

Informe Anual Observatorio Universitario de Medios

RETOS INFORMATIVOS FRENTE A LA INESTABILIDAD POLÍTICA

Informe elaborado por Mag. Virna Valdivia, con la colaboración de los alumnos de los cursos de *Observatorio y análisis de Medios y Métodos de Investigación*:

Juan Diego Llamoca, Ángela Montenegro, Enrique Daza, Sandra Romero, Daniela Claudio, Jennifer López, Gianfranco Girón, Miguel Tacilla, Raúl Allcahuaman, Gonzalo Ramos del Águila, Silvia del Valle;

Jatziry Abad, Mariselda Leyva, Daniela Gallegos, Alexandra Carlos, Sayuri Pre, Keydi Berrocal, Julio Herrera, Francisco Jahncke, Micaela García, Nayeli Zambrano, Aribel Piscoya

INFORME ANUAL DEL OBSERVATORIO DE MEDIOS

Contenido

I. Introducción.....	2
2. Objetivos	2
3. Metodología y tema de Observación.....	2
Protocolo de análisis	3
Limpieza de datos y análisis	3
PRIMER SEMESTRE: La agenda en infraestructura	4
Criterios de selección	4
Pregunta de Investigación:.....	4
Muestra de observación:	4
Equipos de Observación.....	4
Categorías de Análisis	5
Principales Resultados	5
SEGUNDO SEMESTRE: El discurso de José Jerí.....	7
Criterios de selección:	7
Preguntas de Investigación:	7
Período de observación	7
Equipos de Observación.....	7
Categorías y Dimensiones de análisis:	7
Principales Resultados	8
Conclusiones Finales.....	10
ANEXOS	11

I. Introducción

Los medios de comunicación se desenvuelven bajo un modelo de gestión empresarial, centrando cada vez más sus objetivos en la sostenibilidad económica o en la gestión de intereses, y colocando como segunda prioridad la calidad de sus contenidos. La naturalización de esta forma de concebir la información tiene como efecto que los medios invisibilicen su rol como **agentes formadores de la opinión pública**, colocando temas en la agenda pública.

La **agenda mediática determina en gran medida la agenda pública**, no solo en sus temáticas, sino también en cómo estas son presentadas a la ciudadanía y qué procesos de reflexión o debate se destacan a partir de ello (McCombs y Shaw, Cowen). Pero en este contexto, el concepto de **“responsabilidad social del medio”** ha terminado de diluirse; y hoy está cuestionado, colocando a los periodistas frente a dilemas éticos en el ejercicio periodístico.

En un mundo globalizado, con mayor fuerza después de la pandemia, se ha dado un impulso grande en el uso de tecnologías de comunicación.

Cualquier visión crítica sobre la calidad o enfoque de los contenidos es denunciada como un atentado contra la libertad de expresión, dejando totalmente fuera de discusión el **derecho a la comunicación** de los ciudadanos. Es necesario entonces, iniciar un proceso de largo aliento, recuperando nociones básicas sobre la **deontología del oficio periodístico**, y desarrollando en las nuevas generaciones una **mirada crítica** hacia los contenidos que consumen (y que luego generarán).

Ante los pocos **espacios de discusión y reflexión en torno al ejercicio de los medios y el periodismo en general**, la Universidad Antonio Ruiz de Montoya incorpora en la formación universitaria, los ejercicios de análisis de la producción periodística y su impacto en la agenda pública, pasando por la revisión de nuevos retos a los que nos enfrentamos en la era digital. En la actualidad, se conoce muy poco de una entidad ciudadana de vigilancia efectiva y con capacidad de incidencia real sobre los medios masivos de comunicación.

El observatorio busca ser una plataforma de monitoreo estudiantil, promovido desde las aulas universitarias. Explora la práctica de **vigilancia** propuesta para iniciar un proceso de **reflexión** conjunta sobre la necesidad que exista un mecanismo ciudadano de **veeduría** ante el actual uso de las plataformas mediáticas, tradicional o digital, y con capacidad de agencia.

2. Objetivos

- a. Contribuir a las iniciativas ciudadanas de seguimiento a los medios de comunicación y los intereses públicos que se visibilizan en la prensa.
- b. Desarrollar el sentido crítico en los estudiantes, periodistas y ciudadanos.
- c. Poner de relieve la cuestión ética y capacidad de autorregulación en la praxis cotidiana de los medios.

3. Metodología y tema de Observación

Al ser un monitoreo de **tipo coyuntural**, desde el curso Observación y Análisis de medios que se imparte en la Carrera de Periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, se realizó, en el primer semestre 2025, el análisis mediático de la producción informativa relacionada con la capacidad de gestión de infraestructura del nuevo Aeropuerto Jorge Chávez en Lima

Metropolitana y Callao. En el segundo semestre 2025, ante el inicio de una nueva autoridad política en medio de la inestabilidad política, se monitoreó la estrategia de discurso que implementó el ex presidente José Jerí y su proyección a través de las redes sociales.

El monitoreo del 2025 busca identificar los procesos de producción informativa y cómo se reflejan en las publicaciones sobre la gestión política que implementa el ejecutivo en un contexto de crisis política. La representación de una obra que se convierte en un hito para el desarrollo nacional y de la región con repercusión internacional, remueve diferentes aspectos en la discusión pública con mayor o menor información, a través de los medios presentes en el entorno digital. Asimismo, la proyección del presidente interino, en el último semestre refleja la percepción política a través de los medios seleccionados.

Protocolo de análisis

El instrumento de análisis es una ficha de monitoreo en la que cada variable se codifica en un documento de Excel, organizando la información en un libro de códigos, destacando aspectos de las noticias observadas. De esta manera se establecen análisis rigurosos de los actores, temáticas, enfoques y demás variables presentadas en las noticias o programas informativos. Cabe precisar que se elaboró un protocolo de análisis que se aplicó a medios impresos, adaptándolo para el uso de cuentas oficiales o mediáticas en la esfera digital. De esta manera el OUM se adapta a las nuevas formas de consumo de productos informativos, que tienen mayor protagonismo en la esfera digital.

Limpieza de datos y análisis

A través del formulario de Google se sistematizaron las respuestas en Excel, y se procedió a la revisión y “limpieza de los datos” con el fin de tener certeza de que todos los datos del monitoreo fueron ingresados. Luego, se trabajaron tablas dinámicas que permitieron realizar evaluaciones en base a preferencias o porcentajes y finalmente se elaboró el informe.

En base a estos resultados fue posible hacer el análisis interpretativo y la elaboración del informe de análisis.

PRIMER SEMESTRE: La agenda en infraestructura

Criterios de selección

La selección de la muestra a observar, toma en cuenta los siguientes criterios:

- ❖ Medios de reconocimiento público
- ❖ Tipo de contenido que ofrece
- ❖ Trayectoria del medio
- ❖ Línea editorial

El período de observación fue del 1 al 15 de junio de 2025

Pregunta de Investigación:

¿Cómo se reproduce en la agenda mediática la obra de infraestructura promovidas por organismos públicos en el ejecutivo?

Hipótesis: Los diferentes programas periodísticos se acercan a la gestión pública desde la promoción de obras de infraestructura a partir de la información sobre la efectividad o no del servicio público, desde donde se hace la fiscalización mediática.

Muestra de observación:

Nombre del Medio	Tipo	Producto digital
Latina	TV	Cuenta YouTube Latina Noticias
RPP noticias	TV	Cuenta Twitter (X)
América multimedia	TV	Cuenta Twitter (X)
La República	Periódico	Cuenta Twitter (X)

Equipos de Observación

N°	Equipos de observación	Medio
1	<ul style="list-style-type: none">• Ángela Montenegro• Enrique Daza• Juan Diego Llamoca• Sandra Romero	RPP Noticias América multimedia
2	<ul style="list-style-type: none">• Daniela Claudio• Gianfranco Girón• Jennifer López• Miguel Tacilla	Latina
3	<ul style="list-style-type: none">• Gonzalo Ramos del Águila• Raúl Allcahuaman• Silvia del Valle	La República

Categorías de Análisis

Es la organización de un listado de dimensiones de análisis que se operacionalizan en el conjunto de las variables que se van a monitorear. Cada una se materializa en un conjunto de ítems y preguntas que luego se incluirán en el protocolo de análisis, es decir en la ficha de observación.

Categorías de Análisis	Items
Datos Generales	Nombre del monitor, tipo de publicación.
Unidad de Análisis (Encuadre)	Medio, formato, Extensión, Ubicación, Sección, plataforma, Temas, etc.
Actores	Referido y referente: Nombre, roles, sexo.
Lenguaje utilizado	Expresiones visuales o verbales, tono de voz.
Tratamiento Informativo	Enfoque, Abordaje, Criterios periodísticos, Uso de fuentes, etc.

Principales Resultados

- A. “La República en la red social X”, refleja el Aeropuerto como el actor referido más mencionado y los pasajeros junto a la empresa Lima Airport Partners (LAP) fueron los actores referentes más mencionados, apareciendo en al menos la mitad de las publicaciones. Las fuentes utilizadas fueron en su mayoría oficiales, correspondientes al Estado y autoridades del sector transporte y fiscalización. No obstante, se reconoció también como fuente importante la voz de los pasajeros, especialmente en las notas de formato testimonial.
- B. El monitoreo del medio La República en la red social X evidencia que la obra de infraestructura del nuevo aeropuerto Jorge Chávez se incorpora a la agenda mediática con un enfoque centrado en la eficacia del servicio público, más que en la celebración institucional de la obra. La reproducción de esta infraestructura en la esfera digital se realiza en clave de fiscalización, en tanto que se priorizan aspectos problemáticos relacionados con el acceso, los servicios complementarios y el impacto ciudadano. Se confirma, por tanto, con La República en su formato de la cuenta X que los medios periodísticos abordan la gestión pública desde la observación crítica del funcionamiento real de los servicios promovidos por el Ejecutivo, reforzando así su rol como agentes de vigilancia ciudadana.
- C. Del análisis realizado sobre La República en versión periódico, se identifica que el tema del aeropuerto no ha tenido protagonismo particular. Solo se cubrió el tema durante los diez primeros días, y no de manera constante. Luego el tema desapareció por completo de sus publicaciones digitales, aunque sí resaltan publicaciones que abordan negativamente el tema, tampoco resalta una postura explícitamente crítica con la situación del mismo. Casi la mitad de las publicaciones en La República han sido de un tono neutro. Por otro lado, también resalta cierta predilección por dar voz a actores referentes hombres por encima de las mujeres.
- D. La cobertura en Latina Noticias acerca del aeropuerto se dio en momentos clave, como fue la inauguración como un balance de la semana, sin embargo, no se dio un seguimiento

diario o una investigación prolongada. No se usó lenguaje satírico en estos trabajos periodísticos, sino hubo un tono informativo con toques analíticos, incluso el tema del aeropuerto fue usado para desarrollar otros temas relacionados, como por ejemplo un acercamiento a los trámites migratorios. Asimismo, se trataron temas más allá de la infraestructura, como lo fue el servicio de transporte y la atención al ciudadano.

- E. Por otro lado, se incluyó una variedad de voces y testimonios oficiales como: funcionarios, empresarios, gerentes generales de diferentes instituciones (como LAP, ATU o Migraciones) para explicar y justificar las funciones del aeropuerto, así como los testimonios de ciudadanos acerca del buen o mal funcionamiento del nuevo aeropuerto o el servicio de aerobús. Aunque fueron pocos programas que tocaron el tema, se buscó mostrar y recoger la mayoría de opiniones de diferentes puntos de vista y justificación a solo sacar conclusiones. En esa línea, los programas periodísticos de Frecuencia Latina si se acercaron por el tema de las infraestructuras y fueron a comprobar la efectividad o no del servicio público a través de una fiscalización mediática.
- F. Respecto a América TV en la red social X, fue el medio donde más se mostraron publicaciones acerca del aeropuerto y sus funciones (10 publicaciones). Hay un seguimiento interdiario (hasta el 12 de junio) tocando temas variados (Políticas públicas y problemáticas sociales y cedió una revisión tanto de la infraestructura (que fue el que predominó) como el servicio de transporte y la atención al ciudadano. No obstante, hubo un tratamiento más superficial y menos analítico que los otros medios y canales de noticias. Se enfocó en dar resúmenes breves y se mencionó a algunas instituciones, pero no hubo una profundización en dar opinión y en los problemas del servicio público. Eso concluye que América Noticias en redes sociales dio una cobertura más noticiosa pero menos fiscalizadora.
- G. Desde América TV, aunque hubo una menor cobertura de días y programas sobre el aeropuerto (7 publicaciones), sí se observó que el tema principal fue desde un enfoque más informativo, analítico y de investigación, destacando los reportajes que daban una evaluación de los servicios del nuevo aeropuerto desde diferentes actores, tanto de los funcionarios, empresarios, técnicos, autoridades y gerentes generales que dieron sus puntos de vista y análisis como los testimonios de los ciudadanos, lo cual mostró el uso de diferentes ángulos y que se dio espacio a diferentes actores. Se dio un buen tiempo en pantalla sobre el tema con trabajos de entre 10 a 15 minutos, lo cual demuestra que se le da importancia al tema. Hubo una cobertura especial sobre el funcionamiento del sistema aeronáutico (tema que no se ha tocado tanto) y se revisó la capacidad de la atención al usuario.
- H. Las noticias sobre el nuevo Aeropuerto Jorge Chávez, en el periodo analizado, han circulado en mayor número (59 noticias, que representa el 62.77% del total) a través de publicaciones en las redes sociales (Cuenta X), de acuerdo a los resultados generales del monitoreo según tipo de publicación.

SEGUNDO SEMESTRE: El discurso de José Jerí

Se realizó el monitoreo de las publicaciones en la red social X relacionadas con la actividad del ex presidente Interino, José Jeri, durante la primera semana de noviembre de 2025.

Criterios de selección:

- ❖ Cuentas vinculadas al gobierno
- ❖ Canales oficiales del nuevo gobierno concentradas en el ejecutivo
- ❖ Alcance del medio (nacional e internacional)
- ❖ Tipo de contenido que ofrece

Preguntas de Investigación:

- **¿Cuál es el discurso que emplea el nuevo gobierno interino?**
- **¿Qué características grafican las cuentas de gobierno sobre la puesta en escena en las diferentes acciones públicas que tiene el presidente?**
- **¿Qué percepciones ciudadanas se manifiestan en las cuentas de gobierno?**

Hipótesis planteada: “El gobierno encargado a José Jerí (JJ), durante noviembre de 2025, utiliza el discurso de la escenificación política como instrumento para transmitir autoridad, compromiso y presencia política que influye significativamente en la percepción de la ciudadanía peruana”.

Período de observación

Del 01 al 07 de noviembre de 2025

Equipos de Observación

N°	Equipos de observación	Cuenta de Equis (X) a monitorear
1	<ul style="list-style-type: none">▪ Alexandra Carlos▪ Daniela Gallegos▪ Jatziry Abad▪ Mariselda Leyva	Presidencia del Perú
2	<ul style="list-style-type: none">▪ Francisco Jahncke▪ Julio Herrera▪ Keydi Berrocal▪ Sayuri Pre	José Jeri
3	<ul style="list-style-type: none">▪ Aribel Piscoya▪ Micaela García▪ Nayeli Zambrano	TV Perú Noticias

Categorías y Dimensiones de análisis:

Imagen Pública

- Imagen digital
- Discurso político de JJ en video
- Aparición JJ en medios
- Apariciones públicas con actores sociales y políticos
- Percepción de Liderazgo

Valoraciones positivas y negativas

- Credibilidad de JJ
- Reacción de los ciudadanos sobre la agenda del ejecutivo
- Aprobación Ciudadana JJ
- Rechazo al gobierno de JJ
- Sentimientos ciudadanos sobre labores JJ

Tratamiento político de la noticia

- Apariciones Públicas
- Difusión sobre seguridad Pública
- Propaganda Política
- Discurso político publicados de JJ

Temas de Agenda

- Representaciones de patrullaje
- Insatisfacción con la gestión y representación
- Pedidos Ciudadanos

Opinión Pública

- Opiniones Ciudadanas
- Nivel de Interacción JJ con usuarios

Principales Resultados

- A. Respecto a la escenificación política que utiliza el presidente José Jerí en sus publicaciones, se ha evidenciado que la constante presencia en operativos nocturnos en distintos distritos -difundidas a través de imágenes y videos- ha permitido la construcción de una imagen que refuerza el perfil de líder participativo, presente y sobre todo, vigilante. Asimismo, en todo el contenido audiovisual difundido en la cuenta de X, el Pdte. José Jerí aparece en el centro del encuadre, acompañado de policías. De alguna u otra manera, la posición y el encuadre de las fotografías y videos enfatiza la idea de liderazgo, control y autoridad. Es sumamente valioso evidenciar que la construcción de los videos son parte de una puesta en escena muy bien trabajada. A través de la inclusión de la población (niños en ocasiones), música, textos, sonidos e imágenes, la cuenta de la Presidencia del Perú refleja una imagen sensible, trabajadora y cercana, generando diversas emociones en la ciudadanía. En síntesis, la construcción del storytelling de la cuenta @presidenciaperu contribuye -y evidencia en gran magnitud- la escenificación política que dicha cuenta utiliza.
- B. Respecto a la percepción de la ciudadanía, el análisis de los comentarios encontrados en los posts en X de la cuenta de la Presidencia del Perú evidenció una mezcla de aprobación, rechazo, burlas y pedidos de la ciudadanía. la percepción de la ciudadanía es variable y

dividida. A pesar de que la gran cantidad de comentarios de los usuarios sean críticas, cuestionamientos y burlas hacia el Gobierno del Perú y el presidente de turno también existe un pequeño sector que valora positivamente la presencia del mandatario en las calles, felicitándolo por su labor y valentía. Es importante recalcar que gran parte de los comentarios giran en torno a la burla y críticas a las publicaciones de la cuenta de la Presidencia del Perú. Los ciudadanos sostienen que los *posts oficiales* no son evidencia de eficacia o trabajo, sino más bien es parte de un show político barato que prioriza la imagen que el cumplimiento de objetivos.

- C. La cuenta de TVPerú Noticias en la red social X fue utilizada como objeto de estudio mediante la recolección de datos y posteriormente decodificación de información. Se evidenció que fue empleado como un recurso estratégico para construir y proyectar la imagen presidencial en el espacio digital, donde elementos como la seguridad y el orden interno, se usa para reforzar la figura del mandatario como líder institucional con una narrativa favorable, escenificada en actos públicos y mensajes de “estabilidad”, los que fueron claves en esta cobertura. En este período (del 1 al 7 de noviembre) se difundieron 57, de las cuales un 37% estuvo directamente vinculado a temas de seguridad pública, orientadas a sostener la continuidad visual y simbólica del liderazgo presidencial.
- D. Durante la observación, se evidenció que existe un tratamiento mediático de TVPerú Noticias que no se limitaron solo a transmitir información, sino que optaron por una escenificación política que destacó atributos personales de Jeri como la capacidad de conducción, la firmeza y la legitimidad simbólica. La narrativa se centró en presentar al presidente como conductor firme, cercano y activo en terreno. Asimismo, la personalización del discurso fue evidente: la cobertura privilegió la figura presidencial por encima de actores colectivos o ciudadanos, y en seis (6) publicaciones se identificaron rasgos de propaganda política, con estética institucional, lemas y gestos de “eficacia” que inscribieron al mandatario en una gramática de desempeño y autoridad.
- E. La reacción ciudadana en X tensionó la construcción mediática. En este caso, si bien las métricas de interacción reflejan visibilidad y circulación del discurso oficial, el balance cualitativo mostró otra realidad. Existe una mayor densidad crítica que apoyo explícito: es decir, solo se encontraron cuatro (4) intervenciones de respaldo frente a 17 negativas con calificativos peyorativos hacia el presidente y gobierno interino. Esta diferencia sugiere que la estrategia de escenificación y seguridad generó atención, pero no necesariamente *engagement*; los usuarios de X reinterpretan lo propuesto por el medio estatal y se genera en ellos desconfianza y cuestionamiento hacia las publicaciones.
- F. De manera consecuente, la teoría de agenda setting aplicada al entorno digital permite comprender este fenómeno: TVPerú Noticias instaló la seguridad como tema central pero la ciudadanía disputó el enfoque y evocó significados críticos, mostrando que la legitimidad no se asegura por repetición de mensajes, sino por su tratamiento hacia ellos como audiencias activas.

Conclusiones Finales

1. El medio estatal operó como canal de difusión del discurso gubernamental, olvidando que es un medio público, espacio plural y accesible. Trató de consolidar una imagen pública de la autoridad de turno, convirtiéndose en vocero del gobierno sin representación de la ciudadanía. La esfera digital impone sus límites en contextos de sensibilidad política y polarización, los ciudadanos no creen en las narrativas oficiales que presentan los medios de comunicación, los cuestionan y resignifican sus mensajes ante el escenario de desconfianza generalizada. En este sentido, la ciudadanía es representada como usuarios de la red social X que actuó como un contrapeso crítico, disputando la narrativa oficial e introduciendo interpretaciones que cuestionan y critican la legitimidad de la gestión interna.
2. La comunicación presidencial de José Jerí en X revela una narrativa consistente basada en la seguridad, la firmeza y la eficiencia. Estos elementos no se presentan de manera aislada, sino que se integran mediante estrategias de escenificación política que buscan moldear la percepción ciudadana y reforzar una imagen de liderazgo activo y resolutivo. Así, la plataforma digital se convierte no solo en un canal de difusión, sino en un espacio estratégico donde el presidente construye y legitima su autoridad en un contexto nacional marcado por la inestabilidad institucional y la demanda creciente de credibilidad en la gestión pública.
3. La red social X se caracteriza por priorizar noticias breves, en etiqueta o con enfoque neutral, pero también se abre a contenidos de opinión y ocasionalmente investigativos. Los productos de TV, por su parte, utilizan una mayor variedad de géneros como reportajes y entrevistas, y se apoya más en enfoques fiscalizadores, vinculados a la profundidad audiovisual que permite su formato.
4. Ambos medios usan descripción e información contextualizada como principales recursos narrativos. Twitter suma un mayor número de publicaciones con opinión explícita, mientras que RPP TV incorpora testimonios y voces ciudadanas. En cuanto a los criterios democráticos, ambos emplean pluralidad de fuentes y contextualización, aunque la red social X hace un uso más constante de datos y referencias institucionales. Las fuentes utilizadas en ambos canales son mayoritariamente oficiales, como funcionarios públicos, voceros y especialistas. No obstante, RPP Noticias TV otorga más espacio a ciudadanos y actores locales, lo cual enriquece el ángulo social de las noticias. La red social X, por el contrario, mantiene un enfoque más centralista e institucional.
5. La cobertura mediática sobre los problemas de infraestructura del nuevo aeropuerto Jorge Chávez, en los medios analizados se caracterizó por un predominio del género informativo y un tono neutral. Esta tendencia evidencia un tratamiento centrado en la transmisión de hechos concretos, con escasa profundización, con poca participación directa de los involucrados, y sin análisis estructural de cada caso. Los medios elegidos para el estudio —La República, América TV, Latina y RPP— son espacios mediáticos de alta visibilidad y consumo nacional, lo que refuerza la relevancia de los patrones detectados.

¿Cómo se cubrió los medios la inauguración del nuevo Aeropuerto Jorge Chávez?

Monitoreo del comportamiento mediático en torno a una de las obras más importantes del 2025

>>>

1 LA REPÚBLICA

La República en X (Twitter)

- ✓ Alta actividad en la inauguración (1 y 2 de junio).
- Enfoque crítico en servicios y accesibilidad.
- 📸 Uso intensivo de recursos visuales: fotos y videos.
- 👤 Pasajeros y LAP fueron los actores más mencionados

🎯 Se cumplió la hipótesis: fiscalización desde la experiencia ciudadana.

2 LA REPÚBLICA

La República (prensa digital)

- ✉ Cobertura solo en los primeros 10 días.
- 📄 Predominaron formatos de opinión y notas breves.
- ⚖ Tono equilibrado entre crítico y neutral.
- 🗣 Mayor presencia de voces masculinas como referentes.

➡ Poca constancia, pero coincidencia con la hipótesis.

3 LATINA

Latina Noticias

- 📺 8 programas clave, con foco informativo y de análisis.
- 🗣 Profundizó en temas como migraciones y transporte.
- 💡 Usó voces oficiales y ciudadanas.
- ⏱ Tiempos largos en pantalla (hasta 15 min).

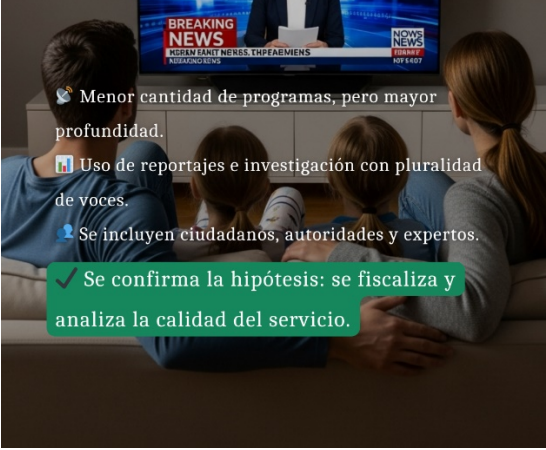
👍 Se confirma la hipótesis con enfoque plural y ciudadano.

America Televisión (twitter)



- 📱 Medio con más publicaciones (10 en total).
- 📄 Tratamiento breve y superficial.
- 🌿 Temas diversos, pero sin mayor profundidad ni opinión.
- 🔍 Se visibiliza el tema, pero no se fiscaliza.
- ❌ No se cumple plenamente la hipótesis.

América Televisión



- 📺 Menor cantidad de programas, pero mayor profundidad.
- 📰 Uso de reportajes e investigación con pluralidad de voces.
- 👤 Se incluyen ciudadanos, autoridades y expertos.
- ✅ Se confirma la hipótesis: se fiscaliza y analiza la calidad del servicio.

RPP (TV y twitter)



- 📱 Twitter: publicaciones más frecuentes y breves.
- 📺 TV: reportajes más profundos y con testimonios
- 🏠 Twitter más institucional, TV más cercana al territorio.
- 📰 Ambos usan fuentes oficiales, pero TV visibiliza más a la ciudadanía.
- ✅ Se cumplen los criterios de pluralidad, fiscalización y contextualización.

¿Por qué importa este análisis?

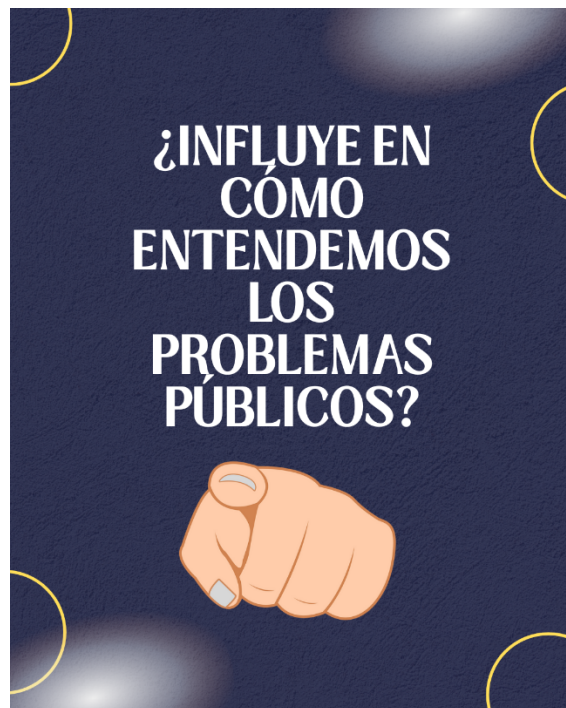
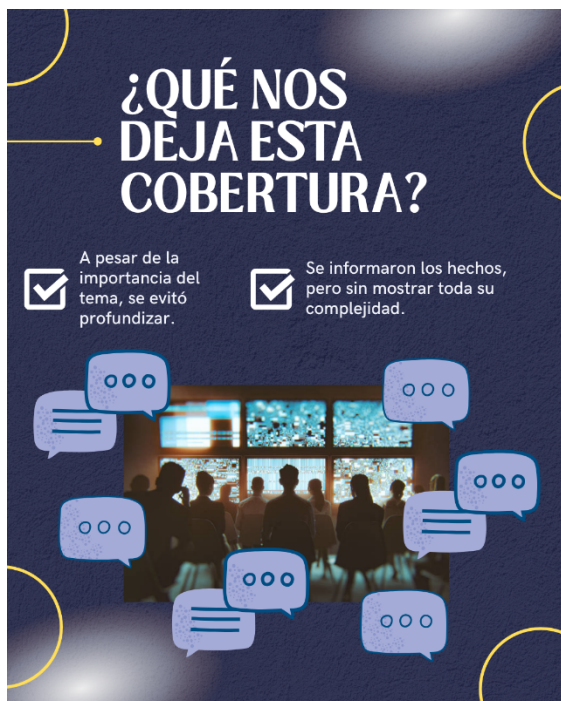


Porque entender cómo los medios cubren la gestión pública fortalece nuestra ciudadanía.

Exige medios más responsables, inclusivos y críticos.

👉 ¡Súmate a la vigilancia ciudadana!





¿Qué opinan los usuarios del Gobierno Interino de José Jerí en X?

estudiantes de periodismo
@estudiantedeperiodismo

Se hizo un análisis de cómo **TVPerú Noticias** comunica la imagen del presidente interino y cómo reaccionan los usuarios ante ese contenido. Este carrusel resume qué encontramos y por qué importa.

El gobierno interino atraviesa un momento clave de **legitimidad**. Las redes sociales, especialmente **X**, son la **primera ventana** donde muchas personas se **informar**.

Monitorear estas publicaciones permite identificar:

- Como se construye la imagen del presidente.
- Si, la comunicación busca informar, persuadir o legitimar.
- Cuánta interacción genera realmente en los usuarios de X.

Para la **elaboración y desarrollo de este informe** se emplearon como variables: **Escenificación política y percepción de la ciudadanía.**

Del 1 al 7 de noviembre, la percepción ciudadana en la cuenta de X de TV Perú Noticias se categorizó en:
Reacción ciudadana frente a la agenda del Ejecutivo (179).
Credibilidad de José Jerí (4).
Insatisfacción con la gestión y representación (17).

Del 1 al 7 de noviembre, TV Perú Noticias publicó contenido principalmente sobre:

- **Apariciones públicas** (12 tweets).
- **Difusión sobre seguridad pública** (21 tweets).
- **Propaganda política** (6 tweets).

A pesar de la frecuencia y formalidad de las publicaciones, **la interacción fue moderada.** Esto se evidenció en:

Comentarios Me gusta

Republicar Elementos guardados

El público **no está confiando** en el discurso institucional sobre Jerí y sus actividades.

Recolección y procesamiento de la data:

Para registrar la construcción de la imagen pública de l gobierno interino de José Jeri se procedió a almacenar data de la participación de Tv Perú en X.

Fase de Recolección

- > **Fuente:** Cuenta oficial de Tv Perú en X.
- > **Periodo:** 1 al 7 de noviembre de 2025.
- > **Objetivo:** Tweets relacionados con la gestión del gobierno interino de José Jeri.
- > **Volumen total:** Se identificaron y extrajeron 57 tweets.

Una vez concluida la exhaustiva fase de recolección, los **57 tweets** emitidos por la cuenta de TV Perú sobre el gobierno interino de José Jeri (del 1 al 7 de noviembre) fueron sometidos a un riguroso procedimiento metodológico de clasificación.

La importancia de esta etapa radicó en la **transformación de la información bruta en datos analíticos** mediante su organización sistemática en una tabla de Excel.

- Esta matriz de datos estructuró el análisis bajo categorías esenciales como: **Fecha, Dimensiones, Estructura Contextual, Significado Local, Etiqueta, Cita, Nueva Etiqueta y Enlace del Tweet.**
- Este ordenamiento fue fundamental para decodificar los patrones de comunicación del medio estatal y las respuestas subyacentes de la audiencia, superando así los riesgos de una interpretación superficial y asegurando un análisis riguroso de la cobertura y la interacción generada.

Hallazgo Clave:

La clasificación detallada de las publicaciones por sus dimensiones temáticas reveló la estrategia de encuadre (framing) utilizada por TV Perú durante el periodo de monitoreo.

Del total de 57 tweets analizados, se evidenció una marcada predominancia en la temática de **"Difusión sobre seguridad pública"** con **21 tweets**, lo que sugiere la priorización de esta narrativa por parte del medio estatal.

En segundo lugar, se encontraron los contenidos de **Apariciones públicas (12 tweets)** y de manera crucial para el observatorio, los tweets sobre la **Reacción de los ciudadanos sobre agenda del ejecutivo (11 tweets)**, los cuales sirven como ventana directa a la percepción pública. Las demás categorías se distribuyeron en: **Credibilidad de José Jeri (6), Propaganda política (6), Insatisfacción sobre la gestión y representación de José Jeri (6)**, los tweets de temática la agenda mediática y, al analizar la naturalza de la interacción ciudadana, permite conocer la naturaleza de la interacción y la percepción del público sobre el mandato y el desempeño del público impuesto por el medio.

Resultados principales:

La Estrategia Mediática de TV Perú Noticias

-> **Objetivo:** Construir y proyectar una imagen presidencial de José Jeri como líder firme, activo y garante de "estabilidad".

Temas Centrales:

- 🇵🇪 **Seguridad Pública (37% de publicaciones):** Énfasis en el Estado de emergencia (Lima y Callao) y acciones de orden.
- 👤 **Liderazgo Personalizado (12 apariciones públicas):** Escenificación política destacando su capacidad de conducción y legitimidad.
- 🗣️ **Tono:** Uso de una gramática de desempeño, autoridad y hasta propaganda política (identificada en 6 publicaciones).

La Reacción Crítica de los usuarios en X

-> **Tensión en la Narrativa:** La estrategia generó visibilidad, pero no engagement positivo.

-> **Balance Cualitativo:** Fuerte densidad crítica y desconfianza hacia el discurso oficial.

TIPO DE INTERVENCIÓN	CANTIDAD	SIGNIFICADO
Criticas Negativas	17	Uso de calificativos peyorativos hacia el presidente/gobierno.
Respaldo Explicito	4	Escaso apoyo a la gestión o a las publicaciones.

(Handwritten red arrows point from the table to the tweets below)

Lilian Solange @lilian_solange · 3 nov.
Que resultados obtendrán si se le pasa de ríñona de la prep., los parásitos están subiendo, el resultado es que nos están extorsionando a todos al final

carlos rojas @carlosrojas0980 · 3 nov.
Pura farsa, todo falso, para engañar a los electores, el hambre de votos. La paz se va a recuperar cuando el estado, se libre de políticos KORSURTOS, y se deroguen las leyes pro-crimen, que el fulgorismo fabricó a su medida, y de paso beneficio a políticos KORSURTOS y el hampas.

Luz Madeline Munayo @luzmuni · 3 nov.
Dico: imbecil que tiene oseteo de guerra como @RinaAdeiro. ¿Cuál guerra? Eres un imbecil, sin ideas, sin un plan solo sales a tomarle fotos y a hacer perder el tiempo a la gente en cada acto q vistes.

CONCLUSIONES

TV Perú instaló la Seguridad como tema, pero la ciudadanía disputó el enfoque. Los usuarios de X son audiencias activas que cuestionan y resignifican los mensajes oficiales, limitando la efectividad de la narrativa gubernamental.

(Handwritten red arrows point from the conclusion text to the tweets below)

No seamos nada... Esot si dura para ale... @Dennis4388 · 4 nov.
Hable con su bancada y derogue las leyes pro crimen! Termine esos penales q ya están avanzados en distintas regiones del país haga algo no sea pura pantalla q ya esta perdiendo credibilidad

Rollhando @rollhando · 3 nov.
Todo es show para la foto y en la calles siguen matando y la delincuencia haciendo de las suyas, mientras no coja derogar las leyes procrimen ninguna medida funcionará.

ViejoPedorro @ElViejoPedorro · 4 nov.
O sea !! El vota por leyes para beneficiar delincuentes y ahora quiere legislar para ir contra delincuentes? Van a tomarse semanas para buscar una opción que no se aplique a congresistas y solo a delincuentes de extorsión? jajaja jajajaja esto si es demasiado cómico

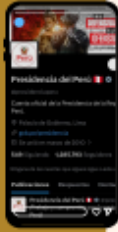
“Análisis comunicacional de la presencia del presidente interino José Jeri, en la cuenta de la Presidencia del Perú de X”



Integrantes:
Abad, Jatziry
Carlos, Alexandra
Gallegos, Daniela
Leyva, Mariselda

Tema

El análisis revisa publicaciones en X sobre José Jeri para identificar su discurso y presen- ta en escenas, mediando que el gobierno usa la escenificación política para proyectar legitimidad y evaluando su impacto mediante categorías como imagen pública y valoraciones ciudadanas.



Problematización:

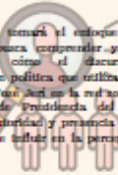
La transición política marcada por la llegada del presidente interino José Jeri ha intensificado el uso de las redes sociales por parte del Ejecutivo, donde la Presidencia del Perú difunde imágenes y mensajes que buscan construir legitimidad mediante una narrativa visual y emocional del poder. Sin embargo, esta estrategia comunicacional, basada en la escenificación digital y la circulación constante de contenidos oficiales, plantea la necesidad de analizar críticamente cómo estas prácticas influyen en la percepción ciudadana y configuran representaciones sobre la figura presidencial.

Marco conceptual

Comunicación política digital Castells (2020)	Cognición política y emocionalidad mediática Castells (2020)	Opinión Pública Habermas (1996)	Escenificación política en redes sociales Bermúdez (2016) Soto (2020)
---	--	---	--

Metodología

Este estudio emplea el enfoque cualitativo, porque se busca comprender y analizar a profundidad cómo el discurso de la escenificación política que utiliza el gobierno interino de José Jeri en la red social de X en la cuenta de Presidencia del Perú para transmitir autoridad y presencia política con el objetivo de influir en la percepción de los ciudadanos.



Hipotesis

“El gobierno interino encabezado por JJ, durante el periodo 2023-2026, utiliza el discurso de la escenificación política como instrumento para transmitir autoridad, compromiso y presencia política que influye significativamente en la percepción de la ciudadanía peruana”.



Operacionalización de variables

Representaciones de patrullaje nocturno Despliegue de las fuerzas combinadas durante un operativo de control de Identidad en San Martín de Porres.	Apariciones públicas con actores sociales y políticos José Jeri lidera el Comité de Coordinación Operativa Unificada que reviene a las autoridades para el monitoreo del Estado de Emergencia.
Construcción visual de los videos El video evidencia a Jeri con los representantes de gremios de transporte público.	Rechazo al Gobierno de Jeri Los comentarios evidencian desconfianza y rechazo hacia el Gobierno de Jeri y mencionan que Jeri es solo un modelo de cámaras.

Recolección de datos

1. La recolección de datos se realizó de forma manual utilizando la herramienta Excel.	2. Se registró cada publicación por la cuenta oficial @PresidenciaPeru en la plataforma X durante el periodo 1 al 7 de noviembre del 2023.	3. Para cada tuit se aplicó la fecha, dimensión, estructura contextual, significado local, etiquetas, citas y enlaces.
4. Se realizó un procesamiento de estandarización del nombre de las dimensiones.	5. Revisión y corrección de redacción en estructura contextual y significado local.	6. El registro de publicaciones está en orden cronológico. Se verificó los hipervínculos.

Resultados obtenidos:

El análisis de los comentarios encontrados en los post en X de la cuenta de la Presidencia del Perú evidenció una mezcla de aprobación, rechazo, burlas y pedidos de la ciudadanía. 	El contenido audiovisual refleja al pdte. como figura principal. De alguna u otra manera, la posición y el encuadre de las fotografías y videos enfatiza la idea de liderazgo, control y autoridad. 	Los comentarios no sólo se convirtieron en una forma de evidenciar rechazo y desconfianza hacia el gobierno; sino también fue un espacio aprovechado para formular demandas y pedidos directos al pdte. del Perú.
---	---	---

Conclusión

A pesar de querer moldear narrativas, la Presidencia del Perú sólo ha generado un espacio en el que los usuarios (ciudadanos) pueden interpretar, cuestionar y resignificar contenidos.





Comunicación Política y Liderazgo Presidencial en X

“La comunicación efectiva es clave para fortalecer la confianza en la ciudadanía y el liderazgo.” José Jerf

Análisis del discurso digital

- Objetivo: evaluar impacto
- Método: análisis cualitativo
- Período: 1 al 7 noviembre

50%

La ruptura con México fue un tema central en el discurso.

65%

Porcentaje de menciones sobre liderazgo autoritario en discursos

75%

Participación ciudadana en encuestas sobre seguridad ciudadana

80%

Estrategia de legitimación efectiva sobre acciones políticas que buscan consolidar la autoridad presidencial.

La comunicación del presidente José Jerf en noviembre refleja sus estrategias de liderazgo y diplomacia en un entorno digital.