universitas*, 243-268.
- Miguel de Bustos, J. (2004). Sobre pluralismo y diversidad. *ZER*, 9(16). Obtenido de <http://hdl.handle.net/10810/40854>
- Miranda, M. (2019). *Periodismo económico en Lima: aproximación al lenguaje periodístico en periódicos Gestión y Síntesis, diario Expreso y Agencia de Noticias Andina*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Molina, I., Camargo, N., Guerrero, A., & Magallanes, L. (2018). Valores noticiosos: una revisión de la literatura académica. *Encuentros*, 16(1).
- Morais, R., & Sousa, J. (2014). Los "partidos pequeños" en el espacio público mediático y la falta de pluralidad: Las elecciones legislativas de 2011 en Portugal. *Foro Internacional*, LIV(2), 352-387.

- Muñiz, C. (2015). La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital. *Comunicacion y sociedad*(23), 67-95. Recuperado el Octubre de 2024, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100004&lng=es&tlng=es.
- Murakami, Y. (2008). *Tendencias políticas actuales en los países andinos*. Tokio: Center for Integrated Studies, Kyoto University.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Newman, W. R., Just, M. R., & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. University of Chicago Press.
- Pablo Zamora, J. (2022). *Prensa local y uso de fuentes. Un estudio sobre dos portales digitales de la ciudad de Olavarría*. Tesis de Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación, Universidad Nacional de La Plata.
- Panduro, J. (2009). *Andina y los gobiernos post fujimoristas Una persistente influencia política sobre la agencia estatal de noticias*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Patterson, T. E. (1993). *Out of order*. Vintage books.
- Paz Quiroz, F. (2023). *Andina: Caracterización y trayectoria de la agencia estatal de noticias del Perú*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/26375>
- Pedersen, R. (2012). The game frame and political efficacy: Beyond the spiral of cynicism. *European Journal Of Communication*, 27(3).
- Pichihua, S. (2017). *Cómo los periodistas de las secciones Deportes y Política de la Agencia Andina utilizan Twitter como fuente de información para noticias de último minuto*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Rodríguez, J. I. (2010). El rol de los medios de comunicación durante los procesos electorales. (pág. 13). Washington: Organización de Estados Americano.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Scheufele, D., & Iyengar, S. (2018). The state of framing research: A call for new directions. *The Oxford handbook of political communication*, 619–632.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Serrano, E. (2007). *Para um Estudo do Jornalismo em Portugal (1976-2001) Padrões jornalísticos na cobertura de eleições presidenciais*. Tesis de doctorado en Sociología, Lisboa.
- Shoemaker, P. &. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge.
- Skovsgaard, M. (2014). A tabloid mind? Professional values and organizational pressures as explanations of tabloid journalism. *Media, Culture and Society*, 36(2).

- Souza, B., Antunes, E., & Ferreira, P. (2012). El acontecimiento como contenido de las noticias: repensando una metodología. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(1), 383-398. doi: https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n1.39377
- Strömbäck, J., & Dimitrova, D. (2011). Mediatization and media interventionism: A comparative analysis of Sweden and the United States. *The International Journal of Press/Politics*.
- Strömbäck, J., & Kaid, L. L. (2014). *The handbook of election news coverage around the world*. Routledge.
- Suárez, C. (2016). *Impacto de las noticias económicas no oficiales de Andina, la Agencia Peruana de Noticias, en prensa escrita*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Tanaka, M. (2007). *El sistema de partidos "realmente existente" en el Perú, los desafíos de la construcción de una representación política nacional, y cómo enrumbar la reforma política*. Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social.
- Tuesta Soldevilla, F. (2017). *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado*. (F. Tuesta Soldevilla, Ed.) Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- UNESCO. (2008). *Media development indicators: A framework for assessing media development*. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102.locale=en>
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing professionalism: Journalism and news in global perspective*. Polity Press.
- Wolf, M. (1987). *La investigación en comunicación de masas*. Paidós.

Anexos

Unidad de análisis:

Son las noticias informativas publicadas en la sección Política de la agencia Andina durante los 30 días previos a la realización de las Elecciones Generales 2021 y 2026. Las noticias pueden leerse en la página web de este medio de comunicación, de acceso público, o por medio de su sistema editorial interno al cual pueden acceder solo periodistas que allí laboran.

1. Fichas de codificación

La ficha de codificación constituye el instrumento metodológico utilizado para analizar cada nota informativa. Incluye las variables de estudio, sus categorías y las definiciones operativas correspondientes. A continuación, se presenta un ejemplo de ficha aplicada a una nota del corpus.

Ficha de codificación de las notas informativas analizadas

ID Nota	:	
Código interno de Andina	:	
Fecha de publicación	:	
Elección	:	
Titular	:	
Resumen	:	
Candidato	:	

Ficha de análisis de enmarcamiento

ID Nota	.	
Código interno de Andina		
Fecha de publicación		
Elección		

Titular			
Resumen			
Frame		Indicadores	Presencia (*)
Frame descriptivo/ informativo		Narración factual de actividades de campaña sin propuestas, declaraciones o críticas	1/0
Frame episódico/declarativo		Se priorizan declaraciones, sin aportar mayor contexto interpretativo.	1/0
Frame propositivo/ temático		Énfasis en propuestas vinculadas con problemas públicos como la economía, la salud o la educación, entre otros ámbitos de relevancia social.	1/0
Frame crítico/comparativo		Se cuestiona de manera explícita a otros actores o se establecen comparaciones entre programas o trayectorias políticas.	1/0

(*) Se usó "1" para presencia y "0" para ausencia.

Ficha de análisis de valores noticia

ID Nota	.		
Código interno de Andina			
Fecha de publicación			
Elección			
Titular			
Resumen			
Valor noticia		Indicadores	Presencia (*)
Jerarquía/peso mediático		Protagonista es un candidato o la figura política principal.	1/0
Novedad		Informaciones que introducían hechos	1/0

		inéditos o presentados como tales.	
Actualidad		Notas ligadas a la agenda temática más visible del país y de la campaña electoral.	1/0
Conflicto		Se destacan enfrentamientos o controversias entre actores políticos	1/0
Impacto		Se resaltan consecuencias para un número significativo de ciudadanos o para el país en su conjunto.	1/0

(*) Se usó "1" para presencia y "0" para ausencia

2. Matriz de codificación

La siguiente matriz de vaciado fue diseñada para el registro sistemático de variables relacionadas con la noticiabilidad y los encuadres (frames) en las notas informativas analizadas. Cada fila corresponde a una nota, mientras que las columnas permiten codificar la presencia (1) o ausencia (0) de criterios de noticiabilidad y de los tipos de encuadres definidos en el estudio.

