

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Un breve repaso por la historia del Perú permite constatar el especial interés de diversos gobiernos por limitar la libertad de expresión, tratando con frecuencia de sujetar sus alcances a los objetivos e ideología predominantes, y estableciendo diversos tipos de controles y restricciones oficiales. Los pretendidos esfuerzos por suplantar la propiedad privada de los medios de comunicación para permitir el acceso y participación de determinados sectores sociales en ellos y evitar supuestos abusos en el ejercicio de la libertad de expresión, revelaron las estrategias de signo autoritario que fueron empleadas para controlar a los medios de comunicación.

Entre los gobiernos y los medios de comunicación casi siempre ha existido una tensión permanente, que ha encontrado en la legislación uno de sus mejores reflejos. En esta tensión ha cobrado especial relevancia la actuación de las Fuerzas Armadas, que bajo el argumento de la defensa de una “auténtica libertad de expresión y de “velar por los intereses de la patria” han tratado de ajustar la transmisión de la *información* a través de los medios de comunicación a su particular enfoque de la realidad.

Desde comienzos del siglo XX y hasta el golpe de Estado del general Juan Velasco Alvarado el 3 de octubre de 1968, la sociedad y el Estado peruano se organizaron bajo dos tendencias predominantes. Una fue la estructura de dominación cerrada y excluyente, que los sociólogos han denominado como Estado Oligárquico o período de la dominación oligárquica. La otra recogió la herencia caudillista del siglo XIX y la reprodujo a través de la tensa relación entre los caudillos militares que en su mayor parte ocuparon el poder¹.

¹ Bourricaud, Francois. *Poder y Sociedad en el Perú*. Lima, Instituto de Estudios Peruanos e Instituto Francés de Estudios Andinos, 1989.

Con la destitución del general Juan Velasco Alvarado, el ala conservadora de la llamada revolución del 3 de octubre emprendió un proceso de desmantelamiento de las reformas aplicadas. En estas circunstancias se aprobó la Constitución de 1979, la misma que vino a representar un nuevo marco para las relaciones políticas. La carta del 79 posibilitó la existencia de un marco institucional con elecciones periódicas. Fue así que en la década de los ochenta surgió, aunque en forma embrionaria, un sistema de partidos representativos que cubría un amplio espectro ideológico.

La aparición de Alan García en el escenario de los 80 fue bien recibida por todos los sectores y constituyó por un tiempo la promesa de un liderazgo que renovarían la política peruana. Con él llegaba, por primera vez al poder, el Partido Aprista. Pero, sus promesas quedaron en el discurso, en los gestos y en el impulso a mecanismos populares de participación que no llegaron a cuajar.

Durante los ochenta se selló el fracaso de las instituciones previstas en la Constitución de 1979, y se abrió paso a un duro cuestionamiento de la clase política en el poder y el rechazo de los partidos políticos a los que se tildó de tradicionales.

Cuando Alberto Fujimori llegó al poder en 1990, la crisis económica tenía magnitudes de catástrofe. La violencia política desatada por los grupos subversivos amenazaba seriamente la viabilidad del Perú como país. El sistema de partidos terminó por hacer crisis.

Al inicio de la década de los 90, la manipulación partidocrática del poder estaba agotada y se hizo más visible el divorcio entre el Estado y la sociedad, mientras se agudizaba la incapacidad del aparato estatal para administrar la coyuntura política y se violaban los derechos humanos. De ahí que el golpe de Estado de Fujimori no hizo otra cosa que apresurar un desenlace de ruptura inevitable.²

² Bernales, Enrique. *Crisis y partidos políticos*. En: *De golpe de Estado a la Nueva Constitución*. Serie Lecturas sobre Temas Constitucionales 9. Comisión Andina de Juristas, Lima, 1993. p.32

Desde el golpe del 5 de abril de 1992, se estableció una nueva relación entre el gobierno y los medios de comunicación, su relación con la ciudadanía y el acceso a la *información*. Ese día asistieron a una reunión en el Cuartel General del Ejército los propietarios de las principales cadenas de televisión. Allí se les advirtió sobre el golpe que se iba a ejecutar esa noche y se les comprometió a colaborar. Al parecer todos -o la mayoría- aceptaron cooperar con el gobierno autoritario cívico-militar que surgió de esa coyuntura, a juzgar por su comportamiento en los días y años siguientes al golpe.³

Desde entonces, fue notoria la particular preocupación del gobierno no sólo por influir en los medios y tener buena prensa, sino en controlar la información recurriendo a métodos vedados en cualquier lugar donde esté vigente el estado de derecho y un sistema democrático. Así empezó un largo periodo de acomodados, compromisos y componendas entre el gobierno resultante del golpe y los propietarios de los medios televisivos. No fue casualidad que sólo los dueños de las estaciones de televisión hubieran sido convocados. Para los ejecutores del golpe, era claro que el medio de comunicación de masas por excelencia era la televisión. En realidad, en el Perú de los 90, un país de muy poca lectoría, probablemente sea el único medio de masas, pues en el nuevo orden de los *media* la palabras, o los textos, no valen lo que las imágenes.⁴

El golpe pretendió esbozarse detrás del pretendido “Gobierno de Emergencia y Reconstrucción Nacional”, de duración indefinida que debía regirse por una “Ley de Bases de Emergencia y Reconstrucción Nacional”, que prevalecería sobre la Constitución. La comunidad internacional frustró ese proyecto y obligó a dictar la Constitución de 1993 que consagró su reelección por primera vez en 1995, donde además, obtuvo el 65% de los votos y la mayoría absoluta en el parlamento.

Se instauró, formalmente en el Perú, un militarismo corporativo que asoció a las Fuerzas armadas, a los empresarios en general y, de modo especial, a las empresas propietarias de los

³ Rospigliosi, Fernando. *El arte del engaño: las relaciones entre los militares y la prensa*. Ed. Tarea, Lima 2000 pág 13

medios de comunicación y a las empresas de investigación de mercados ya que privilegió el uso de unos y otros para facilitar la manipulación de la opinión pública⁵. El régimen de Fujimori usó, durante la última década, diversos procedimientos para lograr el control de los medios, especialmente los canales de televisión.

En 1996 mediante la aplicación de una Ley de “Interpretación Auténtica” se permitió a Fujimori postular, por segunda vez consecutiva, a la presidencia de la República y se expropió el derecho de los ciudadanos a ejercer un referéndum frente a este cambio. Entonces, se percibió la sensación de estar sometidos a un régimen poco transparente, cuyas acciones se llevaban a cabo con plena legitimidad y de forma permanente y disfrazada de aparente legalidad.

Y en 1997, cuando el país se quedó prácticamente sin Tribunal Constitucional, al destituir el Congreso a tres magistrados que afirmaron que Fujimori no podía postular a una segunda reelección, surgió la reacción de un sector de la sociedad civil: la juventud estudiantil. Se encendió en ella el ímpetu de la protesta. Los jóvenes encontraron en la calle el lugar idóneo para manifestar su descontento y salieron a marchar el 5 de junio de 1997, apoyados por diversos sectores de la población. Sin duda, este primer acercamiento a las calles marcó un precedente entre la juventud y entre la población en general.

Desde 1997 el acoso a la libertad de prensa y expresión se hizo más intenso y sistemático. Se recurrió a la intimidación a través de la SUNAT y el Poder Judicial logrando ahogar todo intento de independencia de los medios de comunicación por el fácil expediente de permitir, ilegalmente, que los accionistas minoritarios se apropien del control de sus respectivas sociedades. Todo el periodismo de investigación de los canales de señal abierta fueron desterrados. Nuevamente, la juventud salió a las calles, para protestar en contra de la intervención del gobierno a canal 2.

⁴ Ramonet, Ignacio. *La tiranía de la comunicación*. Editorial Debate, Madrid 1988. Pag 23

Durante el proceso electoral del año 2000, los gastos en publicidad del Estado aumentaron de modo desproporcionado, absorbiendo la televisión el 78% de esos gastos, reflejándose esta inversión en el trato dispensado que se le dio a los candidatos de la oposición. Los concesionarios de canales de señal abierta, violando la Constitución y la Ley de Telecomunicaciones y su Reglamento, que les obligan a no discriminar entre los usuarios, sencillamente se negaron a recibir propaganda de esos candidatos.

El trato discriminatorio fue aun más notorio en materia informativa durante la primera vuelta electoral. Así, entre el 1 y el 21 de marzo del 2000, Fujimori ocupó 9 horas 25 minutos y 8 segundos bordeando el 70% de apariciones y de tiempo en la televisión, mientras que el resto de los demás candidatos sólo lograron un magro 30% en apariciones y tiempo de televisión. Demás está decir que Radio Nacional del Perú y sus filiales y repetidoras así como el canal de Televisión del Estado (canal 7) e incluso el Diario Oficial El Peruano dedicaron sus esfuerzos, exclusivamente, a publicitar las labores del Gobierno y a realizar activa campaña en contra de los adversarios de Fujimori.

Después del 9 de abril la ONPE demoró tres días en dar los resultados de la primera vuelta, ofreciendo cifras que variaban por décimas. Medía, en realidad, la reacción pública frente a un eventual y fraudulento reconocimiento de Fujimori como vencedor, en primera vuelta frente al resto de candidatos. El 10 de abril le reconoció el 49.88% de votos. Dos días después, le daba 49.84. Le habían faltado escasamente 15,500 votos. La movilización popular, iniciada en la noche del 9 de abril, con Alejandro Toledo, segundo candidato más votado, a la cabeza, frustró el intento de dar la victoria a Fujimori, en primera vuelta.⁶

Alejandro Toledo, al igual que Fujimori en 1990, surgió como el súbito canalizador del voto de rechazo al gobierno. Por encima de sus cualidades y su trayectoria individual, que influyeron parcialmente, se dio un fenómeno de transvase de las preferencias electorales. Los cálculos del elector le dieron a Toledo la oportunidad de enfrentar a Fujimori luego de la

⁵ Paniagua Corazao; Valentín. *Trampas y engaños del proceso electoral: consecuencias y explicaciones*. En Perú 2000: un triunfo sin democracia. Comisión Andina de Juristas. Lima 2000. p.46.

descomposición de las candidaturas de Alberto Andrade y Luis Castañeda (por efectos de una sistemática campaña de desprestigio por parte del gobierno).

Durante la etapa que antecedió a la segunda vuelta electoral, realizada el 28 de mayo, muchos de los organismos observadores, tanto externos como la OEA y nacionales como la Asociación Civil Transparencia elevaron informes sobre la “falta de condiciones mínimas para llevar a cabo una competencia electoral libre y limpia”.

El 28 de mayo los canales de televisión abierta informaron sobre los resultados de las encuestas, a boca de ánfora, que dieron ganador a Toledo (Apoyo: 45.2% vs 43.6%; CPI 46.2% vs 42.6% y Datum 48.5% vs 42%). Cuatro horas después, de cerrarse la votación, coincidentemente, las propias encuestadoras comenzaron a invertir los resultados, rectificando su información inicial. Fujimori así resultaba vencedor. Los canales de televisión, en sus informes, explicaron el hecho aduciendo que el voto fujimorista era “vergonzante” y el de Toledo “militante” y que las encuestadoras habían sido engañadas por sus informantes.

Si observamos con atención, éstos son elementos con que tropezamos frecuentemente en la historia, tanto antigua como contemporánea del Perú, donde se ha vivido un clima desfavorable para la democracia y por tanto, para el libre ejercicio de la Libertad de Expresión e Información. Se evidenció más durante el proceso electoral del 2000; muchos medios de comunicación cambiaron la línea informativa de sus telediarios por otra favorable a intereses políticos provenientes del gobierno de ese entonces, cambiando el sentido real de la Información.

Surge entonces, la necesidad de ampliar el conocimiento respecto al comportamiento informativo que tuvieron diferentes medios de comunicación durante el segundo proceso electoral del año 2000, específicamente, cuál fue su oferta informativa y el tratamiento de la información.

⁶ Revista *Caretas* N° 1614, del 14 de abril, p.30

A. Tipo de Investigación

El presente estudio es histórico, de un hecho que ya sucedió y sobre el cual, se han venido iniciando debates y análisis. Se inicia como exploratorio, repasando aportes de investigadores y estudiosos sobre la relación existente entre los programas informativos y la democracia.

La información obtenida facilitó la descripción del objeto de estudio, en este caso: *el comportamiento informativo*. Permitió seleccionar conceptos o variables y analizó con precisión posible cada uno de ellos independientemente. Por tanto, la investigación continuó como descriptiva.

Con la información obtenida se determinaron tendencias e identificaron relaciones potenciales entre variables. Así, el estudio que se inició como exploratorio y continuó como descriptivo, al evaluar el grado de relación entre variables se constituye en correlacional. Roberto Hernández Sampieri manifiesta al respecto: “la investigación correlacional tiene, en alguna medida, un valor explicativo aunque parcial. Saber que dos conceptos o variables están relacionadas aporta información explicativa”.⁷

B. Planteamiento del problema de investigación

1. Identificación del objeto de estudio

El comportamiento informativo de los programas periodísticos de Frecuencia Latina (Canal 2) y América Televisión (Canal 4)

2. Formulación de la pregunta de investigación

⁷ Hernández Sampieri Roberto. *Metodología de la Investigación*. Segunda edición. McGraw-Hill Editores S.A de C.V. Buenos Aires 1998. Pags 57-72.

¿Cuál fue la naturaleza del comportamiento informativo de los programas periodísticos emitidos en Frecuencia Latina y América Televisión durante el proceso electoral del 2000? ¿Cómo se refleja este comportamiento en cada uno de los componentes de la noticia?

3. Hipótesis de investigación

El comportamiento informativo de los programas periodísticos, Frecuencia Latina y América Noticias, durante las elecciones presidenciales del 2000 no fue imparcial ni comprometido con el proceso democrático.

DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES DE LA HIPÓTESIS		
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
<i>Programas periodísticos televisivos</i>	90 Segundos y América Noticias, difundidos por los canales 2 y 4, respectivamente. Se transmiten a diario, durante una hora e informan sobre el acontecer político, económico, social y cultural que ocurre a diario, en el país y el mundo. Su contenido y línea informativa son definidos por los dueños de ambas empresas televisivas.	Definir el perfil televisivo, la oferta informativa y su discurso en los programas periodísticos de los canales 2 y 4.
<i>Comportamiento Informativo</i>	El comportamiento informativo obedece a una o varias intenciones, algunas de ellas expresas; otras, quizás el mayor número, implícitas. La intención guía el proceso de elaboración de una información, le impone sus reglas que pueden darle forma, deformarla, recortarla, destacarla o suprimirla. La naturaleza de esas intenciones señala el grado de libertad de la información y si es verdadera o no. La intención es imparcial , cuando al darle forma a la información no la deforma, no la recorta, ni la suprime, sino la interpreta tal cual es. La intención es comprometida con el proceso democrático cuando la información genera participación social, encuentro de perspectivas, donde la diversidad se junta, construyéndose intereses, generándose debates, consensos, polémicas y se puede analizar con más claridad el aporte de los medios al proceso democrático que está aconteciendo, en este caso el proceso electoral.	Analizar el tratamiento de la información de los programas periodísticos de canal 2 y 4, identificando sus intenciones expresas e implícitas al momento de informar: si otorgan cargas valorativas y connotaciones subjetivas a las noticias; si las mismas expresan participación equitativa de las diversas posiciones políticas; si favorecen con mayor cobertura determinada información en detrimento de otra; si difunden equitativamente las opiniones de los diversos actores sociales; si dan cobertura a los hechos trascendentales y de interés de la ciudadanía; si expresan imparcialidad en sus opiniones como informativo; que su información no atente contra la credibilidad de los telespectadores.
<i>Proceso democrático</i>	La coyuntura electoral del 2000, específicamente la segunda vuelta electoral, donde Alberto Fujimori y Alejandro Toledo fueron los candidatos presidenciales.	Evidenciar la cobertura de Alejandro Toledo respecto a Alberto Fujimori en América Noticias y 90 Segundos.

4. Identificación de los objetivos de la investigación

Objetivo General

Demostrar cómo el comportamiento informativo de los programas periodísticos de Frecuencia Latina y América Televisión, expresado en su oferta informativa y su discurso y el tratamiento de la información, no fue imparcial ni comprometido con proceso democrático durante las elecciones presidenciales del 2000.

Objetivos Específicos

1. Definir el perfil televisivo, la oferta informativa y su discurso en los programas 90 Segundos y América Noticias, a través de la observación diaria de sus noticias.
2. Precisar el tratamiento de la información en ambos programas informativos, a partir de su intencionalidad informativa y valor otorgado a sus noticias.
3. Precisar el grado de identificación de los jóvenes con ambos programas informativos durante el proceso electoral del 2000.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ASPECTOS A INVESTIGAR	INDICADORES	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
1. Definir el perfil televisivo, la oferta informativa y su discurso en los programas “90 Segundos” y “América Noticias”, a través de la observación diaria de sus noticias.	Antecedente situacional de los canales 2 y 4. Características generales de la oferta informativa y su discurso.	Canales de televisión de señal abierta (Frecuencia Latina y América Televisión). Lead de la noticia. Cobertura en vivo o en directo. Actores de la información.	Fichas de análisis y seguimiento a la programación semanal de cada uno de los programas informativos.
2. Precisar el tratamiento de la información en ambos programas informativos, a partir de su intencionalidad informativa y valor otorgado a sus noticias.	Características del tratamiento de la información	Intencionalidad de los emisores. Personajes y temas más recurrentes. Cargas valorativas en la información.	Fichas de análisis sobre las características expresadas en el tratamiento de su información diaria.
4. Precisar el grado de identificación de los jóvenes con ambos programas informativos durante el proceso electoral del 2000.	Identificación con los programas periodísticos televisivos	Percepción de temas difundidos. Percepción de temas omitidos.	Encuesta descriptiva con administración de cuestionario en forma directa (entrevista)

5. Alcances de la investigación

a. A nivel temático

La presente investigación se centra en el estudio del comportamiento informativo de los programas periodísticos 90 Segundos y América Noticias. Este comprende, caracteriza y correlaciona los siguientes ámbitos comunicativos: la oferta informativa y su discurso, el tratamiento de la información y su incidencia en los jóvenes. En suma, hablamos de la información.

b. A nivel espacial

La investigación se basa el seguimiento exhaustivo, a través del análisis de la forma y contenido, de dos programas informativos de los canales 2 y 4, durante la segunda etapa electoral de 2000.

También, se basa, como elemento complementario, en las opiniones de líderes de organizaciones juveniles, como actores activos en el

proceso electoral, permitiéndonos conocer su percepción y expectativas frente a los medios televisivos en ese entonces.

c. A nivel temporal

Esta es una investigación que se remonta hacia situaciones pasadas, por tanto es una investigación histórica. Concretamente, las técnicas de investigación se aplicaron entre el mes de enero y marzo de 2001, pero los datos recogidos corresponden al año 2000. La sistematización de los resultados y el trabajo final corresponden a finales del año 2001.

6. Fundamentación de la investigación

La presente investigación busca comprender y conocer el impacto de los medios de comunicación televisiva en la democracia peruana, para ello observa la forma cómo actuaron los programas periodísticos televisivos durante el proceso electoral del año 2000, y explica la correspondencia medios-democracia que implicó el derecho ciudadano a estar debidamente informado y el derecho de los informadores al pleno ejercicio de la libertad de expresión en ese periodo de tiempo.

Y es que desde diciembre de 1999, cuando Fujimori anunciara su postulación a un tercer periodo presidencial, la polarización política agravada presentó, como peculiaridad sustantiva, el silencio de los medios televisivos más importantes frente a las manifestaciones públicas en protesta por los actos de corrupción y prepotencia de su gobierno.

Esta coyuntura pasada hace que la realización de la presente investigación sea pertinente porque, a diferencia de los medios escrito y hablado, la televisión, tanto en nuestra sociedad como en otras, es fuente de mayor impacto e influencia en el ámbito informativo, que no sólo

representa el logro excepcional del avance tecnológico, sino un fenómeno central de la cultura contemporánea, con implicancias éticas, estéticas y antropológicas.

Encender el televisor, no sólo pasa por la necesidad de entretenimiento, sino la demanda de información. Por este motivo, la interrogante en la presente investigación surge alrededor de cómo, a través de la información, se reproduce la esfera de lo público y qué visión de realidad se propone en los espacios informativos.

Los resultados obtenidos pretenden ser un aporte al entendimiento de la relación tan estrecha que existe entre los medios de comunicación y la democracia, específicamente los programas informativos televisivos, difundidos diariamente por dos canales de señal abierta durante el Segundo Periodo Electoral de 2000.

Al respecto, siendo el informativo o telediario un género de programación televisiva, cuya producción responde a criterios de selección y codificación⁸, la presente investigación observa y analiza la forma y contenido de su información; de cómo se constituyen en ella las dosis de espectacularización, las noticias breves, coyunturales, descontextualizadas y anecdóticas; para conocer a qué intereses responden, a qué exigencias y concepciones de quienes manejan su programación, es decir qué intencionalidad informativa presentan.

7. Valor potencial de la investigación

El impacto social y político de cómo se va creando, transformando y difundiendo la información, a través de los programas periodísticos televisivos, justifican la realización de la presente investigación. No obstante, señalamos una serie de criterios que motivaron a llevar a cabo el presente estudio y los aportes del mismo.

a. Valor Teórico:

⁸ Ignacio Ramonet. *Informarse cuesta*. Artículo escrito en <http://www.baietz.org>

Si bien la noción de democracia se define desde diferentes campos del conocimiento, la presente investigación ofrece un acercamiento teórico y empírico a la democracia desde el campo de la comunicación, particularmente a partir del medio televisivo, pues en una sociedad abierta, democrática, plural y liberal ya el sentido común nos dice que ningún sistema de estas características puede existir sin la función constitutiva de medios de comunicación igualmente libres e independientes. No podemos dejar de lado el aporte comunicacional que brinda esta práctica investigativa al tratamiento interdisciplinario que se le viene proporcionando al tema en la actualidad.

Este estudio aborda el proceso de comunicación televisiva, a través de un acercamiento —por medio de técnicas cualitativas— al mensaje que circula por estos medios y los emisores (la información). Esto se llevó a cabo en la coyuntura política de mayor trascendencia de la realidad peruana en el marco del accionar de los medios de comunicación durante la Segunda Etapa Electoral de 2000.

De otro lado, los resultados y las conclusiones a los que se arriban sugieren una serie de conclusiones, recomendaciones e hipótesis que pueden ser abordadas en futuros trabajos y debates académicos y, así, seguir profundizando el conocimiento —que en América Latina cobra particular trascendencia— de las profundas relaciones entre la comunicación y la democracia.

b. Utilidad metodológica

En función de la naturaleza del problema planteado, esta investigación comunicacional combinó de manera vinculada y complementaria la utilización de enfoques metodológicos cualitativos (análisis de forma y contenido, entrevistas), con resultados cuantitativos.

En este sentido, esta experiencia en el ámbito de la comunicación televisiva —con la relevancia que cobra el comportamiento de los canales de televisión en el Perú— y la promoción de democracia podrá aportar como guía para futuros estudios que deseen profundizar estos aspectos en diferentes medios masivos de comunicación y sectores de la sociedad.

c. Implicaciones prácticas

Para tener una visión global e íntegra de lo que es el quehacer televisivo (producción, tratamiento de la información, cobertura, seguimiento) y enfrentar mejor nuestras respectivas prácticas, el presente estudio pretende:

- Permitir a los futuros comunicadores formarse una conciencia de sí mismos, integrarse responsablemente a la sociedad, reconocer los problemas existentes y la capacidad para resolverlos, establecer acciones plurales de presión social y sentirse parte de la sociedad a la que informan.
- Instar a que los canales de televisión difundan su información tomando en cuenta la opinión pública local, regional y nacional con temáticas y problemáticas que ayuden a reflexionar sobre nuestra realidad y a fortalecer las prácticas democráticas.
- Motivar la vigilancia ciudadana organizada sobre los medios masivos de comunicación, para que éstos puedan asumir responsablemente una ética de servicio y una labor de constitución de ciudadanos responsables y críticos.

d. Relevancia política

Con un conocimiento adecuado y una valoración objetiva del rol de los medios de comunicación podremos comprender, dirigir y promover, de manera contundente, el sentido y los alcances de la democracia en su relación con los medios de comunicación.

La investigación desea aportar, como elemento de apoyo, para que la relación medios de comunicación y democracia se traduzca en políticas y acciones sistemáticas y concretas, fundamentalmente comunicacionales, que en la diversidad y el conflicto construyan caminos para seguir avanzando.

C. Diseño de la investigación

La presente es una *investigación no experimental transeccional o transversal*. Es decir, se trata de un estudio donde no se manipula intencionalmente las variables porque ya han sucedido, sino que se observa el fenómeno tal y como se presenta en su contexto para, luego, analizarlo. Se recolectan los datos en un solo momento, en un tiempo único.

Esta investigación es a su vez correlacional/causal porque tiene como objetivo describir relaciones entre dos o más variables en el objeto de estudio y en un momento determinado. Se trata también de descripciones, pero no de variables individuales sino de sus relaciones sean éstas puramente correlacionales o relaciones causales.

Se busca conocer el rol que los medios de comunicación televisiva cumplen a favor del fortalecimiento, o no, de la democracia; identificar las limitaciones relacionadas con el respeto irrestricto de la Libertad de Expresión en el tratamiento de su información y conocer la opinión de jóvenes líderes de organizaciones sobre el tema, para otorgarle mayor integralidad a la investigación⁹.

Esta *investigación es descriptiva*¹⁰ aplicada a dos programas periodísticos televisivos de horario nocturno, emitidos en la ciudad de Lima y a nivel nacional, durante la Segundo Etapa Electoral del año 2000. Se realiza una minuciosa observación, seguimiento y registro de los programas periodísticos televisivos, a través del análisis de la forma y contenido de cada uno de sus componentes.

Debido a que decidimos analizar el estado y la relación entre un conjunto de variables en un momento determinado en el tiempo (medición única), en estos casos el diseño apropiado — bajo un enfoque no experimental— es el transversal o transeccional de tipo correlacional sin precisar sentido de causalidad.

⁹ Orozco Gómez, Guillermo. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Buenos Aires, Argentina 1996. Págs 67 a 87.