

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL
DE HUAMANGA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS:

**Construcción del discurso de la prensa peruana durante el
proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato
del expresidente Pedro Castillo.**

Para optar el título profesional de:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTADO POR:
Bach. Yonel MANRIQUE CHILLCCE

ASESOR:
Dr. Boris Enrique PEÑA MORALES

AYACUCHO - PERÚ

2024

Dedicado a mis padres, Neri y Dioscórides,
y mi hermana Yomaira por su incansable
dedicación y apoyo en mi formación
personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, a mis profesores; en especial, al Dr. Boris Enrique Peña Morales, por su tiempo, paciencia, constancia, apoyo, dedicación y orientación en la realización de este proyecto. Gracias infinitas.

A mis padres a mis padres Neri y Dioscórides, y hermana Yomaira por su incansable dedicación y apoyo en mi formación personal y profesional. Sin su apoyo este logro no sería posible. Siempre estaré en deuda con ustedes.

Finalmente, a mis amigos de colegio, universidad y trabajo quienes me alentaron y alientan a seguir mis sueños y cumplir mis objetivos profesionales.

A todos, mis más sinceros agradecimientos.

ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	11
Introducción.....	12
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1 Planteamiento del problema.....	14
1.1.1 Formulación del problema.....	20
1.1.1.1 Problema general.....	20
1.1.1.2 Problemas específicos.....	20
1.1.2. Objetivos de la investigación.....	20
1.1.2.1 Objetivo general.....	20
1.1.2.2 Objetivos específicos.....	20
1.2 Importancia y justificación.....	21
1.3 Hipótesis.....	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	23
2.1 Antecedentes de la investigación.....	23
2.1.1 A nivel internacional.....	23
2.1.2 A nivel nacional.....	25
2.1.3 A nivel local.....	27
2.2 Bases teóricas.....	28
2.1.1 El discurso.....	29
2.1.1.1 Retórica.....	32
2.1.1.2 Estilo del discurso.....	36
2.1.1.3 Características del discurso periodístico.....	39
2.1.1.4 Análisis del discurso.....	40
2.1.1.5 Esquema del discurso periodístico.....	54

2.2.2 Construcción de la noticia.....	58
2.2.2.1 El periodismo.....	58
2.2.2.2 La noticia.....	59
2.2.2.3 Producción periodística.....	61
2.2.2.4 Valores periodísticos.....	62
2.2.3 Elecciones generales presidenciales.....	64
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	75
3.1. Enfoque de la investigación.....	75
3.2 Diseño de la investigación.....	75
3.3 Unidad de análisis.....	76
3.4 Categorías de estudio.....	78
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección.....	79
3.6 Procedimientos de aplicación de métodos.....	79
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	80
4.1 Presentación de resultados.....	80
4.2 Discusión de resultados.....	220
4.3 Conclusiones.....	234
REFERENCIAS.....	236
ANEXOS.....	239

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Título: <i>Candidatos y partidos bajo sospecha</i>	81
Figura 2. Título: <i>Keiko Fujimori, una candidata bajo sospecha judicial</i>	85
Figura 3. Título: <i>Forsyth: favorito en el primer tramo de la campaña electoral</i>	89
Figura 4. Título: <i>Deudas coactivas por S/. 28,4 millones con SUNAT no han prescrito y son exigibles</i>	93
Figura 5. Título: <i>López Aliaga critica a Reactiva Perú, pero sus empresas recibieron S/. 24,2 millones</i>	97
Figura 6. Título: <i>Fiscalía tiene 35 testigos que implican a Keiko Fujimori</i>	101
Figura 7. Título: <i>Partidos sin identidad fija se amoldan a candidaturas presidenciales</i> .	105
Figura 8. Título: <i>Cuatro partidos investigados por lavado</i>	109
Figura 9. Título: <i>El giro de Keiko Fujimori sobre el indulto</i>	113
Figura 10. Título: <i>Fiscal acusa a Keiko Fujimori por 4 delitos</i>	117
Figura 11. Título: <i>No te metas con ellas</i>	121
Figura 12. Título: <i>El entorno de Pedro Castillo</i>	125
Figura 13. Título: <i>Keiko Fujimori ya demostró que no honró las promesas asumidas en el 2016</i>	129
Figura 14. Título: <i>Identifican a fujimorista en ataque a evento de Castillo</i>	133
Figura 15. Título: <i>Perú Libre: reforma AFP sin tocar ahorros; Keiko: no politizar la ciencia</i>	136

Figura 16. Título: <i>Keiko Fujimori: “Hay que negar todo lo relacionado con Odebrecht”</i>	139
Figura 17. Título: <i>El otro rostro de la campaña de Keiko: la guerra sucia contra su oponente Castillo</i>	143
Figura 18. Título: <i>Keiko Fujimori busca anular más de 200.000 votos a nivel nacional.</i>	147
Figura 19. Título: <i>La accidentada ruta sindical de Pedro Castillo</i>	151
Figura 20. Título: <i>El comunismo sería lo peor que le puede pasar a nuestro país</i>	155
Figura 21. Título: <i>Sombras sobre el futuro de la defensoría</i>	159
Figura 22. Título: <i>Deslinde sin acciones concretas</i>	163
Figura 23. Título: <i>Perú Libre plantea confiscación de las AFP</i>	167
Figura 24. Título: <i>Keiko Fujimori denuncia fraude en mesa</i>	170
Figura 25. Título: <i>Seis meses de ofertas incumplidas y reforma educativa en peligro</i>	174
Figura 26. Título: <i>Las imputaciones de la fiscal de la nación contra el presidente Castillo</i>	177
Figura 27. Título: <i>Karelim López hace graves acusaciones contra el presidente</i>	181
Figura 28. Título: <i>Los caminos de la oposición para sacar a Pedro Castillo</i>	185
Figura 29. Título: <i>Los duros caminos para salir de la crisis</i>	189
Figura 30. Título: <i>El factor Cerrón seguirá influyendo en la presidencia de Pedro Castillo</i>	193
Figura 31. Título: <i>Investigación abierta por terrorismo</i>	197

Figura 32. <i>Título: Los mensajes de Castillo sobre los ascensos militares.....</i>	200
Figura 33. <i>Título: Allanan Palacio de Gobierno por el Caso Petro – Perú.....</i>	205
Figura 34. <i>Título: Karelím López afirma que el presidente Castillo integra mafia que opera en el MTC.....</i>	209
Figura 35. <i>Título: IPYS Y CPP emitieron 24 alertas por acciones contra la prensa.....</i>	213
Figura 36. <i>Título: Las redes detrás de un presidente acorralado.....</i>	217

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Título: <i>Unidades de análisis</i>	77
Tabla 2. Título: <i>Categoría medular preliminar</i>	78
Tabla 3. Título: <i>Guía de análisis 1 – La República</i>	82
Tabla 4. Título: <i>Guía de análisis 2 – La República</i>	85
Tabla 5. Título: <i>Guía de análisis 3 – La República</i>	89
Tabla 6. Título: <i>Guía de análisis 4 – La República</i>	93
Tabla 7. Título: <i>Guía de análisis 5 – La República</i>	97
Tabla 8. Título: <i>Guía de análisis 6 – La República</i>	101
Tabla 9. Título: <i>Guía de análisis 7 – El Comercio</i>	105
Tabla 10. Título: <i>Guía de análisis 8 – El Comercio</i>	109
Tabla 11. Título: <i>Guía de análisis 9 – El Comercio</i>	113
Tabla 12. Título: <i>Guía de análisis 10 – El Comercio</i>	117
Tabla 13. Título: <i>Guía de análisis 11 – El Comercio</i>	121
Tabla 14. Título: <i>Guía de análisis 12 – El Comercio</i>	125
Tabla 15. Título: <i>Guía de análisis 13 – La República</i>	129
Tabla 16. Título: <i>Guía de análisis 14 – La República</i>	133
Tabla 17. Título: <i>Guía de análisis 15 – La República</i>	136
Tabla 18. Título: <i>Guía de análisis 16 – La República</i>	139
Tabla 19. Título: <i>Guía de análisis 17 – La República</i>	144

Tabla 20. <i>Título: Guía de análisis 18 – La República</i>	147
Tabla 21. <i>Título: Guía de análisis 19 – El Comercio</i>	152
Tabla 22. <i>Título: Guía de análisis 20 – El Comercio</i>	155
Tabla 23. <i>Título: Guía de análisis 21 – El Comercio</i>	160
Tabla 24. <i>Título: Guía de análisis 22 – El Comercio</i>	163
Tabla 25. <i>Título: Guía de análisis 23 – El Comercio</i>	167
Tabla 26. <i>Título: Guía de análisis 24 – El Comercio</i>	171
Tabla 27. <i>Título: Guía de análisis 25 – La República</i>	174
Tabla 28. <i>Título: Guía de análisis 26 – La República</i>	178
Tabla 29. <i>Título: Guía de análisis 27 – La República</i>	181
Tabla 30. <i>Título: Guía de análisis 28 – La República</i>	186
Tabla 31. <i>Título: Guía de análisis 29 – La República</i>	189
Tabla 32. <i>Título: Guía de análisis 30 – La República</i>	193
Tabla 33. <i>Título: Guía de análisis 31 – El Comercio</i>	197
Tabla 34. <i>Título: Guía de análisis 32 – El Comercio</i>	201
Tabla 35. <i>Título: Guía de análisis 33 – El Comercio</i>	205
Tabla 36. <i>Título: Guía de análisis 34 – El Comercio</i>	209
Tabla 37. <i>Título: Guía de análisis 35 – El Comercio</i>	213
Tabla 38. <i>Título: Guía de análisis 36 – El Comercio</i>	217

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo comprender cómo la prensa peruana construyó su discurso periodístico durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo. El enfoque de investigación utilizado fue cualitativo, permitiendo desarrollar descripciones, interpretaciones y conclusiones en función del contexto en el que se realizaron los hechos. Se utilizó un diseño de investigación hermenéutico interpretativo, que permitió entender y comprender a profundidad la construcción del discurso periodístico en los textos seleccionados, estudiándolos como un todo y disgregándolos en las partes que lo componen.

Las unidades de análisis fueron seleccionadas de manera intencionada, permitiendo estudiar un total de 36 artículos periodísticos de los diarios La República y El Comercio. Los artículos fueron organizados para su análisis en tres etapas: Elecciones generales presidenciales del año 2021, elecciones generales presidenciales de segunda vuelta del año 2021 y el primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo.

La investigación tuvo como conclusión que los medios de prensa La República y El Comercio realizaron la construcción del discurso periodístico en base a las fuerzas económicas (capitalismo) de las cuales dependen y fueron ellas quienes veían en el expresidente Pedro Castillo un claro opositor a sus intereses, realizando una tratativa de la información inusual, cayendo en el sensacionalismo y evidenciando una discordia entre el ejecutivo y el "cuarto poder".

Palabras clave: Discurso, elecciones generales presidenciales, prensa, construcción de la noticia.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación permitió comprender la construcción del discurso periodístico de los medios La República y El Comercio durante el proceso electoral presidencial del año 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo (28 de julio del 2021 – 28 de julio del 2022). Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la transmisión de la información noticiosa a su audiencia, logrando influir en sus comportamientos y conductas. En el contexto electoral presidencial, la información vertida tiene mayor responsabilidad en el destino del país, ya que el lector (electorado) es el encargado de decidir mediante su voto a la nueva autoridad nacional por 5 años.

Para comprender este proceso comunicativo es necesario apoyarnos en un marco teórico sólido ya que se estudian diversos elementos, por ello, se tomó como base los aportes brindados por Teun A. Van Dijk, quien ha contribuido significativamente a este campo a través de sus libros y teorías, los cuales explican la composición, conformación y elementos que influyen en la construcción del discurso, así como la influencia del contexto en este fenómeno. Asimismo, Michel Foucault ha analizado las relaciones entre el poder y el discurso, aportando una perspectiva importante para comprender este proceso. Por otro lado, Juan Gargurevich brindó aportes relevantes para comprender la construcción de la noticia, al mencionar los aspectos implícitos y explícitos que colaboran en la composición de los textos periodísticos.

Teniendo como precedente este marco teórico, la investigación se aplicó a los 36 artículos periodísticos seleccionados de los diarios La República y El Comercio, haciendo uso de la técnica de análisis de contenido, la cual se aplicó mediante el instrumento de guía de análisis. Para este proceso, se hizo uso del círculo hermenéutico, que permitió realizar varias veces la lectura, interpretación y desglose de los textos para su mejor comprensión y conclusión. Los artículos fueron seleccionados de acuerdo a las tres etapas en que se dividió la

investigación: elecciones generales presidenciales 2021, elecciones generales presidenciales de segunda vuelta 2021 y primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo.

Para lograr comprender, analizar y demostrar las conclusiones de la investigación, se optó por esquematizar en cuatro capítulos. El capítulo I presenta el planteamiento del problema de investigación, donde se expone y argumenta el problema en cuestión y se proponen los objetivos de investigación. En el capítulo II, se desarrolla el marco teórico, los antecedentes a nivel internacional, nacional y local; asimismo, el marco conceptual. El capítulo III presenta la metodología de investigación, donde se fundamenta el enfoque metodológico, tipo de investigación, la muestra y explica la técnica e instrumento utilizado. En el capítulo IV, se realiza el análisis de los contenidos de los diarios La República y El Comercio, que junto con otra información recabada y contrastada permiten exponer en este mismo capítulo las conclusiones de la investigación. Finalmente, como aspectos complementarios, se presentan las referencias, anexos y evidencias utilizadas a lo largo de la investigación.

CAPÍTULO I

Problema de Investigación

1.1 Planteamiento del Problema

Las elecciones generales presidenciales del año 2021 en el Perú, se realizaron en medio de una convulsionada coyuntura política, social y de salubridad; brindando una gran responsabilidad a la población de elegir correctamente al presidente del país. En este contexto, los medios de comunicación asumieron la responsabilidad de brindar información verídica sobre cada uno de los candidatos, y de esta forma, colaborar a que electores tomen una buena decisión al momento de sufragar. Estos comicios tuvieron la particularidad de contar con un total de 18 candidatos para este importante cargo de la nación, muchos de ellos ya eran conocidos por el electorado por su posicionamiento político y diversas actividades proselitistas durante años anteriores.

En el año 2021, nuestro país afrontaba una grave crisis, luego que durante el período del gobierno presidencial comprendido entre los años 2016 al 2021, tuvimos cuatro presidentes de la República: el presidente electo Pedro Pablo Kuczynski en el año 2018 renunció a este cargo en medio de acusaciones de corrupción y un proceso de vacancia por el congreso. Su sucesor (vicepresidente de la república), Martín Vizcarra, tuvo el poder durante dos años; sin

embargo, fue vacado por el legislativo acusado de incapacidad moral, aduciendo supuestas vinculaciones a casos de corrupción y favorecimiento político, asimismo, este gobierno tuvo la particularidad de desarrollarse en el marco de una crisis sanitaria producida por la pandemia de la COVID – 19. Posteriormente, se efectuó el mandato más breve en la historia del Perú, realizada por el entonces presidente del congreso, Manuel Merino, quien renunció irrevocablemente al quinto día de su mandato y en medio de una situación caótica, teniendo a la ciudadanía protestando en las calles y generando una inestabilidad social, política y jurídica. Finalmente, Francisco Sagasti, culminó este singular periodo presidencial, brindando una estabilidad relativa al país, en comparación con sus antecesores.

En este sentido, la prensa jugó un papel fundamental en el día a día de la sociedad, por su proximidad y alcance masivo, informando de las actividades de mayor relevancia política y social, las cuales principalmente se basaron en el poder ejecutivo por la inestabilidad política que afrontaba dicho poder de estado. El año 2021, también fue de suma importancia para la prensa, por el proceso electoral que se desarrolló, teniendo la función de reproducir los diversos discursos políticos, que a su vez generaron discursos periodísticos propios de cada medio informativo, en base a las fuentes y datos recolectados, como asevera Gutiérrez (2009) en su investigación *Discurso Periodístico: una propuesta analítica* de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. México, cuando menciona que la realidad discursiva que cada noticia construye se lleva a cabo mediante dos operaciones básicas: una de selección de unidades informativas y una de estructuración y jerarquización de la información.

En este mismo sentido, González (2021) en su estudio *Discurso periodístico y argumentación* de la Revista Mexicana de Comunicación afirma sobre el discurso de la prensa que:

Es la construcción y difusión de la noticia expresada en diversos géneros periodísticos.

El periodista recoge información de la realidad social sobre acontecimientos que juzga

relevantes y de interés general para darlos a conocer al público. También, cumple el compromiso de explicarle al público la importancia de la información al interior, en tiempo y espacio, del grupo social en el cual se comunican. (p. 01).

El interés mediático durante el año 2021 se centró en las contiendas electorales, las cuales eran de mucha importancia en nuestro país porque requería de nuevas autoridades que puedan cambiar la imagen negativa que tenía la población sobre los gobernantes salientes. Es así que las elecciones generales para la presidencia de la república tuvieron en la mayoría de los candidatos propuestas para erradicar la corrupción y mejorar los servicios de salud y educación. En este sentido El comercio e Ipsos (2021) realizaron sondeos mensuales durante el periodo setiembre 2020 - abril del 2021 sobre la preferencia de voto del electorado, teniendo a candidatos como: George Forsyth (Victoria Nacional), Daniel Urresti (Podemos Perú), Julio Guzmán (Partido Morado), Yohny Lescano (Acción Popular), Rafael López Aliaga (Renovación Popular) y Keiko Fujimori (Fuerza Popular) en los primeros lugares. A falta de dos meses para las elecciones generales presidenciales, aparece la figura política de Pedro Castillo en la escena política de las encuestadoras con un 3%, ocupando el noveno lugar en la intención de votos, un mes después en estos mismos sondeos el candidato cajamarquino ocupaba el quinto lugar con un 6% de aprobación. Finalmente, las elecciones generales presidenciales 2021 se desarrollaron el 11 de abril del año 2021, estos comicios según la Oficina Nacional de Procesos Electorales (2021) dieron como ganadores a Pedro Castillo (Perú Libre) con un 18.92% y Keiko Fujimori (Fuerza Popular) con 13.4.%, clasificando estos dos al proceso de elecciones generales presidenciales de segunda vuelta.

Britos (2003) en la Revista Tópicos de la Universidad Católica de Santa Fé expresa que la relación entre discurso y acción ha sido tradicionalmente interrogada desde la preocupación por reunir legítimamente dos aspectos de la praxis que se señalan como instancias diferentes: una cosa, es decir, otra cosa es actuar. El discurso de la prensa a través de la campaña electoral

presidencial 2021 tenía mayor atención a candidatos que aparecían en los primeros lugares de intención de voto; sin embargo, un candidato que no tenía mucha visibilidad mediática por medios de alcance nacional, logró posicionarse en el primer lugar en las elecciones generales presidenciales. Es necesario acotar que, los sondeos en su gran mayoría se realizaron en la capital de la nación, Lima, y en una menor proporción en ciudades del interior del país. Precisamente, Pedro Castillo logró mayor aprobación y respaldo de los departamentos fuera del departamento de Lima, lugares que no fueron sondeados en su totalidad o considerados menos relevantes para la prensa y encuestadoras.

Las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta fueron programadas para el 06 de junio, donde Pedro Castillo y Keiko Fujimori buscarían ocupar el cargo de presidente de la República. Durante este proceso los medios de prensa tuvieron una singular y marcada participación con la información que brindaban a la población, manteniendo un claro favoritismo por la candidata del partido naranja; mientras que Castillo, fue criticado y durante 56 días (intervalo del 11 de abril al 06 de junio) recibió una feroz campaña de desacreditación, aduciendo que mantenía vínculos con el Movimiento por la Amnistía y Derechos Fundamentales (MOVADef), considerada como una asociación fachada de Sendero Luminoso y con vínculos narcoterroristas. Asimismo, candidatos que perdieron en las elecciones generales presidenciales de primera vuelta como Rafael López Aliaga, César Acuña, Hernando de Soto, George Forsyth, Alberto Beingolea y Daniel Urresti mediante declaraciones a los medios de comunicación brindaban su apoyo y respaldo a la candidatura de Keiko Fujimori y por el contrario creaban temor en la población aduciendo que un posible gobierno de Castillo se aplicaría un modelo similar al que se ejecuta en Venezuela y eso llevaría a una crisis económica y social en el país. Además, mencionaron que no apoyaban la ideología del representante de Perú Libre, por ser marxista, comunista y socialista, teniendo como base que estos modelos de gobiernos llevaban a los pueblos a la pobreza.

Durante el proceso de elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, Pedro Castillo, docente cajamarquino que era conocido por luchar a favor del El Sindicato Unitario de Trabajadores en la Educación del Perú (SUTEP), continuó su campaña por el interior del país, reforzando así su discurso de un estado igualitario y con mayor oportunidad para toda la población. En este sentido, la prensa nacional cubrió e informó de las actividades del entonces candidato, sin embargo, en su discurso periodístico usaron diversas herramientas y recursos lingüísticos explícitos e implícitos para brindar una imagen desfavorable de Castillo.

La Revista Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación (1990) menciona que los medios de comunicación se convierten en aparatos burocráticos enormes que parecen tener una mayor eficacia en lo referente a difusión o a manipulación informativas. Los dueños de los medios de comunicación en el Perú, son personas que apoyan a una ideología liberalista (derecha), es decir, están a favor de la inversión privada en el país y favorecer a la economía de empresas. Cabe mencionar que los propietarios de estos medios, tienen también otras empresas en diferentes rubros económicos, por ello, no se veían favorecido con un posible gobierno de Pedro Castillo, que presentaba una propuesta socialista (izquierda). Fue así, como empezó de manera evidente un conflicto mediático entre los medios de prensa y el candidato de Perú Libre. Lozano (2007) refuerza esta posición basándose en que la teoría de la economía política crítica, menciona que “las grandes corporaciones cuentan con el capital y recursos humanos y tecnológicos, por lo que terminan siendo quienes poseen y controlan la mayoría de los medios.” (p.61)

Luego de unas accidentadas elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, las cuales se desarrollaron el 11 de junio del 2021, según la ONPE (2021) dieron como ganador a Pedro Castillo (50,126 %), quien obtuvo la victoria con el apoyo y respaldo de diversas zonas del Perú. De esta manera, se daba inicio a un nuevo gobierno que, si bien tenía un respaldo de la población, también tenía rechazo por la clase dominante del país.

El primer año de gobierno del ex presidente Pedro Castillo, fue muy convulsionado a nivel político, social y mediático. Recibió diversos cuestionamientos sobre el equipo que conformo para los ministerios, por ser personajes con ideología de izquierda (comunista, socialista) en su mayoría, y también dejó en claro su oposición a la prensa peruana, sosteniendo en repetidas ocasiones su desacuerdo con la tratativa y la manera en que construyen la información. Es así que, la prensa peruana continuó realizando múltiples artículos, investigaciones y cuestionamientos del entonces presidente de la república y su entorno político.

La prensa es considerada como el cuarto poder, debido a la gran influencia que tiene en la sociedad, es por ello, que grandes grupos de poder buscan tener influencia y decisión sobre la información que se brinda, así lo indica la Revista Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación (1990) que no se debe olvidar el crecimiento monstruoso de otro poder; el de las numerosas empresas privadas en el mundo capitalista que pueden ir más allá y superar en algunos casos al poder estatal o gubernamental.

Es así, como la prensa tiene en sus manos una gran responsabilidad, pero al mismo tiempo también un poder atribuido por la sociedad; porque influyen en la información, educación y toma de decisiones, ayudando a crear realidades y percepciones en determinados contextos sociales. Es por ello, la necesidad de realizar esta investigación con la finalidad de explicar el proceso de la construcción de discurso de la prensa peruana en un contexto político determinado, específicamente durante las elecciones generales presidenciales 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo.

1.1.1 Formulación del Problema

- **Problema General**

¿Cómo construyeron los medios periodísticos La República y el Comercio su discurso periodístico durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo?

- **Problemas Específicos**

- ¿Cómo construyeron los medios periodístico La República y El Comercio su discurso periodístico durante las elecciones generales presidenciales de primera vuelta en el año 2021?
- ¿Cómo construyeron los medios periodístico La República y El Comercio su discurso periodístico durante las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta en el año 2021?
- ¿Cómo construyeron los medios periodístico La República y El Comercio su discurso periodístico durante el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo?

1.1.2 Objetivos de la Investigación

- **Objetivo General**

Comprender como los medios periodísticos La República y El Comercio construyeron su discurso periodístico durante las elecciones generales presidenciales 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo.

- **Objetivos Específicos**

- Describir como los medios periodísticos La República y El Comercio construyeron su discurso periodístico durante las elecciones generales presidenciales de primera vuelta en el año 2021.

- Entender como los medios periodísticos La República y El Comercio construyeron su discurso periodístico durante las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta en el año 2021.
- Conocer como los medios periodísticos La República y El Comercio construyeron su discurso periodístico durante el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo.

1.2 Importancia y Justificación

El presente estudio es importante para el ámbito de las ciencias de la comunicación, debido a que son escasas las investigaciones sobre la construcción del discurso periodístico en un contexto político nacional, por lo cual, la presente investigación aportará y ampliará temas de investigaciones en las ciencias sociales.

En este sentido, también se conocerá la singular situación sociopolítica que atravesó nuestro país, que durante de más de 200 años de independencia no había vivido hechos políticos y sociales similares. Asimismo, la importancia de esta investigación estará centrada en el papel que jugó la prensa como el cuarto poder en el Perú durante el año 2021 en el contexto político.

La justificación del presente proyecto sobre la construcción del discurso de la prensa peruana durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del ex presidente Pedro Castillo, tiene por finalidad de brindar aportes científicos y conclusiones acordes para futuras tesis e investigaciones de estudiantes y egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación y la Facultad de Ciencias Sociales.

De igual manera, esta investigación amerita un estudio profundo y verás de los discursos periodísticos emitidos en el contexto social antes mencionado, con lo cual se busca generar consciencia social y mayor análisis por parte de los lectores.

1.3 Hipótesis

Durante las elecciones generales presidenciales del año 2021, los diarios de circulación nacional La República y El Comercio realizaron la construcción del discurso periodístico haciendo uso de herramientas y recursos lingüísticos orientados a brindar mayor realce a ciertos candidatos que se postulaban como los favoritos a ocupar el sillón presidencial. Estos candidatos tenían semejanzas ideológicas y políticas con los propietarios de dichas empresas periodísticas. Por otro lado, la prensa nacional no brindó cobertura a candidatos de ideología opuesta a la suya o que iban en contra de sus intereses económicos.

En el proceso de las elecciones generales presidenciales del año 2021 y el primer año de gobierno del ex presidente Pedro Castillo, los diarios La República y El Comercio brindaron una imagen poca alentadora de la realidad del país a la población. Todo ello, mediante la creación de un discurso periodístico con técnicas y estrategias explícitas e implícitas, siendo una constante la selección y jerarquización de la información política en el país. Asimismo, haciendo uso de estructuras comunicativas de manera orientada.

CAPÍTULO II

Marco Teórico Referencial

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 A Nivel Internacional

Investigaciones a nivel internacional como la realizada por Browne, Del Valle, Silva, Carvajal e Inzulza (2011): *Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACD) en la prensa de Chile y Perú. El ejemplo de la Cuarta y Ajá*, Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Chile. El problema que motivó a la investigación fue encontrar las semejanzas y diferencias culturales entre las tratativas periodísticas de las noticias publicadas en importantes diarios de los países de Perú y Chile. Este estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, como estrategia metodológica se aplicó una matriz centrada en el Análisis Crítico del Discurso y en la segunda etapa un Análisis Crítico y Complejo del Discurso, mediante un cuadro comparativo, crítico y complejo del discurso entre las noticias publicadas por los diarios La cuarta (Chile) y Ajá (Perú). Esta investigación llegó a la conclusión que ambos medios de comunicación realizan una construcción de la noticia mediada, en base a imaginarios y estereotipos, con temáticas que describen las relaciones

interculturales y de las minorías de manera sutil e indirecto por la semántica utilizada, creadas desde el discurso de autoridad.

Por otro lado, Gutiérrez (2009): *Discurso periodístico: una propuesta crítica*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. México. El problema de investigación surgió a raíz de la preocupación de proponer un esquema metodológico que sea de utilidad para el análisis de los textos periodísticos, debido a que son ellos mediadores entre el acontecer social y los individuos. Asimismo, la metodología utilizada fue desde una perspectiva teórico metodológica que vincula el discurso con lo ideológico y permite conocer y describir no solamente lo que dice el sujeto enunciator de determinados discursos y su contexto, sino también la situación coyuntural en que son emitidos. La conclusión a la que llegó la investigación es que son varios los elementos que se podrían comparar en las editoriales (casos tratados en la investigación), por ejemplo, la posición del diario en relación con el acontecimiento, la importancia otorgada al hecho y el uso del lenguaje. De igual manera, expresan que cada medio informativo selecciona y jerarquiza la información de acuerdo a su punto de vista, dando mayor importancia a una u otra información.

Muñoz (2006): *Análisis crítico del discurso de la presidenta Michelle Bachelet Jeria del 11 de marzo del 2006*, tesis para optar al Título de Profesor de Lenguaje y Comunicación y al Grado de Licenciado de Educación en la Universidad Austral de Chile. El problema de investigación surgió por la preocupación del investigador de conocer las estrategias retóricas de integración social usadas en el discurso de la presidenta chilena Michelle Bachelet desde el balcón del Palacio de la Moneda el día 11 de marzo del año 2006. La metodología usada en esta investigación fue desarrollada en tres niveles de descripción: el contenido semántico, la orientación pragmática y la variación estilística, y menciona las estrategias de la acusación, la disimulación y la defensa, niveles que se acercan a la realidad de los discursos políticos. Además de un análisis a nivel semántico y pragmático se encuentra el análisis del estilo de un

texto el cual está estrechamente relacionado con las estrategias comunicativas, es decir el nivel estilístico. La investigación concluyó en que el Análisis Crítico del Discurso desentraña a través de su análisis todos los elementos ideológicos que el emisor de un mensaje intenta esconder directa o indirectamente.

2.1.2. A Nivel Nacional

A nivel nacional encontramos la investigación realizada por Almeida (2017): *El fujimorismo a través del crimen: un análisis de los discursos sobre las estrategias de Barrios Altos, La cantuta y el homicidio de Mariela Barreto en la prensa escrita peruana*, tesis para optar el grado de académico de Magíster en Lingüística en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El problema de investigación surgió a partir de los diversos crímenes suscitados en el país durante la década de los años 80's y 90's, en estos años había un enfrentamiento entre el grupo subversivo Sendero Luminoso y el gobierno peruano, por lo cual la finalidad de la investigación es conocer como la prensa peruana construyó su discurso periodístico y reprodujo los crímenes de la Barrios Altos, La cantuta y el homicidio de Mariela Barreto. La metodología usada en esta investigación es desde una perspectiva teórico – analítica de carácter interdisciplinario, que funciona como soporte para el Análisis Crítico del Discurso (ACD), asimismo, dentro de las disciplinas que colaboran a esta investigación podemos encontrar aportes de la Teoría de Representación, herramientas propuestas por la Gramática Sistémico Social, conceptos de poder y suplemento obsceno. La conclusión de esta investigación fue que la prensa escrita peruana (re)produjo representaciones dominantes de la “realidad”, las cuales pese a reproducir hechos violentos, matanzas y desapariciones no llegaron a quebrantar el poder del entonces presidente, esto debido a que la prensa usó recursos lingüísticos que brinden información de “voces autorizadas” (entorno del gobernante) y que fueron catalogados como “veraces”.

En otra investigación realizada por García (2016): *Medios en campaña: Discurso de los diarios Correo y Perú 21 durante la campaña electoral por la Consulta Popular de Revocatoria de Autoridades en Lima*, tesis para optar el Título de Licenciatura en Ciencias Políticas y Gobierno en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El problema de investigación nació a raíz de conocer y comparar el discurso periodístico de dos medios nacionales de similar ideología frente al proceso electoral de revocatoria de autoridades en Lima metropolitanas 2013. Esta investigación fue de tipo cualitativa, pero también usa datos cuantitativos para justificar su argumento, teniendo como objetivo principal comprender la diferente formación y dimensión de los discursos periódicos entre dos diarios de alcance nacional, a pesar de defender posturas similares. La conclusión de esta investigación fue que los diarios Correo y Perú 21 eran de oposición al gobierno de Susana Villarán (ex alcaldesa de Lima), mientras el primero era de ataque más marcado a favor de la revocatoria, el segundo medio era medianamente neutral, ya que solo le dedicaba una cuarta parte de noticias en contra de la alcaldesa. Estas posiciones también son enmarcadas por el apoyo de los medios a determinadas élites económicas y líneas editoriales.

Asimismo, Videla (2006): *El Chino según Alberto. Alberto Fujimori como personaje de ficción de su propio discurso político (1990-2000)*, tesis para optar el grado de académico de magíster en comunicaciones en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El problema de investigación surgió a raíz de las diversas declaraciones y discursos brindados por el entonces presidente Alberto Fujimori, en las cuales expresaba propuestas de solución efectiva a problemas sociales y económicos, los cuales en el actuar no eran así, por el contrario, eran radicalmente diferentes. Es por ello que la investigación tiene como objetivo conocer cómo Fujimori construyó en sus discursos un personaje el cual ayudaba a brindar soluciones a los problemas. La metodología de investigación usada en este estudio fue cualitativa y el método es de carácter exploratorio – descriptivo, debido a que este método permite brindar primeras

aproximaciones sobre el discurso político estudiado (Alberto Fujimori) y describir aspectos textuales del mismo. Considerando que usualmente los medios de comunicación son acusados de usar la ficción en sus discursos, creando una determinada imagen sobre el personaje político descrito; sin embargo, plantea la hipótesis que en diversos discursos políticos emitidos por el ex presidente Alberto Fujimori, crean de sí mismo una ficción. La conclusión de esta investigación fue que efectivamente el entonces mandatario creó un personaje de sí mismo “El chino”, de igual manera, creó historias a través de sus discursos basándose en hechos históricos, creando problemas y brindando soluciones, como si se tratara de una fábula. La finalidad de esta forma discursiva fue convencer al pueblo de que deben apoyar al “chino”, narrada a través de un discurso ficcional.

2.1.2. A Nivel Local

Finalmente, a nivel local, Quispe (2022): *Los discursos presidenciales frente al COVID-19 en la construcción de la noticia por la prensa peruana: La República y Correo en el periodo 2020-2021*, tesis para obtener el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga. El problema que motivó a esta investigación fue conocer como la prensa peruana construyó su discurso periodístico a partir de las declaraciones presidenciales sobre la Covid-19 durante los años 2020 y 2021. La investigación se realizó bajo un método hermenéutico – interpretativo, ya que se interpretó los mensajes contruidos en el discurso periodístico presidencial en el marco de la coyuntura por la COVID-19. La conclusión de esta investigación fue que los discursos presidenciales sobre la COVID-19 durante los años 2020-2021 fueron realizados de manera verbal en la televisión con mensajes alentadores y motivadores, los cuales fueron realizados tomando modelos extranjeros. En este contexto, la prensa dejó de ser un material físico y empezó a migrar de manera desmedida a plataformas virtuales, con ello, el crecimiento de *fake news* (noticias falsas), ya que el COVID-19 también era un tema desconocido para los periodistas.

Tacuri (2019): *Análisis del discurso periodístico en la prensa ayacuchana durante las elecciones regionales y municipales del 2014*, tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga. El problema de investigación que motivó a este estudio fue conocer y describir el panorama electoral masificado por el discurso de la prensa local (Ayacucho) durante las elecciones regionales y municipales del año 2014. La metodología utilizada fue la hermenéutica, debido a que buscó analizar, describir e interpretar las diferentes estrategias y técnicas del discurso periodístico de la prensa ayacuchana durante el proceso electoral regional y municipal del año 2014. La conclusión de esta investigación fue que en su gran mayoría las noticias emitidas durante el periodo de elecciones, fueron notas informativas basadas en entrevistas a protagonista o especialistas del hecho. Asimismo, no fueron usados en gran medida recursos literarios como la metáfora, hipérbole o símil.

2.2 Bases Teóricas y Enfoques

La presente investigación tiene un enfoque crítico y se compone a partir del estudio de las teorías propuesta por Teun A. Van Dijk y Juan Gargurevich. Del primer autor usaremos sus libros: *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información* (1990) y también *Discurso y contexto: un enfoque sociocognitivo* (2009), los cuales nos ayudarán a conocer, describir y profundizar la categoría del discurso, teniendo un conocimiento de su composición, elementos y diversos aspectos que influyen en su formación, asimismo, como este fenómeno afecta y/o repercute en el contexto en que se desarrolla, para complementar el presente estudio, tomaremos como referencia también a Michel Foucault, a través del libro *El poder del discurso* (1973), de igual manera, nos apoyaremos en otros textos literarios y estudios indexados que colaboren al fin de este proyecto.

Por otro lado, Juan Gargurevich, a través de su libro *La prensa sensacionalista en el Perú* (2002), ayudará a desarrollar la categoría de prensa, también nos apoyaremos en otros estudios para reforzar la teoría propuesta y comprender mejor los aspectos que influyen para la construcción de la noticia en nuestro país.

2.2.1 El Discurso

Van Dijk realiza diferentes estudios con profundo interés sobre el discurso: su formación (estructura), mensajes implícitos y explícitos, asimismo, el contexto social y político en que estos son empleados o difundidos. De esta manera, asume que el discurso debe ser estudiado de manera multidisciplinaria y no solo desde una perspectiva sociológica o lingüística sino manteniendo un involucramiento constante de la psicología, antropología, etnografía y otras ciencias sociales y políticas que colaboren a entender este proceso en su totalidad.

A través del discurso se logra expresar, afirmar o negar un hecho, es decir se realiza un juicio de valor a través de la unión de proposiciones, en este sentido, Foucault (1973, p.23) menciona que “el discurso desde el siglo XVI ha buscado fundamentarse, racionalizarse y justificarse sobre una teoría de las riquezas y producción.”

Profundizando el análisis y tomando como punto de partida al ser humano, quien finalmente es quien compone de acuerdo a su criterio de selección las palabras, oraciones y frases para que suceda este hecho comunicativo. Los seres humanos tenemos la característica de ser sociales y lingüísticos, nacemos y crecemos dentro de una sociedad con determinada cultura, costumbres y singularidades lingüísticas (regionalismos), es por ello, que día a día nos relacionamos con un entorno complejo y simbólico. Como refuerza Van Dijk (2009) es recién a inicios de los años setenta, cuando se inició el estudio del discurso, ampliando el conocimiento del lenguaje y comunicación, planteando un enfoque estructuralista y formal, por

lo cual, sus aproximaciones o estudios brindaban solo un aspecto descriptivo de lo que era el discurso, dejando de lado el contexto donde se realizaban y el porqué de su composición.

Fue recién a finales de los años setenta cuando se empieza a estudiar de manera sistemática el discurso, teniendo en cuenta la totalidad del mismo como: su estructura, simbología, contexto histórico, social y cultural, etc. estos aspectos han ido creciendo y desarrollándose hasta la actualidad logrando tener mayor cantidad de estudios que respalden esta posición.

En este sentido, Manzano (2005) menciona que:

Al unir el lenguaje (en su sentido amplio, que incluye toda gestión de símbolos más allá de las palabras) con la vida en sociedad, obtenemos los discursos. Éstos constituyen unidades con significado completo. Un discurso es más que una colección de frases ... Los discursos son compendios que transmiten significados y proponen comportamientos sobre asuntos que pueden ser muy específicos o muy generales. (p.1)

Es por ello, que el discurso es un hecho meramente comunicativo, ya que se desarrolla en una sociedad y es una herramienta que cobra valor en determinados momentos (contextos) para lograr la persuasión del oyente y de esta manera, convencer y/o cambiar una determinada percepción que tiene el receptor sobre el tema en cuestión.

Para la RAE el discurso es una serie de palabras y frases que sirven para manifestar o expresar que lo se piensa o se siente sobre un determinado tema, asimismo, tiene la característica de ser expresado en público. Es así que, el discurso es entendido como un conjunto de palabras (oraciones y/o frases) que contienen significados, ideas, pensamientos o sentimientos que son expuestas a un determinado público, con la finalidad de persuadir y lograr la aprobación del destinatario. Como se mencionó líneas atrás, la evolución para la creación y análisis del discurso ha permitido comprenderlo en su totalidad, brindado una especial atención

al contexto en que este desarrolla y difunde; asimismo, las consecuencias que este puede causar.

Para Van Dijk (1990) el discurso es una forma de poder en la sociedad, la cual tiene la característica de dominación (poder), que a su vez logra su propósito usando la persuasión o retórica. Debemos tener en cuenta que la dominación a través del discurso puede ser entendida desde puntos de vista opuestos, ya que en ocasiones se puede lograr un cambio social o mejorar las concepción que tiene algún grupo social sobre determinados temas; sin embargo, cuando este discurso es producido por grupos de poder (socioeconómico) generalmente son para satisfacer sus necesidades particulares y hacen lo posible por lograr convencer a los oyentes o lectores usando herramientas que tiene a su alcance. En este punto, hacemos referencia que la prensa es una herramienta usada por grupos de poder para lograr que los mensajes o ideología sean “vendidos” y aceptados a la población, aprovechando la característica que es de alcance masivo. A esto fenómeno Van Dijk (1990) lo denomina como la Economía Política de la Comunicación, ya que son las entidades de económicas, según su teoría, quienes deciden en muchas ocasiones los temas a tratar en la agenda de prensa nacional y también como se deben de tratar.

Asu vez, Foucault (1973), en *El orden del discurso*, refuerza esta postura mencionando que el discurso no solo es aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que quiere uno adueñarse; la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por cierto número de procedimientos que tiene por función conjurar sus poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad.

De esta manera, el discurso cumple un rol importante en la sociedad, si bien es cierto es imperceptible la forma en cómo actúa, debido a que muy pocas veces los oyentes y/o lectores

hacen un mero análisis de su estructura, ideología, construcción, etc. Pero, logra su cometido que es convencer con lo que dice y a quien lo dice. De igual manera, se debe entender el discurso no solo puede ser estudiado desde la lingüística, ya que hoy en día, hay factores externos que influyen en su intención, masificación en los oyentes y esto a su vez en la importancia que toma en la sociedad.

Actualmente, con el desarrollo de las teorías y enfoques comunicativos y teniendo en cuenta el paso de los años, podemos notar que el discurso tiene determinadas funciones en la sociedad y a su vez cumple con teorías y elementos propios de la ciencia en que se desarrolla, como es las ciencias de la comunicación. Podemos encontrar elementos fundamentales para su desarrollo como son: el emisor, receptor, mensaje, código, canal y contexto. Si es que no estaría presente alguno de estos elementos sería imposible lograr que el discurso cumpla con su función, sin ellos no se podría considerar a un discurso como tal o en el peor de los casos no se podría desarrollar esta acción comunicativa.

2.2.1.1 Retórica. En el año 1990, Van Dijk afirma sobre la retórica que “estudia tanto la formulación como el contexto” (p. 48). Asimismo, menciona que la retórica es la técnica utilizada por el lenguaje para usar elementos persuasivos incluidos en el discurso y también el uso de las palabras para expresar mensajes comunicacionales, en forma resumida “modo en como decimos las cosas”, por ello, se afirman también que “el uso de las estructuras retóricas en la noticia depende de los objetivos y los efectos buscados por la comunicación” Van Dijk (1990, p. 123). De igual manera, la retórica se ve sujeta al estilo periodístico, pero usa elementos que el escritor considera adecuados. Es decir, puede usar determinados recursos periodísticos y gramaticales, pero manteniendo el orden de las bases que el estilo del medio le impone.

Profundizando en el uso de la retórica podemos mencionar también que usa libremente recursos lingüísticos como la rima, la símil, la comparación, etc. De esta manera, colabora a lograr su propósito que es persuadir a los lectores. Asimismo, Van Dijk contextualiza que al momento de elaborar un discurso periodístico se deben tomar en cuenta otros aspectos como el contexto donde se realiza el hecho comunicativo, es decir, tomar en cuenta el auditorio o receptor, porque finalmente, son ellos a quienes se trata de persuadir con lo que se expone o en todo caso que la persona que escucha o lea crea en lo que el discurso dice.

Como se conoce todo discurso tiene por finalidad lograr cambiar la opinión de las personas, pero no todos los discursos tienen la misma potencia o efectividad en una esfera pública, es allí donde nace la importancia del contexto en que este es dicho, Foucault (1973) afirma que:

Hay regularmente en las sociedades una especie de nivelación entre discursos: los discursos que “se dicen” en el curso de los días y de las conversaciones, y que desaparecen con el acto mismo que los ha pronunciado; y los discursos que están en el origen de cierto número de actos nuevos de palabras que los reanudan, los transforman o hablan de ellos. (p.26)

Es evidente que el discurso hablado y el escrito tienen diferencias abismales, mientras el discurso hablado puede hacer uso de diferentes recursos verbales y no verbales para dar mayor efusividad a determinados temas, el discurso escrito busca recursos radicalmente diferentes para persuadir. Por ejemplo, el discurso escrito puede dar mayor énfasis al titular de una publicación, de esa manera resalta el tema que quiere abordar. Asimismo, Van Dijk (1990) menciona que “el aspecto formal de la retórica de la noticia no está basado principalmente en los niveles gramaticales de la fonología, la morfología o la sintaxis” (p.26).

El medio por el cual la retórica logra su finalidad es mediante la persuasión, pero para elaborar el discurso cumple con determinados aspectos, los cuales harán que el receptor crea que lo que se dice es verdadero. Van Dijk (1990) explica que estos aspectos son los siguientes:

- 1) Aportes claros y directos de los acontecimientos.
- 2) Usar declaraciones de testigos en los acontecimientos.
- 3) Usar declaraciones de fuentes confiables como profesionales y autoridades.
- 4) Aportar cifras de acuerdo al tema tratado.
- 5) Buscar antecedentes que sean coherentes con el tema tratado.
- 6) Realizar un argumento contundente y verás.
- 7) Brindar una narrativa atractiva.

Estos elementos son generalmente usados, en su mayoría, por todos los periodistas para lograr un artículo aceptable y que logre persuadir a los lectores. En este sentido, Van Dijk (1990, p.138) menciona que “la retórica periodística (...) utiliza los dispositivos estratégicos que relacionan la veracidad, la plausibilidad, la corrección, la precisión y la credibilidad”. De igual manera, un mismo discurso podría generar dos diferentes comentarios y esto a su vez nuevos discursos, Foucault (1973, p.28) menciona que “un comentario ... por una parte, permite construir (e indefinidamente) nuevos discursos.”

Por otro lado, Manzano (2005) agrega que es necesario conocer el contexto social y político del país sociedad donde se realiza el discurso, dando importancia a la “*agenda settings*”, la cual es una postura de las ciencias de la comunicación, en la que se menciona que todo medio comunicacional brinda mayor importancia a los hechos más relevantes en la agenda de la sociedad, que por lo general son hechos políticos. En este sentido, es necesario acotar que, si bien se puede generar un buen discurso persuasivo, pero no se tenga en cuenta el contexto social, simplemente no tendrá la relevancia esperada.

Ahondando en el comentario, que podríamos considerarlo como la retroalimentación del discurso, debido a que surge a raíz de él y genera un nuevo enunciado, pero basado en lo que ya se dijo, Foucault (1973) menciona que

El comentario conjura el azar del discurso al tenerlo en cuenta: permite decir otra cosa aparte del texto mismo, pero con la condición de que sea ese mismo texto es que se diga, y en cierta forma el que se realice. La multiplicidad abierta y el azar son transferidos, por el principio del comentario ... lo nuevo no está en lo que se dice, sino en el acontecimiento de su retorno. (p.29)

Para los medios escritos es importante poder seleccionar de manera adecuada la jerarquización de temas que son expuestos en el artículo periodístico, debido a que estos temas serán los que llamen la atención del lector y colaboren a continuar la lectura, logrando la persuasión de lo que se dice.

Persuasión. Según Manzano (2005) “la persuasión tiene el objetivo de conseguir que las personas se comporten libre y voluntariamente de una forma determinada” (p.25). Este viene a ser el fin fundamental de todo tipo de discurso, lograr que las personas sean convencidas con un punto de vista expresado. Asimismo, para lograr este fin se usa a la retórica elaborando la forma en como se dice el discurso, que no solo es la ilación de palabras, sino el estudio completo del contexto donde se va desarrollar el hecho comunicativo, de esta manera, se usan recursos los cuales colaboran para tener mayor efectividad con los receptores. En este sentido, Manzano (2005, p.25) menciona que “para lograr la persuasión de considerarse tres elementos implicados en todo proceso de comunicación: la fuente o emisor, el destino o receptor y el mensaje con su vía o canal.”

Para lograr la finalidad del emisor, este usa herramientas y técnicas que hacen más creíble el relato o texto en mención, en ocasiones el emisor se apoya en autores que han

mencionado ya dicha idea, logrando tener un respaldo y mayor credibilidad. Para las ciencias que realizan investigaciones y teorías es prácticamente obligatorio este citado, de manera contraria queda sin fundamento. Foucault (1973, p. 30) menciona que “existen terrenos en los que la atribución a un autor es indispensable – literatura, filosofía, ciencia-, se advierte que no posee siempre la misma función; en el orden del discurso científico.”

2.2.1.2 Estilo Discursivo. Para conocer lo que es el estilo periodístico, necesitamos definirlo y comprenderlo en su totalidad; asimismo, conocer qué tipo de estilo literario usa el discurso escrito. Van Dijk, 1990 da una primera aproximación en los inicios de los años setenta, definiendo al estilo como:

(...) una propiedad del uso del lenguaje que es difícil de definir en términos precisos.

Tradicionalmente, el estilo y su disciplina, la estilística, estaban estrechamente asociados con la unicidad personal y la estética del uso del lenguaje, por ejemplo en la literatura (p. 108).

Van Dijk (1990) a finales de los años setenta elabora una definición sobre el estilo afirmando que, desde una perspectiva sociolingüística, se refiere a las diferentes variaciones que se tiene al usar el lenguaje y que es relativo al contexto social donde se desarrolla, tomando en cuenta factores como: la edad, el género, status social, cultural y otros. Asimismo, resalta que la sociedad donde la persona crece o se desarrolla tiene mucha influencia para la comprensión de determinadas palabras u oraciones para explicar las cosas, en este punto resulta útil usar la frase “se puede decir lo mismo de diferentes maneras”.

Asimismo, Van Dijk (1990, p.111) menciona que “el estilo es conjunto total de los detalles estructurales variables y característicos del discurso que son una indicación del contexto social y personal del hablante, dada una variante semántica, pragmática y situacional”. Con ello, podemos acotar que el discurso se genera de acuerdo al contexto social al que es

dirigido, este mismo define su estructura y composición. Asimismo, tendrá que haber mensajes implícitos como el uso de la fotografía en el discurso periodístico y el uso de la vestimenta acorde al lugar por un orador (estilo personal).

En general, el estilo discursivo es contextual al lugar donde se desarrolla el mismo, puede variar y modificar su estructura y gramática, es decir se pueden usar diferentes términos gramaticales para expresar una misma idea, pero teniendo en cuenta el contexto social. El objetivo principal es persuadir a los oyentes y en caso de los discursos periodísticos escritos a los lectores, a lo que se denomina estilos sociales.

Ahora, teniendo un preámbulo del estilo, enfocamos la teorización en el estilo periodístico como tal, porque ayudará a comprender el tema de estudio que venimos desarrollando. En este sentido, el estilo periodístico está controlado por el contexto comunicativo, es decir, el contexto social al que se dirige. Los discursos periodísticos tienen la finalidad de dirigirse a un público general, por lo cual, en su mayoría estos se realizan en tercera persona, son pocas veces cuando un medio escrito se dirige en primera persona al lector, solo en notas especiales o columnas de opinión. “Se debe tener en cuenta que el discurso periodístico es impersonal, debido a que no lo produce y expresa un único individuo, sino organizaciones institucionalizadas, sean públicas o privadas” (Van Dijk, 1990, p.113).

Al tener esta característica, el estilo periodístico debe usar una estructura general y usando un lenguaje acorde al estrato social al cual se dirige; por lo cual, toda sociedad tiene características previstas para la comunicación de masas, manteniendo creencias, normas y valores. Cabe mencionar que cada medio de comunicación realiza un estudio de mercado, en el cual conoce y sabe a qué tipo de contexto social se dirige, por lo cual, basándose en este estudio se puede elaborar un estilo periodístico propio, el cual se ve reflejado en manual

periodístico, donde se especificará el tipo de lenguaje que usará el medio informativo, la tipografía y gráficos, asimismo, el espacio usado para determinadas notas periodísticas.

El discurso periodístico se ve sujeto al estilo periodístico, debido a que a través de este se selecciona temas, se brinda importancia jerárquica a determinados temas, se profundiza en alguna categoría más que en otra y se usa un determinado lenguaje para expresar el discurso. Asimismo, dependerá del medio de informativo y estilo periodístico propio el tipo de comunicación formal e informal que se use para expresar un discurso periodístico, de esta manera, se podrá notar la naturaleza del medio de comunicación ante la sociedad.

Es preciso mencionar que los discursos políticos tienen un particular uso de estrategias comunicativas, haciendo uso de términos lexicales los cuales brindan mayor connotación o relevancia a lo que se menciona en su interior, así lo menciona Van Dijk (1990) cuando afirma en sus escritos que:

El lenguaje de la política y relaciones sociales es la principal fuente para estos registros periodísticos lexicales, y, a diferencia de otros tipos de discurso, el lenguaje está lleno de nuevas acuñaciones, nuevas palabras para describir nuevas situaciones, o nuevas maneras de enfrentarse a viejo temas. (p.114)

Es necesario mencionar que el estilo periodístico de la prensa también tiene algunas limitaciones y esto se debe a que por su naturaleza de ser impreso debe respetar determinadas estructuras que son delimitadas en su manual periodístico, por ejemplo: el uso de determinadas palabras, el número de palabras para cada discurso, la jerarquización de los temas y la incapacidad de retroalimentación con el público. Es por ello, que el discurso periodístico debe ser potente y capaz de persuadir a los lectores, aunque no serán en su totalidad se espera que sea en su gran mayoría.

2.2.1.3 Características del Discurso Periodístico. En nuestro país y a nivel mundial los medios de comunicación juegan un papel fundamental al informar los diversos hechos de relevancia, los cuales son expresados a través de discurso periodísticos. Sin embargo, cada medio de comunicación, en este caso la prensa, tiene la libertad de informar lo que para ellos es relevante o importante, del mismo modo, lo transmiten de la manera que ellos consideran correcta. Asimismo, es necesario entender que los sucesos sociales son informados con mayor o menor fidelidad de acuerdo al estilo periodístico de cada medio informativo.

Teniendo este preámbulo muchos de los medios de comunicación y comunicadores sistematizan de diferente manera las informaciones que tienen, por una parte, algunos consideran importantes determinados hechos y otros no. Pero también este tipo de tratamiento de la información se podría deber a ciertas presiones políticas, económicas e incluso sociales a las cuales se ve vinculado el medio.

Rodrigo (2005) menciona que no todo acontecimiento se convierte en noticia, por lo que es necesario explicar cuáles son las reglas de selección de los sucesos; dentro de ellos se puede identificar la ausencia de ambigüedad, la imprevisibilidad, continuidad, actualidad y pertinencia. Estos criterios son necesarios para la elaboración de los diferentes artículos periodísticos y son los mismos que hacen que los editores tengan preferencia al momento de elegir una noticia por encima de otra.

Cada medio de prensa contiene determinadas particularidades las cuales hacen único su discurso. En nuestro país, un grupo como el “El comercio” tiene a su mando casi la totalidad de la prensa nacional, sin embargo, esto no implica que todos los periódicos pertenecientes a este grupo editorial informen de igual manera los hechos, debido a que cada uno de ellos está destinado a un grupo socioeconómico y a su vez con particulares que atraen a sus lectores constantes.

Por otro lado, el Análisis Crítico del Discurso (ACD) tiene principal fundamento en el uso del lenguaje y como este se expresa en la sociedad, estas características son necesarias para lograr que el análisis del discurso dentro de un determinado contexto:

- El discurso actual es determinado por órdenes del discurso constituido socialmente, un conjunto de convenciones asociadas que son aceptadas por instituciones sociales.

- La lengua es una práctica social determinada por estructuras sociales.

- El discurso tiene efectos sobre las estructuras sociales, y se determina por ellas para contribuir a la continuidad y cambio social.

- Las órdenes del discurso están amoldados ideológicamente por las relaciones sociales enmarcadas a una sociedad.

De esta manera, las características del discurso periodístico son aceptadas y compartidas por convenciones sociales, es decir, por la aceptación del lector o determinados grupos sociales que comparten la forma de pensar.

2.2.1.4. Análisis del Discurso. Para analizar el discurso debemos tener en cuenta que parte desde el género discursivo por el cual se expresa, de acuerdo a ello surgirán herramientas y técnicas para poder realizar un análisis adecuado. Van Dijk (2013, p.163) menciona que “una definición más clara podría ser que un género discursivo es un tipo de discurso o, más ampliamente, de actividad verbal o evento comunicativo.”

El análisis del discurso es sumamente complejo, debido a que necesita de una variedad de ciencias para su análisis, teniendo en cuenta que un proceso social y cognitivo, en el cual no solo influyen numerosas partes del cuerpo humano sino también los conocimientos previos que tengamos para la interpretación de lo que se dice. En este sentido, Van Dijk (1990) menciona que:

El análisis del discurso es un campo de estudio nuevo, interdisciplinario, que ha surgido a partir de algunas otras disciplinas de las humanidades y de las ciencias sociales, como la lingüística, los estudios literarios, la antropología, la semiótica, la sociología y la comunicación oral. (p.35)

“El análisis del discurso es un campo de estudio muy complejo y necesariamente multidisciplinar. Surge históricamente de varios frentes, especialmente en el seno de la lingüística, cuando se desea seguir avanzando en la comprensión del lenguaje.” (Manzano, 2005, p.2). Es así, como con el pasar de los años muchas disciplinas de estudio fueron sumándose al análisis de este proceso comunicativo, cada uno desde sus perspectivas y competencias.

La acción de análisis del discurso se realiza con la finalidad de conocer la intencionalidad con que se realiza este hecho comunicativo, teniendo en cuentas las condiciones externas en que este se da y la manera en cómo se da. Los primeros analistas del discurso basaron sus estudios en la retórica de la persuasión en contextos públicos, pero descuidaron la estructura argumentativa con que se formaron las ideas. Van Dijk (1990) resalta que lo anteriormente mencionado era denominado formalismo ruso, que fue una primera aproximación de estudio. Cabe resaltar que los primeros aportes para el análisis del discurso fueron realizados hace más de 2000 años, en épocas aristotélicas, donde se realizó un análisis superficial de la estructura y se basó en su característica de persuasión en el público. Asimismo, el proceso de análisis tuvo una evolución con el pasar de los años e interés de la sociedad. Posteriormente, a finales de los años setenta los estructuralistas franceses fueron quienes dominaron el estudio con el análisis de la composición de las oraciones, agregando “(...) los estudiosos de la narrativa literaria, tanto como el discurso de los films o los comics, fue una de las perspectivas que se abrieron con la nueva disciplina de la semiótica” Van Dijk (1990, p.37), como el caso de Levi-Strauss que realizó diversos estudios sistemáticos sobre las leyendas y

mitos de la antropología. Asimismo, estos estudios ampliaron la visión de análisis y estudiaron también la poesía, relatos, mitos populares y relatos policíacos. Sin embargo, el mero hecho de analizar estructuras escritas sería vista como tarea de análisis de la lingüística, dejando de lado a otras ciencias que intervienen en el complejo análisis del discurso.

En este punto, el análisis del discurso pasó a estudiar nuevos horizontes como son los relatos escritos, producidos de manera esquemáticas y con una finalidad específica, preocupándose más de la forma, estilo de redacción y conceptos, dejando de lado lo hablado y espontáneo. Como en muchas ciencias, las teorías y estudios surgen en oposición a un conocimiento previo, este fue el caso del enfoque etnográfico, el cual según Van Dijk (1990) surgen en oposición a la mayor parte del trabajo estructuralista previo sobre la narrativa, este enfoque consideró los relatos, espontáneos, y no tomó en cuenta los géneros narrativos fijos y escritos. Los analistas del discurso rechazaron la limitación artificial de la oración y sostuvieron que la competencia lingüística y sus normas debían ser del discurso oral.

Si bien es cierto, podemos encontrar un avance en el análisis del discurso con los años de estudios, asimismo los enfoques que lo estudian. Lo real es que no se pierde de vista el objetivo central: crear una teoría explícita para el análisis del discurso hablado y/o escrito.

Manzano (2005) menciona que el discurso genera una realidad, analizarlo implica descubrir no sólo sus elementos característicos, sino su funcionamiento, es decir, cómo consigue crear la realidad. Van Dijk (1990) afirma también que el contexto pasa a jugar un papel importante, porque depende de él como se pueda elaborar y e interpretar un discurso. En decir, tanto el texto como el contexto son analizables.

Una aproximación a este tipo de análisis del discurso, la plantea Manzano (2005, p.3) expone un esquema de análisis, basado en 3 indicadores:

- 1) Identificar los componentes que rodean al discurso, que hacen comprensible su contenido, su cometido y su efecto. Seleccionando un tema explícito o implícito, disgregando la información para conocer su contexto en general, agentes implicados y la manera de reproducción del discurso, de esta manera, busca analizar el discurso desde un enfoque descriptivo.
- 2) Entrar en su contenido denso. En un segundo, según menciona el autor, se trata de investigar en la interioridad de texto netamente, la ideología que defiende o se orienta el texto, recursos lingüísticos, argumentos usados y técnicas persuasivas y otras estrategias que buscan legitimar el discurso.
- 3) Generar un modelo completo sobre el discurso. Finalmente, buscar una relación entre las dos partes antes mencionadas para generar una idea central y las posibles consecuencias del discurso.

El análisis del discurso se centra específicamente en estudiar al discurso, los textos, los mensajes, el habla, el diálogo o la conversación. A comparación de las primeras formas de estudio, que únicamente eran lingüísticas, podemos afirmar hoy en día la mayoría los estudios son centrados en el Análisis Crítico del Discurso (ACD), no solo basándose en las palabras y contexto, sino agregando un elemento importante como es el poder y las relaciones en que este repercute para la creación de diferentes reflexiones escritas y habladas. Van Dijk (2009) da un preámbulo a esta información, mencionando que “a finales de los años setenta, un grupo de investigadores liderados por Roger Fowler inició una mirada más crítica y sociopolítica del uso del lenguaje, el discurso y el poder” (p.20). Las relaciones de poder controlan más directa que indirectamente la creación de los discursos en todo nivel social, es por ello, que gracias al ACD se logró realizar estudios sobre diversos problemas sociales actuales como: el racismo, feminismo, discriminación, etc. Sin embargo, el ACD, por su amplitud en el estudio de la dimensión social y política del discurso, no logró desarrollar una teoría en sí.

En este punto es necesario describir al poder, por lo cual, citamos a Manzano (2005, p.4) quien lo define como “el potencial de movilizar la energía de las personas de forma que su comportamiento se encamine a realizar aquello que queremos”. Es por ello, que el poder es buscado de manera prioritaria por determinados grupos socioeconómicos, para poder realizar acciones que sean convenientes para ellos.

Asimismo, cabe resaltar que los emisores del discurso, por lo general, tienen el objetivo de lograr relevancia en la sociedad, por lo cual acuden a los medios de prensa para la reproducción del mismo, siendo la noticia un aliado para este objetivo. Debemos tener en cuenta que la noticia que se caracteriza por la agilidad e interés de la población sobre algún hecho público. Generalmente, los hechos de este interés social (político, cultural, social y deportivo) generan gran expectativa en los receptores, es así, que el propio medio produce un “discurso periodístico”, siendo difundido a través de medios periodísticos o medios de información masiva tales como la televisión, la radio y la prensa (Van Dijk, 1990, p.17-18). Tal interés de la población, también es captado por los grandes grupos de poder, los cuales, precisamente, tratan de tener control sobre lo que la prensa expresa sobre determinados temas sociales, es ahí donde radica la importancia del poder en la sociedad y como esta afecta a los discursos periodísticos. Van Dijk (1990) refuerza mencionando que “los medios de comunicación no son un mediador neutral, lógico o racional de los acontecimientos sociales, sino que ayudan básicamente a reproducir ideologías”. (p.28).

En este punto, podemos concluir que Van Dijk plantea que el discurso no puede ser solo analizado por una ciencia o visto de una perspectiva, más por el contrario incorpora a su investigación nuevos horizontes de estudios tanto implícitos como explícitos en los diferentes discursos y se agregan más elementos a medida que este sea relevante para la sociedad. Asimismo, incluye a su estudio componentes que forman parte de su estructura textual y

contextual, que a su vez comunican de manera implícita mensajes o que tienen determinada función de comunicación hacia los receptores.

Contexto. Cuando hablamos del contexto, nos referimos a una amplia categoría, debido a que engloba múltiples factores para su definición, asimismo, es importante para dar relación a las cosas que suscitan, es decir, le brinda un sentido lógico a lo que escuchamos o leemos. Manzano (2005) menciona que el contexto tiene diferentes formas como: el temporal, geográfico, sociocultural y psicológico, además en ocasiones los discursos en su mayoría necesitan estar ubicados en estos tipos de contexto para lograr su comprensión global.

Van Dijk (2013) hace una reflexión de las diferentes definiciones de las palabras contexto en las cuales generalmente son comparadas como las situaciones, circunstancias o escenarios donde se desarrolla un hecho y en el caso específico de los discursos también se puede saber las condiciones o consecuencias. Por otro lado, menciona que las nuevas tecnologías permiten conocer datos estadísticos sobre el uso de la palabra “contexto”, en la actualidad, en sitios web su búsqueda está relacionada con la denominación de situación o ambiente. Van Dijk (2013, p.133) menciona que “las situaciones o algunas de sus características como la clase, el estatus social, el género, la etnicidad, la edad, el poder, las redes de trabajo y las comunidades de práctica influyen en la manera hablar o escribir.”

Van Dijk (1990) sostiene que “contrario a los enfoques que conceptualizan los contextos como propiedades objetivas de situaciones sociales, políticas o culturales, considero a los contextos como constructos de participantes o definiciones subjetivas de las situaciones interrelaciones o comunicativas” (p.28). Los contextos solo son capaces de influir en las interpretaciones de un discurso siempre y cuando el receptor conozca su entorno y considere pertinente que este influya en la comprensión del mismo.

Asimismo, el contexto controla la producción del discurso ya que por lo general el texto y el habla están ligados a los parámetros que la sociedad y cultura donde se desarrollan, por lo tanto, los discursos para su elaboración y entendimiento están sujetos al contexto. Lo más relevante de todo es la suposición que todos los contextos, definidos como modelos mentales, controlan los procesos de producción y comprensión del discurso y, por lo tanto, las estructuras e interpretaciones del mismo.

Van Dijk (2013, p.133) afirma que “las estructuras sociales o situaciones sólo pueden afectar el discurso a través de la mediación o interfaz de las representaciones mentales de los usuarios del lenguaje”. Una característica importante del contexto es que logra tener dos dimensiones, una micro y otra macro. La primera se refiere a un contexto social o comunicativo de menor índole, como puede ser un hecho en particular que solo tenga repercusión a un determinado estrato de la sociedad o que sea de un menor interés. Mientras un macro - contexto engloba a las circunstancias y repercusiones que pueda causar un discurso a toda una sociedad en general, por ejemplo, un tratado de paz entre dos países.

Por otro lado, la construcción del discurso se realiza desde una noción cognitiva y es un proceso social, en el cual se ve involucrado dos niveles de análisis, uno el social y el otro el discursivo. Van Dijk (2013) menciona que:

El discurso expresa o manifiesta el contexto si los contextos, en un sentido social o cognitivo, se describe como algo que “subyace” al discurso y si las características del contexto se consideran como parte del significado o interpretación del discurso. (p.145)

Es así que el contexto desarrolla un papel importante en la construcción del discurso, pero depende más del ambiente social y cognitivo de las personas a las cuales va dirigido, en tanto que ellos entenderán o decodificarán el mensaje de acuerdo a su conocimiento.

En este punto es necesario aclarar que en todo contexto se encuentran diversas fuerzas sociales y económicas, quienes limitan y determinan la construcción del discurso, debido a que buscan mantener su predominancia sobre otros, en este sentido Foucault (1973) menciona que:

En toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por cierto número de procedimientos que tiene por función conjurar sus poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad. (p.14)

El contexto es importante para la construcción del discurso, debido a que delimitará directa o indirectamente su constitución, además de ello, es el ambiente en que se desenvuelven los actos de la comunicación (emisor, receptor, medio, canal y mensaje). También dependerá del mismo las reacciones o retroalimentación que se busca, que a su vez genera nuevos comentarios y discursos. Como se mencionó anteriormente, a partir de un discurso se pueden generar dos o más tipos de reacciones.

Texto y Estructura Textual. Para el entendimiento de la presente investigación se debe aclarar que basaremos nuestro análisis en las producciones periodísticas de la prensa, la cual es expresada a través de discurso periodísticos escritos, en este sentido, Van Dijk (1990) menciona que el texto periodístico mantiene una estrecha relación con la información visual, texto e imagen componen una nota periodística. Esta característica es fundamental para el objetivo de la información, ya que en muchas ocasiones un discurso textual se ve reforzado y mejor interpretados por los mensajes que expresan las ilustraciones o fotografías. Asimismo, para conocer la dimensión textual de un discurso periodístico es necesario descomponer su estructura. Es así que, Van Dijk (1990) menciona que se debe estudiar los siguientes niveles estructurales: gramático, pragmático, microestructural, macroestructural, estilo periodístico y la retórica.

La Gramática. Según la teoría de la gramática podemos estudiar o describir en un discurso periodístico la fonología, morfología, sintaxis y semánticas. Sin embargo, “para el discurso escrito, quizá no deseas explicar las materializaciones reales de las formas sonoras en términos fonéticos, sino más bien en términos de las teorías de la realización gráfica.” (Van Dijk, 1990, p.46).

En este sentido, para poder describir la estructura gramática de los discursos periodísticos escritos nos basaremos en la sintaxis y la semántica. Van Dijk (1990) menciona que “la sintaxis describe que categorías sintácticas (como un sustantivo o frases sustantivas) pueden aparecer en la oración” (p. 46), lo cual nos permite conocer la composición de las oraciones y frases, a su vez el orden de las palabras dentro del texto y sus posibles combinaciones.

Por otro lado, tenemos a la semántica que es la encargada de brindar significados lógicos a las palabras, oraciones, frases y texto en general que compone un discurso. Asimismo, es la encargada de brindar significados disgregados de diferentes partes de un texto y relacionarlas con la idea global, es decir, busca generar relación entre las partes que componen el mismo. De igual manera, es la encargada de brindar un sentido contextual a las referencias escritas, por lo tanto, ubica a las palabras en un tiempo y espacio, así es como logra brindar un significado completo de lo que dice. Para lograr una correcta explicación o entendimiento del texto necesitamos analizar desde dos puntos de la composición semántica: el significado y la referencia. “Para distinguir entre estos dos aspectos de la semántica, utilizamos a veces los términos intensionales (para los aspectos del significado) y extensional (para los aspectos de referencia).” Van Dijk (1990, p. 47).

La Pragmática. Van Dijk (1990) menciona sobre la pragmática que:

Aquí no solamente describimos las formas o el significado (o referencia) de las aseveraciones verbales, sino más bien el acto social que cumplimos al utilizar una aserción determinada en una situación específica... Prometer, acusar, felicitar y aseverar son ejemplos de estos actos del habla. (p.47)

Es así que la pragmática relaciona los discursos escritos y hablados con los receptores y tiene en cuenta el contexto en que se expresa, también cabe mencionar que la pragmática analiza el grado de responsabilidad social que tiene un discurso ya que estos pueden ser apropiados o no en relación al contexto referencial en que se comunica. Por otro lado, la pragmática también está orientada a la retroalimentación del discurso, ya que para toda acción comunicativa existe una reacción, es decir, una aprobación o desestimación de la sociedad sobre el texto vertido.

Cabe resaltar que los medios de comunicación, como la prensa, no emiten promesas o amenazas a través de sus discursos periodísticos, sino más bien en su mayoría expresan aseveraciones, de las cuales la pragmática solo se preocupa de describir las condiciones en que se desarrolla este acto comunicativo, definiendo el público al que va dirigido y las condiciones contextuales en que se realiza. En este sentido, debemos tener en cuenta que en su mayoría los discursos periodísticos, cuidan bastante la gramática que usan acorde al público al que se refieren.

Macroestructuras. Los diversos temas tratados por los medios de comunicación son materia de estudio para los significados y contenidos, por lo cual se hace uso de una teoría para el análisis de los términos empleados, generalmente se hace este análisis al núcleo, resumen o información que se considera importante de toda la información brindada. Van Dijk (1990) menciona que “los temas pertenecen al macronivel global de la descripción del discurso. El

concepto teórico que utilizamos para describir los asuntos o temas es, por lo tanto, el de las macroestructuras semánticas” (p. 54).

Las macroestructuras son compuestas por diversas estructuras pequeñas las cuales le brindan un sentido lógico a la totalidad y son generadas a partir de normas gramáticas y semánticas, basadas en significados y referencias. En este sentido, las macroestructuras son formadas a partir de las proposiciones, que a su vez forman macroproposiciones, las cuales brindan un sentido lógico al texto y completo al discurso periodístico. Asimismo, es necesario aclarar que las macroproposiciones forman a su vez macroestructuras y al complementar diferentes macroestructuras se forman superestructuras, las cuales ya tienen un fundamento teórico y complejo.

Para lograr el análisis de las macroestructuras es necesario entender que no puede ser estudiada solo desde un enfoque o disciplina sino es necesario el apoyo de las múltiples disciplinas de estudio, de igual forma, el discurso periodístico no solo puede ser analizado por la gramática, sino que se apoya en ciencias como psicología, antropología, sociología y otras ciencias sociales y humanas para poder entender la complejidad de las macroestructuras que la componen.

Proposiciones y Macroproposiciones. Luego de conocer las superestructuras del discurso periodístico, es necesario profundizar su composición analizando las microestructuras que son los componentes pequeños y a partir de los cuales se forma la ilación de un texto global. En este sentido Van Dijk (1990) menciona que “en este nivel local, también distinguiremos entre el significado y su expresión en las estructuras superficiales, como la palabra, las frases, las cláusulas y las formas oracionales” (p.92).

Realizando un símil con la biología humana, si la célula es la unidad mínima de la composición del ser humano, una proposición es la unidad mínima de la estructura del discurso

periodístico, debido a que a partir de él nace la composición en su totalidad. Cabe resaltar que las proposiciones están compuestas por un sujeto, predicado y un conjunto de argumentos variables. En este sentido, las proposiciones pueden ser entendidas como una oración, frase o párrafo con sentido completo sobre determinados temas y que son desde las más compleja y abstracta, hasta una frase usada en el día a día. No es lo mismo decir solo la palabra “María”, que no es una proposición, a decir la frase “María tiende la cama”, la cual si expresa y afirma una acción. Van Dijk a lo largo de su libro expresa que la proposición tiene la característica de afirmar o negar una acción, con lo cual palabras sueltas no llegan a ser proposiciones porque no expresa una idea en sí. Asimismo, las macroproposiciones son un conjunto de proposiciones organizados que tienen un sentido lógico y completo sobre alguna acción realizada por una persona o la descripción de una situación.

Asimismo, las proposiciones tienen la facilidad de dar un sentido lógico a lo que queremos expresar mediante conectores lógicos gramaticales como son: a pesar que, como que, debido a que, porque, etc. Estos conectores permiten que se unan dos o más proposiciones, dando una posición al texto respecto a un determinado tema tratado. Los textos periodísticos o literarios tal como los conocemos ahora, son gracias a la unión de proposiciones, macroproposiciones, macroestructuras y supraestructuras,

La gramática y puntuación de la lengua española menciona determinadas reglas para la composición de las oraciones en textos escritos. Estas normas hacen que las proposiciones cumplan determinadas estructuras y de igual manera al ser unida con otras proposiciones refuercen su sentido lógico. Sin embargo, un mal uso u omisión de estas normas también genera un cambio de sentido en lo que se quiere expresar.

Otro aspecto a tomar en cuenta en la constitución de microestructuras es la coherencia que estas presentan, la cual está relacionado a lo que se quiere expresa y uso de los diferentes

conectores y reglas gramaticales. En este sentido, Van Dijk (1990) menciona que existen dos tipos de coherencia en los textos: local y condicional. La primera está relacionada a que las proposiciones son condicionadas para su desarrollo por un tema general. La segunda por su parte, es condicionada por una proposición anterior a ella, la cual hace que explique mejor la primera proposición.

La coherencia es importante para el entendimiento de lo que el escritor quiere expresar, debido a que muchas veces lo que se habla no es igual a lo que se escribe, ya que son diferentes reglas de interpretación y entendimiento. En este sentido, Van Dijk (1990) menciona que “las proposiciones pueden ser coherentes para el hablante, pero no para el oyente. Obviamente, esto es crucial, en el análisis del discurso periodístico, en el cual el periodista presupone grandes cantidades de conocimiento y creencias sociales y políticas” (p.95).

En este sentido, también es necesario aclarar que las proposiciones son reducciones de un discurso hablado, debido a que en el discurso periodístico solo se puede considerar reproducir los temas importantes o resaltante de un discurso hablado y en este sentido la sociedad o los lectores pueden considerar una interpretación diferente del texto. Mientras alguien que escucha un determinado discurso político, pudo entenderlo que una manera X, al momento de leer un discurso periodístico, sobre el mismo tema, lo puede comprender desde una manera Y, precisamente a través del discurso periodístico se intenta persuadir a los lectores para lograr que la ideología vendida por el medio de comunicación sea aceptada.

Para finalizar la teorización sobre el esquema del discurso periodístico se debe acotar que el texto escrito por su naturaleza estructural termina obviando muchos datos, los cuales en ocasiones son expresados a través de ideas generales y en otras veces no son considerados parte del texto. Las proposiciones expresan lo que el periodista quiere decir cumpliendo determinadas normas de la lingüística española.

Macrorreglas. En un discurso periodístico los temas tratados tienen diferentes estructuras, desde las más simples hasta las más complicadas de entender, esto se debe a la profundidad que se dé a determinado hecho noticioso. Algunos temas son más generales o abstractos que otros, de modo que la macroestructura completa debe tener una organización jerárquica en la cual cada secuencia de las macroproposiciones puede quedar subsumida bajo un nivel de macroproposición más alto.

Esta jerarquización es referida a la macrorregla, entendida como el resumen del discurso, por ello, se menciona que se jerarquiza las ideas principales tomándolas como fundamentales del discurso. Asimismo, estas macrorreglas significan el núcleo o resultado final de todo el discurso expuesto.

Las macrorreglas tiene una formación cíclica, ya que son resúmenes de cada macroproposición, teniendo un proceso reiterativo hasta lograr una idea global del discurso. Es decir, se tienen múltiples macrorreglas en un texto, pero se van jerarquizando y dejando de lado unas en vez de otras, logrando tener una macrorregla general expresada en pocas macroproposiciones. Así también lo explica Van Dijk (1990) cuando dice que:

Podemos resumir una página mediante algunas macroproposiciones; y la secuencia de las macroproposiciones de algunas páginas o de un capítulo puede nuevamente recopilarse o resumirse mediante la misma macrorregla, hasta alcanzar el nivel más alto, donde una o dos macroproposiciones resumen el texto como un todo. (p.57)

También es necesario aclarar que cada lector puede tener diferentes interpretaciones y, por lo tanto, obtener diferentes macrorreglas de lo que ha leído, esto se debe a que cada persona ha vivido diferentes experiencias, intereses y también tiene diferentes grados de estudios lo cuales pueden permitirle sintetizar mejor lo que expresa un mismo discurso.

2.2.1.5 Esquema del Discurso Periodístico. El discurso periodístico está compuesto por diferentes elementos los cuales dan un mensaje persuasivo completo al lector. Es así que, tiene partes que en su mayoría se mantienen vigentes en la actualidad para brindar un información ordenada y atractiva para el lector. Van Dijk (1990) menciona:

Cada tema se presenta en partes, no como un todo, como es el caso de otros tipos de discursos. Esta característica estructural tiene su origen en el principio global de la organización de la relevancia de la noticia. Este principio sostiene que el discurso periodístico se organiza de manera tal que la información más importante o relevante se pone en posición más destacada (p.71)

Cabe mencionar que la información periodística es amplia y en ocasiones es abstracta, difícil de interpretar por el lector; por lo cual, se requiere que el emisor realice una síntesis o que seleccione la información que considere relevante e importante, de esta manera, se corta información que no se considera relevante y solo se publica la que es importante o atractiva según la línea editorial. El proceso de selección de información se produce en dos etapas: una primera en la cual se describe a los participantes o del suceso principal que se habla y en una segunda, los componentes y consecuencias de las acciones desarrolladas. Asimismo, los elementos se ven atrapados en la producción tradicional de la noticia, la cual determina el tamaño y número de palabras en cada texto, también será un indicador de la importancia que le da el medio al acontecimiento. Es decir, si es que es un hecho es considerado importante por un medio de prensa le brindará mayor espacio y visibilidad en el diario, mientras que si es un hecho es poco trascendental solo le brindará una pequeña ventana, este último punto es subjetivo, debido a que dependerá netamente del medio de comunicación seleccionar y brindar la visibilidad a la información que sus editores consideren pertinente. Por ello, no todas las superestructuras periodísticas mantienen un mismo esquema, sino que hay limitaciones semánticas y pragmáticas en la composición de cada una.

En este sentido, se desarrollan y plasman elementos del discurso periodístico, los cuales son englobados en un esquema denominado superestructura textual. Van Dijk (1990) define a las superestructuras como “estructuras globales del discurso, definidas por categorías y reglas superestructurales específicas de manera semejante a los relatos” (p.80). Asimismo, la relación entre las estructuras que componen los textos son las microestructuras (temas) que se desarrollan en él. Asu vez, cada microestructura está conformada por una proposición o grupos de proposiciones, las cuales pueden ser oraciones o párrafos con un sentido completos y que expresan una idea del tema tratado. En este sentido, una superestructura está conformada por un grupo de microestructuras, que a su vez son formadas por proposiciones. De esta manera, el texto periodístico tiene un orden lógico y sentido gramatical, el mismo que es usado en otros géneros literarios.

Van Dijk (1990) las superestructuras del discurso periodístico están conformadas por categorías que son inherentes para su comprensión como: el titular o encabezamiento, el episodio, las consecuencias, las reacciones verbales, el comentario y el ordenamiento de categorías periodísticas. Como se mencionó anteriormente, dependerá de la importancia del tema periodístico abordado para la profundidad semántica y pragmática.

El Titular o Encabezamiento. Van Dijk (1990, p.83) define que. “el titular precede del encabezamiento y juntos preceden al resto del ítem informativo”. El titular y el encabezamiento tiene la singular diferencia al usar diferente tipografía para lograr una diferenciación, ya que pueden ser escritas con letra negrita o cursiva, dependiendo de la línea gráfica de cada medio escrito. Asimismo, tienen la responsabilidad de reflejar la información más resaltante del hecho periodístico, considerándolo como la presentación del artículo, debido a que es la primera impresión que causa al público y debe verse resumido el contenido de la nota periodística en él, para así llamar la atención del lector y lograr que este profundice en el texto completo.

El Episodio. Se considera al desarrollo de la noticia en sí, basado en dos tiempos: el pasado y el presente. El pasado es considerado como la investigación que se realiza a partir de los discursos periodísticos o hechos noticiosos, debido a que se buscarán antecedentes para contrastar con la información actual. “La categoría de sucesos previos se considera parte de las circunstancias actuales dentro de las cuales también incluimos el contexto, pero tienen también una dimensión histórica” (Van Dijk, 1990, p.85).

Por otro lado, se encuentra el presente, el cual es el hecho noticioso en sí, por lo cual, es necesario que se describa los sucesos o declaraciones de manera real, es decir, tal como suceden las situaciones, asimismo, es necesario reproducir un contexto social en un tiempo presente el cual ayude al entendimiento global del hecho noticioso. Van Dijk (1990) menciona que “a menudo, el contexto es el acontecimiento principal en ítems periodísticos distintos o previos. En este sentido, el contexto difiere de los antecedentes, que tienen una naturaleza histórica o estructural más comprehensiva” (p.84).

Consecuencias. Esta categoría permite brindarle un valor informativo al hecho noticioso y es necesario para cada discurso periodístico, en esta categoría se mide o calcula la magnitud (consecuencias) de los hechos noticiosos. Se considera a las consecuencias como una parte importante de la estructura del discurso periodístico ya es fidedigna a la realización de los hechos. Van Dijk (1990), considera que, mediante la discusión real o posible de las consecuencias, un discurso periodístico puede otorgar coherencia causal a los acontecimientos informativos. “A veces, las consecuencias son incluso más importantes que los propios acontecimientos informativos principales” (p.85).

Las Reacciones Verbales. Parte de las consecuencias y del hecho noticioso, en esta categoría se toma en cuenta diversas declaraciones realizadas por personas involucradas en el

hecho noticioso. Asimismo, se toma en cuenta la opinión de diversos expertos en el tema y también se contrasta las consecuencias del hecho.

El Comentario. Parte desde una posición subjetiva, propia del periodista, escritor o medio y trata de convencer al lector sobre determinada posición ideológica. Es decir, brinda una valoración a través de un discurso periodístico y crea posibles consecuencias que vaya generar los hechos descritos. En este sentido, Van Dijk (1990) menciona que:

La categoría de los comentarios consiste en dos subcategorías principales: evaluación y expectativa. La evaluación caracteriza las opiniones evaluativas sobre los acontecimientos informativos actuales; la categoría de expectativas formula consecuencias políticas o de otro tipo sobre los sucesos actuales y la situación. (p.87)

Ordenamiento de las Categorías Periodísticas. Tradicionalmente el discurso periodístico se realiza en el orden desarrollado, sin embargo, la relevancia de la información puede variar este orden, dejando que el escritor o medio considere mayor importante a una categoría por encima de otra, la única categoría que no se puede mover es el encabezado o titular. En algunas ocasiones se encuentra que las consecuencias, reacciones verbales o comentarios prosiguen luego del encabezado y titular, esto se debe a la trascendencia que éstos contienen; en otras ocasiones, el episodio en sí es desarrollado de manera indistinta o siendo adjunta a otra categoría.

Es necesario profundizar en el conocimiento de la composición del discurso periodístico y ahondar en lo más básico de su estructura, por ello, Van Dijk define también las microestructuras, sus particularidades y sub categorías, las cuales funcionan individualmente pero que tienen relación con todo el texto en sí y esto colabora a lograr su finalidad de convencer al lector.

2.2.2 Construcción de la Noticia

2.2.2.1 El Periodismo. Camacho y Santacruz (2001) en su artículo *La prensa: un medio de comunicación para la escuela*, definen a la prensa como un medio accesible para todos el cual puede ser utilizado como una herramienta para educar; asimismo, es el soporte por el cual se transmite información cultural, costumbrista, educativa y de actualidad.

Es necesario mencionar que la prensa nace de la necesidad del ser humano de buscar herramientas a través de las cuales pueda expresar diferentes hechos que pasan en su día a día. En este sentido, podemos afirmar que la prensa nace del periodismo, debido a que este último tiene la finalidad de conocer la realidad de los hechos y en su mayor parte de actualidad. Gargurevich (2002) hace una definición sobre el periodismo mencionando que es “básica, instrumental y pedagógica, el periodismo es el oficio de recoger información, procesarla y difundirla. Tres fases que esconden detrás de las breves palabras que las describen, una enorme complejidad” (p.19).

El proceso de recolección de información es complejo ya que demanda una investigación y constatación de hechos para poder afirmar si una noticia es verdadera, falsa o especulativa. Precisamente es tarea del periodista organizar la información recabada y verificar la fiabilidad de las fuentes de información, es a partir de ello que podrá crear una historia bien contada y creíble para el lector, además de usar herramientas lingüísticas las cuales ayudarán a que sea fácil de entender y atractiva visualmente. Asimismo, la información vertida por la prensa es de suma importancia para la sociedad debido a que mantiene las relaciones entre individuos y diferentes grupos de interés. De esta manera, la sociedad también se encuentra en constante movilidad y no es estable sino por el contrario cambiante.

Gargurevich (2002) afirma que “desde los años 40 se tuvo diversas teorías sobre las funciones que debía cumplir un periodista, siendo la de Fraser Bond la accesible a la realidad

peruana, la cual menciona que el periodismo tiene cuatro principales razones de ser: informar, interpretar, orientar y entretener” (p.21). Estos aportes permitieron que el periodismo tenga un rumbo y de esa manera delimitar sus fronteras, asimismo, se incluyó el código de ética que se fue volviendo más exigentes con el pasar de los años. El periodismo y la prensa están sujetos en todo país a determinadas reglas, normas y códigos de ética debido a que se tiene que saber cómo decir una información, Van Dijk denota este punto como el uso de la pragmática es importante para conocer todo lo relacionado al contexto donde se realiza determinado hecho comunicativo, por lo cual, se tiene que saber a quién se dice y como se dice la información recogida.

2.2.2.2 La Noticia. Desde los inicios del periodismo, las personas inmiscuidas en la labor de esta profesión comprendieron que era necesario reconocer lo nuevo, significativo, interesante, inusual de las diversas actividades sociales, a este hecho lo denominaron noticia. Según Martínez (2003) afirma sobre la noticia que “es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos que dominan parte del medio utilizado para la difusión.” (p.288). Aunque inicialmente, la transmisión de la información se realizó de manera rústica y como se podía, por ejemplo, en tablones u hojas de papel, estos canales fueron mejorando con el avance de la tecnología.

También es necesario aclarar que a diario ocurren hechos noticiosos, pero no todos pueden ser considerados noticias como tal, dependerá de cada medio y la selección que estos realicen para que puedan ser desarrollados y publicados. La noticia es investigada por un periodista y está sujeta también al imaginario y tratamiento de este mismo, ya que dependerá del enfoque y de la tratativa que le da al hecho informativo para que este sea llamativo al lector, así también hay otros aspectos que influyen para la constitución de la noticia como: la continuidad del hecho noticioso, la imprevisibilidad, la sorpresa y también lo inusual. Gargurevich (2002) menciona que para la selección de la noticia

Debe tenerse en cuenta dos conceptos básicos: primero, que las novedades consideradas mejores por los periodistas son las imprevisibles, las que sorprenden al lector y cuanto más impactante sean, mejor. Las informaciones que comporten una variabilidad del sistema serán siempre las favoritas. La segunda está referida a la construcción social de la realidad que propone el periodista a sus lectores. (p. 29)

La ética y verdad juegan un papel importante en la construcción de la noticia, ya que el lector considera cierta la información recibida y es una obligación que el periodista use fuentes confiables y no tergiversar las noticias. En este punto, es necesario aclarar que en la producción de la noticia se desarrolla todo bajo una cadena de confianza, siendo el editor quien confía en su reportero para que las noticias sean publicadas, de igual forma el lector confía en la noticia leída y la asume como cierta o falsa de acuerdo al conocimiento que tengas sobre el tema. Algunos medios usan como estrategia el sensacionalismo en la información debido a buscan lograr mayor notoriedad o ventas, esta estrategia se instauró en nuestro país durante los años 80's y 90's, con lo cual también se incluyó el termino de “diarios chichas”, debido a que exageraban en los titulares y hechos noticiosos. Gargurevich (2002) menciona que “puede suceder lo que se conoce como verdades a medias, informaciones que contienen potentes verdaderos, aunque algunos datos son inventados y exagerados, como aumentar deliberadamente el número de víctimas en un accidente” (p. 31)

Cabe resaltar que el periodista tiene una importante labor al ser el nexo entre la información y el público, es por ello que el aspecto ético juega un papel importante y determinante para brindar mayor seriedad al medio periodístico, según Gargurevich (2002) lo que el público reclama al periodista es:

- No a las calumnias, acusaciones y difamaciones;
- Derecho a la intimidad y la vida privada;

- Defensa de la libertad de información y derecho del periodista a su ideología.
- Igualdad de tratamiento para todas las personas;
- Derecho de autor y mención a las fuentes;
- Derecho a las instituciones sociales.

Asimismo, juega un papel importante el estilo periodístico que cada medio tiene, debido a que dependerá del él el tratamiento de la información, así como también aspectos implícitos y explícitos que colaboren a su fin.

2.2.2.3 Producción Periodística. La producción de la prensa se realiza bajo un esquema jerarquizado de información, es decir se desarrolla en base a la idea de lograr que el medio cumpla con estándares los cuales hagan que sea llamativo al lector y de esa manera cumplir con el número de venta de ediciones diarias. El medio periodístico selecciona la información de acuerdo a la relevancia social y precisamente ese es el criterio para la distribución de los artículos, espacios noticiosos y publicitarios.

El proceso de producción se ve muy relacionado al contexto donde se desenvuelve el medio periodístico ya que dependerá de este último la interacción que tenga el medio con el lector, a través de la interpretación de hechos periodísticos. Asimismo, el lector será quien analice los valores periodísticos y a partir de ello los acepte o los rechace. En este punto, podemos hacer hincapié en la educación social que recibe cada país y la manera en que esta repercute en la sociedad o población, Foucault (1973) afirma que:

La educación es (...) instrumento gracias al cual todo individuo en una sociedad como la nuestra puede acceder a cualquier tipo de discurso, se sabe que sigue en distribución, en lo que permite y en lo que impide, las líneas que le vienen marcadas por las distancias, las oposiciones y las luchas sociales. (p.45)

En la producción periodística se ven involucrados el uso de herramientas lingüísticas y características propias de un artículo periodístico como es el uso de las proposiciones, macroproposiciones, superestructuras y macrorreglas. Asimismo, el uso de los titulares, encabezados, títulos, subtítulos, etc. Todas estas herramientas se encuentran a disposición del periodista, quien finalmente decide cuales usar y la manera en cómo usarlas.

Queda claro también que es desde la percepción del periodista que el lector llega a comprender la noticia, ya sea de manera correcta o incorrecta, es decir, los hechos son reales pero la apreciación personal es subjetiva. Un hecho noticioso puede suceder de una manera, pero dependerá de la investigación, interpretación y uso de recursos para que este sea transmitido de manera verosímil y apegada a la realidad, en este sentido entran a tallar los valores periodísticos, pues son ellos quienes ponen determinados estándares para la producción de la noticia.

2.2.2.4 Valores Periodísticos. Los valores son entendidos por las creencias de los medios, es decir la posición ideológica que cada uno de ellos tenga. Por lo general, estos valores se encuentran sujetos al público al cual se dirige el medio periodístico. Manzano (2005) menciona que:

Es necesario asumir valores que permitan optar por unos caminos u otros de acción y que posibiliten establecer juicios morales. Desde la ideología se definirá lo que es bueno y lo que es malo, lo correcto de lo incorrecto, lo verdadero de lo falso, lo deseable de lo indeseable. (p.18)

Los medios periodísticos mantienen una postura ideológica las cuales también sujetan al periodista a elaborar sus contenidos discursivos una u otra manera. Asimismo, se exige al redactor que respete las reglas narrativas que el medio le ofrece, Van Dijk no expresa directamente los valores periodísticos que deberían tener los medios, pero si menciona que son

necesarios para la selección, formulación, desarrollo y publicación de la información. Asimismo, los valores colaboran a la conformación y producción del medio, ya que a través de ellos se expresará determinada postura periodística, por ejemplo: espacio gráfico en cada publicación, titulares, encabezados, el número de hojas, extensión de una u otra noticia.

Los medios periodísticos tienen determinados valores en el tratamiento de la información, a través de esta postura ideológica expresan su forma de pensar al público, en ocasiones sujeta a determinadas fuerzas exteriores al medio como son fuerzas económicas, sociales y políticas quienes mantienen al medio a través de la publicidad. Precisamente, algunos actores externos son quienes buscan a la prensa que más se ciñe a su forma de pensar y que exprese los valores que ellos desean para su empresa, eso colabora al posicionamiento de las marcas en el mercado. Asimismo, estos valores determinan la agenda periodística, ya que algunos medios tienen orientación judicial, política, deportiva, etc.

Es importante destacar que los medios periodísticos tienen determinados valores para la selección de la información, Según García (2019) los valores de la noticia son los siguientes:

Actualidad. La noticia es considerada como tal porque es un hecho inmediato, sin esta característica no tendría sentido su transmisión. También se menciona que es un hecho con caducidad ya que si no se consume de manera fresca habrá perdido su valor.

Proximidad. Esta característica está referida a la cercanía del lector con el hecho noticioso y de esa manera cuanto podría interesarle o beneficiarle. La proximidad se puede entender como la cercanía geográfica pero también con aspectos de semejanza cultural y social que causen atracción en la sociedad.

Prominencia. Esta cualidad hace referencia a la transcendencia de la noticia respecto a personajes públicos, es evidente que una persona con mayor cantidad de seguidores brindará mayor atracción al lector y mayores ventas.

Dimensiones. En este aspecto se puede considerar tres dimensiones: psicológica, social y física. Las dimensiones son elegidas para la estructuración del medio periodístico, de esta manera se logra entrar en el imaginario del lector y lograr la finalidad del medio que es la persuasión.

2.2.3 Elecciones Generales Presidenciales 2021.

En el 2023, el Perú cumplió 202 años de la proclamación de la independencia del yugo español, durante este tiempo no se vivió una etapa política nefasta como la que se desarrolló durante el periodo presidencial comprendido entre los años 2016 al 2021. Nuestro país se volvió el centro de atención a nivel internacional por su difícil situación socio política en la cual tuvimos cinco presidentes de la República durante este corto periodo (y más controversial aún porque durante una semana se tuvo tres presidentes); sumado a ello, la población tuvo una disconformidad por los diversos escándalos de corrupción que envolvían al poder ejecutivo y legislativo, por lo cual, hubieron múltiples marchas, manifestaciones y enfrentamientos con las fuerzas policiales, las cuales dejaron a compatriotas heridos y muertos. Asimismo, el Perú y el mundo vivían una crisis sanitaria producida por la pandemia de la COVID-19, una pandemia que fue originada en Wuhan (China), la cual mató a miles de personas a nivel mundial. Todos estos sucesos fueron dignos de un relato literario.

Ahondando en esta caótica etapa, en el año 2016, se proclamó como presidente de la República a Pedro Pablo Kuczynski (PPK), quien a pesar de tener cierta aprobación y respaldo de la población terminó renunciando al cargo nacional el 23 de marzo del año 2018 en medio de una serie de acusaciones de corrupción e implicado en el caso de corrupción de Odebrecht. Este inesperado suceso hizo que el cargo sea asumido por Martín Vizcarra (primer vicepresidente del gobierno de Kuczynski), quien es recordado por ser el presidente que vivió la primera etapa de la pandemia por la COVID – 19, durante su mandato dictaminó diferentes

medidas de aislamiento a la población con la finalidad de evitar el contagio y la propagación del virus, la cual fue inevitable. Irónicamente fue este virus quien hizo caer su gobierno transitorio, el 9 de noviembre del 2020 el hasta entonces mandatario fue vacado por el poder legislativo acusado de haberse beneficiado con la adquisición de medicamento para tratar la COVID-19, asimismo culpado de favorecimiento en diversas obras de construcción de impacto nacional y de haber recibido pagos ilícitos de empresas constructoras durante su periodo de mandato como gobernador regional de Moquegua y Ministro de Transportes y Comunicaciones. Posteriormente, asumió el cargo de presidente de la República, Manuel Merino hasta entonces presidente del Congreso de la República, que no fue bien recibido por la población, por lo cual, a nivel nacional se realizaron marchas y enfrentamientos con las fuerzas policiales, teniendo como resultados múltiples heridos, detenidos y las sonadas muertes de Inti Sotelo y Brian Pintado, quienes fueron abatidos por las fuerzas policiales durante una manifestación en la ciudad de Lima. Ante esta crisis, su gobierno solo duró cinco días, siendo el mandato de menor duración en toda la historia del Perú. Finalmente, Francisco Sagasti, culminó el periodo 2016 – 2021, teniendo un papel aceptable como presidente y brindando estabilidad social y económica al país.

Las elecciones generales presidenciales del año 2021, demandaban mucha responsabilidad para los candidatos participantes por la difícil coyuntura política que vivía el país. De igual manera, la importancia radicaba en poder cambiar la nefasta imagen constitucional a nivel internacional y volver a brindar confianza a las empresas extranjeras en invertir en diferentes rubros económicos en el Perú.

Estas elecciones generales presidenciales contaron con la participación inicial de 34 partidos políticos, de esta totalidad solo 18 candidatos electorales aspiraron a la presidencia de la República, mientras los demás optaron por una curul en el congreso. Las contiendas electorales generales presidenciales se desarrollaron en dos etapas, una primera vuelta con la

participación de la totalidad de candidatos a la presidencia y el congreso, y una segunda vuelta con la participación de los 2 primeros puestos en las votaciones de primera vuelta. Según El comercio e IPSOS (2021) los candidatos y partidos políticos inscritos y aceptados por el Jurado Nacional de Elecciones fueron los siguientes:

- Acción Popular – Yonhy Lescano
- Alianza por el Progreso – César Acuña
- Avanza País – Hernando de Soto
- Democracia Directa – Andrés Alcántara
- Frente Amplio – Marco Arana
- Fuerza Popular – Keiko Fujimori
- Juntos por el Perú – Verónica Mendoza
- Partido Morado – Julio Guzmán
- Partido Nacionalista – Ollanta Humala
- Partido Popular Cristiano - Alberto Beingolea
- Partido Democrático Somos Perú – Daniel Salaverry
- Perú Libre – Pedro Castillo
- Perú Patria Segura – Rafael Santos
- Podemos Perú – Daniel Urresti
- Renacimiento Unido Nacional – Ciro Gálvez
- Renovación Popular – Rafael López Aliaga
- Unión por el Perú – José Vega
- Victoria Nacional – George Forsyth

Cabe mencionar que todos los candidatos tenían un pasado con experiencia política, ya sea a nivel local o nacional. Asimismo, algunos de ellos ya postulaban por segunda o más veces a este importante cargo.

Durante este arduo proceso electoral, las principales encuestadoras a nivel nacional realizaban sondeos de manera semanal y/o mensual sobre la intención de voto del electorado para las elecciones generales presidenciales 2021, sin embargo, estos datos recogidos eran en su mayoría de la capital del Perú, Lima, y solo algunas ciudades del interior del país como Cusco, Arequipa y Trujillo que eran tomadas en cuenta. Los primeros sondeos realizados durante el mes de setiembre del año 2020 por El Comercio e IPSOS (2020) posicionaban a George Forsyth en el primer lugar con un 23% de preferencia, en el segundo lugar se ubicaba Daniel Urresti con un 9% y en el tercer lugar Keiko Fujimori con un 7%. Cabe mencionar que Forsyth en ese momento tenía gran aprobación de la población debido a que durante su periodo como alcalde de la Municipalidad de La Victoria (Lima) había realizado acciones emblemáticas, las cuales fueron aprobadas por la población. Mientras Daniel Urresti era ya conocido en el ambiente político por sus mediáticas declaraciones y cuestionamientos sobre los gobernantes de turno y política en general, asimismo, Urresti era conocido por ser exmilitar y afrontar un proceso judicial por la muerte del periodista Hugo Bustos en Ayacucho. Por su parte, Keiko Fujimori ya tenía un posicionamiento político por su participación como congresista electa y dos postulaciones anteriores al mismo cargo.

En el mes de octubre los sondeos no variaron mucho, posicionando a los mismos candidatos entre los tres primero, solo hubo una variación en el porcentaje de apoyo al candidato de Victoria Nacional, descendiendo de 23% a un 19%. En el mes siguiente si hubo cambios, mientras Forsyth seguía ubicado en la cima con un 16%, lo seguía Julio Guzmán con un 7%, seguido de Verónica Mendoza y Daniel Urresti que ocupaban el tercer lugar con 6%. De esta manera, se logró visibilizar a otros candidatos como Julio Guzmán y Verónica Mendoza que eran medianamente conocido por tener una postura socialista que habían dejado marcada en una contienda electoral anterior.

Cabe mencionar que los discursos políticos de todos los candidatos estaban centrados en los problemas que sus antecesores habían dejado, principalmente la corrupción, el cual había provocado que tres mandatarios tengan que dejar el cargo de presidente de la República y teniendo a otros anteriores investigados hasta la actualidad. Asimismo, entre sus propuestas más resaltante se podían encontrar temas elementales como la educación y salud, los cuales fueron y son criticados durante años.

Los medios de prensa de alcance nacional centraron sus discursos periodísticos principalmente en los temas políticos, por lo cual, brindaban atención a lo que venía sucediendo en las encuestas que se publicaban y se notó una posición centralista por parte de la prensa, quienes abocaron sus esfuerzos por cubrir las diferentes actividades proselitistas que realizaban los candidatos, principalmente, en la capital. Lo mismo sucedió con la cobertura periodística al interior del país ya que solo se centró esfuerzos en llevar información de los candidatos que aparecían en primeros lugares de las encuestas. En este punto, podemos reflexionar y especular de posibles situaciones del porqué solo se informó de algunos candidatos más que de otros, llevando a pensar que los medios de comunicación se encuentran sujetos a grupos de poder, los cuales ya tenían a determinados candidatos como sus favoritos y por lo cual era importante brindar una visibilidad a cada uno de ellos. Por otro lado, el sensacionalismo y mercantilismos son herramientas que usan los medios de comunicación, en este sentido, se tiene que “vender” lo que más llama la atención a la gente.

Al finalizar el año 2020 las encuestas demostraban que sería uno de los candidatos que aparecían en la cima de las encuestas el futuro presidente del país, pues si bien variaban las ubicaciones, los personajes se mantenían en esa cúpula. Por otro lado, volviendo a resaltar que la centralización hace que se piense que la capital del país llega a ser la voz de todos los peruanos, lo cual en estos comicios electorales quedó en claro que no es cierto. Hasta diciembre

del año 2020 las encuestas no ubicaban la figura de Pedro Castillo, mencionando que no llegaba ni al 1% de apoyo de la población, pese que a que el docente cajamarquino venía realizando un arduo trabajo por diferentes regiones del interior del país.

En mes de enero y febrero del 2021 se mantuvieron las encuestas en la misma tónica, ubicando a los candidatos de la capital en los primeros lugares, fue recién en el mes de marzo que aparece la figura de Pedro Castillo en el noveno lugar con un 3% de aprobación, hasta ese momento este candidato era desconocido para muchos, debido a que pasó desapercibido por la prensa de alcance nacional. Es por ello, que en la mayoría de las notas y discursos periodísticos no nombraban su trabajo o actividades proselitista.

Las últimas encuestas realizada por el Comercio e IPSOS (2021) en el mes de abril (días antes de las elecciones generales a la presidencia de la república) se obtuvieron los siguientes resultados: Yohny Lescano (10%), Verónica Mendoza (9%), Hernando de Soto (9%), Keiko Fujimori (8%), George Forsyth (8%), Pedro Castillo (6%) y otros candidatos tenían porcentajes similares y/o menores a este último. De manera peculiar, los dos candidatos que luego pasarían a las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta no se ubicaban dentro de los 3 primeros lugares y Pedro Castillo, particularmente, no había recibido la atención mediática a comparación de sus contrincantes.

Fue así que el 11 de abril del año 2021, se realizan los comicios electorales presidenciales para el período 2021 – 2026, los cuales según la Oficina Nacional de Procesos Electorales (2021) dieron como resultados que Pedro Castillo y Keiko Fujimori debían ir a las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta. El candidato de Perú Libre logró un 18.92%, mientras que la candidata del partido naranja logró un 13.40%, con lo cual una gran parte del país quedó asombrado debido a que Pedro Castillo no era uno de los favoritos según

la prensa y la capital del país, su fortaleza estuvo basada en las regiones del interior donde recibió un masivo apoyo especialmente en los departamentos del centro y sur del Perú.

A partir de esta etapa se comenzó a realizar la campaña para las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, poco más de 50 días fueron un claro ejemplo de cómo se viene manejando la prensa en nuestro país. Como es bien sabido, la prensa es el cuarto poder en la sociedad, por lo cual, los grandes grupos de poder (empresas y/o empresarios con poder adquisitivo) buscan tener influencia o dominar al medio, incidiendo en lo que se debe o no se debe publicar. Teniendo este corto preámbulo, muchos grupos de poder se vieron alarmados con la presencia de Pedro Castillo en los comicios electorales debido a que su postura nacionalista y socialista sería un atentado contra el libre comercio, entendido por ellos.

Por su parte, Pedro Castillo continuó reforzando su campaña por las regiones del interior del país, mientras Keiko Fujimori, abarcó la capital y el norte, principalmente. Mientras tanto, los excandidatos en su mayoría brindaban un respaldo a la bancada de Fuerza Popular, aduciendo que un posible gobierno de Castillo sería nefasto para el Perú, considerándolo como marxista, comunista y socialista; asimismo, creaban miedo y zozobra en la población poniendo como ejemplo la realidad social que vive Venezuela (régimen socialista de Nicolas Maduro). En este mismo sentido, los medios de comunicación jugaron un papel importante tanto con la información a nivel implícito y explícito en diferentes notas periodísticas y herramientas textuales usadas.

El 11 de junio del año 2021, después de un intenso y accidentado proceso electoral de segunda vuelta se realizaron las elecciones generales presidenciales para el periodo 2021 – 2026, teniendo como ganador al docente cajamarquino Pedro Castillo con un 50, 126 %. Una parte de la población encontraba esperanza en este nuevo gobernante, ya que el representante de Perú Libre era visto como un ejemplo de superación y una representación de todos los

provincianos. Por otro lado, la élite del país miraba con asombro como un docente había logrado tal hazaña y más aún temían por las consecuencias que podría traer estos resultados en contra del poder económico.

El 28 de julio del año 2021, el entonces presidente transitorio del Perú, Francisco Sagasti, tras un gobierno pacificador y con apoyo de la población dejaba el cargo de la nacional a Pedro Castillo, el nuevo presidente electo. Después de asumir el cargo, los primeros meses de gobierno del nuevo mandatario fueron complicados debido a que los diferentes medios de comunicación, mostraron una clara oposición al gobernante entrante, a través de diversos cuestionamientos e investigaciones que hicieron a Castillo y su entorno cercano.

Según las elecciones generales presidenciales realizadas el año 2021, Castillo tenía el respaldo de un poco más de la mitad del país, incluso había logrado convencer y ganar en regiones del norte como San Martín, sin embargo, la prensa mostraba otra imagen del gobernante, una postura que causaba miedo y temor a la población, posiblemente este fue el inicio de la caída de su gobierno.

Castillo dentro de su plancha presidencial tenía como primera vicepresidenta a Dina Boluarte y segundo vicepresidente a Vladimir Cerrón, este último fue la excusa perfecta para iniciar un ataque a la gestión presidida por Pedro Castillo. Cerrón años atrás había sido Gobernador Regional de Junín en dos ocasiones (2011/2014 y 2018-2022), en su segundo gobierno fue suspendido de dicho cargo por tener una condena por el caso La Oroya, una obra de sistema de agua potable y riego para La Oroya, Yauli; de igual manera, por su ideología de izquierda fue vinculado en múltiples ocasiones con el Movimiento por la Amnistía y Derechos Fundamentales (MOVADef), una organización que tiene arraigo con ideología de izquierda o extrema izquierda y asimismo es vinculada a nexos con Sendero Luminoso (terrorismo), por

lo cual, se empezó a crear diversas especulaciones sobre la postura radical socialista que podía tener el entonces presidente.

Con el pasar de los días, semanas y meses la aprobación de Castillo fue decayendo, y esto fue a consecuencia de las acciones realizadas por el entonces presidente, quien cometió múltiples errores durante su mandato y quedó evidenciado por la prensa peruana. Desde los primeros días de gobierno se vio cuestionado por la designación de funcionarios en diferentes organismos estatales, debido a que muchos de ellos no cumplían con el perfil requerido y de esta manera no colaboraron con mejorar el país y mucho menos su mandato. De cierta manera, también se le puede atribuir que el mal asesoramiento y su afán de cumplir con promesas de trabajo (durante la campaña electoral) que hizo que su gobierno sea mal visto y genere cuestionamientos mediáticos.

Por otro lado, es evidente que la prensa de alcance nacional no tenía mayor simpatía por el expresidente Pedro Castillo, más por el contrario mostraron su gobierno como un peligro para el futuro de la sociedad y sus libertades, es así que, muchas de las acciones realizadas durante su periodo de gobierno fueron tratadas de manera sensacionalista, creando un mayor temor en el imaginario popular, asimismo, los medios de comunicación realizaron quejas y denuncias por la obstrucción en el acceso a la información en diversas acciones públicas del presidente. En este sentido, Castillo fue tolerante con la prensa, debido a que en muchas ocasiones rechazó invitaciones para poder realizar entrevista o brindar declaraciones de temas que eran agenda política. De esta manera, el entonces presidente mostraba su disconformidad con el tratamiento de la información que la prensa peruana realizaba durante su gobierno.

Se debe agregar que Castillo durante su primer año de gobierno realizó actividades poco claras ante el ojo público, por ejemplo: inicialmente había planteado desarrollar su mandato fuera de Palacio de Gobierno, por lo cual, los primeros días de gobierno sostuvo una serie de

reuniones en una casa de Jr. Sarratea, las cuales fueron tomadas como actos antiéticos e inmorales. Asimismo, realizó múltiples cambios desde el primer mes en la conformación de su gabinete de ministros, a quienes la prensa investigó y señaló como poco capacitados e incluso señaló que algunos contaban con investigaciones penales en curso; se vio involucrado en casos de corrupción como el favorecimiento de ascensos militares de “los chotanos”; el favorecimiento a Karelím López en obras de alto presupuesto nacional y también el favorecimiento a determinadas empresas en la compra de Biodiesel-100 a favor de PetroPerú. Por otro lado, durante el primer trimestre de gobierno trató de desvincular su nexo con Vladimir Cerrón (presidente del partido político Perú Libre) lo cual fue negativo para sus intereses debido a que muchos de los congresistas de su propio partido y simpatizante de Cerrón se pusieron en contra de él en múltiples ocasiones y en las reuniones para la aprobación de toma de decisiones. Todos estos hechos hicieron que la alta aprobación que tenía Castillo al iniciar su gobierno fuera decayendo e hicieron que la población estuviera disconforme con su gobierno.

En este sentido, el primer año del gobierno del expresidente Pedro Castillo fue convulsionado a nivel político, económico, social y mediático; teniendo un cambio radical en la aprobación del país y recordando gobiernos pasados, esto debido a la gran repercusión de los diversos escándalos de corrupción.

Estos hechos de corrupción y enfrentamiento entre los poderes del estado desencadenaron en un desenlace histórico en el país, el 07 de diciembre del año 2022, tras 16 meses de haber iniciado su gobierno, Pedro Castillo realizó una transmisión en vivo y en directo a través del canal del estado (Tv Perú) donde realizaba un golpe de estado, anunciaba la disolución temporal del congreso y declara “un gobierno de excepción” convocando a nuevas elecciones del congreso, los cuales tengan facultades constituyentes y con capacidad de elaborar una nueva constitución en un plazo de nueve meses. Asimismo, ordenó una

reorganización del Poder Judicial, la Fiscalía de la Nación y el Tribunal Constitucional. Este hecho trascendental se realizó luego de que el congreso tratara de vacarlo en tres oportunidades por casos de corrupción antes mencionados, siendo el último una supuesta paga de soborno por parte del ministro de vivienda, Geiner Alvarado, para que este se mantenga en su cargo. De esta manera, Pedro Castillo dejó el poder y trató de buscar asilo político en México para evitar algún tipo de condena en el Perú, sin embargo, fue durante su salida de Palacio de Gobierno hacia la embajada mexicana que fue interceptado por miembros de la Policía Nacional y Fuerzas Armadas quienes lo detuvieron y lo llevaron a la sede de la Prefectura de Lima donde quedó en calidad de detenido.

Mientras tanto en el congreso, se convocó a una sesión extraordinaria para realizar la votación por el pedido de vacancia del aún presidente Pedro Castillo. Al promediar las 3 de la tarde y por unanimidad se destituyó oficialmente a Castillo como presidente de la República y se nombró a Dina Boluarte como nueva gobernante del Perú.

De esta manera, concluyó el periodo de gobierno de Pedro Castillo, sin embargo, su gestión presidencial 2021-2026 se respetó sin convocar a nuevas elecciones y manteniendo en el cargo a Dina Boluarte.

CAPÍTULO III

Metodología de Investigación

3.1 Enfoque de Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo debido a que se realizó diversas descripciones, interpretaciones y conclusiones subjetivas sobre el proceso de la construcción del discurso periodístico en las elecciones generales presidenciales del año 2021 y el primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo.

Según Vargas (2011) “el enfoque cualitativo permite la construcción subjetiva y continua de aquello que le da sentido a la realidad investigada como un todo donde las partes se significan entre sí y en relación con el todo.” (p.16)

De esta manera, el enfoque cualitativo nos permitió conocer a profundidad la construcción del discurso periodístico, dando la posibilidad de dar interpretaciones de acuerdo al contexto en que se desarrollaron los hechos.

3.2 Diseño de Investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un diseño hermenéutico. Vargas (2011) afirma que:

La forma como se trabaja en este método es la siguiente: 1) se cuenta con un texto a interpretar, se lee y se analiza a partir de lo que el texto en sí mismo expresa; pero, 2) tomando en cuenta el con-texto en que el escrito ha sido elaborado, y 3) se llega a alguna conclusión.” (p.31)

En la presente investigación se estudió la construcción del discurso periodístico, expresados a través textos periodísticos los cuales fueron difundidos a nivel nacional durante el proceso electoral 2021 y el primer año de gobierno el expresidente Pedro Castillo. De esta manera, este diseño permitió entender y comprender a profundidad los textos seleccionados, estudiándolos por partes y como un todo, asimismo, teniendo la posibilidad de repetir los procesos cuantas veces sean necesarias hasta disgregar datos que no son captados a primera impresión, Vargas (2011) denomina a este proceso círculo hermenéutico, el cual tiene la finalidad de profundizar en los temas investigados.

3.3 Unidad de Análisis

La selección se realizó de manera intencionada, teniendo en cuenta que el Grupo El Comercio de gran parte de la prensa peruana, y el diario La República es quien le sigue en la cantidad de ventas, difusión, publicidad y visitas web, según consultas realizadas Instituto Peruano de Publicidad. En este sentido, los medios periodísticos seleccionados fueron: ***El Comercio y La República***, ya que tienen un estilo periodístico político – social y usan un lenguaje formal en sus publicaciones.

El diario El Comercio posee una línea editorial conservadora liberal, de igual manera, es de corte liberalista económica y anticomunista, centrando el desarrollo de sus noticias diarias en acontecimientos políticos, sociales y económicos.

Por su parte, el diario La República tiene una línea editorial neo liberalista e inclusiva igualitaria. Basa su información diaria en hechos de actualidad política, económica y social.

Tabla 1*Título. Unidades de análisis.*

Medio periodístico	Informantes		Instrumento
El Comercio	18 artículos periodísticos publicados durante las elecciones generales presidenciales del año 2021 (primera y segunda electoral) y el primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo.	6 artículos periodísticos de las elecciones generales presidenciales de primera vuelta del año 2021.	Guía de análisis de contenido
		6 artículos periodísticos de las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta del año 2021.	
		6 artículos periodísticos del primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo.	
La República	18 artículos periodísticos publicados durante las elecciones generales presidenciales del año 2021 (primera y segunda electoral) y el primer año de gobierno del	6 artículos periodísticos de las elecciones generales presidenciales de primera vuelta del año 2021.	Guía de análisis de contenido
		6 artículos periodísticos de las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta del año 2021.	

	expresidente Pedro Castillo.	6 artículos periodísticos del primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo.	
--	------------------------------	---	--

3.4 Categorías de Estudio

Vargas (2011) menciona que las categorías son formadas luego de un proceso de análisis y síntesis de los textos leídos, tomando en cuenta el contexto en que se desarrollan y a partir de ello se obtienen conclusiones y posteriormente la formación de una estructura de categorías. “Las categorías permiten, al ponerlas en relación entre sí y éstas con el todo, explicar a profundidad el texto interpretado” (p. 31).

Por ello, las siguientes categorías ayudaron a conocer cómo se realiza la construcción del discurso de la prensa durante el contexto de elecciones generales presidenciales del año 2021 y el primer año de gobierno del ex presidente Pedro Castillo (julio 2021 – julio 2022).

Tabla 2

Título: Categoría medular preliminar

CATEGORÍA MEDULAR PRELIMINAR		
CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO PERIODÍSTICO		
CATEGORÍA ORIENTADORA	SUBCATEGORÍA	DIMENSIÓN
Discurso	Discurso periodístico	- Texto (Proposición y macroproposición) - Mensaje (Macrorregla) - Contexto.
Prensa	Construcción de la noticia	- Estilo periodístico.

		- Estructura y producción. - Valores.
--	--	--

3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica e instrumento seleccionado para la presente investigación fueron los siguientes:

- Técnica: Análisis de contenido.

Instrumento: Guía de análisis de contenido.

3.6 Procedimiento de Aplicación del Método

La aplicación del método hermenéutico se realizó mediante el procedimiento del círculo hermenéutico, el cual permite desintegrar el texto en partes para tener un análisis profundo sobre cada componente, para luego tener una relación con el texto total. Es decir, se accedió a un análisis del texto como una parte y un todo. Asimismo, este procedimiento permitió al investigador repetir el análisis del texto cuantas veces sea necesaria hasta considerar que se tiene una conclusión concreta y profunda del mismo.

CAPÍTULO IV

Presentación y Discusión de Resultados

4.1 Presentación de Resultados

Para entender la construcción del discurso de la prensa peruana durante el proceso electoral 2021, se realizó el análisis de los medios periodísticos: La República y El Comercio, siendo seleccionados estos dos medios debido a que tienen mayor alcance a la población a nivel nacional. Asimismo, el análisis se realiza en tres etapas: elecciones generales presidenciales de primera vuelta del año 2021, elecciones generales presidenciales de segunda vuelta del año 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo (julio 2021 – julio 2022). Para lograr los objetivos de la investigación se analizaron un total de 36 artículos periodísticos (18 de cada medio).

Asimismo, esta valiosa información colaboró para brindar datos exactos en la formación del marco teórico, brindando mayor veracidad a la investigación realizada; de igual manera, esta información fue contrastada con diferentes fuentes como videos, entrevistas, artículos de otros medios y materiales web.

El análisis de contenido realizado fue hecho a las versiones impresas comprendidas entre los años 2020, 2021 y 2022 que se encuentran subidas en las plataformas web de estos medios periodísticos y que a su vez fueron seleccionados en el marco de las elecciones generales presidenciales del año 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo.

Elecciones Generales Presidenciales 2021: Primera Vuelta Electoral.

- Diario La República.

Figura 1

Título: Candidatos y partidos bajo sospecha.



Tabla 3

Título: Guía de análisis 1 – La República

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 14 222	Diario nacional: La República	
	Fecha de publicación: Sábado, 12 de diciembre del 2020.	
	Título del artículo: Candidatos y partidos bajo sospecha.	
	Sección: En portada.	
	Portada / página: Sí / Pág. 2 -3	
	Autor de la publicación: César Romero y Alonso Collantes	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Ocho candidatos a la presidencia de la República afrontan investigaciones penales en el Ministerio Público.
	Macroproposiciones	La fiscalía considera que los candidatos y los partidos políticos lavaron activos y cometieron otros delitos de corrupción en las elecciones presidenciales desde el año 2006 hasta la actualidad, por lo que investiga a cuatro candidatos a la presidencia y nueve partidos políticos.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de casos de corrupción de candidatos electorales y partidos políticos que se encuentran en proceso electoral.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		

Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es de interés nacional, por ello el medio opta por publicitarlo en la portada del diario, asimismo, tiene una extensión de dos páginas. En el desarrollo de la información, el medio no toma una posición política a favor o en contra de los involucrados, sin embargo, si denota mayor énfasis en algunos candidatos y partidos políticos que tienen mayor experiencia y seguidores.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. De igual manera, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para explicar temas de mayor importancia. La construcción del discurso periodístico tiene como base las acusaciones vertidas por el fiscal Domingo Pérez, asimismo, se usa las denuncias, con fechas y etapas de las investigaciones que se desarrollaron para crear un artículo coherente y creíble al lector.
	Valores	El artículo cumple con su responsabilidad social de informar sobre las denuncias de los candidatos y partidos políticos, de igual manera, es veras y moral ya que se basa en pruebas de acceso público y no expresa un apoyo a una u otra parte, es meramente informativo.

En la sección *En portada* del diario La República abordan el tema político nacional, se menciona que ocho candidatos a la presidencia de la República tienen investigaciones abiertas por diversas tipificaciones, las cuales podrían afectar su desempeño durante el proceso electoral y posible mandato. El artículo periodístico especifica que nueve partidos políticos se encuentran bajo investigación por el Ministerio Público, aclarando que este tipo de investigaciones puede tomar un tiempo de 8 a 10 años ya que las investigaciones requieren de un proceso burocrático en el cual participan diversos entes del estado.

Candidatos presidenciales como Ollanta Humala, Keiko Fujimori, Julio Guzmán, Fernando Olivera y los partidos políticos Fuerza Popular, Solidaridad Nacional, Partido Nacionalista Peruano, Partido Popular Cristiano, APRA y Unión Por el Perú se encuentran inmersos en la mega investigación de Lava Jato, el cual es un caso de corrupción y lavado de activos en el que posiblemente se vieron beneficiados partidos y líderes políticos con grandes aportes económicos para desarrollar sus campañas electorales durante los años 2006, 2011 y 2016.

El artículo también menciona que Daniel Urresti afronta un juicio por el asesinato del periodista Hugo Bustíos; José Luna Galvéz, lleva una investigación por estar involucrado en la red de corrupción política denominada “Cuellos Blancos del Puerto”; y George Forsyth tiene una denuncia por violencia familiar.

Figura 2

Título: Keiko Fujimori, una candidata bajo sospecha judicial.

Pais Política www.larepublica.pe

#EligeBienPERÚ



Keiko Fujimori, una candidata bajo sospecha judicial

PROCESO. La Fiscalía tiene una reciente salida. Conspiradores, otros papeles y testigos. Le falta la sustentación jurídica del lavado de activos. La defensa denuncia afectación al debido proceso

LA COPULA

En la foto de la izquierda se ve a Keiko Fujimori con su hijo, el ex presidente Alan García, en un momento de la campaña electoral. En la foto de la derecha se ve a Keiko Fujimori con su hijo, el ex presidente Alan García, en un momento de la campaña electoral.

LA INICIACIÓN

El 2021

La Fiscalía tiene una reciente salida. Conspiradores, otros papeles y testigos. Le falta la sustentación jurídica del lavado de activos. La defensa denuncia afectación al debido proceso.

Tabla 4

Título: Guía de análisis 2 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 226	Fecha de publicación: Miércoles, 16 de diciembre del 2020.

		Título del artículo: Keiko Fujimori, una candidata bajo sospecha judicial.
		Sección: País / Política
		Portada / página: No / Pág. 8
		Autor de la publicación: César Romero.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	La hija de Alberto Fujimori tiene investigación contra ella, su partido y su familia, que la acompañará más allá del resultado electoral de abril 2021.
	Macroproposiciones	La fiscalía tiene una hipótesis sólida. Colaboradores eficaces y testigos. Le falta la sustentación jurídica de lavado de activos. La defensa denuncia afectación al debido proceso.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las hipótesis del Ministerio Público sobre los supuestos delitos de lavado de activos y corrupción cometidos por la candidata Keiko Fujimori para financiar sus campañas electorales de los años 2011 y 2016.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es de interés nacional, ya que Keiko Fujimori es una figura posicionada en el ambiente político peruano, sin embargo, optaron por no considerar la promoción del artículo en la portada del diario. En el desarrollo del artículo, el

		medio toma una posición en contra de Fujimori, afirmando es culpable de los delitos que se le acusa, sin embargo, más adelante se contradice al concluir el artículo con preguntas abiertas.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para resaltar o esclarecer puntos importantes en el artículo. La construcción del discurso se realiza a partir de la acusación por lavado de activos que tiene la candidata Fujimori, el artículo afirma que la tesis fiscal es cierta y solo es cuestión de tiempo para que la candidata sea condenada. Asimismo, toma como referencia: antecedentes e información pública de los casos que viene afrontando Fujimori.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre los hechos del acontecer político, sin embargo, carece de moralidad debido a que daña la imagen del partido Fuerza Popular y su candidata al usar términos delictivos en su contra.

El artículo periodístico hace referencia a la trayectoria política de la candidata electoral Keiko Fujimori, desde sus inicios, cuando fuera primera dama de la nación durante el gobierno de su padre, Alberto Fujimori. En el primer párrafo se hace mención a que Fujimori tendría

pocas posibilidades de ganar las elecciones generales presidenciales debido a los problemas judiciales que mantiene y hace hincapié en el hecho que ella viene afrontando una acusación por lavado de activos. El artículo periodístico en el tercer párrafo menciona que la hipótesis realizada por el fiscal encargado del caso es verdadera y afirma que solo es cuestión de tiempo para tener una sentencia en contra de la acusada.

Al momento de contextualizar sobre los primeros años de Keiko Fujimori (1994 al 2000) en política se hace uso del término “aprendizaje en el delito”, haciendo alusión al tiempo que compartió la candidata con su padre y Vladimiro Montesinos en el poder, todo ello, concluyendo que el fiscal Domingo Pérez busca la suspensión de Fuerza Popular para las elecciones generales presidenciales 2021 y otros comicios municipales y regionales futuros.

Dentro de los delitos que es acusada la representante del partido naranja se encuentran las siguientes acusaciones: 1) Aportes irregulares realizados por la empresa brasileña Odebrecht y otras empresas para las campañas de los años 2011 y 2016. 2) Una extensa lista de falsos aportantes, el cual está estipulado como “lavado de dinero”. 3) Las decisiones de Fujimori a cargo de Fuerza Popular. Finalmente, el artículo hace preguntas abiertas que pueden resultar contradictorias, porque inicialmente hacen mención que es clara la culpabilidad de Fujimori.

Figura 3

Título: Forsyth: favorito en el primer tramo de la campaña electoral.

6 País Política

www.larepublica.pe

La República
Sábado
3 de febrero del 2021

#ElGobiernoPERÚ

Forsyth: favorito en el primer tramo de la campaña electoral

VICTORIA PARRICA. Exfutbolista y exatleta destaca por su carisma y su presencia a la política tradicional o a la política digital. Para los que hoy votaban por el candidato y para los que se proyectan a la política tradicional.

El candidato. El exfutbolista y exatleta Víctor Parrica, conocido como 'El Tico', es el candidato a la presidencia por el partido Fuerza Popular. Parrica, de 35 años, es un hombre alto, delgado, con una sonrisa amplia y una presencia carismática. En la imagen, Parrica está vestido con un chaleco táctico beige y una máscara facial, posando con una mano en su pecho.

El contexto. La campaña electoral 2021 en Perú se desarrolla en un contexto de incertidumbre por la pandemia de COVID-19. Los candidatos están buscando conectar con los votantes a través de redes sociales y eventos virtuales. Parrica ha ganado popularidad por su presencia en redes sociales y su carisma.

El análisis. Parrica es un candidato que representa la política digital y el carisma. Su presencia en redes sociales y su carisma lo han convertido en un favorito en el primer tramo de la campaña electoral. Sin embargo, su falta de experiencia política y su falta de una plataforma clara son algunos de sus puntos débiles.

Fortalezas:

- Alto perfil mediático: más de 1 millón de seguidores en redes sociales.
- Carisma: su presencia en redes sociales y su carisma lo han convertido en un favorito.
- Presencia digital: su presencia en redes sociales y su carisma lo han convertido en un favorito.
- Presencia física: su presencia en eventos y su carisma lo han convertido en un favorito.

Debilidades:

- Falta de experiencia política: Parrica no tiene experiencia política.
- Falta de una plataforma clara: Parrica no tiene una plataforma clara.
- Falta de apoyo institucional: Parrica no tiene el apoyo institucional de un partido político.
- Falta de una estrategia de campaña: Parrica no tiene una estrategia de campaña clara.

El futuro. El futuro de Parrica en la campaña electoral dependerá de su capacidad para conectar con los votantes y de su capacidad para presentar una plataforma clara.

Tabla 5

Título: Guía de análisis 3 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 274	Fecha de publicación: Martes, 02 de febrero del 2021.
	Título del artículo: Forsyth: favorito en el primer tramo de la campaña electoral.
	Sección: País / Política

		Portada / página: Sí / Pág. 6
		Autor de la publicación: David Pereda Z.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	George Forsyth, favorito del primer tramo de la campaña electoral para la presidencia de la República.
	Macroproposiciones	Exfutbolista y exalcalde destaca por ser conocido y no asociado a la política tradicional o alguna ideología. Pero los que hoy votarían por él aún son poco y casi no se le proyección nacional.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir del favoritismo del candidato George Forsyth según los sondeos de intención de voto realizados por el Instituto de Estudios Peruanos (IEP).
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo ocupa la primera plana del diario, debido a que el candidato presidencial George Forsyth se encuentra en los primeros lugares de intención de voto. En el desarrollo de la información se muestra una equidad en la información porque se muestran las fortalezas y las debilidades del candidato, por ello, el medio no toma una posición ideológica.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de

		proposiciones y macroproposiciones para especificar los datos que brinda el artículo. La construcción del artículo se realiza en base a los sondeos y encuestas realizadas en la capital del país (Lima). En el aspecto gráfico, se muestra la imagen de Forsyth corriendo y con protección de una mascarilla y un chaleco antibalas, lo cual puede ser entendido como un mensaje implícito de avance y mejora.
	Valores	El medio periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos de importancia de la política nacional. De igual manera, es veraz ya que basa su información en la fuente de los sondeos y encuestas realizadas. Por otro lado, al no emitir una posición política, es moralmente aceptado.

En la sección política del diario *La República* se menciona que George Forsyth ocupa el primer lugar en las encuestas de intención de voto y es favorito desde el mes de octubre del 2020 (23%) hasta enero del 2021 (13,3%); sin embargo, también demuestran una caída en la popularidad del candidato y la subida de otros partidos políticos en las encuestas. El artículo expone recomendaciones al candidato Forsyth mencionando que debe afinar sus estrategias junto a su equipo técnico para lograr su objetivo.

Asimismo, el artículo menciona que el candidato tiene fortalezas para afrontar la campaña electoral, por ejemplo: es un personaje público conocido (según las encuestas solo un

15% de la población no lo conoce) por su pasado futbolístico, empresarial y político. Cabe resaltar que Forsyth fue jugador del Club Profesional Alianza Lima, posteriormente regidor de la Victoria, alcalde interino del Distrito de la Victoria y alcalde electo del Distrito de la Victoria. De esta manera, el candidato logró posicionarse como alguien “nuevo” y “no tradicional”, en cierta forma beneficioso.

Las debilidades expuestas a dos meses de las elecciones generales presidenciales fueron que su partido político era poco conocido, no tenía una ideología clara, la población encuestada tenía baja seguridad sobre su voto, la mayoría de las personas que lo apoyaban eran de la capital y específicamente personas “acomodadas” (nivel socioeconómico A y B).

El artículo periodístico en su mayor parte es favorable para el candidato Forsyth, mencionando además que sería uno de los candidatos que clasifique a la segunda etapa electoral, pero también otorga una visión neutra, exponiendo sus debilidades. Por otro lado, el medio periodístico de manera indirecta asume que las encuestas y sondeos se realizan en mayor o completa proporción en la capital del país (Lima).

Figura 4

Título: Deudas coactivas por S/. 28,4 millones con SUNAT no han prescrito y son exigibles.

**Tabla 6**

Título: Guía de análisis 4 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 309	Fecha de publicación: Martes, 09 de marzo del 2021.
	Título del artículo: Deuda coactivas por S/. 28,4 millones con SUNAT no han prescrito y son exigible.
	Sección: País / Política

		Portada / página: Sí / Pág. 4
		Autor de la publicación: María Elena Hidalgo.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Las deudas coactivas que han acumulado las empresas del candidato presidencial Rafael López Aliaga por más de 28,4 millones de soles están vigentes.
	Macroproposiciones	Los montos que aparecen en el sistema de omisiones tributarias de la SUNAT se actualizan todas las semanas, se les aplica el interés respectivo, se publican en el portal organismo y son de acceso público. El candidato lo puede comprobar.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las deudas coactivas que mantienen las empresas del candidato presidencial Rafael López Aliaga en la SUNAT, las cuales fueron omitidas en su hoja de vida presentada al JNE.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo es de interés nacional por ello aparece en la portada del medio. El desarrollo del artículo es meramente informativo, por lo cual, no emite ningún juicio de valor por parte del medio. Asimismo, presenta pruebas sobre la información que expone.

	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Se hace uso de proposiciones y macroproposiciones para especificar las diversas pruebas mostradas. La construcción del discurso se realiza a partir de datos de acceso público, en los cuales el medio hace incidencia debido a la envergadura del candidato. En el aspecto gráfico, se usan pruebas de las diferentes acusaciones que se hace contra López Aliaga.
	Valores	El artículo cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos de interés nacional. Asimismo, el artículo es moral ya que es de tipo informativo y no emite una posición ideológica respecto al tema. Por otro lado, el artículo si cuenta con credibilidad ya que usa fuentes públicas.

El artículo periodístico se construye a partir de información pública de la SUNAT y fuentes de la propia organización sobre deudas de las compañías o personas, específicamente, Rafael López Aliaga tiene cinco empresas las cuales fueron reportadas a la Central de Riesgo por las deudas coactivas que mantienen, también se aclara que estas deudas se actualizan de manera semanal, es decir, si se paga hoy durante la semana se actualiza y ya no aparecería la deuda o caso contrario se encontrará un monto mayor por lo intereses generados.

López Aliaga mencionó no tener conocimiento sobre esas deudas ya que no había sido notificado y aducía que esas deudas ya no existían por ser del siglo pasado (antes del 2000).

Sin embargo, la fuente de la SUNAT afirma que toda deuda fue informada, antes del año 2015, de manera física y en la actualidad se puede constatar de manera virtual.

El candidato de Renovación Popular habría omitido información en su hoja de vida presentada al Jurado Nacional de Elecciones, en dicho documento no presentó información sobre la empresa Perú Holding de Turismo (deuda coactiva con SUNAT de 7 millones 836mil 567 soles) y Marsano Palace (deuda coactiva con SUNAT de 91 mil 228 soles). Por otro lado, si incluyó en su hoja de vida a otras 17 empresas en las que tiene participación, siendo Peruval Corp. la empresa que arrastra que una mayor deuda coactiva con un total de 17 millones de soles.

A lo largo del proceso electoral se fueron informando de diversas omisiones que hizo el candidato Rafael López Aliaga, las cuales dañaron su imagen y percepción de las personas ya que él se mostraba como un empresario riguroso y honesto.

Título: Guía de análisis 5 – La República

		Portada / página: Sí / Pág. 4
		Autor de la publicación: Doris Aguirre.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Acorralado por las preguntas de la periodista Mónica Delta, el candidato Rafael López Aliaga no pudo explicar las contradicciones de su discurso contra Reactiva Perú.
	Macroproposiciones	A pesar de que afronta una deuda coactiva con la SUNAT por más de 28,4 millones de soles, se acogió al programa de cobertura de préstamos bancarios que lanzó el Ministerio de Economía y Finanzas para evitar el colapso de las empresas.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las contradicciones en las declaraciones que brindó el candidato presidencial Rafael López Aliaga sobre los préstamos del programa Reactiva Perú.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico al ser de interés nacional aparece en la primera plana del periódico, cabe mencionar que López Aliaga se encontraba entre los primeros puestos en la intención de voto. En el desarrollo de la información, el medio periodístico no toma una posición sobre los hechos, por el contrario, solo se limita a realizar un resumen de la

		entrevista televisiva, resaltando los puntos importantes para el redactor.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Se hace uso de proposiciones y macroproposiciones para resaltar la importancia de algunos temas. Su composición es a partir de una entrevista realizada por la periodista Mónica Delta al candidato Rafael López Aliaga, resaltando determinados temas como los préstamos de Reactiva Perú en el cual se vieron beneficiadas algunas empresas del candidato. En el aspecto gráfico, se usan imágenes reales de la entrevista televisiva, asimismo, una de las empresas del candidato, esto con la finalidad de darle mayor veracidad al artículo.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre un tema de importancia social. Por otro lado, es verás ya que la entrevista fue televisiva y difundida por señal abierta para todo el país. Asimismo, es moral ya que no emite un juicio de valor sobre los hechos sucedidos, sin embargo, se puede considerar como una “guerra sucia” contra este candidato debido a la cantidad de artículos negativos expuestos en su contra durante la campaña electoral.

La construcción del discurso periodístico se construye a partir de una entrevista realizada por la periodista Mónica Delta en un programa de señal abierta, en la cual la entrevistadora hace mención a las declaraciones vertidas por el candidato Rafael López Aliaga tiempo atrás donde mencionaba que el programa Reactiva Perú “era una estupidez”. Cabe mencionar que este programa de apoyo económico fue realizado durante la pandemia de la Covid – 19 con la finalidad brindar capital económico a las empresas, de esta manera ellos no quebraran, ni faltaran a sus obligaciones con sus trabajadores y proveedores.

El artículo periodístico menciona que López Aliaga solicitó nueve préstamos para sus empresas, entre las más llamativas para Ferrocarril Transandino y Perú *Belmond Hotels* cada una por 10 millones de soles; lo cual es completamente contradictorio de acuerdo a las declaraciones iniciales realizadas por el candidato. En la misma entrevista mencionó desconocer el monto total de los préstamos para sus empresas, ya que consideraba que ese era trabajo de su contadora.

En la segunda parte del artículo, se hace alusión, una vez más, a las deudas coactivas que mantiene el candidato con la SUNAT y especifica que las empresas de López Aliaga pese a tener deudas pasadas si podían acoger a este beneficio como lo hicieron, debido a que el único impedimento para que las empresas no sean beneficiadas era que tengan deudas coactivas a partir del año 2020, en el caso de López Aliaga sus deudas son anteriores a esa fecha. El candidato en la entrevista hace mención a que no fue notificado de deuda alguna y que las deudas solo deberían ser contabilizadas a partir del presente siglo (70% de total según el medio), es decir las del XX no tendrían valor para él. Sin embargo, esto fue desmentido por propios portavoces de la SUNAT.

Figura 6

Título: Fiscalía tiene 35 testigos que implican a Keiko Fujimori.

**Tabla 8**

Título: Guía de análisis 6 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 339	Fecha de publicación: Jueves, 08 de abril del 2021.
	Título del artículo: Fiscalía tiene 35 testigos que implican a Keiko Fujimori.
	Sección: En portada.

		Portada / página: Sí / Pág. 2-3
		Autor de la publicación: Ángel Páez
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Entre los testigos contra Keiko Fujimori se encuentran excongresistas de Fuerza Popular y empresarios que aportaron clandestinamente dinero a su campaña.
	Macroproposiciones	Catorce colaboradores eficaces y otros 21 testigos ofrecerán testimonios y evidencias de las entregas de dinero a la candidata presidencial, y de simulaciones de aportes a sus campañas con fondos de origen incierto. En su defensa, ella dice que los peritos no le han detectado desbalance patrimonial.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de casos caso de lavado de activos y corrupción de la candidata Keiko Fujimori para financiar sus campañas electorales de los años 2011 y 2016.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es de suma importancia en el contexto electoral, debido a que se realiza su publicación a 3 días de las elecciones generales presidenciales 2021, es por ello que aparece en la portada principal y tiene un desarrollo de dos páginas. En el cuerpo de la información, el medio

		se limita a informar los diversos avances y pruebas en las investigaciones judiciales realizadas a Keiko Fujimori, sin embargo, por su cercanía al día de las elecciones este artículo llega a ser tendencioso y perjudicial para intereses de Fuerza Popular.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para explicar algunos temas puntuales. En su estructura se compone de datos de acceso público y declaraciones oficiales del fiscal José Domingo Pérez.
	Valores	El medio periodístico cumple con su responsabilidad de informar de hechos de interés nacional, sin embargo, no es del todo moral debido a que se realiza a pocos días de las elecciones generales presidenciales, sin dar oportunidad a Keiko Fujimori a dar una réplica sobre el tema.

El artículo periodístico fue publicado a tres días de las elecciones generales presidenciales del año 2021 en nuestro país, teniendo como protagonista a la candidata Keiko Fujimori, quien según las encuestas de intención de voto se ubicaba en los primeros lugares y era muy probable que logre clasificar a las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, es así que este informe tiene un sustento en las acusaciones realizadas por el fiscal José

Domingo Pérez, las cuales desmienten a Fujimori quien mencionó que no tenía ningún desbalance patrimonial en sus arcas, dando a entender que estuvo todo de acuerdo a ley.

El fiscal en esta ocasión presentó a 14 colaboradores eficaces y a 21 testigos quienes afirmaron haber participado directa o indirectamente en la entrega de dinero de manera ilícita a la candidata para financiar sus campañas políticas de los años 2011 y 2016. Los montos entregados por los testigos no fueron reportados a la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) y tampoco mencionados por Fujimori en sus declaraciones a la justicia, es por ello que, los peritos que investigaron a Keiko Fujimori no encontraron un desbalance en sus arcas. Prácticamente es como si ese dinero no habría existido hasta la confesión de estos aportantes.

Entre los montos más resaltantes que lograron testificar están los recibidos por Dionisio Romero Paoletti (3,6 millones de dólares), Juan Rassmuss Echeopar (4,8 millones de dólares) y Jorge Yoshimaya Sasaki (800 mil dólares). De igual manera, el fiscal presentó como testigos a excongresistas de Fuerza Popular como: Rolando Reátegui Flores y Castro Grandez, quienes confesaron haber buscado a falsos aportantes. De igual manera, se encuentra involucrado Javier Bisso López (brazo derecho del empresario José Sam Yuen, cabeza del poderoso grupo económico Sam Group) quien mencionó que por órdenes de su jefe se buscó a funcionarios de la misma empresa quienes hagan falsos aportes a Fuerza Popular. Otro testigo destacado es el empresario y ex testaferro de Odebrecht, Jorge Peñaranda Castañeda, quien mencionó que entregó dinero de manera física a Keiko Fujimori, además de confirmar la participación de ella en diversas reuniones con grandes empresarios en las que pidió aportes económicos para poder financiar sus campañas electorales, este selecto grupo de empresarios fueron parte del denominado “Club de la construcción”.

Es pertinente resaltar que este artículo periodístico se publica a escasos 3 días de las elecciones generales presidenciales de primera vuelta, teniendo un gran número de testigos

(35), poco habitual para casos de esta índole, por lo que es importante notar la influencia que causó en el electorado, además de no dar lugar a una réplica por parte de la candidata por las normas estipuladas del proceso electoral.

- El Comercio.

Figura 7

Título: Partidos sin identidad fija se amoldan a candidaturas presidenciales.



Tabla 9

Título: Guía de análisis 7 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 90 930	Fecha de publicación: Domingo, 04 de octubre del 2020.

		Título del artículo: Partidos sin identidad fija se amoldan a candidaturas presidenciales.
		Sección: Informe.
		Portada / página: Si / Pág. 4-5.
		Autor de la publicación: Martin Hidalgo.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	El proceso electoral nos recuerda una vez más la precariedad del sistema de partidos peruanos.
	Macroproposiciones	Catorce de los 24 partidos políticos vigentes registran cambios en su identidad. Solidaridad Nacional y Restauración Nacional cambiarán radicalmente para dejar atrás la imagen de sus anteriores líderes y salvar su inscripción electoral.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la precariedad de la constitución de los partidos políticos para las elecciones generales presidenciales 2021.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico al ser de interés nacional aparece en la portada del medio y tiene un desarrollo de dos páginas. El medio toma una posición netamente informativa, sin emitir ningún juicio de valor.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo.

		Asimismo, se hace uso de las proposiciones y macroproposiciones para especificar detalles o resaltar datos importantes. Por otro lado, el artículo se construye a partir de las informaciones recabadas de acceso público y se realiza un gráfico comparativo entre los partidos políticos participantes en las elecciones presidenciales del año 2016 y 2021.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar. De igual manera, tiene veracidad y es moral ya que la información proporcionada es de alcance público y no toma una posición ideológica o favorecimiento por algún partido político.

El artículo periodístico menciona que catorce de los veinticuatro partidos políticos inscritos hasta ese momento cambiaron totalmente su identidad para ajustarse al candidato que los representaría en las elecciones generales presidenciales, esto demostraría la precariedad de partido políticos peruanos. El artículo cita a un libro de los autores Mauricio Zavaleta y Steve Levitsky llamado ¿Por qué no hay partidos políticos en el Perú? (2019) en el cual menciona que la decadencia de los partidos políticos se inició en los años 80's, precisamente desde esa época solo siguen subsistiendo tres partidos políticos los cuales son: Apra, Partido Popular Cristiano y Acción Popular. En aquellos años, los tres partidos juntos sumaban el 72% de la preferencia del electorado, en las últimas elecciones generales presidenciales llegaron a sumar un promedio del 15%, prácticamente sin lograr superar la valla electoral.

Párrafos adelante se menciona que en la actualidad los partidos políticos se forman solo por intereses personales, los cuales han llegado a cumplir con su cometido, gobernando en diferentes esferas a nivel nacional, es por este motivo, que estos partidos constantemente corren el riesgo de disolverse o perder su inscripción en comisiones, por lo cual, recurren a prácticas cada vez más comunes como el cambio de identidad.

De los 14 partidos que cambiaron su identidad se puede diferenciar dos grupos: siete que cambiaron radicalmente y otros siete que realizaron medianos cambios. Los casos más resaltantes fueron los de Solidaridad Nacional (antes liderada por Luis Castañeda) que pasa a llamarse Renovación Nacional y cambia el logo del sol amarillo al de la letra R en color celeste y su líder será Rafael López Aliaga. Otro partido es Restauración Nacional que ahora se llamará Victoria Nacional, adecuándose a su candidato presidencial George Forsyth y también cambiará su logo, hasta ese momento desconocido. Otro cambio radical se encuentra el Partido Peruanos por el Cambio que en el 2016 se adecuó a Pedro Pablo Kuczynski con quien ganaron las elecciones generales presidenciales, por ello, desean cambiar ese posicionamiento y se cambiaron su nombre a Contigo que no tiene un candidato definido.

El politólogo Mauricio Zavaleta menciona que los partidos políticos se adecuan al candidato actual, cambiando el nombre y logo a su conveniencia. Otra politóloga, Paula Muñoz menciona que los partidos políticos no tienen una identidad concreta y solo buscan adecuarse en cada elección al candidato que los representa.

Figura 8

Título: Cuatro partidos investigados por lavado.



Tabla 10

Título: Guía de análisis 8 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 90 964	Fecha de publicación: Sábado, 07 de noviembre del 2020.
	Título del artículo: Cuatro partidos investigados por lavados.
	Sección: Política.

		Portada / página: No / Pág. 4.
		Autor de la publicación: Karem Barboza Quiroz.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	La fiscalía investiga al Partido Nacionalista Peruano, Fuerza Popular, Alianza para el Progreso y Partido Aprista Peruano por presuntamente usar dinero ilícito para solventar campañas electorales.
	Macroproposiciones	Las agrupaciones aún son investigadas o están acusadas por presunto lavado de activos en campañas electorales pasadas.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las investigaciones por casos de corrupción y lavados de activos que afrontan 4 partidos políticos.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es de interés público ya que los partidos políticos involucrados son conocidos por sus repetidas participaciones en contiendas electorales, sin embargo, no aparece en la portada del medio y su desarrollo de información se realiza en una página. El artículo periodístico es netamente informativo, ya que no emite ningún juicio de valor.

	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para dar mayor notoriedad a determinadas declaraciones. La construcción del artículo se realiza a partir de información recabada de acceso público y también de entrevistas realizadas a los representantes de cada partido. En el aspecto gráfico, se muestra los símbolos de los partidos bajo una lupa, lo cual hace un significado de investigación.
	Valores	El medio periodístico cumple con su responsabilidad social de informar, de igual manera, es un artículo veraz ya que usa información de acceso público y también es moral porque a parte de la información recabada, se brinda la opción a réplica de los acusados.

El artículo periodístico menciona que los partidos políticos: Partido Nacionalista Peruano, Fuerza Popular, Alianza para el Progreso y Partido Aprista Peruano vienen afrontando investigaciones judiciales por la Fiscalía de la Nación, por presuntos delitos de lavado de activos.

En el caso del Partido Nacionalista Peruano, liderado por el expresidente Ollanta Humala, recae una investigación por haber financiado de manera ilegal sus campañas electorales de los años 2006 y 2016, además de llevar una investigación en curso por el caso

Lava Jato, en la cual piden 20 años de prisión para el expresidente. De igual manera, se ha solicitado que el partido político quede inhabilitado por ser usado como un medio para lavar dinero. El abogado del Partido Nacionalista Peruano mencionó que este pedido no es un impedimento legal para participar de las elecciones generales presidenciales debido a que no es una sentencia judicial.

En el caso de Fuerza Popular y Keiko Fujimori, el artículo menciona que se viene realizando una investigación por lavado de activos donde presuntamente la empresa Odebrecht habría financiado con más de un 1 millón de dólares a las campañas electorales del año 2011 y 2016. El equipo especial Lava Jato solicitó la suspensión de toda actividad política al partido y candidata por un espacio de 2 años y medio. Por su parte, los abogados del partido naranja presentaron una solicitud para lograr que se desarrolló con normalidad su participación en los comicios electorales, la cual será evaluada el 13 de noviembre.

Alianza por el Progreso, también lleva una investigación en curso por lavado de activos, la cual se encuentra en una etapa final. Presuntamente habrían financiado su campaña electoral del año 2016 con fondos ilícitos. El fiscal Eduardo Cueva realizó los últimos peritajes para dar una sentencia. Por su parte, el congresista Luis Valdez, remarcó que los fondos monetarios de APP son legales.

El Apra se encuentra bajo investigación del caso Lava Jato por presuntamente haber financiado su campaña electoral del año 2006 con dinero ilícito proveniente de la empresa brasileña Odebrecht. El abogado del partido, Alex Morón, mencionó que el Apra participará con normalidad en las contiendas electorales por no contar con una sanción o impedimento.

El penalista Luis Lamas y el secretario de la Asociación Civil Transparencia, Iván Lanegra, mencionan que es lamentable que se encuentren bajo investigación estos partidos políticos y deberían abstenerse a participar en los comicios hasta aclarar su situación legal.

Figura 9

Título: El giro de Keiko Fujimori sobre el indulto.

**Tabla 11**

Título: Guía de análisis 9 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 037	Fecha de publicación: Martes, 19 de enero del 2021.
	Título del artículo: El giro de Keiko Fujimori sobre el indulto.
	Sección: Política.

		Portada / página: Si / Pág. 4.
		Autor de la publicación: Sebastián Ortiz Martínez.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	La variación en la posición de Keiko Fujimori sobre la gracia presidencial para su padre.
	Macroproposiciones	La candidata presidencial de Fuerza Popular dijo que liberará al expresidente Alberto Fujimori si llega al gobierno, cuando en el 2011 y 2016 se mostró en contra de tal posibilidad.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la búsqueda del indulto al expresidente Alberto Fujimori por parte de Keiko Fujimori.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es llamativo para la sociedad debido a que trata sobre el expresidente Alberto Fujimori, por lo cual, se entiende su presencia en la portada del medio. En el desarrollo de la información el medio no toma una posición determinada, ya que solo informa de manera cronológica las declaraciones de Keiko Fujimori.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Hace uso de proposiciones y macroproposiciones para especificar las declaraciones realizadas por la candidata Fujimori en años anteriores. El

		artículo se construye a partir de las declaraciones de Keiko Fujimori en las diversas contiendas electorales en que participó y como ha ido cambiando su discurso sobre el tema del indulto a su padre. En el aspecto gráfico, se muestra a Fujimori en blanco y negro con la mirada baja, dando un mensaje de tristeza.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre un hecho llamativo en el aspecto político. De igual manera, es verás ya que toma como referencia las declaraciones brindadas por la candidata en las contiendas electorales, las cuales fueron difundidas por señal abierta. Asimismo, es moral ya que no emite un juicio de valor, sino solo cumple con su función informativa.

El artículo periodístico menciona que el ex presidente Alberto Fujimori fue sentenciado a 25 años de prisión por la matanza en Barrios Altos y la Cantuta, el indulto al ex mandatario ha sido un tema recurrente en las campañas política de Keiko Fujimori, en el año 2011 (cuando era congresista) mencionó que esa liberación sería por justicia y no por indultos políticos. De igual manera, el año 2016 mencionó que en caso de llegar al poder no beneficiaría a ningún familiar suyo.

Sin embargo, a inicios de la campaña electoral 2021 a dicho abiertamente que en caso llegue al poder dará el indulto a su padre y en caso no logre ganar las elecciones generales

presidenciales lo solicitará a candidato electo, esto debido a que su padre volvió a prisión luego que un juez revocara el indulto brindado por el expresidente Pedro Pablo Kuczynski.

Algunas fuentes cercanas al partido mencionaron que esta decisión es personal, pero si Keiko Fujimori es elegida por la mayoría de la población, también respaldarán esa decisión. Por otro lado, Luis Galarreta (secretario general del partido) menciona que fue una decisión conjunta entre la lideresa, partido y familia, por lo que prefieren ser transparentes con la población. Sin embargo, descartaron que este sea uno de los ejes de campaña.

El artículo también menciona que otras fuentes del partido han notado la relación fría entre Keiko y su hermano Kenyi, a tal punto que este último no la invitó a su boda y que él menciona que el discurso sobre la liberación de su padre es meramente político, debido a que espera a las elecciones generales presidenciales para realizar este pronunciamiento.

Figura 10

Título: Fiscal acusa a Keiko Fujimori por 4 delitos.

**Tabla 12**

Título: Guía de análisis 10 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio

Edición N°: 91 089	Fecha de publicación: Viernes, 12 de marzo del 2021.	
	Título del artículo: Fiscal acusa a Keiko Fujimori de 4 delitos.	
	Sección: Política.	
	Portada / página: Si / Pág. 4.	
	Autor de la publicación: María Isabel Álvarez.	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	La candidata presidencia Keiko Fujimori afrontará lo que queda de la campaña electoral en condición de acusada por el Ministerio Público.
	Macroproposiciones	José Domingo Pérez pide 30 años y 10 meses de cárcel para la candidata de Fuerza Popular. El proceso queda en manos del PJ.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de los casos de corrupción imputados a la candidata presidencial Keiko Fujimori.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico al tratarse de un tema delicado y de importancia política, aparece en la portada del diario. En su desarrollo, el medio realiza una labor informativa, sin tomar una posición o emitir un juicio de valor. De igual manera, no hace mucha incidencia en la información, ya que la trata de manera superficial.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo.

		Asimismo, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para especificar datos y resaltar opiniones de especialistas. La construcción del discurso periodístico es a partir de datos de acceso público, los cuales son descritos de manera superficial. En el aspecto gráfico, el medio hace uso de imágenes de los involucrados en blanco y negro para darle un sentido de negatividad.
	Valores	El medio periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos informativos políticos, sin embargo, al hacerlo de manera superficial, pierde cierta credibilidad por la falta de datos y pasa desapercibido ante los lectores.

El artículo periodístico menciona que el fiscal de la Nación, José Domingo Pérez, concluyó su investigación y pidió una pena privativa de la libertad de 30 años y 10 meses para la candidata Keiko Fujimori por presuntamente haber recibido dinero de manera ilícita para financiar sus campañas electorales de los años 2011 y 2016. Los cargos imputados por el fiscal son: crimen organizado, lavado de activos, obstrucción a la justicia y falsa declaración en procesos. Para el equipo especial Lava Jato la candidata lideraba una organización criminal en el interior de su partido, en el cual buscó falsos aportantes para ingresar el dinero.

Además de la pena de cárcel, el fiscal pidió medidas restrictivas como impedimento de salida del país por 36 meses, evitar brindar declaraciones a medios de prensa y pronunciarse

sobre el tema por redes sociales, además de no tener contacto con gerentes, accionistas o intermediarios de medios de comunicación.

Asimismo, el artículo menciona que otras personas pertenecientes a la cúpula del fujimorismo también fueron incluidas en la investigación, entre los nombres resaltantes figuran: Mark Vito (esposo de Keiko Fujimori), Pier Figari, Ana Herz, Jaime Yoshiyama, José Chlimper, Augusto Bedoya y otros para quienes también se pidieron medidas restrictivas.

Por una parte, la abogada del partido naranja, Guilliana Loza, mencionó que es una acusación “débil y sin pruebas”. Mientras que el fiscal coordinador del equipo especial Lava Jato, Rafael Vela, mencionó que de que se debe continuar con el proceso y demostrar la culpabilidad de Fujimori y que las medidas restrictivas son para evitar perturbaciones o agresiones.

Figura 11

Título: No te metas con ellas.

Política

TV DECISIONES 2021

Encuentro de candidaturas organizado por el JNE



No te metas con ellas

Algunas de las candidatas de la lista de la Unidad Nacional para la Libertad y la Justicia (UNL) se enfrentaron a las críticas de los medios de comunicación y de la oposición por su comportamiento en el debate presidencial.

El debate presidencial 2021 se celebró el martes 23 de marzo en el Centro de Convenciones de Lima. En él participaron los candidatos de las principales fuerzas políticas del país. Entre ellas, la lista de la UNL, liderada por Keiko Fujimori.

Algunas de las candidatas de la UNL, como Keiko Fujimori y Patricia Benavente, fueron criticadas por su comportamiento en el debate. Se les acusó de ser arrogantes y de no escuchar a los demás.

Keiko Fujimori respondió a las críticas diciendo que ella y sus compañeras simplemente estaban expresando sus opiniones y que no tenían nada de arrogantes.

El debate presidencial es un evento muy importante en el proceso electoral peruano. Permite a los ciudadanos conocer mejor a los candidatos y sus propuestas.

Tabla 13

Título: Guía de análisis 11 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 107	Fecha de publicación: Martes, 30 de marzo del 2021.
	Título del artículo: No te metas con ellas.

		Sección: Política.
		Portada / página: Si / Pág. 4.
		Autor de la publicación: Fernando Vivas.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	George Forsyth confirmó que lo suyo no es el ataque. Keiko Fujimori y Verónica Mendoza le dieron una dura réplica luego de que las aludiera en sus intervenciones.
	Macroproposiciones	La primera fecha del debate fue una lección de para saber cómo y a quien atacar. George Forsyth fue por la lana y recibió duras réplicas de Keiko y Verónica. Se les sumó la labia de Beingolea.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de los “ataques” realizados por los candidatos en el primer debate electoral.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico aparece en la portada del diario por el interés nacional que tiene. En su desarrollo, el artículo es netamente informativo, usando la cronología de las acciones para recrear el debate. Asimismo, no toma una posición en particular, pero si resalta el desempeño femenino.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, el medio hace uso de proposiciones y

		macroproposiciones para resaltar frases de los participantes o hacer hincapié en algunos temas importantes. En su producción, se construye a partir de los hechos y acciones realizadas de manera cronológica durante el debate presidencial. En el aspecto gráfico se muestra la imagen de las candidatas Fujimori y Mendoza por encima de Forsyth, el cual puede ser entendido como un mensaje subliminal de superioridad.
	Valores	El medio periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos de interés nacional. De igual manera, realiza su labor de manera moral y veraz al no adoptar una posición o apoyar a determinados candidatos, únicamente exponiendo los hechos públicos tal cual sucedieron.

El artículo periodístico menciona que el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) realizó un nuevo formato de debate presidencial, dividiendo en 3 grupos a los candidatos, brindando mayor tiempo para la exposición de sus propuestas y dando la posibilidad de dar réplica a los contrincantes cuando crean convenientes. Este modelo fue usado en otros países europeos, sin embargo, se notó la dificultad de los candidatos para adaptarse y hacer uso adecuado de sus espacios.

César Acuña asumió el papel de no ser el mejor orador, por ello prefirió no atacar y evitar ser atacado, los otros candidatos tampoco refutaron sus propuestas en los tiempos que

tenían a disposición. Por otro lado, Marco Arana un candidato de los últimos lugares sin nada que perder atacó a la derecha y al fujimorismo, fue hasta que le tocó debatir directamente con Keiko Fujimori donde logró obtener respuestas al aducir que existen nuevos defensores de la derecha como López Aliaga y Hernando de Soto, a lo cual Fujimori respondió que la izquierda se viste de un cura para destruir al país. Arana desaprovecho los espacios de réplica (nuevos en este formato) y no pudo seguir con su ataque.

Alberto Beingolea, el candidato de mejor labia en el primer grupo atacó a Keiko Fujimori, aduciendo temas de hurto y robo, a lo cual no obtuvo respuestas significativas. En su intervención, George Forsyth, quien mantuvo durante su campaña un discurso direccionado a la “mismocracia”, el mismo que se prestó para ser atacado. Forsyth arremetió primero a Mendoza y luego a Fujimori mencionando que él había llevado chalecos antibalas luchando contra la delincuencia y no siendo detenido, a lo cual la primera respondió diciéndole “machito” y la segunda mencionando que debe tener mano dura con la delincuencia y no contra su exesposa Vanessa Terkes (por una denuncia de violencia familiar que tuvo Forsyth).

Así terminó la primera fecha de los debates con un formato nuevo y candidatos que sacaron conclusiones de sus oponentes, quedan 2 días más de debate y la población espera mejores propuesta y uso correcto del nuevo formato.

Figura 12

Título: El entorno de Pedro Castillo.



Tabla 14

Título: Guía de análisis 12 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 116	Fecha de publicación: Jueves, 08 de abril del 2021.
	Título del artículo: El entorno de Pedro Castillo.

		Sección: Política.
		Portada / página: Si / Pág. 6.
		Autor de la publicación: René Zubieta Pacco.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	16 personas con sentencias cumplidas siguen en carrera en las listas al Congreso del partido Perú Libre.
	Macroproposiciones	Miembros del partido y del magisterio integran círculo de confianza de postulante de Perú Libre. En sus listas de Congreso hay procesados por afiliación al terrorismo, peculado y apropiación ilícita.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir del círculo de confianza de Pedro Castillo, quienes tienen investigaciones judiciales.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico fue el único elaborado durante la primera vuelta electoral por medio El Comercio sobre el candidato de Perú Libre, esto debido a el sorpresivo despunte de Pedro Castillo en los sondeos semanales a falta de pocos días para las elecciones, es por ello, que se entiende su aparición en primera plana. Por otro lado, en su desarrollo el medio adopta una postura

		informativa, pero con mensajes indirectos que causan temor en los lectores.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para especificar los datos brindados. Por otro lado, en su producción, el medio hace uso de información pública y algunas suposiciones del medio, las cuales evidencian su inclinación política. En el aspecto gráfico, el artículo muestra al candidato Pedro Castillo y a otros miembros de su partido en una especie de semi círculo, similar a como se presentan a organizaciones o mafias, dejando un mensaje implícito de que Castillo lidera a demás personas con denuncias y pensamiento comunista.
	Valores	El medio cumple con su responsabilidad social de informar sobre el candidato Pedro Castillo, sin embargo, realiza un artículo perjudicial a la imagen del candidato a solo tres días de las elecciones del 11 de abril. En este sentido, el artículo carece de ética y moralidad debido a que trata de causar temor en el electorado que no conocía al candidato y cambiar la opinión de sus militantes.

El artículo periodístico menciona que Pedro Castillo durante su campaña política se ha rodeado de dos esferas sociales: dirigentes y docentes, por lo cual, se afirma que tiene dos círculos de confianza: uno formado por dirigentes del partido y otro por docentes y dirigentes sociales. En el primer grupo o grupo cercano se encuentra el líder de Perú Libre, Vladimir Cerrón, quien fue exgobernador de Junín y sentenciado a cuatro años de prisión suspendida por negociación incompatible; se encuentra también Roger Nájar, excandidato a la gobernación regional de Ucayali; Guido Bellido, quien fue candidato al congreso por Cusco y Dina Boluarte, quien también se presentó sin éxito al Congreso en el 2020.

En el grupo Magisterial se encuentra Segundo Quiroz, quien fue seguidor de Perú Posible por 12 años; Jorge Espelucín, quien tuvo prisión preventiva por liderar marchas en Shahuindo y participó de manifestación contra el Proyecto Conga; Hilso Ramos, abogados de gremio de docentes; Edgar Tello, secretario general del SUTE en Lima Metropolitana y candidato al Congreso por Lima; Waldermar Cerrón, hermano de Vladimir Cerrón y parte del equipo de campaña, además vinculado a investigación por lavado de activos y finaliza este círculo Yuri Castro quien se mostró admirador de Corea del Sur aduciendo que su gobierno es interesante de estudiar.

Algunos miembros de Perú Libre que se presentan al Congreso tienen investigaciones pendientes como el caso de Guillermo Bermejo, proceso por afiliación al terrorismo; Virgilio Huerta, proceso por cómplice de peculado y José Balcázar, proceso por apropiación ilícita.

Elecciones Generales Presidenciales 2021: Segunda Vuelta Electoral.

- Diario La República.

Figura 13

Título: Keiko Fujimori ya demostró que no honró las promesas asumidas en el 2016.



Tabla 15

Título: Guía de análisis 13 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República

Edición N°: 14 339	Fecha de publicación: Miércoles, 12 de mayo del 2021.	
	Título del artículo: Keiko Fujimori ya demostró que no honró las promesas asumidas en el 2016	
	Sección: En portada.	
	Portada / página: No / Pág. 3	
	Autor de la publicación: Wilber Huacasi	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Estampo su firma y se olvidó del contenido.
	Macroproposiciones	Antecedente. Keiko Fujimori asumió compromisos, pero se empeñó en incumplirlos.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las promesas incumplidas por la candidata Keiko Fujimori en el documento “Compromiso de honor con el Perú” del año 2016.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El contenido del artículo es importante para el conocimiento de los electores, sin embargo, no aparece en la portada del medio periodístico. En su desarrollo el medio adopta una posición netamente informativa, sin realizar críticas o tomar una posición sobre los hechos expuestos.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones para especificar las pruebas presentadas. El artículo se construye a partir de

		compromisos elaborados en la anterior elección presidencial, dejando evidencia de los diversos incumplimientos de pactos por parte de Fuerza Popular y Keiko Fujimori.
	Valores	El medio periodístico cumple con su responsabilidad social de informar a la sociedad sobre hechos de transcendía política. Por otro lado, el artículo puede ser entendido como levemente inmoral ya que de manera sutil e indirecta muestra su disconformidad con la candidata Fujimori por los antecedentes presentados, lo cual llega a dañar su imagen.

El artículo periodístico presentado se construye con los antecedentes del año 2016 y lo acontecido durante el periodo presidencial 2016 – 2021. En aquellas elecciones generales presidenciales (2016) la entonces candidata Keiko Fujimori redactó junto a su equipo técnico un documento denominado “Compromiso de honor con el Perú”, en el cual asumía diversas responsabilidades, las cuales según el artículo no fueron cumplidas.

En el segundo párrafo se menciona textualmente que el primer compromiso fue: “Me comprometo al respeto irrestricto del orden democrático”, sin embargo, Fuerza Popular durante el periodo presidencial 2016 – 2021 tuvo a 73 congresistas durante el periodo presidencial (siendo mayoría) quienes tuvieron una actitud obstruccionista al poder ejecutivo, generando un caos político y teniendo como consecuencias el cambio de hasta 4 presidentes en ese periodo de tiempo.

El segundo compromiso menciona “Me comprometo a respetar y proteger las libertades de prensa y de expresión”, el cual también, según menciona el artículo, fue vulnerado cuando Fuerza Popular, Alianza para el Progreso y el Apra aprobaron la “Ley Mulder”, la cual tenía por finalidad que las entidades públicas no puedan contratar servicios de publicidad de empresas de comunicación privadas, siendo la publicidad la principal fuente de ingresos para los medios de comunicación.

Keiko Fujimori también prometió tener una lucha drástica contra la corrupción, sin embargo, afrontó diversas acusaciones de enriquecimiento ilícito para financiar sus campañas electorales y su entorno también tiene casos judiciales que vienen siendo investigados. Por otro lado, en este documento se estipula que “nunca más un 5 de abril” (golpe de estado), pero fue el golpe congresal (mayoría fujimorista) quien hizo caer el gobierno de Martín Vizcarra, de esta manera tampoco se cumplió este compromiso.

El artículo se realizó teniendo como contexto la firma de un compromiso por el Perú de los candidatos presidenciales Keiko Fujimori y Pedro Castillo, el cual ayudaría a que la situación social y política mejore, teniendo compromisos frente a las problemáticas de la gestión saliente como el caso de la corrupción, educación y salud (Covid – 19).

Figura 14

Título: *Identifican a fujimorista en ataque a evento de Castillo.*



Tabla 16

Título: *Guía de análisis 14 – La República*

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 14 373	Diario nacional: La República	
	Fecha de publicación: Jueves, 13 de mayo del 2021.	
	Título del artículo: Identifican a fujimoristas en ataque a evento de Castillo.	
	Sección: País / Política	
	Portada / página: Sí / Pág. 5	
	Autor de la publicación: Henry Cotos	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	A 24 días de las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, la campaña

		empieza a tornarse agresiva no solo en redes sino también en las calles.
	Macroproposiciones	Keiko asegura que fue “pelea entre maestros”, pero acusa a seguidores de Castillo de arrojarle una piedra en Ancash.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las acciones desleales en contra de Pedro Castillo, que presuntamente serían realizadas por simpatizantes de Fuerza Popular.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo al ser de importancia nacional aparece en la portada del medio, aunque su desarrollo se remite a un tercio de página, asimismo, en el cuerpo de la noticia se hace una descripción de los hechos realizados, más no una crítica u opinión del periodista.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones para especificar las imágenes presentadas. Por otro lado, en su aspecto gráfico presenta pruebas de la denuncia que hace.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos de importancia social. Por otro lado, puede ser

		interpretado como un artículo inmoral debido a que daña la imagen de Fuerza Popular, por culpa de personas que pueden ser o no militantes de dicho partido (no se puede comprobar al 100%).
--	--	---

El artículo periodístico menciona que presuntamente personas pertenecientes al partido político Fuerza Popular realizaron acciones “sucias” en contra de la campaña del candidato Pedro Castillo, entre las que resaltan agresiones físicas y reparto de panfletos. Específicamente, el martes 11 de mayo, Castillo venía sosteniendo una reunión con docentes en la Casa del Maestro en Lima, lugar hasta donde llegaron simpatizantes del grupo autodenominado “La resistencia”, quienes provocaron con insultos y carteles a los simpatizantes de Castillo.

Keiko Fujimori, quien se encontraba en un mitin en la ciudad de Ancash realizando campaña proselitista atinó a desmentir este hecho, mencionando que no eran simpatizantes de su partido y por el contrario acusó a seguidores de Castillo de lanzarle una piedra durante su mitin en la ciudad donde se encontraba.

El artículo hace una símil con los años 90, mencionando que el partido político Fuerza Popular, en la actualidad y de manera indirecta, realizó el reparto de panfletos y revistas “chicha” con mensajes en contra de Castillo, lo llamativo es que no se tiene un conocimiento claro de quien financió económicamente la impresión de estos materiales.

Figura 15

Título: Perú Libre: reforma AFP sin tocar ahorros; Keiko: no politizar la ciencia.

**Tabla 17**

Título: Guía de análisis 15 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 388	Fecha de publicación: Viernes, 28 de mayo del 2021.
	Título del artículo: Perú Libre: reformar AFP sin tocar ahorros; Keiko: no politizar la ciencia.
	Sección: País / Política

		Portada / página: Sí / Pág. 4
		Autor de la publicación: Enrique Patriau y Luz Alarcón
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	“Indigna que la gente lo tilde de terrorista”
	Macroproposiciones	Pedro Castillo insistió en que debe haber cambios en sistemas de pensiones, y Hernando Cevallos, de su equipo técnico, precisó que ahorros personales de las AFP se respetarán. Fujimori visitó a promotor de la ivermectina, pero negó su incorporación.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las propuestas realizadas durante la campaña proselitista los candidatos presidenciales Pedro Castillo y Keiko Fujimori.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es de interés popular acorde a la realidad electoral, por lo cual, aparece en la portada, sin embargo, en su desarrollo solo se resume actividades de ambos candidatos sin brindar mayor profundidad. En este sentido, el artículo es de tipo informativo, sin brindar mayor juicio crítico.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para

		hacer mayor incidencia en algunas declaraciones brindadas. En el aspecto gráfico, se muestra a ambos candidatos en mítines con gran cantidad de personas, lo cual demuestra igualdad.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos de actualidad. Asimismo, muestra veracidad en la construcción de su discurso ya que se remite a las evidencias recolectadas; de igual manera, es moral ya que no favorece a uno u otro candidato.

El artículo periodístico tiene como sustento las actividades de campaña electoral de los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori. El líder de Perú Libre realizó un mitin en Carabayllo (Lima) en el cual dentro de sus llamativas propuestas ofreció una reforma para las personas que tienen dinero ahorrado en la AFP, con la finalidad de crear un nuevo sistema nacional de pensiones, pero sin afectar al dinero que actualmente tienen los aportantes. Esta postura fue corroborada por Hernando Cevallos, integrante de su equipo técnico, quien mencionó que en un posible gobierno de Perú Libre se respetará los fondos de las AFP. Cabe resaltar que en la construcción del discurso periodístico se emplearon citas textuales de las declaraciones del candidato, por lo cual se brinda mayor veracidad a lo expuesto anteriormente.

Por otro lado, la candidata presidencial Keiko Fujimori realizó actividades en la ciudad de Chincha (Ica), donde sostuvo encuentros con sus seguidores y reuniones de coordinación con personajes importantes del sector salud, mediante sus declaraciones expresó que la salud sería eje fundamental de un posible gobierno suyo por lo cual necesita aunar esfuerzos.

Figura 16

Título: Keiko Fujimori: “Hay que negar todo lo relacionado con Odebrecht”

**Tabla 18**

Título: Guía de análisis 16 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 389	Fecha de publicación: Sábado, 29 de mayo del 2021.
	Título del artículo: Keiko Fujimori: “Hay que negar todo lo relacionado con Odebrecht”
	Sección: País / Política

		Portada / página: Sí / Pág. 4-5
		Autor de la publicación: Ángel Páez.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Jaime Yoshiyama le dijo a su sobrino Jorge Yoshiyama que Keiko Fujimori conocía del aporte de Odebrecht.
	Macroproposiciones	Son US\$ 17,3 millones de presunto origen ilícito que ha identificado que recibió la candidata presidencial fujimorista, según la imputación del fiscal José Domingo Pérez. Para sustentarlo, ha presentado la declaración de Jorge Yoshiyama, quien dice que ella sabía todo.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir del caso de corrupción de la empresa brasileña Odebrecht, quienes presuntamente junto a otras empresas y empresarios habrán financiado de manera ilícita las campañas presidenciales de la candidata Keiko Fujimori en los años 2011 y 2016.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es de importancia política por lo cual, aparece en la portada del diario, asimismo, tiene una extensión de dos páginas para su desarrollo. Por otro lado, la portada es levemente sensacionalista debido a que se

		promociona la frase “Hay que negar todo lo relacionado con Odebrecht”, teniendo un previo conocimiento de los casos de corrupción en que se encuentra involucrado la empresa brasileña. En el desarrollo de la información el artículo muestra una posición neutral, debido a que solo es de tipo informativo más no emite un juicio crítico.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de macroproposiciones para resaltar temas de mayor importancia. En su estructura se muestra la recopilación de información pública de los diversos casos judiciales e investigaciones que afronta la candidata Keiko Fujimori. En el aspecto gráfico, se muestra la imagen de Keiko Fujimori junto a billetes de dólares, brindando un mensaje implícito sobre actos de corrupción.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos de la actualidad política. Asimismo, cumple con el aspecto ético ya que se informa de manera informativa sobre la candidata Fujimori sin emitir un juicio de valor, sin embargo, emite algunos mensajes implícitos negativos hacia ella, incluso

		aduciendo ciertas declaraciones que ella no brindó.
--	--	---

En la sección política del diario *La República* tiene como base las declaraciones de un colaborador eficaz en el caso Odebrecht, Jorge Yoshiyama Sasaki, quien hace importantes aseveraciones sobre el aporte de la empresa brasileña Odebrecht al partido liderado por Keiko Fujimori para poder solventar sus gastos durante los procesos electorales 2011 y 2016, el monto económico sería de un millón de soles, los cuales fueron entregados de manera física a Jaime Yoshiyama (tío de Jorge Yoshiyama) y parte del equipo técnico cercano de la candidata del partido naranja.

Jorge Yoshiyama menciona que su tío le pidió buscar a personas que hagan “un aporte” (presten su nombre) para poder infiltrar el dinero que las empresas y empresarios habían dado, porque supuestamente estos no querían figurar como aportantes, es así que Jorge logró conseguir hasta 3 grupos de personas y realizar las operaciones.

La candidata de Fuerza Popular, negó en reiteradas ocasiones tener conocimiento sobre el aporte, incluso en su declaración a la Fiscalía negó haber recibido dinero de la empresa brasileña; sin embargo, en su declaración Jorge Yoshiyama mencionó que en una conversación que mantuvo con su tío Jorge, él le dijo que Keiko Fujimori tenía conocimiento del aporte de la empresa Odebrecht y dijo textualmente que debían negar tener conocimiento sobre ese dinero y cualquier tipo de relación con ellos. En este sentido, la candidata tenía conocimiento y maquinó un plan para negar este delito.

Anteriormente, el fiscal José Domingo Pérez consiguió la declaración de Marcelo Odebrecht quien afirmó también que había contribuido de manera ilícita con un millón de soles a Keiko Fujimori y habría brindado evidencia física sobre estos actos. Es decir, Keiko Fujimori,

no tendría mayor escapatoria, ni forma de negar los delitos que se le imputaban en la investigación.

Además, el medio menciona que se viene realizando investigación por otros supuestos casos de lavado de activos como el aporte del empresario Juan Rassmuss (3,6 millones de dólares), Dionisio Romero (4,1 millones de dólares), Vito Rodríguez del Grupo Gloria (200 mil dólares), “El club de la construcción” (5 mil dólares), el empresario Luis Calle Quirós (15 mil dólares), Ricardo Briceño durante su gestión en la Confederación Nacional de Instituciones Empresarias Privadas (2 millones 077.500 dólares) y la supuesta obtención de dinero ilícito de Mark Vito Villanella (2 millones 192.859 dólares). El total del supuesto dinero de los aportes supera los 17 millones de dólares.

Figura 17

Título: El otro rostro de la campaña de Keiko: la guerra sucia contra su oponente Castillo.

10 Pais Política

www.la-politica.pe

Elige Bien PERÚ

A los que dicen Ricos se van, tu te quedas, quien subirá a tu trasti? No votes en Blanco... NO a CASTILLO

El otro rostro de la campaña de Keiko: la guerra sucia contra su oponente Castillo

De venezolano a venezolana que vive en Perú

Ampay me salvo

ESTO ES EL COMUNISMO NO LO OLVIDES

Marina Elena Castillo

La candidata presidencial de la izquierda, Marina Elena Castillo, es la única mujer que se enfrenta a Keiko Fujimori en la segunda vuelta electoral. Castillo es una mujer de 45 años, con una carrera política que comenzó en 2005 cuando se postuló a la alcaldía de Lima. Desde entonces, ha sido una figura prominente en la política peruana. Castillo es conocida por su postura anti-establishment y su compromiso con la justicia social. En esta campaña, Castillo se enfrenta a Keiko Fujimori, quien busca reanudar su mandato presidencial. La guerra sucia entre ambas candidatas ha sido un tema central de la campaña, con acusaciones de fraude y manipulación por parte de ambas partes.

Tabla 19

Título: Guía de análisis 17 – La República

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 14 390	Diario nacional: La República	
	Fecha de publicación: Domingo, 30 de mayo del 2021.	
	Título del artículo: El otro rostro de la campaña de Keiko: la guerra sucia contra su oponente Castillo	
	Sección: País / Política	
	Portada / página: No / Pág. 10	
	Autor de la publicación: María Elena Castillo	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Revista comparó a Castillo con Venezuela en edición que repartió con regalos.
	Macroproposiciones	Mientras oficialmente se presenta a Keiko Fujimori como una garante de la democracia, se invierte miles de soles no contabilizados en paneles “contra el comunismo” y se regala revistas con diversos productos que la muestran como salvadora.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la “guerra sucia” que sufrió el candidato presidencial Pedro Castillo a través de diversas estrategias comunicativas, de las cuales se desconoce su financiamiento.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		

Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico no aparece en la portada del medio, sin embargo, es de mucha importancia ante el próximo gobierno de Pedro Castillo porque muestra el rechazo de una parte de la sociedad y grupos capitalistas (derecha peruana). Por otro lado, el titular del medio es levemente sensacionalista ya que “la guerra sucia” es un término llamativo para la sociedad. En el desarrollo de la información el artículo muestra una postura neutral, la cual se evidencia al rechazar las diferentes muestras de guerra sucia que recibió el partido político Perú Libre durante la campaña electoral.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. El artículo periodístico está compuesto de evidencias fotográficas, hechos tangibles y entrevistas a especialistas para brindarle mayor credibilidad.
	Valores	El medio periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos de la actualidad política. Asimismo, posee credibilidad ya que usa evidencias y fuentes verificables. Por otro lado, muestra moralidad al no tomar una posición política sobre los hechos expuestos.

El artículo periodístico menciona que después de conocidos los resultados de las elecciones generales presidenciales de primera vuelta, para gran parte de la población fue una sorpresa que Pedro Castillo lograra imponerse a otros candidatos que tuvieron mayor inversión de capital y visibilidad en sus campañas. Pedro Castillo y Keiko Fujimori fueron dos candidatos opuestos en su ideología, mientras uno era comunista la otra era de corte capitalista, es ahí donde surgen diferentes interpretaciones de la forma en que podrían gobernar el país.

Durante las últimas semanas antes de las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta a lo largo del país se realizó una campaña “sucía” contra el candidato presidencial Pedro Castillo, a través de pancartas, panfletos, paneles publicitarios, banners, videos y revistas las cuales vienen causando temor en la población comparando a un posible gobierno de Castillo con la crisis social y política que sucede en Venezuela y también del posible crecimiento del terrorismo si es que Perú Libre alcanzara la victoria. Mientras Keiko Fujimori es expuesta como la salvación o la candidata correcta para tener un buen futuro.

El artículo resalta la cantidad de dinero que representa la realización de estas acciones y los fondos de quienes la realizan. Para expertos en el tema político, muchas empresas y empresarios serían los responsables de estas acciones comunicativas evidenciando de esta manera su apoyo a determinado candidato y su rechazo a otro. El caso resaltante es la distribución de la revista Consejitos, cuyo mayor patrocinador es el grupo Alicorp, las cuales se repartieron de manera gratuita con productos de la misma empresa y con mensajes comparativos a la crisis política que vivía Venezuela.

César Hildebrandt realizó un análisis de la campaña tendenciosa que sufrió Pedro Castillo durante las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, ya que no solo fueron ataques de Fuerza Popular sino también de medios de comunicación, los cuales de

manera muy evidente muestran su rechazo a la facción de izquierda, a estas acciones las denominó “terrorismo mediático”.

Figura 18

Título: Keiko Fujimori busca anular más de 200.000 votos a nivel nacional.



Tabla 20

Título: Guía de análisis 18 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 401	Fecha de publicación: Jueves, 10 de junio del 2021.

		Título del artículo: Keiko Fujimori busca anular más de 200.000 votos a nivel nacional.
		Sección: En portada
		Portada / página: No / Pág. 2-3
		Autor de la publicación: César Romero
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Cientos de practicantes y abogados jóvenes de los más importantes estudios de abogados se encargaron de revisar acta por acta para presentar los recursos de nulidad.
	Macroproposiciones	PRESIDENTA A LA FUERZA. El de objetivo de los recursos de nulidad es disminuir los votos de Pedro Castillo y que, de esa manera, la ONPE declare que Keiko Fujimori es la ganadora del proceso electoral del 6 de junio. Asesores de fuerza Popular no mostraron pruebas del plan para afectar las mesas y solo dijeron que en algunos lugares del país “se han llenado las ánforas a su antojo”.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la búsqueda de Fuerza Popular de anular más de 802 mesas de sufragio e inducir a un posible fraude electoral por parte de Perú Libre.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		

Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo a pesar de que el tema tiene una gran importancia en la sociedad peruana no aparece en la portada del diario. La información brindada es meramente informativa, ya que el artículo no brinda una opinión sobre el hecho en concreto, pero si muestra una conclusión que es desfavorable para la candidata Keiko Fujimori, desmintiendo su hipótesis.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un titular, un subtítulo y el cuerpo. En el desarrollo de la información el artículo se basa en antecedentes, hechos reales y entrevistas a las personas involucradas. En el aspecto gráfico, el artículo toma como referencia una imagen de una persona con vestimenta puneña, precisamente el lugar donde se realizaron mayor número de observaciones por parte del partido político Fuerza Popular.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre hechos de la actualidad política y también emite la información de manera ética, sin tomar un posicionamiento favorable hacia alguno de los involucrados.

El artículo periodístico se realizó cuando el conteo de la ONPE se encontraba a un 99%, Keiko Fujimori y Fuerza Popular buscaron anular 802 mesas de sufragio, lo que representa más de 200 mil cédulas de sufragio. Estas mesas son observadas a nivel nacional, pero tiene mayor incidencia en la zona sur del país, lugares donde precisamente Pedro Castillo logró un respaldo mayoritario. Cabe resaltar que la distancia entre candidatos era de aproximadamente 75 mil votos, por ello, tiene particular importancia este reclamo; además según el artículo es la primera vez en la historia peruana que sucede un hecho similar.

Fujimori junto a sus asesores legales Miki Torres y Julio César Castiglioni, en una rueda de prensa expusieron que su reclamo era basado en el artículo 363 de la Ley Orgánica de Elecciones, en la cual se establece la posibilidad de pedir nulidad de un acta por hechos externos a la mesa de sufragio como: fraude, cohecho, soborno, intimidación o violencia para inclinar la votación del elector. Keiko contrató a jóvenes practicante y abogados egresados para buscar mesa por mesa errores y de esa manera sustentar su pedido, encontraron algunas irregularidades como una mala suma en el conteo final, las firmas poco nítidas y miembros de mesa con el mismo apellido. En la conferencia de prensa realizada, ninguno de los 3 aclaró exactamente a que mesas son las irregularidades encontradas, sino por el contrario lo expresaron de manera general.

Párrafos adelante aclara que cada reclamo realizado tiene un costo 1 100 soles, es decir, si Fujimori haría el reclamo de las 800 mesas, tendría que pagar un valor aproximado de 880 mil soles. Si este hubiera sido admitido por los entes competentes, serviría de precedente para futuros comicios electorales en las que el candidato perdedor podría hacer artimañas para anular los votos y cambiar los resultados.

Días después, en diferentes partes del Perú salieron los miembros de mesas o personas que fueron acusadas para desmentir a la candidata de Fuerza Popular, algunos mencionaron

que el hecho de tener el mismo apellido no hace que sean familia o tengan un vínculo cercano; de igual manera, mostraron sus documentos de identidad y afirmaron que ellos si participaron de manera correcta en el proceso electoral.

- El Comercio.

Figura 19

Título: La accidentada ruta sindical de Pedro Castillo.



Tabla 21

Título: Guía de análisis 19 – El Comercio

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 91 122	Diario nacional: El Comercio	
	Fecha de publicación: Miércoles, 14 de abril del 2021.	
	Título del artículo: La accidentada ruta sindical de Pedro Castillo.	
	Sección: Nacional	
	Portada / página: No / Pág. 8.	
	Autor de la publicación: Fernando Alayo Orbegoza.	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Cuando Castillo empezó a liderar las movilizaciones, sumaban 8 regiones del país con 50% de profesores en paro y más de 1,5 millones de escolares sin clases.
	Macroproposiciones	Surgió como dirigente en Chota (Cajamarca). Puso en jaque al MINEDU con un paro de 55 días y buscó legitimarse representante de un magisterio dividido.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la vida política de Pedro Castillo.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo no aparece en la portada del diario, entendiendo que sería brindarle una publicidad

		indirecta al candidato Castillo. En el tratamiento de la información, el artículo hace hincapié que Castillo es socialista e incluso menciona que tiene vinculaciones al Movadef. De manera sutil tratan de dañar la imagen de Castillo y mostrarlo como una persona autoritaria.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, se hace uso de proposiciones y macroproposiciones para especificar algunos datos. El artículo se construye a partir de la biografía política de Pedro Castillo, en el cual se resaltan algunas acciones socialistas. En el aspecto gráfico se muestra a Castillo gritando en una marcha, tal cual el diario lo vende como un luchador social.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar sobre el candidato Castillo, sin embargo, carece de ética y moralidad al informar, debido a que brinda información que puede causar temor a la población por los adjetivos que el artículo usa en contra del candidato Pedro Castillo.

El artículo periodístico menciona que Pedro Castillo inició su formación como líder en los años 90's cuando fue elegido como secretario del concejo estudiantil en el Instituto Pedagógico Octavio Matta Contreras, en la Provincia de Cutervo (Cajamarca). Posterior a ello ejerció la docencia en el nivel primario de manera ininterrumpida hasta el año 2017 cuando se realizó la huelga de docentes a nivel nacional y también suspendió esta labor durante la campaña electoral.

En el año 2002, Castillo postuló sin éxito a la alcaldía distrital de Anguía con el partido Perú Posible. De manera paralela continuó su camino en el gremio sindical asumiendo la representación local del Sindicato Unitario de Trabajadores en la Educación del Perú (SUTEP). Fue gracias a Zenón Pantoja (su mentor) que en el año 2013 logró unirse al Comité Nacional de Reorientación (CONARE) y nombrado secretario provincial del SUTE en Chota, fue en ese cargo donde recibió múltiples críticas por su manera autoritaria de dirigir la organización y fue vinculado al Movadef (brazo político de Sendero Luminoso).

Párrafos adelante el artículo menciona que Pedro Castillo fue elegido como presidente del Comité Nacional de Lucha de las Bases Regionales (CNL), como primera medida Castillo envió un oficio al Minedu informando que el 12 de julio del 2017 de iniciaría una huelga de docente de ser no ser cumplidos los 8 requerimientos que presentaron. Fue hasta el 3 de agosto que logró reunirse durante 3 horas con la ministra de educación Marilú Martens. Producto de la reunión se logró que el sueldo de los maestros ascienda a S/.2000.00 y supuestamente los maestros regresarían el 7 de agosto a clases.

Según la ministra Martens, Keiko Fujimori y Fuerza Popular no participaron de reuniones de trabajo para solucionar el problema del magisterio, sin embargo, se reunían con Castillo de manera privada, lo cual calificó como una actuación poco leal.

Finalmente, la huelga terminó bajo una amenaza de reducción salarial a los maestros y después de 55 días de protestas, el 2 de setiembre regresaron a clases.

Figura 20

Título: El comunismo sería lo peor que le puede pasar a nuestro país.



Tabla 22

Título: Guía de análisis 20 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 126	Fecha de publicación: Domingo, 18 de abril del 2021.
Título del artículo: “El comunismo sería lo peor que le pueda pasar al país”.	

		Sección: Entrevista del domingo.
		Portada / página: Si / Pág. 8.
		Autor de la publicación: Sebastián Ortiz Martínez.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Por tercera vez en segunda vuelta.
	Macroproposiciones	Agradeció respaldo de Mario Vargas Llosa. Adelantó que tendrá puente con todos los partidos que “no quieren que el Perú se convierta en Venezuela”.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de una entrevista brindada por Keiko Fujimori contra el candidato Pedro Castillo y su ideología.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico resalta en su titular la frase “el comunismo sería lo peor que le pueda pasar a nuestro país”, haciendo una alusión evidente al pensamiento de Castillo (izquierda). En el desarrollo de la información, Fujimori hace gran hincapié en desacreditar la imagen de Pedro Castillo, creando temor en los lectores sobre una posible conversión del Perú en un modelo de Venezuela.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, el artículo hace uso de las

		proposiciones y macroproposiciones para resaltar las ideas “anticomunista”, es decir, las ideas en contra del pensamiento de Castillo. El artículo se construye a partir de una entrevista realizada a la candidata Keiko Fujimori, en la cual se evidencia la postura de la candidata y del medio informativo.
	Valores	El artículo periodístico carece de moralidad, debido a que las preguntas realizadas a la candidata son más orientadas a desacreditar la imagen de Pedro Castillo. De igual manera, las proposiciones y macroproposiciones resaltadas son en contra del candidato de Perú Libre.

El artículo periodístico se construye a partir de una entrevista a la candidata presidencial Keiko Fujimori quien afronta por tercera vez las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta en los últimos 10 años y menciona que Castillo es representante del estatismo y marxismo.

Castillo había mencionado que el enfrentamiento entre Fuerza Popular y Perú Libre sería una lucha de clases, a lo cual Fujimori responde que no es así y que eso demuestra el pensamiento comunista y marxista de Castillo, acota mencionando que la lucha de clases, confrontación y odio entre peruano llevará al país a un modelo como Venezuela y otros países, a lo cual la candidata pide la unión y una agenda en común.

El entrevistador hace la pregunta sobre la opinión de Fujimori sobre Castillo y su papel como líder de la izquierda radical. Fujimori responde diciendo que no concuerda con el pensamiento de Castillo por ser de extrema izquierda, que ese pensamiento comunista y marxista se ve evidenciado en su plan de gobierno y los modelos de expropiación y estatización que no han funcionado en otros países. Aclara también que ella si apoyará a todo tipo de empresa durante su gobierno.

El artículo menciona que la siguiente pregunta fue relacionada a su padre Alberto Fujimori y si este le había dado sugerencia alguna para llevar su campaña similar a la de los años 90's. A lo cual la lideresa respondió que su padre no le recomendó eso, sino que mantenga programas sociales como él lo hizo durante su gobierno como: Foncodes, Pronamaches, Infes y el Pronna, también le reconoció que en un gobierno suyo se continuaría con los programas de Pensión 65 y Juntos que son necesario para la población.

En otra pregunta se menciona que Rafael López Aliaga dijo que la caída del gobierno de PPK fue por culpa de Fuerza Popular que tenía mayoría en el congreso, a lo cual Keiko Fujimori menciona que ella no lo considera así y que felicita a Rafael López Aliaga por ocupar el tercer lugar en estas elecciones generales presidenciales y lo invita a que puedan juntar ideas ya que ambos están en contra del comunismo. Posteriormente, menciona que tiende un puente e invita a los demás partidos políticos a que puedan incluir sus propuestas y hacer un modelo de economía social.

El entrevistador menciona que el 80% del país no apoya a Fujimori ni a Castillo, entonces ¿Qué ofrece Keiko Fujimori como garantía? La candidata menciona que conoce la realidad del Perú, sabe que se encuentra fraccionado y que será su labor lograr la unidad del país. Menciona que Castillo representa al comunismo, y el comunismo sería lo peor que le pueda pasar al Perú, se muestra como defensora de la economía social y la inversión privada.

Tabla 23

Título: Guía de análisis 21 – El Comercio

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 91 136	Diario nacional: El Comercio	
	Fecha de publicación: Miércoles, 28 de abril del 2021.	
	Título del artículo: Sombras sobre el futuro de la Defensoría.	
	Sección: Política.	
	Portada / página: Si / Pág. 5.	
	Autor de la publicación: Jonathan Castro / Martín Calderón.	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Pedro Castillo realiza actividades proselitistas sin respetar las medidas sanitarias para evitar los contagios de COVID – 19.
	Macroproposiciones	Pedro Castillo dijo en marzo que desactivará la entidad de llegar a Palacio. Ayer guardó silencio cuando fue consultado por esa propuesta.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir la propuesta de Pedro Castillo de desactivar la Defensoría del Pueblo y el incumplimiento de las medidas sanitarias en sus mítines.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico usa un titular llamativo y sensacionalista, alertando sobre un posible cierre de la Defensoría del Pueblo, sin embargo, en el

		desarrollo de la información este tema solo abarca un par de párrafos, mientras que el resto de la información es sobre su la campaña electoral de Castillo en el norte del país. Asimismo, se hace una crítica a Castillo por no acatar las medidas emitidas por la Covid – 19, sin embargo, la candidata Fujimori las hizo de manera similar, pero el medio no emite un comentario al respecto.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. El artículo se construye a partir de las declaraciones de Castillo y su campaña electoral, siendo un artículo orientado a desacreditar la imagen de Castillo. Asimismo, es evidente el uso de recursos sensacionalistas.
	Valores	El artículo carece de moralidad en la tratativa de la información ya que intenta desacreditar la imagen de Pedro Castillo, a pesar de ser evidente las infracciones que tanto Fujimori y Castillo cometieron ante las medidas por la Covid – 19.

El artículo periodístico menciona que el candidato presidencial Pedro Castillo había mencionado durante un mitin el 19 de marzo en Espinar, Cusco que de llegar al poder desactivaría la Defensoría del Pueblo, en ese entonces dijo: “¿La Defensoría del Pueblo ha

defendido a Espinar? Pero cuanto se lleva”. El artículo menciona que el candidato fue preguntado por estas declaraciones y optó por el silencio y no responder a las preguntas.

El abogado Luciano López mencionó que el presidente no tiene la facultad de desactivar dicha entidad al ser un órgano constitucional autónomo, en caso de cerrarlo corre el riesgo de ser destituido por el Congreso. El abogado Alejandro Rospigliosi añadió que la propuesta de Castillo demuestra su poco conocimiento constitucional. Por otro lado, la Defensoría del Pueblo evitó brindar un pronunciamiento, debido a que mantiene su principio de neutralidad en el proceso electoral.

Párrafos adelante se menciona que Castillo durante su campaña electoral viene incumpliendo las medidas sanitarias por la COVID – 19 como son el distanciamiento social y la inmovilidad ciudadana. Realizó una cena en la ciudad de Chiclayo con un grupo de simpatizante la cual empezó a las 9 p.m. (hora del inicio del toque de queda) posteriormente se dirigió hacia Piura, pero a pocos kilómetros decidió ir en la tolva de la camioneta, siendo las 11:30 p.m. y seguido por un grupo de mototaxistas y población llegó a una abarrotada plaza de Olmos donde se realizó un mitin y no se respetó la distancia social pese a los esfuerzos de los ronderos de Sechura. En este mitin propuso que a fin de año toda la población ya debía de estar vacunada, el artículo menciona que no explicó como llegará a cumplir tal meta y tampoco preciso quienes conformarán su equipo técnico.

Figura 22

Título: Deslinde sin acciones concretas.

**Tabla 24**

Título: Guía de análisis 22 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 157	Fecha de publicación: Miércoles, 19 de mayo del 2021.
	Título del artículo: Deslinde sin acciones concretas

		Sección: Política.
		Portada / página: Si / Pág. 4.
		Autor de la publicación: Martín Calderón.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Bermejo ha acompañado a Pedro Castillo en varios viajes de campaña, principalmente durante la primera vuelta. Ambos han estado juntos en Cusco y Ayacucho.
	Macroproposiciones	Castillo reitera que solo gobernará por un período si gana las elecciones generales presidenciales, pero evita anunciar acciones contra Bermejo. Desde Juntos por el Perú piden que Perú libre reafirme su defensa con la democracia.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las declaraciones de Guillermo Bermejo: “Si tomamos el poder, no lo vamos a dejar”.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es promocionado en la portada del diario, considerando que el tema de una posible dictadura crea gran temor en la población (sensacionalismo). Asimismo, se menciona que Guillermo Bermejo tiene una denuncia por vínculos al terrorismo. De esta manera, queda evidenciado que el artículo es tendencioso a crear una mala imagen de Castillo,

		exponiendo temas delicados y que causan temor en la sociedad.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones para exponer las declaraciones de los protagonistas. El artículo se construye a partir de las declaraciones brindadas por el candidato a congresista Guillermo Bermejo respecto a quedarse en el poder, en caso de ser electos, asimismo, las opiniones de otros personajes políticos. En el aspecto gráfico, el artículo trata de dar a entender la cercanía que tiene Castillo con Bermejo, brindando un mensaje implícito de que ambos mantienen la misma postura.
	Valores	El artículo periodístico se basa en declaraciones, sin embargo, las tergiversa y termina confrontando a los protagonistas. Este tipo de hechos son comunes y poco morales ante el ojo público, teniendo mayor incidencia en época electoral.

El artículo periodístico menciona que el candidato presidencial Pedro Castillo durante su último mitin en el distrito de Puente Piedra (Lima) evitó mencionar el nombre de Guillermo Bermejo o mencionar alguna medida contra el congresista electo, esto después de las

declaraciones de Bermejo en las cuales aseguraba: “Si tomamos el poder, no lo vamos a dejar”. Durante su declaración, Castillo dijo que, de llegar al poder, el 28 de julio del 2026 dejará el gobierno a la siguiente persona que elija el pueblo.

Castillo mencionó también que cuando el candidato Rafael López Aliaga le deseo la muerte poco o nada se dijo y recalco que firmo un el Juramento por la Democracia, en el cual se estipula que ni él ni Keiko Fujimori harán maniobras para quedarse en el poder. El artículo menciona que el candidato había mencionado en hacer una aclaración pública horas después, la cual tampoco llegó.

Bermejo lleva un proceso de investigación por la fiscalía por supuesta afiliación al terrorismo. Representante del partido Juntos por el Perú y Frente Amplio rechazaron las expresiones del congresista electo. Anahí Durand, miembros de Perú Libre, mencionó que estas declaraciones son inadmisibles y rechazamos dichas palabras. Ruth Luque, congresista electa por Juntos por el Perú mencionó que este pensamiento va en contra de la democracia y derechos humanos, por lo que sugirió que Perú Libre debe mostrar una postura clara. Lenin Checco, congresista en gestión por Frente Amplio, mencionó que son opiniones propias y desatinadas.

Figura 23

Título: Perú Libre plantea confiscación de las AFP.

**Tabla 25**

Título: Guía de análisis 23 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 166	Fecha de publicación: Viernes, 28 de mayo del 2021.

		Título del artículo: Perú Libre plantea confiscación de las AFP.
		Sección: Economía.
		Portada / página: Si / Pág. 14.
		Autor de la publicación: Ricardo Guerra Vásquez.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Confuso norte en Perú Libre sobre el fondo de pensiones.
	Macroproposiciones	Candidato ha afirmado que se creará un banco de trabajadores como reemplazo. Expertos dicen que viola derecho a la propiedad.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las contradicciones entre los miembros del partido político Perú Libre sobre el manejo de los fondos de pensiones.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	Acorde a la coyuntura electoral, el artículo aparece en la portada del diario. El desarrollo de la información es parcializado debido a que desfavorecen la imagen del candidato Pedro Castillo, causando temor en los lectores sobre una posible malversación de fondos de los pensionistas.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. El artículo se construye a partir de declaraciones de

		los protagonistas, los cuales son tergiversados y confrontados de manera textual. En el aspecto gráfico muestra la silueta de los involucrados, cada uno exponiendo su punto de vista respecto a las pensiones.
	Valores	El artículo periodístico carece de parcialidad debido a que crea una mala imagen del candidato Castillo, haciendo ver como improvisado. Asimismo, el medio queda evidenciado al modo de tratar la información, debido a que su competidor el diario La República, trató las mismas declaraciones con un diferente enfoque.

El artículo periodístico menciona que en el partido político Perú Libre no tiene claro cómo manejar los fondos de las pensiones y eso ha llevado a diversas contradicciones. La propuesta de Castillo es eliminar la AFP y crear un banco de los trabajadores, el cual netamente se ocuparía del tema pensionario.

Durante el debate presidencial del mes de marzo Castillo había expuesto las “AFP no van” en un posible gobierno suyo, pero Juan Pari, economista del equipo de Perú Libre, menciona que los aporte de las AFP y ONP se respetarán. En el plan de Gobierno de Perú Libre se menciona que se fortalecerá el sistema nacional de pensiones (ONP) y se eliminará paulatinamente el sistema privado, lo cual no coincide con lo que el candidato manifiesta.

El excandidato Yonhy Lescano mencionó que juntar los fondos de la AFP y ONP es solo juntar miserias. Por otro lado, Jessica Luna, gerenta general de la Sociedad de Comercio

Tabla 26

Título: Guía de análisis 24 – El Comercio

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 91 177	Diario nacional: El Comercio	
	Fecha de publicación: Martes, 08 de junio del 2021.	
	Título del artículo: Keiko Fujimori denuncia fraude en mesa.	
	Sección: Política.	
	Portada / página: Si / Pág. 3.	
	Autor de la publicación: Martín Calderón.	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	La candidata presidencial de Fuerza Popular, Keiko Fujimori Higuchi, sembró dudas sobre los resultados de las elecciones generales presidenciales anoche en la conferencia de prensa.
	Macroproposiciones	Dice que Perú Libre buscó “boicotear” las elecciones generales presidenciales. Pero observadores internacionales aseguran que estas fueron exitosas.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir del desconocimiento de Keiko Fujimori de los resultados de las elecciones generales presidenciales 2021.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		

Dimensión:	Estilo periodístico	Ante la coyuntura política, el medio optó por brindar una primera plana a este artículo, el cual usa un titular sensacionalista, ya que se basa únicamente en declaraciones de Keiko Fujimori. En el desarrollo de la información, el artículo es meramente informativo frente al hecho en cuestión.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones y macroproposiciones, las cuales son usadas para explicar determinados temas o hacer referencias a antecedentes. En el aspecto gráfico, se observa a Keiko Fujimori y de fondo la frase “fraude en mesa”.
	Valores	El artículo cumple su responsabilidad social de informar sobre este hecho de la coyuntura política. Asimismo, tiene veracidad ya que usa antecedentes y entrevistas sobre los protagonistas de la noticia.

El artículo periodístico menciona que en una conferencia de prensa la candidata presidencial Keiko Fujimori junto a sus vicepresidentes Luis Galarreta y Patricia Juárez denunciaron presuntas irregularidades en diversas mesas donde se vio favorecido Pedro

Castillo. Específicamente mencionaron seis irregularidades donde se habrían “boicoteado” la voluntad popular.

El Jurado Nacional de Elecciones (JNE) mencionó que las elecciones generales presidenciales 2021 se realizaron bajo la supervisión de la Misión de Observadores de la Unión Interamericana de Organismo Electorales (UNIORE) quienes señalaron que fueron exitosas. El jefe de la Misión de Observación Electoral de la OEA, Rubén Ramírez mencionó que se guarde serenidad y compostura, que en caso de haber una irregularidad esta deberá seguir el proceso legal, ya que se quiere preservar la democracia. Por otro lado, es politólogo Fernando Tuesta menciona que Fujimori ya tiene antecedentes de desconocer resultados, como fue en el 2016 cuando causó una inestabilidad social.

El artículo afirma que mediante redes sociales se ha realizado una convocatoria de abogados voluntarios para que puedan ayudar a la búsqueda de posible fraudes y errores en las mesas.

Primer año de gobierno del presidente Pedro Castillo.

		Título del artículo: Seis meses de ofertas incumplidas y reforma educativa en peligro.
		Sección: Política
		Portada / página: No / Pág. 5
		Autor de la publicación: Wilber Huacasi
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Pedro Castillo cierra el 2021 con sospechas de corrupción en su entorno.
	Macroproposiciones	Natalia Gonzáles (IEP) insta a mandatario a respetar reformas universitarias y de la carrera magisterial. Samuel Rotta ve un balance negativo en la lucha anticorrupción.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la desaprobación de los primeros 6 meses de gestión por promesas incumplidas del presidente Pedro Castillo.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico pese a ser de interés público no aparece en la primera plana del medio. Asimismo, es informativo y de opinión ya que hace un balance de los primeros seis meses de gobierno del presidente Pedro Castillo, haciendo énfasis en su falta de compromiso y debilitamiento de gobierno. Por otro lado, solo se denota una oposición negativa al gobierno, no se

		hace una comparación con actividades productivas que pudo haber tenido.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. En el aspecto gráfico se muestra la imagen de Castillo y junto a él las promesas que tuvo durante campaña electoral y en su plan de gobierno, las cuales son indicadas si fueron cumplidas o no.
	Valores	El artículo cumple con su responsabilidad social de informar, sin embargo, no es del todo moral ya que hace un juicio de valor unilateral, dejando de lado acciones positivas que pudo haber tenido el gobierno.

El artículo periodístico menciona que, al cumplirse los primeros seis meses de gestión presidencial de Pedro Castillo, el balance que los especialistas concluyen es negativo debido a que no viene cumpliendo con las promesas que realizó durante su campaña electoral, tampoco las que expuso en los 3 debates presidenciales y otras que se estipulan en su plan de gobierno elaborado junto a su equipo técnico. De las 42 promesas ofrecidas, solo se avanzó con 4 de ellas que son: el inicio de la reforma agraria, la vacunación masiva (continuidad), respeto a la propiedad privada y la facilitación al turismo.

La especialista Natali Gonzáles, directora del Instituto de Estudios Peruanos, mencionó que el primer semestre de gobierno del presidente Castillo ha perjudicado a las zonas rurales, debido al debilitamiento del Ministerio de Educación. Menciona también que es un acierto haber designado a Rosendo Serna como nuevo ministro de educación ya que tienen que buscar

cumplir con los 4 principales problemas educativos como son: la reforma universitaria, la reforma de la carrera pública magisterial, el nuevo currículo educativo y el retorno a la presencialidad.

Samuel Rotta, director Ejecutivo de Proética, desaprueba los primeros seis meses del gobierno de Pedro Castillo debido a las pocas políticas de integridad y transparencia; y también porque el círculo cercano del presidente se encuentra envuelto en casos de corrupción, en el que él también se encuentra involucrado como son las reuniones particulares que sostuvo en la casa del Jr. Sarratea con diferentes empresarios y líderes políticos.

Figura 26

Título: Las imputaciones de la fiscal de la nación contra el presidente Castillo.



Tabla 28

Título: Guía de análisis 26 – La República

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 14 611	Diario nacional: La República	
	Fecha de publicación: Jueves, 06 de enero del 2022.	
	Título del artículo: Las imputaciones de la fiscal de la nación contra el presidente Castillo.	
	Sección: En portada	
	Portada / página: Sí / Pág. 2-3	
	Autor de la publicación: María Elena Hidalgo.	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Fiscal debe probar que el presidente Castillo pidió favorecer a empresas de sus allegados.
	Macroproposiciones	El titular del Ministerio Público resolvió investigar al jefe de Estado por tres casos en lo que presume que tuvo intervención. No le será fácil demostrarlo.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las 3 investigaciones fiscales por supuesto delitos de corrupción cometidos por el presidente Pedro Castillo.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo tiene gran relevancia en la sociedad, debido a que el protagonista es el presidente

		Castillo, por ello, se encuentra en la portada del medio. Por otro lado, el uso de titulares y recursos lingüísticos son netamente informativos, sin causar mayor sensacionalismo. Durante el desarrollo de la información el medio no adopta una postura crítica, solamente informativa.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Además de hacer uso de macroproposiciones para dar énfasis a determinados datos. En el aspecto gráfico, el artículo periodístico muestra la imagen de Karelím López, principal testigo en contra de Castillo, el cual indica un mensaje subliminal, debido a que el artículo no es principalmente sobre ella o sus declaraciones.
	Valores	El artículo cumple con su responsabilidad social de informar, asimismo, tiene veracidad ya que se basa en datos y hechos reales, haciendo un recuento de los casos en los que se viene procesando al presidente Castillo. En este sentido, hace uso de pruebas y datos de acceso público.

El artículo periodístico menciona que en el transcurso del primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo se realizaron múltiples investigaciones con la finalidad de hacer caer su gobierno. Ciertamente su entorno político tampoco lo favoreció ya que muchos de ellos

terminaron involucrados también en casos similares de corrupción. Una primera investigación fiscal tenía por finalidad demostrar que el presidente de la República había participado presuntamente en los delitos de intromisión en los ascensos militares, posteriormente se le relaciona a casos de favorecimiento en la contratación de empresas presuntamente vinculadas con sus allegados.

En el primer caso, la fiscal de la Nación, Zoraida Ávalos consideró que el mandatario tuvo la intención de favorecer a un grupo de militares escogidos por él denominados “los chotanos”; sin embargo, el presunto delito no se llegó a consumar debido a que el ex comandante general del Ejército general de División EP, José Vizcarra Álvarez, informó al jefe de estado y a su exsecretario presidencial, Bruno Pacheco, que no eran “los chotanos” los elegidos para ascender, sino por meritocracia otros militares, a lo cual el jefe de estado aceptó y no puso mayor cuestionamiento, esto fue respaldado por las pruebas brindadas por el excomandante.

En un segundo caso de investigación, la fiscal debe comprobar que Pedro Castillo favoreció indebida e indirectamente en el proceso de licitación de Provías Descentralizado (Ministerio de Transportes y Comunicaciones) al Consorcio Tarata III, que está compuesto por la empresa Terminex, relacionada a Karelim López, quien sostuvo reuniones en Palacio de Gobierno con Bruno Pacheco y en una ocasión con Pedro Castillo. Este millonario contrato fue por 232,5 millones de soles.

En el tercer caso de investigación, también se le imputa al presidente haber favorecido a la compañía Heaven Petroleum Operators (HPO) en la compra de biodiésel B100, este contrato fue por la suma de 74 millones de dólares. Las sospechas de la fiscal se basan en que Pedro Castillo y Samir Abudayeh (Gerente de HPO) sostuvieron reuniones el 15 y 18 de octubre del 2020, en el que presuntamente habrían pactado este negocio. El artículo explica

que la empresa de Abudayeh es la más importante proveedora de biodiésel B100 en el Perú, ya que lo vende al menor costo en el mercado internacional, por lo cual no sería una sorpresa que Petroperú haya requerido de sus servicios.

Figura 27

Título: Karelím López hace graves acusaciones contra el presidente.



Tabla 29

Título: Guía de análisis 27 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 611	Fecha de publicación: Domingo, 27 de febrero del 2022.

		Título del artículo: Karelim López hace graves acusaciones contra el presidente.
		Sección: En portada
		Portada / página: Sí / Pág. 2-3-4-5-6-7-8-9
		Autor de la publicación: César Romero.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Fiscal debe probar que el presidente Castillo pidió favorecer a empresas de sus allegados.
	Macroproposiciones	Las declaraciones de la aspirante a colaborado eficaz señala la existencia de una organización ilícita infiltrada en Palacio de Gobierno y ministerios. La Fiscalía deberá realizar la verificación de los hechos relatados por la empresaria y lobista del MTC.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la presunta organización delictiva liderada por el presidente Pedro Castillo en Palacio de Gobierno.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo al ser de interés social aparece en la portada del diario con un titular objetivo y directo. En este sentido, el desarrollo de la información se da en ocho páginas, basadas en las declaraciones de Karelim López, por lo cual, el medio solo cumple una labor informativa.

	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, en la extensión del artículo se hace uso de proposiciones y macroproposiciones para explicar determinados puntos de la declaración de Karelim López y también exponer pruebas incriminatorias contra Castillo y su entorno. En el aspecto gráfico se muestra a Castillo saliendo de Palacio de gobierno cabizbajo (mensaje subliminal), de igual manera de enmarca determinadas pruebas y se muestra los rostros de los personajes involucrados.
	Valores	El artículo periodístico cumple con su responsabilidad social de informar, en este caso para mayor veracidad toman como base las declaraciones de Karelim López, las cuales son de conocimiento público. De igual manera, el medio demuestra ética al no emitir un juicio de valor, ya que es importante contrastar la información de la testigo.

El artículo periodístico menciona que en uno de los allanamientos realizados a las propiedades de Karelim López, se encontraron pruebas fehacientes y evidente, por lo que, Karelim López Arredondo se acogió a la posibilidad de ser colabora eficaz ante la fiscalía, cambiando su versión inicial de ser inocente a culpable, se presentó a las autoridades el 18 de

febrero del 2022 ayudando a conocer los delitos cometidos por otras personas, en este caso el presidente Pedro Castillo. El artículo explica que una persona cuando se presenta como colaborador eficaz asume que cometió un delito y ayuda a la justicia a saber la verdad de los hechos, de esa manera, reduce su condena o en todo caso la puede evadir. En esta oportunidad, Karelím López, según su testificación, no asumió haber cometido algún delito y solo expreso los supuestos delitos que otros cometieron.

Karelím López afirmó que permaneció con el presidente Pedro Castillo y su entorno mientras ellos planificaban delitos que iban a hacer, estos acuerdos se desarrollaban en la casa del Jr. Sarratea en el distrito de Breña y en Palacio de Gobierno. La finalidad de estos planes era lograr recaudar dinero de las diferentes licitaciones y actividades públicas que servirían para pagar a las empresas que apoyaron a Castillo durante la campaña electoral. Asimismo, la testigo afirmó que el presidente se encuentra protegido por la fiscal de la Nación: Zoraida Ávalos Rivera y el coordinador de fiscales anticorrupción: Omar Tello Rosales.

De igual manera, expresó que en el gobierno de Pedro Castillo hay una mafia en la que se encuentran involucrados el dueño de la casa de Jr. Sarratea, Segundo Alejandro Sánchez, los sobrinos del presidente: Fray Vásquez Castillo, Rousbelt Oblitas Paredes y Gian Castillo Gómez, el exsecretario general de Presidencial Bruno Pacheco, el especialista en seguridad, Zamir Villaverde y también congresistas a quienes denominó “los niños”. Todo este grupo de personas según Karelím López se benefician de las licitaciones y obras públicas.

Párrafos más adelante menciona que el presidente y Bruno Pacheco sostuvieron discusiones por favorecimiento a diversos empresarios y empresas a las cuales no habían cumplido todavía con algún tipo de beneficio, en los cuales se encontraría envuelta la SUNAT y el Ministerio de Vivienda.

Figura 28

Título: Los caminos de la oposición para sacar a Pedro Castillo.



Tabla 30

Título: Guía de análisis 28 – La República

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 14 611	Diario nacional: La República	
	Fecha de publicación: Miércoles, 02 de marzo del 2022.	
	Título del artículo: Los caminos de la oposición para sacar a Pedro Castillo.	
	Sección: En portada	
	Portada / página: No / Pág. 4	
	Autor de la publicación: Enrique Patriau	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Un sector del congreso tiene como última misión que Castillo deje Palacio. Plantean dos vías: la vacancia o la acusación constitucional.
	Macroproposiciones	Ayer empezó a circular una nueva moción de vacancia en contra del presidente. Se le suma la denuncia aprobada el lunes en la Subcomisión de Acusaciones Constitucionales.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la confrontación entre el poder ejecutivo y legislativo durante el primer año de gobierno de Pedro Castillo.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		

Dimensión:	Estilo periodístico	Si bien el hecho es de interés nacional, no aparece en la portada del medio, consideran que el pedido de vacancia es el primer paso de un proceso burocrático. Por otro lado, el desarrollo de la información se realiza de manera informativa y brindando datos reales, el medio no adopta una posición.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para especificar datos importantes. En el aspecto gráfico, el medio resalta el documento de pedido de vacancia y en otra parte muestra a Castillo rodeado de seguridad del estado, lo cual puede ser entendido como un mensaje subliminal de estar acorralado por la justicia peruana.
	Valores	El medio cumple con su responsabilidad social de informar, pues es un hecho de interés nacional. De igual manera, para lograr veracidad brinda antecedentes a los hechos e informa de procesos burocráticos a seguir.

El artículo periodístico menciona que un total de veintiséis congresistas liderados por la bancada de Renovación Popular presentaron una nueva moción de vacancia en contra del

presidente Pedro Castillo argumentando que es una persona peligrosa para la democracia del Perú y proponen vacarlo por incapacidad moral. Para lograr dicho objetivo esta bancada deberá reunir 87 votos de 130 para lograr que Castillo deje el cargo. El texto también menciona que anteriormente en el mes de diciembre se presentó una primera moción de vacancia la cual no logró juntar los votos necesarios para lograr la destitución del presidente.

Una segunda forma de lograr la destitución del presidente se realizó a través de la Subcomisión de Acusaciones Constitucionales, quienes aceptaron una denuncia contra el presidente de la República por la infracción a los artículos 32, 54, 100 y 118 de la Constitución. El artículo aclara que este procedimiento es más engorroso ya que tendrían que encontrar culpable y lograr la sentencia de Castillo para que él deje de ser presidente del Perú. Por su parte, el presidente mencionó que dará cara a todas las acusaciones y que es por la voluntad del pueblo que él es mandatario y no por un grupo de congresistas.

Figura 29

Título: Los duros caminos para salir de la crisis.



Tabla 31

Título: Guía de análisis 29 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 667	Fecha de publicación: Jueves, 03 de marzo del 2022.
	Título del artículo: Los duros caminos para salir de la crisis
	Sección: En portada
	Portada / página: Sí / Pág. 2-3
	Autor de la publicación: María Elena Castillo / Enrique Patriau

Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Encuestas advierten aumento del pedido para “que se vayan todos”
	Macroproposiciones	Analistas políticos evalúan la situación política del país ante un Ejecutivo cuyo presidente está envuelto en graves denuncias de corrupción y la titular de un Congreso que tiene un altísimo rechazo de la ciudadanía.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la opinión de politólogos frente a la crisis política entre el Ejecutivo y Legislativo en el Perú.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es de interés nacional ya que trata de dos poderes del estado, por ello, aparece en la portada y tiene un desarrollo de dos páginas. Asimismo, es construido en base a opiniones de especialistas sobre la realidad peruana (hechos tangibles), en este sentido, el artículo y medio periodístico solo reproducen opiniones poco favorables para los entes gubernamentales y de una misma posición.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Además, hace uso de proposiciones y macroproposiciones para resaltar las opiniones de

		los especialistas. En el aspecto gráfico se muestra a los involucrados teniendo a su espalda la bandera del Perú.
	Valores	El medio cumple con su responsabilidad social de informar, sin embargo, tiene cierta posición política respecto a la coyuntura del estado, debido a que todas las opiniones de los especialistas son guiadas a un mismo punto, las nuevas elecciones. En este sentido, la posición del medio es sutil respecto al tema, pero al ser un medio de alcance nacional tiene una mayor responsabilidad en influir en la opinión de los lectores.

La sección *En portada* del diario La República, se expresó que existe un conflicto entre el poder Ejecutivo y Legislativo en nuestro país, a lo cual diferentes politólogos expresaron sus puntos de vistas coincidiendo en que el Perú se encontraba en una crisis política por la baja popularidad y un apoyo de la población que con el pasar de los días iba decreciendo más.

Alberto Vergara mencionó que la única forma de que Pedro Castillo pueda resanar su papel en la historia peruana, era renunciando al cargo de presidente. César Hildebrand expresó que el Ejecutivo y Legislativo se encuentran enfrascados en una disputa por un trofeo del cual no se sabe que es, por lo cual planteó que una solución a esta situación serían unas nuevas elecciones generales presidenciales. Fernando Tuesta mencionó que la mejor salida sería un adelanto de sufragios, sin embargo, en ese momento era lo menos probable debido a que ambas esferas políticas se encontraban enquistadas en el poder.

El artículo periodístico también menciona que la politóloga Paula Távara considera que unas nuevas votaciones no serían la solución al problema que se vivía sino brindar opinión al pueblo y que expresen propuestas alcanzables (mínimos), de esa manera aliviar el revuelo político. Iván Lanegra mencionó que para el gobierno de Pedro Castillo era fundamental deslindarse de las acusaciones de corrupción, no solo con palabras sino con hechos y acciones concretas, asimismo, toma como referencia lo sucedido en otros países donde los círculos cercanos al presidente dan un paso al costado.

Cecilia Méndez consideró que en todos los gobiernos existieron casos de investigaciones, pero desde su punto de vista en el gobierno de Castillo la prensa viene hostigando su mandato y pidió que se haga críticas más responsables por parte de los medios de comunicación. Por su parte, Javier Torres mencionó que es poco probable que la población salga a las calles en caso no se tenga adelanto de elecciones generales presidenciales o que haya algún tipo de fraude por alguna de las partes del estado peruano.

Figura 30

Título: El factor Cerrón seguirá influyendo en la presidencia de Pedro Castillo.



Tabla 32

Título: Guía de análisis 30 – La República

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: La República
Edición N°: 14 667	Fecha de publicación: Lunes, 25 de julio del 2022.
	Título del artículo: El factor Cerrón seguirá influyendo en la presidencia de Pedro Castillo.

		Sección: País/Política.
		Portada / página: No / Pág. 6
		Autor de la publicación: María Elena Castillo.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Castillo y Cerrón cada vez más distantes, pero se siguen necesitando.
	Macroproposiciones	Los votos de los 16 congresistas de su bancada que aún le quedan son suficientes para inclinar la balanza contra el Ejecutivo. Por ello, podrían incrementar sus demandas al mandatario, quien terminará cediendo por sobrevivencia.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de las supuestas presiones políticas de Vladimir Cerrón sobre el gobierno de Pedro Castillo.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	Los artículos sobre la unión y distanciamiento entre Vladimir Cerrón y Pedro Castillo fueron múltiples y repetitivos durante su primer año de gobierno, es por ello, que el medio de comunicación no considera trascendental colocar al artículo en primera plana. El artículo se basa en opiniones de especialistas, las cuales tienden a ser tendenciosas, mostrando un quiebre entre la bancada de Perú Libre y el presidente Pedro Castillo. En este sentido, el artículo no es informativo ni claro,

		debido a que se trata de supuestos y basado en juicios de valor.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Además, hace uso de proposiciones y macroproposiciones, resaltando las opiniones de los especialistas. Por otro lado, en la parte gráfica se muestra una imagen de Castillo y Cerrón tomados de la mano, la cual tiene un mensaje subliminal relacionado a la proposición “Castillo y Cerrón cada vez más distantes, pero se siguen necesitando.”
	Valores	El artículo tiende a ser tendencioso, negativo e inmoral, ya que solo se basa en supuestos y/o conclusiones de los especialistas, más no en datos veraces que hayan sido contrastados.

El artículo periodístico menciona que Pedro Castillo durante su campaña electoral afirmó que Vladimir Cerrón no sería parte de un gobierno suyo, sin embargo, este personaje hizo visible su participación mediante diferentes mensajes por redes sociales y declaraciones públicas. Los especialistas David Sulmont y Paula Távara afirmaron que Castillo no tenía respaldo de alguna bancada en el congreso, es por ello que acudió a Cerrón (líder de Perú Libre) para poder tener mayor influencia en el congreso. Párrafos adelante se menciona que el primer gabinete liderado por Guido Bellido, fue realizado en coordinación con Cerrón, ya que Bellido era perteneciente al círculo cercano de Perú Libre.

Gracias a esta designación Bellido logró plasmar ideales del partido de izquierda, un tema recordado fue cuando amenazó a la empresa encargada de explotar el gas de Camisea con renegociar el contrato que tenía o caso contrario sería estatizado este servicio.

En medio de conflictos y controversias con el congreso Bellido salió del cargo y se designó a Mirtha Vásquez como nueva presidenta del Consejo de Ministros, quien no fue del agrado de Cerrón ya que a través de sus redes sociales expresó “Cambio de gabinete debe excluir a derechistas, caviares y traidores. Es momento que Perú Libre exija su cuota de poder, garantizando la su presencia real o la bancada tomará posición firme”.

El artículo menciona que, pese a las diferencias entre Castillo y Cerrón, este último logró colocar a gente de su entorno cercano en cargos de ministerios como: Hernán Condori (Ministerio de Salud), Carlos Palacios (Ministerios de Energía y Minas) y Ángel Ydelfonso (Ministerio de Justicia), tiempo después terminarían destituidos.

Távora considera que Cerrón influyó en gran manera en la percepción que tuvo la población sobre la forma de gobierno de Pedro Castillo por su constante intromisión y presión por diferentes designaciones, esto también conllevó a una división en la bancada de Perú Libre en el congreso.

Sulmont menciona que Cerrón siguió usando a la bancada de Perú Libre para influir en las decisiones de Castillo y condicionándolo a que si no lo apoyaba sería vacado, caso que tampoco quería Cerrón porque de esa manera habría elecciones generales presidenciales anticipadas y perdería el poder congresal que tiene. Finalmente, en el artículo se menciona que se estos vínculos tienen un equilibrio perverso, el cual es obstruccionista.

- El Comercio.

Figura 31

Título: Investigación abierta por terrorismo.



Tabla 33

Título: Guía de análisis 31 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 242	Fecha de publicación: Jueves, 12 de agosto del 2021.
	Título del artículo: Investigación abierta por terrorismo.
	Sección: Política.
	Portada / página: Si / Pág. 4.

		Autor de la publicación: Karem Barboza Quiroz
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Fiscalía investigará los presuntos nexos del jefe de la PCM, el líder de Perú Libre y el congresista oficialista con los Quispe Palomino.
	Macroproposiciones	El caso se inició tras un informe de la Dircote. Este diario intentó comunicarse con los involucrados para conocer su posición sobre estos hechos, pero no respondieron.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la denuncia por terrorismo contra miembros de Perú Libre.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El terrorismo al ser un tema delicado en la sociedad peruana causa gran interés de los lectores, por lo cual, se explica que este artículo aparezca en la portada del diario, para llamar la atención del público. El artículo es informativo y describe la investigación que se realiza sobre personajes políticos. De igual manera, toman como referencia y cuasi punto central las declaraciones de “sacha”, sin embargo, no llega a ser contrastado como verdadero o falso.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo.

		Asimismo, se hace uso de macroproposiciones para darle mayor énfasis a determinados datos. Por otro lado, se emplea imágenes de los involucrados junto al documento oficial de la denuncia.
	Valores	El medio cumple con su responsabilidad social de informar, de igual forma, tiene veracidad por las pruebas públicas (denuncia) y también tiene posiciones de ambas partes, por un lado, las declaraciones de “sacha” y por el otro, solo obtuvieron la réplica de abogado del congresista Bermejo.

El artículo periodístico menciona que la Fiscalía Supraprovincial Especializada en Delitos de Terrorismo y Lesa Humanidad de Huánuco inició una investigación a Guido Bellido, Vladimir Cerrón y Guillermo Bermejo por el supuesto delito de terrorismo. El caso se abrió a partir de las declaraciones vertidas por el presidente de Asociación Plurinacional de Reservistas Tahuantinsuyanos (ASPRET), Eddy Bobby Villarroel Medina “Sacha”, quien en una entrevista mencionó que los personajes políticos tenían vínculos con Víctor y Jorge Quispe Palomino, líderes de la organización Sendero Luminoso. Asimismo, en la entrevista mencionó que Bellido y Bermejo tuvieron un acercamiento directo con los terroristas en sus campamentos ubicados en el Valle del Río Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM).

La fiscalía dispuso que se interrogue a los colaboradores eficaces en este caso, con la finalidad de que se pueda ver si coinciden o no con el argumento y fechas contadas por “sacha”. De igual manera, se dispuso programar fechas para interrogatorios al presidente del Concejo

de Ministros, Guido Bellido; al líder de Perú Libre, Vladimir Cerrón y al congresista Guillermo Bermejo.

El artículo menciona que trataron de tener una respuesta desde la PCM pero fue nula. Por su parte, el abogado del congresista Bermejo, Ronald Atencio, manifestó que no les notificaron nada hasta la fecha, pero resaltó que las acusaciones son falsas y que demostrarán la verdad de los hechos. Por otro lado, Vladimir Cerrón a través de sus redes sociales mencionó que se trata de una persecución política.

Figura 32

Título: Los mensajes de Castillo sobre los ascensos militares.

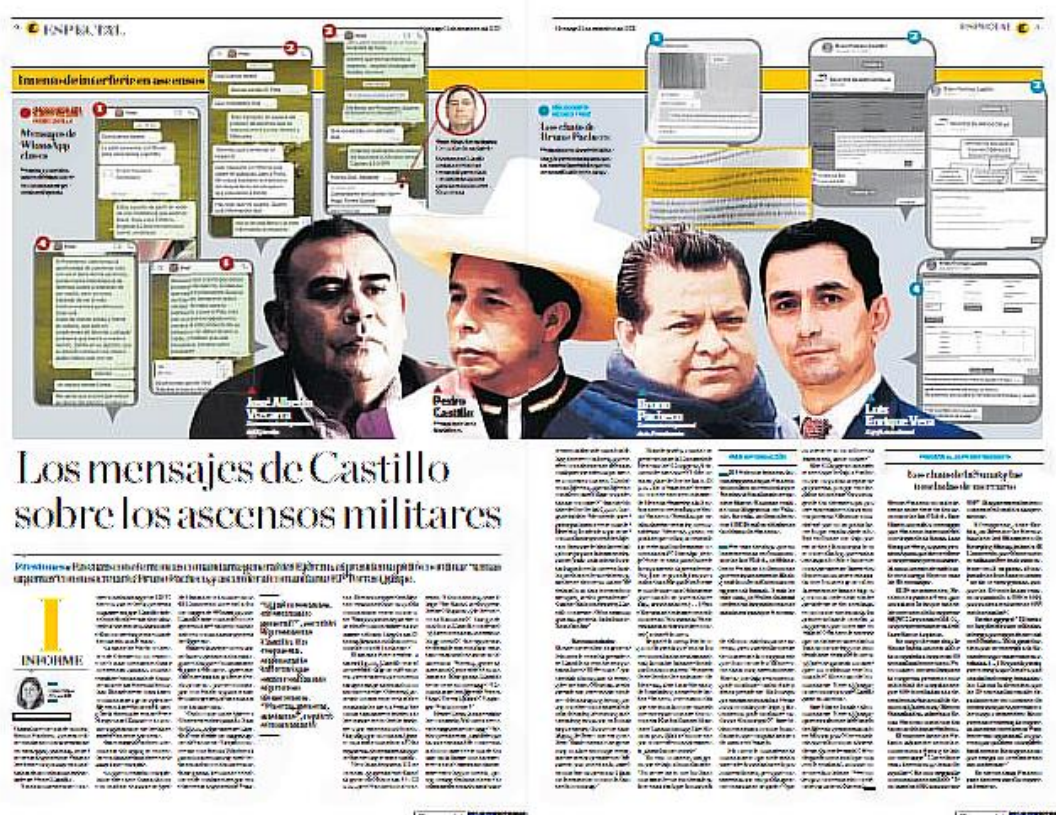


Tabla 34

Título: Guía de análisis 32 – El Comercio

Presentación de la noticia		
Datos generales: Edición N°: 91 364	Diario nacional: El Comercio	
	Fecha de publicación: Domingo, 12 de diciembre del 2021.	
	Título del artículo: Los mensajes de Castillo sobre los ascensos militares.	
	Sección: Especiales.	
	Portada / página: Si / Pág. 4.	
	Autor de la publicación: Graciela Villasis.	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Intento interferir en ascensos.
	Macroproposiciones	En chats con el entonces comandante general del Ejército, el presidente pidió coordinar “temas urgentes” con su secretario, Bruno Pacheco, y ascender al comandante EP Torres Quispe.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir del caso de corrupción de ascensos irregulares en la Fuerzas Armadas en el que estaría involucrado el presidente.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo es considera importante durante su emisión ya que aparece en la portada del diario y cuenta con dos páginas de desarrollo. El titular es

		meramente informativo y durante el desarrollo de la información se va diluyendo el mismo, debido a que la información se va orientado a otros personajes. Por otro lado, el artículo tiende a ser levemente sensacionalista debido a que aduce que las pruebas son contundentes, cuando ese no es un medio probatorio en su totalidad.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, el artículo se construye a partir de las declaraciones del general Vizcarra y también de las pruebas que él presenta. Hace uso de proposiciones para aclarar temas contundentes y también en la parte gráfica colocan la figura de los involucrados, junto a los chats probatorios.
	Valores	El artículo cumple con la responsabilidad social que tiene con la sociedad, informado de un acontecimiento político relevante. Tiene veracidad ya que cuenta con la declaración y pruebas brindadas por el general Vizcarra, más no tiene una réplica de los acusados, por lo cual tiende a ser unilateral y puede ser interpretado por alguna parte de la sociedad como poco moral.

El artículo periodístico menciona que Bruno Pacheco fue un docente de biología y química, que llegó a ser el secretario general de la presidencia gracias a la estrecha relación que mantenía con el presidente Pedro Castillo. Ellos se conocieron en la marcha que lideró Castillo en el año 2017. La labor que cumplía Pacheco en Palacio era desapercibida hasta el 8 de noviembre del 2021, cuando los comandantes generales del Ejército peruano, José Vizcarra Álvarez y de la Fuerza Aérea, Jorge Luis Chaparro, denunciaron públicamente a Bruno Pacheco en interferir en el proceso de ascensos. Este hecho obligó a Pacheco a renunciar a su cargo de secretario general y alertar sobre el verdadero papel que cumplía en Palacio de Gobierno.

El artículo menciona que el general Vizcarra evidenció los chats del presidente y mostró el desarrollo de los hechos cronológicamente. El 30 de setiembre del 2021, el presidente Castillo envió un mensaje al general mencionando que se comuniquen con Bruno Pacheco para coordinar unos temas de manera urgente, a lo cual el general mencionó encontrarse en Brasil a punto de retornar al Perú y en cuanto llegara se iba a comunicar con Pacheco.

El sábado 09 de octubre el presidente volvió a escribir al general Vizcarra, esta vez tocando otro tema sobre unos desperfectos que había tenido un helicóptero que lo había transportado de Jaén a Puña, a lo que el general respondió que investigaría y pediría informes reales.

El 12 de octubre Castillo llamó a Vizcarra, pero este no contestó y luego le escribió: “Me llamó señor presidente. Dígame ¿Le devuelvo la llamada?, Castillo preguntó si había novedades, a lo que Vizcarra respondió que se encontraban en el proceso de ascenso, Castillo mencionó: “Fuerza general”. El siguiente mensaje de Castillo fue: “comandante del Ejército Víctor Hugo Torres Quispe, para general”. A lo que el general respondió de manera negativa, educada y manteniendo los valores institucionales por delante, pidiéndole una cita personal al

presidente para así poder conversar y explicar los diversos factores que influyen para esta decisión. A lo cual el presidente respondió agradeciendo y mandando saludos a la familia de Vizcarra.

Días después Vizcarra fue destituido de su puesto y envió un mensaje al presidente el cual decía: “Gracias señor presidente, ese es el precio de ser oficial digno y firme, me voy con el reconocimiento de mis oficiales, técnicos y sub oficiales y tropa que es lo más importante y lo que me hace digno, le deseo suerte y cuídese. Está rodeado de gente muy mala e incompetente, suerte señor presidente. Me parece que, en el fondo, usted es buena persona. Ojalá no lo traicionen como lo han hecho conmigo”.

Días después cuando el general fue citado al congreso para declarar ante la Comisión de Defensa, en la cual manifestó que el día de 15 de octubre fue llamado a Palacio junto al ministro de Justicia, Walter Ayala, al llegar fue recibido por Bruno Pacheco que le increpo por no lograr hacer el pedido que tenían, aduciendo que estaba en sus manos, a lo cual el general Vizcarra manifestó que solo hablaría con el presidente, para esto relata Vizcarra, el ministro no dijo nada ni a favor ni en contra. Al hablar con el presidente le mencionó que de la lista de oficiales que le brindaron, ninguno calificaba para lograr el ascenso y el pedido se puso de manera específica en dos personas: Carlos Ramiro Sánchez Cahuancama y Ciro Bocanegra, debido a que era chotanos al igual que el presidente, momentos después el presidente le dijo: “¿entonces no podemos hacer nada?”, a lo cual el general respondió que no. Asimismo, le explicó al presidente que había otra manera de poder ascender a los oficiales y era mediante una resolución emitida por su despacho pero que esta sería mal vista debido a que otros oficiales lideran la lista con mejores puntajes. Bruno Pacheco se exaltó y le dijo: “¿Quién le garantiza a usted que va continuar en el comando?”. De esta manera, concluyó una conversación en la cual no se llegó a ascender a los que se encontraban en la lista del presidente.

Figura 33

Título: *Allanan Palacio de Gobierno por el Caso Petro – Perú.*



Tabla 35

Título: *Guía de análisis 33 – El Comercio*

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 426	Fecha de publicación: Sábado, 12 de febrero del 2022.

		Título del artículo: Allanan Palacio de Gobierno por el caso Petro – Perú.
		Sección: Política.
		Portada / página: Si / Pág. 4.
		Autor de la publicación: Karem Barboza Quiroz.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	En esta ocasión los fiscales anticorrupción si pudieron ingresar a la Secretaria del despacho presidencial. Estos buscaron hasta en los tachos de basura.
	Macroproposiciones	Se incautaron documentos digitales vinculados a la investigación en la sede de gobierno. Según la fiscalía, Karelím López y el gerente general de la empresa, Hugo Chávez, se reunieron seis veces.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de la investigación por corrupción en la compra de biodiésel B100 por parte de Petro Perú.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico tiene un corte levemente sensacionalista en el titular, sin embargo, el desarrollo de la información no trata del presidente Castillo en sí, pero si es mencionado en ocasiones durante el artículo. En este sentido, el artículo es únicamente informativo ya que no emite juicios de

		valor, ni plantea una postura respecto al hecho noticioso.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. El cuerpo del artículo se desarrolla de manera cronológicamente de acuerdo a los hechos sucedidos en la intervención a las oficinas de secretaria general y las oficinas contiguas a la del presidente. De igual manera, se toma como referencia la tesis fiscal del presunto delito para el desarrollo del texto.
	Valores	El artículo es meramente informativo, con lo cual cumple con su responsabilidad social y además es un artículo verás ya que se basa en hechos de carácter público. De igual manera, al no emitir un juicio de valor no se pone en tela de juicio su moralidad en el tratamiento de la información.

El artículo periodístico menciona que catorce inmuebles y Palacio de Gobierno fueron allanados tras el pedido de la fiscal anticorrupción Norah Córdova y autorizada por el juez Manuel Chuyo Zavaleta, estas actividades se realizaron bajo la investigación del presunto delito de corrupción en la compra de biodiésel B100 en la cual estarían implicados funcionarios y la empresaria Karelim López.

Los funcionarios del Ministerio Público y Policía anticorrupción decomisaron laptops, computadoras, agendas, documentos y revisaron hasta los tachos de basura con la finalidad de

encontrar pruebas de las reuniones que sostuvo Karelim López el 18 de octubre en Palacio de Gobierno.

En esta oportunidad se allanó la oficina de secretaria general y las oficinas contiguas a la del presidente, esto debido a que en ocasiones anteriores no se había podido ingresar. El juez Manuel Chuyo explicó que estas actividades no afectan al presidente, debido a que él no se encuentra dentro de la investigación.

La operación de allanamiento se realizó desde las cinco de la mañana en los domicilios de los principales accionistas y funcionarios de Petro – Perú; asimismo, se allanó lo inmuebles de Karelim López, del gerente de *Heaven Petroleum Operators* (HPO), Samir Abuyadeh; de funcionario de HPO, Carlos Siles, y la sede de la compañía HPO.

Según el argumento de la fiscal las reuniones entre Karelim López y funcionarios de Petro Perú se habrían realizado los días 21, 22, 25, 27 y 28 de octubre, teniendo como base que la empresaria se reunió el día 18 con el presidente en su despacho. Estas reuniones habrían sido para favorecer en la compra de biodiésel B100 a esa empresa; por lo cual, el juez Manuel Chuyo aduce que se realizaron los delitos de colusión simple y negociación incompatible.

Durante el allanamiento en la casa de Karelim López y los miembros de la empresa *Heaven Petroleum Operators* se allanaron también celular y otros objetivos, a lo cual el abogado de la empresaria denunció como un abuso pues ya es el tercero que se le efectúa, además mencionó que si su patrocinada fuera culpable ya habría participado como colaboradora eficaz.

Figura 34

Título: Karelím López afirma que el presidente Castillo integra mafia que opera en el MTC.

**Tabla 36**

Título: Guía de análisis 34 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 441	Fecha de publicación: Domingo, 27 de febrero del 2022.
	Título del artículo: Karelím López afirma que el presidente Pedro Castillo integra mafia que opera en el MTC.

		Sección: Política.
		Portada / página: Si / Pág. 4 – 5.
		Autor de la publicación: Graciela Villasis.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	El presidente de la República rechazó el testimonio de López Arredondo, vía Twitter sostuvo que carece de fundamentos.
	Macroproposiciones	Durante cuatro días, la empresaria se presentó como aspirante a colaboradora eficaz ante el Ministerio Público. Durante el interrogatorio, reveló la participación del mandatario en el manejo irregular de millonarias obras en el MTC y la participación de los titulares de Transportes y Vivienda.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir de los hechos de corrupción develados por la colaboradora eficaz Karelím López.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo periodístico es tratado de manera especial, por ello aparece en la portada del medio y tiene un desarrollo de dos páginas, de esta manera se le brinda relevancia e importancia. En su desarrollo del mismo se realiza una tratativa meramente informativa, remitiéndose al uso de la

		fuelle, en este caso las declaraciones de Karelim López.
	Estructura y producción.	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. Asimismo, el artículo cuenta con proposiciones y macroproposiciones sobre las declaraciones de Karelim López y las audiencias realizadas. Cabe mencionar también que existe una jerarquización de la información y el artículo es contado de manera narrativa.
	Valores	El artículo cumple con su responsabilidad social de informar a la sociedad sobre este importante acontecimiento político. De igual manera, el artículo es veraz ya que cuenta con pruebas como testimonios y entrevistas.

El artículo periodístico menciona que el día 18 de febrero el 2022, Karelim López Arredondo se presentó como colaboradora eficaz ante los fiscales provinciales Luz Taquire Reynoso y Juan Carlos David del Piélagó de la Segunda Fiscalía Supraprovincial Corporativa de Delitos de Lavado de activos, la finalidad de su manifestación fue develar los delitos de corrupción que se realizaron en Palacio de Gobierno durante los primeros meses de gobierno de Pedro Castillo.

La colaborada eficaz afirmó que el presidente Castillo lidera una mafia de corrupción en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), asimismo, el ministro Juan Silva es cómplice y conocedor de las actividades ilícitas y que siempre se contó con la participación de

la empresa Ingeniería Integración de Proyectos S.A.C. (INIP), quien es representada por Roberto Jesús Aguilar Quispe, de igual forma, se encuentran involucrados miembros del entorno cercano a Castillo como: Zamir Villaverde García, Fray Vásquez Castillo (sobrino del presidente), Gian Marco Castillo Gómez (sobrino del presidente), Rousbelt Oblitas Paredes (sobrino del presidente) y cinco congresistas de acción popular denominados “los niños”.

El papel que desarrolló la empresa INIP fue brindar y firmar la buena pro del MTC a empresas chinas a quienes se adjudicaron obras millonarias. Asimismo, la colaboradora eficaz entregó una lista de 7 procesos de servicios del MTC a nivel nacional con un valor aproximado de 64 a 225 millones de soles, los cuales habrían sido direccionados.

Párrafos adelante explica como fue el proceso de funcionamiento de esta red criminal, mencionó que, al inicio del gobierno de Pedro Castillo, Samir Villaverde se encargó de colocar en altos cargos de MTC a personas de su confianza tanto a nivel nacional y descentralizado, asimismo, afirmó que el ministro Juan Silva era inamovible en su puesto debido a que era amigo de Pedro Castillo. Manifestó también que Villaverde y Pacheco tuvieron altercados por la designación de algunos funcionarios y precisamente fue Bruno Pacheco quien le dijo a Karelím López que él no se podía meter en las adjudicaciones de obras del MTC, de ese tema se encargaba el propio Pedro Castillo junto a Juan Silva, Zhamir Villaverde y los sobrinos del presidente Gian Carlo Castillo y Fray Vásquez.

Karelím López en plena audiencia recibió amenazas de manera virtual desde un correo anónimo pidiéndole que se retracte de las versiones que estaba dando o su familia se vería afectada. El artículo también menciona que López declaró que una reunión en la que participó el sobrino del presidente Rudbel Oblitas, él presentó a una persona que supuestamente era familiar del fiscal coordinador anticorrupción de funcionario Omar Tello, quien manifestó que todo iba a estar tranquilo si se mantenían callados. En otro momento la colaboradora eficaz

agregó que el presidente iba a tener un encuentro con Zoraida Ávalos, fiscal del Ministerio Público.

El presidente Pedro Castillo solo atinó a usar sus redes sociales para expresar que no estaba de acuerdo con las declaraciones brindadas por Karelím López, aduciendo que no tenía sustento jurídico ni coherencia.

Figura 35

Título: IPYS Y CPP emitieron 24 alertas por acciones contra la prensa.

De parte del gobierno de Castillo

IPYS y CPP emitieron 24 alertas por acciones contra la prensa

Hebrecesca El Ejecutivo traphicó el acceso a actividades del mandatario, y tres reporteros fueron víctimas de agresiones físicas. Advierten del deterioro de la libertad de expresión.

Una gestión marcada por enfrentamientos con la prensa

Algunos medios cuestionaron el 11 de julio de la Oficina de Prensa y Comunicación del gobierno de Castillo.

11/07/2023 El Consejo de la Prensa Peruana (CPP) emitió 24 alertas por acciones contra la prensa.

11/07/2023 Yessy Torres, reportera del canal estatal TV Perú, fue retenida a las 10:00 y 11:00 horas en el edificio del gobierno de Castillo.

11/07/2023 La periodista Karenna Rivera denunció que fue despojada de su pasaporte en el aeropuerto de Lima.

11/07/2023 Yessy Torres, reportera de "IPYS Noticias", fue retenida y agredida por la policía en el aeropuerto de Lima.

11/07/2023 El ministro de Transportes y Comunicaciones, Juan Silva, criticó a TV Perú por su cobertura.

11/07/2023 A las 10:00 y 11:00 horas, el presidente del Consejo de Ministros, al estar en la oficina de la Presidencia, recibió a los periodistas.

11/07/2023 Un contingente de la Policía Nacional realizó una patrulla de seguridad en el aeropuerto de Lima.

11/07/2023 El periodista Carlos Chirinos, conductor del programa "Cara a cara", fue retenido en el aeropuerto de Lima.

11/07/2023 Yessy Torres, reportera de "IPYS Noticias", fue retenida y agredida por la policía en el aeropuerto de Lima.

11/07/2023 Yessy Torres, reportera de "IPYS Noticias", fue retenida y agredida por la policía en el aeropuerto de Lima.

Tabla 37

Título: Guía de análisis 35 – El Comercio

Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio

Edición N°: 91 488	Fecha de publicación: Viernes, 15 de abril del 2022.	
	Título del artículo: IPYS y CPP emitieron 24 alertas por acciones contra la prensa.	
	Sección: Política.	
	Portada / página: No / Pág. 3.	
	Autor de la publicación: Sebastián Ortiz Martínez.	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Una gestión marcada por enfrentamientos con la prensa.
	Macroproposiciones	El Ejecutivo impidió el acceso de actividades del mandatario, tres reporteras fueron víctimas de agresiones físicas. Advierten debilitamiento de la libertad de expresión.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir del enfrentamiento entre el presidente Pedro Castillo y los medios de prensa.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	El artículo no aparece en la primera plana del medio y tiene el desarrollo de una página, asimismo, es de tipo informativo e incluye opiniones de especialistas quienes desfavorecen la imagen de Castillo ante la sociedad.
	Estructura y producción	El artículo cuenta con antetítulo, titular, subtítulo y cuerpo en los cuales se pone como

		personaje principal el gobierno de Pedro Castillo. Este artículo cuenta con el desarrollo de información sobre las alertas de acciones contra la prensa y tiene macroproposiciones en las cuales explican las más relevantes de ellas. Asimismo, en el aspecto gráfico resalta la figura de Pedro Castillo en blanco y negro emitiendo un mensaje subliminal de negatividad.
	Valores	Dentro del marco de la responsabilidad social del medio, se comprende su preocupación por la libertad de expresión que ha sido en parte vulnerada y es necesaria la denuncia pública para que la sociedad conozca este tipo de hechos.

El artículo periodístico menciona que durante los primeros nueve meses de gestión del presidente Pedro Castillo, la relación que ha tenido con los medios de comunicación ha sido tirante, debido a ello se emitieron veinticuatro alertas emitidas por el Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS) y el Consejo de la Prensa Peruana (CPP). De las veinticuatro alertas, diecisiete son del IPYS debido a que los medios de comunicación fueron impedidos de participar de evento oficiales, atentando contra la libertad de expresión.

El artículo pone de ejemplo un hecho sucedido en los primeros días de gestión, el 05 de agosto, Pedro Castillo fue reconocido como jefe supremo de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú, sin embargo, cercó Palacio de Gobierno y evitó que se pudiera informar.

Asimismo, en otras actividades algunos reporteros sufrieron agresiones por parte de oficiales de estado cuando trataban de buscar una declaración del presidente.

La directora del área de Libertades Informativas del IPYS, Adriana León, manifestó que es inusual emitir tantas alertas en tan corto tiempo, generalmente los hechos de prohibir el acceso a actividades oficiales se daban en gobiernos regionales o locales, más no en la presidencia.

El abogado experto en temas de libertad de expresión, Roberto Pereira, menciona que estas acciones son evidencia del debilitamiento de la libertad de expresión, así como la poca veracidad de presidente al querer aclarar temas, como el caso de las reuniones en el Jr. Sarratea. Por otro lado, el director de la Clínica Jurídica de la Universidad Pacífico, Andrés Calderón, manifestó que estas acciones demuestran la agresividad del presidente Castillo con la prensa, la cual viene desde su campaña electoral.



Presentación de la noticia	
Datos generales:	Diario nacional: El Comercio
Edición N°: 91 580	Fecha de publicación: Sábado, 16 de julio del 2022.
	Título del artículo: Las redes detrás de un presidente acorralado.
	Sección: Política.
	Portada / página: No / Pág. 6 – 7.

		Autor de la publicación: Rodrigo Cruz.
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión:	Proposiciones	Son tres investigaciones penales que enfrenta el presidente Pedro Castillo en la fiscalía en menos de un año de haber llegado a Palacio.
	Macroproposiciones	El mandatario Pedro Castillo enfrenta tres investigaciones fiscales, dos de ellas por hechos ocurridos durante su gobierno. Cada caso es un diferente esquema, pero con el jefe del Estado como pieza medular.
	Macrorreglas	El discurso periodístico se construye a partir los casos de corrupción que involucran al presidente Pedro Castillo.
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión:	Estilo periodístico	No se genera mucha expectativa del artículo debido a que no aparece en la portada del diario; sin embargo, en su desarrollo se muestra el uso de un titular sensacionalista, queriendo mostrar una imagen negativa del presidente.
	Estructura y producción	La estructura del artículo se compone de un antetítulo, un titular, un subtítulo y el cuerpo. El artículo hace uso de un titular llamativo y orientado, de igual manera, emplea un subtítulo (macroproposición) descriptivo a modo de resumen del cuerpo. En el desarrollo de la información se

		realiza una jerarquización de la información iniciando de los hechos más contundentes y se narra de manera cronológica. Asimismo, se hace uso de un gráfico en el cual se muestra a Castillo como líder de una organización criminal.
	Valores	Para lograr la responsabilidad y veracidad del artículo se emplea entrevistas y datos de acceso público, a partir de los cuales se crea el cuerpo de la información. De igual manera, el artículo tiene veracidad porque usa pruebas de acceso público para hacer su denuncia.

El artículo periodístico menciona el presidente Pedro Castillo tiene tres investigaciones penales en curso, en las cuales él es el principal responsable. La primera investigación y la más leve se refiere al supuesto plagio de su tesis para alcanzar en grado de magister en Psicología Educativa en la Universidad César Vallejo. En esta investigación se encuentra involucrada su esposa Lilia Paredes, ambos son acusados de los delitos de plagio agravado, falsedad genérica y cobro indebido en agravio del estado.

El segundo caso y más complejo es sobre la construcción de la obra del puente Tarata sobre el río Huallaga en la región San Martín, esta obra tenía un valor de 232 millones de soles y fue otorgado al consorcio Tarata III, conformado por las empresas Tableros y Puentes S.A., H.B. Estructuras metálicas S.A.S. y Terminex S.A.C. La tesis fiscal aduce que el presidente Castillo y el exministro de Transporte y Comunicaciones interfirieron en el proceso de la licitación de la obra y orientaron el concurso hacia la empresa ganadora. En este caso se

encuentran también involucrados el exsecretario de Palacio, Bruno Pacheco, y el sobrino del presidente, Fray Vásquez.

En el tercer caso, se aduce que el presidente Pedro Castillo lidera una organización criminal, la cual se dedicó al tráfico de influencia, específicamente en los ascensos realizados en el Ejército y las Fuerzas Armadas. Fue gracias al excomandante del Ejército, José Vizcarra, quien denunció este hecho irregular que se conoció la manera en que buscaban lograr ascensos de manera poco ética y moral. En este caso también se encuentran involucrados Bruno Pacheco y el exministro de Defensa Walter Ayala.

El exprocurador anticorrupción, José Ugaz, mencionó que el gobierno de Castillo se encuentra en la precariedad, ya que no cuenta con el respaldo de la población y tampoco del legislativo, lo cual derivará más temprano que tarde en la caída del gobierno. Asimismo, manifestó que las investigaciones brindarán mayores evidencias y que eso debería lograr que el Congreso tomé la decisión de vacarlo a Castillo, sin embargo, el exprocurador nota que el legislativo no quiere vacar a Castillo por no convocar a nuevas elecciones generales presidenciales, lo cual plantea otro escenario en el que la población llegue a levantarse y realizar marchas como lo hizo contra Manuel Merino.

Por otro lado, se menciona que Zamir Villaverde se entregó a la justicia como colaborador eficaz y declaró que el exministro Silva le solicitó 30 mil soles para entregárselo a Castillo y que tiene pruebas de que este pago si se realizó y llegó a manos del presidente.

4.2 Discusión de Resultados

Fase 1. Construcción del Discurso de la Prensa. (Texto, Mensaje y Contexto).

Texto. Los medios periodísticos La República y El Comercio usaron levemente el populista en los titulares y encabezados en sus publicaciones, siendo el diario El Comercio quien en mayor número de ocasiones lo hizo de una manera “sensacionalista”, ya que trató de

llamar la atención del lector con titulares fuertes, pero que en el desarrollo del artículo no tenían la orientación que decía originalmente. De igual manera, al momento de emplear las proposiciones y macroproposiciones los medios usaron datos importantes para llamar la atención del lector.

Todo artículo periodístico es una superestructura formada por macroproposiciones, las cuales expresan un sentido estricto de lo que se quiere informar. Van Dijk (1990) afirma que en los discursos periodísticos encontramos una estructura básica como resumen (titular y encabezamiento) y relato (situación y comentarios), precisamente esta estructura simple está formada por proposiciones, macroproposiciones, superestructuras y macrorreglas las cuales se encuentran implícitas y explícitas en el texto.

Durante las elecciones generales presidenciales de primera vuelta el diario La República mantuvo un discurso equilibrado en los primeros meses de esta etapa (octubre, noviembre y diciembre del 2020) informando de manera equitativa sobre el proceso electoral, presentando la lista de posibles candidatos y campañas políticas que realizaban los mismos. A partir de los primeros meses del año 2021, se notó una mayor incidencia en el hecho de informar sobre noticias políticas, es decir, sobre la campaña electoral que se venía realizando, casi en su totalidad sus notas se centraron en la capital del país, denotando el centralismo en la información, por ello, el candidato Pedro Castillo prácticamente pasó desapercibido y recién tuvo notoriedad una semana antes de las elecciones generales presidenciales debido a su aparición en las encuestas de intención de voto, en las cuales había subido su popularidad, sin embargo, no recibió ningún ataque por parte del medio en esta etapa. Por otro lado, hubo un mayor énfasis en la información sobre dos candidatos políticos: Rafael López Aliaga (Renovación Popular) y Keiko Fujimori (Fuerza Popular), el medio periodístico a través de su discurso hizo notar cierto rechazo a estos candidatos, teniendo constantes artículos negativos

sobre ellos, incluso publicando un artículo negativo sobre la candidata Fujimori un día antes de las elecciones generales presidenciales 2021.

Por su parte, el diario El Comercio, inició con difusión de información sobre el proceso electoral a partir del mes de octubre del año 2020, teniendo una posición centralista y brindando un discurso en el que quedó evidenciado que mantuvieron una posición de apoyo a la derecha peruana, poniendo periódicamente artículos positivos sobre candidatos como George Forsyth, Rafael López Aliaga y Yonhy Lescano. Su discurso periodístico también estuvo orientado en contra de la candidata Keiko Fujimori a quien se le realizaron múltiples artículos de cuestionamiento. Por otro lado, la figura de Pedro Castillo apareció en las dos últimas semanas antes de las elecciones generales presidenciales de primera vuelta, siendo el discurso periodístico de este medio negativo sobre él, evidenciado su oposición a la izquierda peruana.

Estos resultados son respaldados por Gutiérrez (2009), quien afirma que cada medio informativo selecciona y jerarquiza la información de acuerdo a su punto de vista, dando mayor importancia a una u otra información. Asimismo, influye en la posición que adopte el medio sobre el tratamiento de la información y la visibilidad gráfica que se le brinde.

La segunda etapa de las elecciones generales presidenciales se disputó entre los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori, teniendo una vez más un posicionamiento claro de los medios periodísticos. Por un lado, el medio La República mantuvo una estructura de información y discurso cuasi neutral debido a que informó de manera negativa de ambos candidatos, atacó a Castillo por su entorno (Cerrón y congresistas electos) y a Fujimori por sus diversos procesos judiciales. Por otro lado, el diario El Comercio, sostuvo un texto de claro rechazo al comunismo, por lo cual, casi a diario su discurso fue orientado a realizar ataques contra Pedro Castillo y su entorno. El mismo candidato realizó una denuncia pública sobre estos hechos aduciendo que era víctima de ataques de la prensa.

El primer año de gobierno de Pedro Castillo fue duramente criticado por la prensa, debido a que tuvo múltiples cuestionamientos sobre la conformación de su gabinete y su personal de confianza. De igual manera, Vladimir Cerrón fue un blanco fácil para la prensa debido a que fue gobernador regional de Junín y por ello tuvo múltiples investigaciones e incluso sentencias judiciales. Fue el propio Pedro Castillo, quien brindó a la prensa motivos para que el discurso de los medios sea negativo, teniendo como una propuesta de campaña el no gobernar desde palacio sino desde otro lugar (Casa de Jr. Sarratea), precisamente los primeros días de gobierno sostuvo reuniones en dicho lugar, las cuales fueron vistas de mala manera y cuestionadas, siendo vinculadas a casos de corrupción. Asimismo, el primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo, estuvo envuelto en múltiples casos de corrupción, los cuales fueron causales de su posterior destitución. El diario La República, a través de su discurso periodístico mostró el desacuerdo con el gobierno de Castillo, brindando múltiples cuestionamientos y realizando investigaciones con sustento sobre los diversos casos en los que se encontraba involucrado el exmandatario. Por su parte, el medio El Comercio, al igual que en las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, continuó manteniendo un discurso agresivo y constante contra Castillo, de igual forma, hizo uso de estrategias sensacionalistas para poder lograr su finalidad.

En este sentido, Foucault (1973, p.14) afirma que "en toda sociedad, la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por cierto número de procedimientos que tiene por función conjurar sus poderes y peligros". De esta manera, se puede analizar que la oposición de los medios de comunicación a la candidatura y primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo se debió a los poderes e intereses económicos a los que la prensa se encuentra sujeta. Por ello, se practicó una persecución política iniciada en las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta y tuvo como consecuencia el poco respaldo de la población al entonces mandatario y su posterior destitución.

Mensaje. Los diarios La República y El Comercio a través del proceso electoral y el primer año de gobierno sostuvieron un discurso periodístico basado en datos reales e información recopilada de data, encuestas y entrevistas. Sin embargo, es necesario aclarar la información brindada a través de los mensajes que difundieron.

El diario La República durante las elecciones generales presidenciales de primera vuelta optó por brindar un mensaje neutral sobre los candidatos presidenciales, sin mostrar favoritismo por alguno, desarrollando su discurso periodístico a través de datos estadísticos, semanalmente basó sus artículos en las encuestas de preferencia sobre la intención de voto. Si bien es cierto mostró cierto ensañamiento por la figura de Keiko Fujimori y Rafael López Aliaga, ofreciendo un discurso negativo en múltiples ocasiones por procesos de corrupción, pero fue basado en fuentes fiables y de acceso público. Durante las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, el medio periodístico mantuvo su postura de ofrecer un mensaje neutral, basándose en datos estadísticos y verdaderos, sosteniendo periódicamente información poco beneficiosa sobre Castillo y Fujimori por diversos casos de corrupción que afrontaban ellos y/o su entorno. En el primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo, el diario si mantuvo una posición contraria al gobierno, desacreditando muchas de las decisiones y cuestionando al entorno del presidente, a través de entrevistas a expertos y algunas encuestas de popularidad del presidente. Los medios de comunicación tienen la posibilidad de realizar denuncias públicas y ese fue el caso del medio La República, que no fue muy agobiante contra el poder ejecutivo, pero mostró su disconformidad con el gobierno.

Por su parte, el diario El Comercio durante las elecciones generales presidenciales de primera vuelta evidenció mensajes favorables hacia el capitalismo peruano y de esa manera mostró cierto apoyo a candidatos ligados a ese pensamiento económico. Basó su discurso en supuestos y data estadística (tuvieron una alianza con IPSOS), razón a ello precisamente candidatos de la derecha se encontraban en los primeros lugares durante los primeros meses y

de acuerdo a estas encuestas realizaron su agenda de información. Para las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, los mensajes fueron claramente dirigidos en contra del candidato Pedro Castillo, prácticamente a diario se cuestionó a su entorno político y se le tachó de comunista. Además de ello, utilizaron entrevistas a especialistas en las cuales se mencionaba que el comunismo sería lo peor que le pueda pasar al país. Durante el primer año de gobierno de Castillo, el medio hizo uso de entrevistas y data estadística para sustentar su discurso y fomentar la separación entre el ejecutivo y “el cuarto poder”, debido a las múltiples acusaciones y profundización en las investigaciones.

Este análisis se ve reforzado por Muñoz (2006) quien en su investigación demostró que los discursos esconden mensajes ideológicos que se intentan exponer de manera sutil al lector usando recursos estilísticos y lingüísticos los cuales son expuestos de manera indirecta.

Van Dijk (1990) menciona que el mensaje que da un discurso periodístico puede ser entendido como el núcleo, la síntesis y también contiene la coherencia global del texto, a lo cual el autor denomina macrorregla. La macrorregla está sujeta a la composición global del texto que deriva desde su estructura textual (título, encabezamiento, cuerpo), asimismo, a los conocimientos contextuales de la realidad del lector, los cuales hacen que el mensaje sea captado de una u otra manera, teniendo como base sus conocimientos y experiencias vividas. Es decir, dos personas pueden sintetizar la información de diferente manera, mientras que una puede considerar importante determinado punto del texto, otra puede considerar otro punto de mayor relevancia.

Haciendo una comparación entre los medios de prensa La República y El Comercio, se puede notar que ambos hicieron uso de fuentes confiables, pero el diario el Comercio hizo mayor incidencia en los cuestionamientos realizados al presidente de la República. Es decir, que hicieron que la noticia continuará por varios días en sus publicaciones y también que los

cuestionamientos a Castillo fueron prácticamente a diario, desde el análisis que se viene realizando este tipo de estrategias hace que los temas políticos queden en el imaginario de la población por mucho más tiempo. En este punto, se puede notar de influencia de determinados entes exteriores al medio, como fuerzas económicas e intereses particulares de determinadas personas y/o empresas. Por ello, tomamos los aportes de Michel Foucault, donde menciona que el discurso se ve sujeto a determinadas fuerzas económicas, quienes son precisamente quienes controlan la construcción de mensajes y canales de difusión del mismo.

En este sentido, estos resultados se ven reforzados por la investigación realizada por García (2016), en el cual menciona que existen diarios de clara oposición a determinados hechos políticos, algunos con una línea editorial más marcada y otros con una posición más neutral en el tratamiento de la información y difusión del mensaje. Asimismo, refuerza la postura expuesta por Michel Foucault al afirmar que las posiciones y mensajes son enmarcadas por el apoyo de los medios a determinadas élites económicas y líneas editoriales.

Es necesario aclarar que los periodistas o escritores desempeñan una importante labor al realizar la tratativa de la información recopilada, según Van Dijk (1990) para lograr la veracidad del discurso es necesario apoyarse en bases sólidas como: datos estadísticos y fuentes informativas primarias, siendo esta última la que brinda mayor credibilidad a todo artículo escrito. Por otro lado, Gonzáles (1994) describe al periodista en su afán de producir contenidos informativos:

... es un hombre, cualquier otro, y no puede librarse de sus características humanas, no está en disposición de pensar sin la categoría de un lenguaje dado, posee una personalidad condicionada socialmente en el marco de la realidad histórica concreta, pertenece a la nación, clases, a un medio, a un grupo profesional... con todas las consecuencias que todo esto implica en el plano de los estereotipos que acepta (en

general inconscientemente), de la cultura de la que es a la vez creación y creador.
(p.123)

El periodista es consciente del contexto en que se desarrolla la información y de la repercusión que esta puede brindar, basándonos en las elecciones generales presidenciales, es un contexto complejo y de bastante importancia para la sociedad, por lo cual el discurso periodístico, más que en otras ocasiones, se encuentra en el ojo público. Van Dijk (1990) menciona que “únicamente desde una perspectiva cognitiva de este tipo podemos hacer explícito hasta qué punto un periodista es capaz de comprender los encuentros de recopilación de noticias y actividades de fabricación de noticias dentro de la redacción” (p.143). Asimismo, los mensajes brindados pueden causar un efecto en la sociedad ya que pueden transformar la forma de pensar del lector y más aún en nuestro país donde el análisis que se realiza a la información reciba es casi nula. Es decir, las personas oyen o leen determinada información y la aceptan como cierta y es por ellos que muchos partidos políticos usan a la prensa como un medio de publicidad eficaz.

Contexto. El contexto en que se realiza el análisis de la presente investigación es el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo, asimismo, es necesario agregar que el contexto se vio influenciado por una anterior etapa nefasta en el periodo presidencial 2016 – 2021, donde nuestro país tuvo 5 presidentes de la República, debido a la destitución y renuncia de ellos. De igual manera, el peligro por la pandemia del COVID – 19 se mantenía latente.

Todos estos problemas fueron tomados como base para la elaboración de propuestas de los candidatos presidenciales. Por otro lado, en su mayoría los candidatos presidenciales tenían un pasado político y con ello diversas acusaciones e investigaciones fiscales en curso, los cuales también fueron causales para que los medios de comunicación realicen la construcción de su

discurso a raíz de estos casos. De igual manera, estos antecedentes fueron usados por algunos candidatos para poder objetar a otros en los debates presidenciales. Durante el primer año de gobierno, se priorizó criticar al gobierno de Pedro Castillo, teniendo como base su entorno político y sus presuntos actos de corrupción.

También es importante destacar hacia quienes va dirigido el mensaje, es decir el público objetivo de los medios de comunicación, ya que de acuerdo a ello se realiza la construcción del discurso y las herramientas gráficas. Otro dato, importante fue que durante el año 2021 y 2022 los medios periodísticos La República y El Comercio, se encontraban envueltos en una disputa por las acciones empresariales y decisiones tomadas en la casa televisa América Tv, lo cual de alguna manera causó oposición entre sus discursos o apoyo a una u otra bancada.

Estos resultados de análisis son respaldados por Browne, Del Valle, Silva, Carvajal e Inzulza (2011), quienes afirman que los medios de prensa realizan la construcción de la noticia en base a estereotipos, que describen la realidad de las relaciones interculturales y de las minorías de manera sutil e indirecto por la semántica utilizada, de esta manera se crea un discurso verás y de autoridad respecto al lector. Es decir, en base a los estereotipos sobre el público lector, los medios buscan la manera de captar su atención y las formas en como ellos puedan entender la información brindada.

Los diarios La República y El Comercio basaron de manera similar la contextualización de hechos para la construcción de su discurso periodístico, teniendo en cuenta los principales temas de agenda política actual. Sin embargo, El Comercio profundizó en determinados temas y a través de la construcción de su discurso periodístico generó mayor expectativa en sus lectores. Como menciona Manzano (2005, p.9) que “vivimos en un momento histórico determinado. Es importante conocer los puntos claves de cada época para analizar los discursos en el contexto donde tuvieron lugar.”

Fase 2. Construcción de la noticia.

Estilo Periodístico. Se analizó que los medios La República y El Comercio, hacen uso de las herramientas de estilo periodístico, como es el caso de las portadas las cuales sirven para brindar mayor relevancia a hechos noticiosos. De la totalidad de artículos analizados aproximadamente el 67% (24 de 36) SI se encontraron en la portada, dando relevancia a los hechos expuestos en los artículos y cumpliendo con las reglas semánticas. Cabe resaltar que el medio El Comercio hizo mayor uso de las titulares en sus portadas, siendo más sensacionalista que La República. Asimismo, en el uso de las portadas en ambos medios informativos se realizó de manera correcta, en su mayoría, respondiendo a las preguntas básicas del periodismo: ¿quién?, ¿cuándo?, ¿cómo? y ¿dónde?

Los medios de comunicación La República y El Comercio ciñeron el desarrollo de las noticias a su estilo periodístico propio. Por una parte, El Comercio respeto su línea editorial conservadora liberal, centrando el desarrollo de sus noticias diarias en acontecimientos políticos, sociales y económicos. Por otro lado, La República, una línea editorial neo liberalista, informando de manera diaria sobre hechos de actualidad política, económica y social.

En el desarrollo de la información los medios periodísticos se basaron en las informaciones recolectadas para brindar mayor veracidad a los artículos publicados, siendo meramente informativos; sin embargo, el diario El Comercio, en ocasiones dejó notar su oposición política al gobierno de Castillo, emitiendo casi de manera diaria artículos en contra del gobernante. Por otro lado, ambos medios informativos hicieron uso de infografías, gráficos y fotografías la cual ayudó a su fin, logrando ayudar a complementar la información desarrollada en el texto. También cabe mencionar que las proposiciones y macroproposiciones fueron bien usadas, brindando aspectos generales del discurso desarrollado.

Tacuri (2019) respalda este resultado mencionando que gran parte de la información brindada por la prensa, es meramente informativa, evitando emitir juicios de valor. Es decir, es basada en declaraciones de los protagonistas de la noticia o especialistas del hecho tratado. Asimismo, en la práctica del estilo periodístico, los medios evitan hacer uso de cursos literarios como la metáfora, hipérbole o símil.

El estilo periodístico según Van Dijk (1990) se refiere al “resultado de las selecciones que el hablante realiza las variaciones opcionales de las formas de discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado” (p.49). Con lo cual denota que, en este caso, el escritor y medio a través de su estilo periodístico propio eligen o seleccionan la forma en como informarán un hecho noticioso. Es decir, se puede informar de un mismo hecho de diferentes maneras, con diferentes términos y diferentes enfoques. Cabe resaltar que los periódicos La República y El Comercio, tienen una guía de estilo periodístico con lo cual ambos son medios de estilo político - social.

Durante las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, el candidato Pedro Castillo, declaró su disconformidad de manera pública con el estilo periodístico del medio El Comercio debido a que recibía constantemente ataques mediáticos y también por la tergiversación de las declaraciones que él daba. En este sentido, queda evidenciado que el estilo periodístico de cada medio también está dirigido por determinada fuerzas políticas, económicas y sociales a las cuales obedece el medio y que es partir del cual se construye su discurso periodístico.

Estructura y producción. Los medios periodísticos La República y El Comercio a través de sus artículos periodístico mostraron que la conformación de su estructura se basa en una perspectiva narrativa, la cual permite comprender mejor la noticia. Por otro lado, hicieron uso de proposiciones, macroproposiciones, macroestructuras y herramientas lingüísticas para

expresar de forma adecuada los textos. Asimismo, es necesario mencionar que los medios de comunicación hicieron uso de titulares, títulos y subtítulos para brindar mayor énfasis en determinados temas a tratar, de esa manera logró llamar la atención del lector y brindar de manera resumida el contenido del artículo. También es propicio acotar que el avance de la tecnología de la información colaboró a que las noticias no solo sean difundidas de manera impresa, sino también de manera digital (manteniendo el mismo formato impreso).

Este resultado es respaldado por Quispe (2022), al afirmar que la prensa dejó de ser un material físico y empezó a migrar de manera desmedida a plataformas virtuales, con ello también se vieron problemas como el crecimiento de las *fake news* (noticias falsas). Sin embargo, esta integración a estas plataformas se realiza en base a modelos extranjeros.

Ambos diarios hicieron uso de un estilo gráfico propio para la producción de sus periódicos, por lo general, manteniendo una imagen y/o gráficos relacionados al tema a tratar, siendo alguno de estos usados como medio para expresar un mensaje subliminal; también hicieron uso de tipografía san serif (demuestra formalidad y posicionamiento del medio) y poniendo en negrita determinados títulos, subtítulos y palabras importantes en el texto.

Estas características son propias de la construcción del discurso escrito, ya que estas herramientas logran la finalidad del medio periodístico que es la persuasión. Van Dijk (1996) menciona que estos modelos mentales relatados de los acontecimientos son usados como estrategia para influir en el lector, cambiando de esa manera su ideología o forma de pensar.

Los medios periodísticos La República y El Comercio durante las elecciones generales presidenciales de primera vuelta brindaron mayor notoriedad a candidatos de la capital. Asimismo, esto demostró la jerarquización de la información en los medios ya que noticias sobre estos candidatos eran la que ocupaban la primera plana en sus publicaciones regulares. Además de que los gráficos que acompañaban las publicaciones eran atractivos regularmente.

En el proceso de las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, El Comercio prefirió jerarquizar noticias sobre el candidato Pedro Castillo, el cual fue blanco de múltiples artículos desacreditando su imagen, asimismo, en los gráficos y/o imágenes referentes al texto, el candidato fue puesto de manera negativa con gestos o muecas que no eran estéticos. Por su parte, La República publicó de manera paulatina artículos sobre ambos candidatos, haciendo uso de recursos gráficos para brindar mayor fuerza al texto escrito, de igual manera, hizo uso de gráficos o imágenes poco favorables a los candidatos.

Durante el primer año de gobierno de Pedro Castillo, ambos medios si mostraron su oposición al poder ejecutivo y casi de manera constante noticias relacionadas a Palacio de Gobierno ocupaban la primera plana de los medios, esta situación se incrementó cuando se fueron descubriendo diversos casos de posible corrupción en los que se encontraba vinculado el expresidente Pedro Castillo y fue el medio El Comercio quien mostró mayor interés en investigar cada uno de los casos.

Valores. En el medio periodístico La República, los valores periodísticos se pueden analizar desde un punto de vista informativo y moral, debido a que hicieron uso de las herramientas periodísticas como las fuentes informativas y datos estadístico. Durante la etapa electoral y el primer año de gobierno generalmente se limitó a realizar artículos meramente informativos debido a que solo contaba la data estadística y fuentes confiables. El hecho de no crear falsa información o supuestos, es positivo para el posicionamiento del medio debido a que brinda certeza y confiabilidad para otros artículos. Por su parte, El Comercio durante las dos primeras etapas realizó artículos informativos y de opinión, los cuales brindaron una imagen poco positiva del medio, ya que en las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta quedó evidenciado su rechazo al candidato Pedro Castillo, de esta manera, los valores periodísticos prácticamente fueron dejados de lado por intereses particulares al medio. Durante el primer año de gobierno, ambos medios periodísticos realizaron numerosos artículos

informativos y de opinión que generalmente desacreditaban la imagen del entonces presidente de la República.

Los valores periodísticos según Manzano (2005) están relacionados a la forma en como el periodista conoce o percibe el contexto o realidad y la forma en cómo reacciona ante ello. El periodista tiene la facultad de decidir la información y contenido que será publicada en la noticia, de igual manera, la jerarquización de la misma, para lograr este propósito el periodista evoca su atención, análisis e interpretación de los hechos siendo así que selecciona el contenido informativo.

En este sentido, es necesario aclarar que los medios La República y El Comercio, tiene dentro de su staff de periodistas a profesionales en el ámbito de las comunicaciones, por lo cual, existen valores como la ética y la moral que están dentro de sus conocimientos. En el caso específico del diario El Comercio, fue poco ético realizar un ataque mediático al candidato Castillo durante las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta y el primer año de gobierno, incluso especialistas y personas vinculadas al poder mencionaron que se trató de una persecución política e incluso la denominaron “terrorismo mediático”.

Haciendo una comparación con los resultados expuestos por Almeida (2017), quien menciona que la prensa peruana reprodujo representaciones dominantes de la realidad, en favor del gobernante Alberto Fujimori, haciendo uso de declaraciones de voces autorizadas (entorno de presidente) para hacer creíble los relatos y limpiar su nombre, de esa manera, evidenció la antiética de la prensa en la tratativa de la información. En esta investigación, se analizó que el diario El Comercio, tuvo un discurso negativo sobre Castillo, dejando de lado el aspecto ético, en este caso no trataron de limpiar el nombre del presidente, sino por el contrario hicieron ver su imagen de manera negativa.

Conclusiones

Luego de analizar la construcción del discurso periodístico en los medios La República y El Comercio durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de gobierno del expresidente Pedro Castillo, se concluye que ambos medios periodísticos realizaron la tratativa de noticias con contenidos estandarizados y de interés popular (política nacional), de igual manera, esta construcción fue controlada, seleccionada y redistribuida por fuerzas económicas (capitalismo) de las cuales dependen dichas empresas periodísticas, en consecuencia, se realizó una persecución política y mediática (especialmente el diario El Comercio) al expresidente Pedro Castillo hasta lograr su destitución. Durante este proceso político los medios periodísticos hicieron uso de herramientas iconográficas en la estructura y organización de su discurso. Por otro lado, las proposiciones y macroproposiciones usadas denotaron un sensacionalismo inusual, el cual apeló al imaginario del lector.

Durante las elecciones generales presidenciales de primera vuelta, los medios de comunicación basaron la construcción de su discurso periodístico en las actividades proselitistas realizadas en la capital del país (Lima), demostrando un centralismo de las noticias, la cual se evidenció por la jerarquización de la información de acuerdo a las fuentes recabadas por ambos medios y el uso de proposiciones a través de titulares direccionados a favorecer ideologías y partidos capitalistas. Por otro lado, los candidatos con ideología socialista o comunista no recibieron mayor cobertura de sus actividades y tampoco figuraron en los sondeos semanales y mensuales. La figura de Pedro Castillo pasó desapercibida durante este primer proceso electoral porque centró su campaña en el interior del país.

En las elecciones generales presidenciales de segunda vuelta, el panorama cambió radicalmente debido a que los medios de comunicación focalizaron la construcción de su discurso en criticar y desfavorecer la candidatura de Castillo por tener una filosofía de

izquierda. El diario El Comercio usó diversas herramientas lingüísticas, discursivas e iconográficas de manera explícita e implícita sobre el candidato de Perú Libre y su entorno, creando en el imaginario de la población capitalista una percepción negativa, la cual se evidenció en las muestras de rechazo, principalmente en la capital. La República, por su parte, realizó críticas a ambos candidatos, mostrando una posición neutral en este segundo proceso electoral.

Durante el primer año de gobierno, la tónica fue similar a la última etapa del proceso electoral, una persecución política y mediática por parte de la prensa nacional, inicialmente basado en investigar al entorno del expresidente de la República, pero después hallaron sustento en los casos de corrupción en que se vio envuelto el exgobernante. Asimismo, los medios hicieron uso de recursos iconográficos de manera explícita, generalmente mostrando un mal ángulo de Castillo; de igual manera, los titulares, encabezados y macrorreglas denotaron el rechazo al gobierno “socialista” de Castillo.

Finalmente, se evidenció que los medios de comunicación hacen uso de estrategias lingüísticas implícitas y explícitas para lograr llamar la atención de los lectores, realizando una construcción del discurso poco usual en el ámbito político, cayendo en el sensacionalismo a través del uso de las estructuras discursivas (proposiciones, macroproposiciones, macrorreglas y superestructuras) y evidenciando los intereses particulares que defienden cada uno de ellos, expresados a través de la discordia existente entre el ejecutivo y el "cuarto poder" en nuestro país durante el gobierno de Pedro Castillo.

REFERENCIAS

- Almeida C. (2017). *El fujimorismo a través del crimen: un análisis de los discursos sobre las tragedias de Barrios Altos, La Cantuta y el homicidio de Mariela Barreto en la prensa escrita peruana*. [Tesis para optar el grado académico de Magíster en Lingüística, Pontificia Universidad Católica del Perú]
- Braun, J. (Julio – septiembre 1990). *Comunicación y perestroika*, Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación, (15), pp. 76-79.
- Britos M. (2003). *Michel Foucault. Del orden del discurso a una pragmática de lo múltiple*. (11) 63-82.
- Browne, Del Valle, Silva, Carvajal e Inzulza (2011). *Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACD) en la prensa de Chile y Perú. El ejemplo de la Cuarta y Ajá*.
- Camacho, M. y Santacruz, J. (2001). *La prensa: un medio de comunicación para la escuela* *Comunicar*, (17) pp. 148 – 153.
- El comercio e IPSOS (2021). Tú decides. Elecciones generales 2021. Recuperado de <https://especiales.elcomercio.pe/?q=especiales/elecciones-2021-encuestas-ipsos-partidos-politicos-congreso-presidencia-tu-decides-nn-dd-ecvisual-ecpm/index.html>
- Foucault, M. (1973). *El orden del Discurso*. La piqueta.
- García, A. (2016). *Medios en campaña: Discurso de los diarios Correo y Perú 21 durante la campaña electoral por la Consulta Popular de Revocatoria de Autoridades en Lima*. [Tesis para optar el Título de Licenciatura en Ciencias Políticas y Gobierno en la Pontificia Universidad Católica del Perú]

- García, L. (2019). Relación entre los valores periodísticos y la transmisión en televisión digital terrestre de los eventos de fiestas patrias del 2018 a través de TV Perú. [Tesis para optar el grado académico de maestro en periodismo y comunicación multimedia, Universidad San Martín de Porres]
- Gargurevich, J. (2002). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- González, M. (2021). Discurso periodístico y argumentación, (148), 2683-2631.
- González R. (1994). *La significación de la realidad en la construcción del discurso periodístico*. 39 (155)
- Gutiérrez, S. (2009). *Discurso periodístico: una propuesta analítica*, (14), 0188-252.
- Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson Educación.
- Manzano, V. (2005). Introducción al análisis del discurso. Universidad de Sevilla.
- Martínez, A. (2003). *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Madrid: Paraninfo.
- Muñoz J. (2006). *Análisis crítico del discurso de la presidencia Michelle Bachelet Jeria del 11 de marzo del 2006*. [Tesis de título de Profesor de Lenguaje y Comunicación y de Licenciado en Educación, Universidad Austral de Chile].
- ONPE (2021). Elecciones Generales Presidenciales 11 de abril. Recuperado de <https://resultadoshistorico.onpe.gob.pe/EG2021/>
- ONPE (2021). Elecciones Generales Presidenciales 06 de junio. Recuperado de <https://resultadoshistorico.onpe.gob.pe/SEP2021/>

- Quispe, N. (2022). Los discursos frente al COVID-19 en la construcción de la noticia por la prensa peruana: La República y Correo en el periodo 2020-2021. [Tesis para obtener el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga.]
- Zorrilla, R. (1990). Prensa y poder. *Revista Chasqui*. (35), 77 – 79.
- Rodrigo, M. (2005). La Producción de la noticia. Paidós.
- Tacuri, F. (2019). *Análisis del discurso periodístico en la prensa ayacuchana durante las elecciones regionales y municipales del 2014*. [Tesis para obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga.]
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós Ibérica. S.A.
- Van Dijk, T. (2009). *Texto y contexto. Un enfoque sociocognitivo*. Gedisa.
- Vargas, X. (2011). *¿Cómo hacer investigación cualitativa? Una guía práctica para saber qué es la investigación en general y cómo hacerla, con énfasis en las etapas de la investigación cualitativa*. Etxeta, SC.
- Videla F. (2006). *El chino según Alberto Fujimori como personaje de ficción de su propio discurso político (1990-2000)* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de coherencia metodológica

Problema de investigación	Objetivos	Metodología de investigación	Unidades de análisis	Técnicas de recolección de datos
Problema general ¿Cómo construyeron los medios periodísticos La República y el Comercio su discurso periodístico durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del ex presidente Pedro Castillo?	Objetivo general Comprender como los medios periodísticos La República y El Comercio construyeron su discurso periodístico durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del ex presidente Pedro Castillo.	Enfoque de investigación La presente investigación tiene un enfoque cualitativo debido a que se realizó diversas descripciones, interpretaciones y conclusiones subjetivas	La selección se realizó de manera intencionada, teniendo en cuenta que el Grupo El Comercio es dueño del 80% de la prensa peruana, y La República es quien le sigue en la cantidad de ventas,	La técnica e instrumento seleccionado para la presente investigación fueron los siguientes: Técnica: Análisis de contenido. Instrumento: Guía de análisis de contenido.
Problema específico 1 ¿Cómo construyeron los medios periodístico La República y El Comercio su discurso periodístico durante el proceso	Objetivo específico 1 Describir como los medios periodísticos La República y El Comercio construyeron su discurso periodístico durante el proceso electoral			

electoral presidencial de primera vuelta en el año 2021?	presidencial de primera vuelta en el año 2021.	Diseño de investigación	difusión, publicidad y visitas web. En este sentido, los medios periodísticos seleccionados fueron:	
Problema específico 2 ¿Cómo construyeron los medios periodístico La República y El Comercio su discurso periodístico durante el proceso electoral presidencial de segunda vuelta en el año 2021?	Objetivo específico 2 Entender como los medios periodísticos La República y El Comercio construyeron su discurso periodístico durante el proceso electoral presidencial de segunda vuelta en el año 2021.	Para la presente investigación se hizo uso del diseño hermenéutico interpretativo (circulo hermenéutico).	<i>El comercio y La república.</i> De cada medio periodístico se tomó un total de 18 artículos periodísticos.	
Problema específico 3 ¿Cómo construyeron los medios periodístico La República y El Comercio su discurso periodístico durante el primer año de mandato del ex presidente Pedro Castillo?	Objetivo específico 3 Conocer como los medios periodísticos La República y El Comercio construyeron su discurso periodístico durante el primer año de mandato del ex presidente Pedro Castillo.			

ANEXO 2: Guía de análisis de contenido

Nombre de la investigación

Construcción del discurso de la prensa peruana durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del ex presidente Pedro Castillo.

Presentación de la noticia		
Datos generales:	Diario nacional:	
Edición N°:	Fecha de publicación:	
	Título del artículo:	
	Sección:	
	Portada / página:	
	Autor de la publicación:	
Categoría: Discurso / Sub categoría: Discurso periodístico		
Dimensión	Proposiciones	
	Macroproposiciones	
	Macrorreglas	
Categoría: Prensa / Sub categoría: Construcción de la noticia		
Dimensión	Estilo periodístico	
	Estructura y producción	
	Valores	
Observaciones:		

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

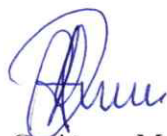
En Ayacucho, a las 3:10 p.m. del miércoles 26 de junio de 2024, se llevó a cabo la sustentación de la tesis en la sala de sesiones del Consejo de Facultad. El jurado, presidido por el Dr. Oscar Juan Roque Sigwas, e integrado por el Dr. Urbano Muñoz Ruiz, Lic. Rafael Martín Naveros Castro, Mg. José Carlos Romero Quintanilla, Dr. Boris Enrique Peña Morales (asesor) y el Mg. Juan B. Gutiérrez Martínez (secretario docente), se reunió para evaluar la tesis presentada por el Bach. Yonel Manrique Chillice. El título de la tesis es **Construcción del discurso de la prensa peruana durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo**, con el objetivo de obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Después de verificar el quórum reglamentario, el presidente del jurado solicitó al secretario docente la lectura de la RESOLUCIÓN DECANAL No 554-2024-UNSCH-FCS/D, conforme al reglamento de Grados y Títulos del Plan de Estudios Reajustado de 2004 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. Posteriormente, el presidente del jurado autorizó al Bach. Yonel Manrique Chillice a iniciar la sustentación, otorgándole un tiempo de veinte minutos para ello.

Terminada la exposición, se procedió a la ronda de preguntas por parte de los jurados. El Mg. José Carlos Romero Quintanilla fue la primera en preguntar, seguida del Lic. Rafael Martín Naveros Castro y el Dr. Urbano Muñoz Ruiz. Finalmente, el asesor de la tesis aclaró algunos puntos que el sustentante no había abordado completamente.

Concluida la ronda de preguntas, el presidente del jurado pidió al tesista y al público asistente abandonar la sala para la deliberación y la emisión de la calificación correspondiente. El secretario docente recogió las hojas de calificación, siendo la calificación del Mg. José Carlos Romero Quintanilla (15), el Lic. Rafael Martín Naveros Castro (16) y del Dr. Urbano Muñoz Ruiz (17). El resultado final fue aprobado por unanimidad con una nota promedio de dieciséis (16). El acto académico concluyó a las 4:10 p.m. y fue firmado en señal de conformidad por el presidente del jurado y el secretario docente.


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Dr. Oscar Juan Roque Sigwas


Juan B. Gutiérrez Martínez
Secretario Docente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

(Segunda Universidad Fundada en el Perú)

Av. Independencia s/n- Ciudad Universitaria

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

N° 0214/EPCC/FCS/UNSCH

1. Apellidos y nombres del investigador: Manrique Chillcce, Yonel
DNI: 70753048 Código: 23162110
2. Escuela Profesional/Unidad de investigación: E.P. de Ciencias de la Comunicación
3. Facultad: Ciencias Sociales.
4. Tipo de trabajo académico evaluado: Tesis para optar título profesional
5. Título del trabajo académico: Construcción del discurso de la prensa peruana durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo.
6. Software de similitud: TURNITIN
7. Fecha de recepción: 26 de setiembre de 2024
8. Fecha de evaluación: 30 de setiembre de 2024
9. Porcentaje de similitudes: 11 %
10. Evaluación de originalidad.

Porcentaje de originalidad	Resultado
* 11 %	** APROBADO

*Consignar el porcentaje de similitud

**Consignar APROBADO si se encuentra dentro del rango de porcentaje establecido, Levantar observaciones o DESAPROBADO si excede el porcentaje permisible de similitud.

Ayacucho, 30 de setiembre de 2024

Lic. Rafael Martín Naveros Castro
Docente-Instructor-EPCC
D. A. de Ciencias Histórico Sociales

Construcción del discurso de la prensa peruana durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo.

por Yonel Manrique Chillcce

Fecha de entrega: 30-sep-2024 10:08a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2470363665

Nombre del archivo: Tesis_Final_Yonel_Manrique.pdf (3.51M)

Total de palabras: 52118

Total de caracteres: 281111

Construcción del discurso de la prensa peruana durante el proceso electoral presidencial 2021 y el primer año de mandato del expresidente Pedro Castillo.

INFORME DE ORIGINALIDAD

11%	11%	2%	3%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	larepublica.pe Fuente de Internet	3%
2	elcomercio.pe Fuente de Internet	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unsch.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	documentop.com Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	1%
7	idoc.pub Fuente de Internet	<1%
8	es.wikipedia.org Fuente de Internet	<1%

9	tesis.pucp.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %
10	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru	Trabajo del estudiante	<1 %
11	www.docstoc.com	Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.usmp.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.urp.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.unsa.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %
15	es-us.noticias.yahoo.com	Fuente de Internet	<1 %
16	idus.us.es	Fuente de Internet	<1 %
17	biblioteca2.ucab.edu.ve	Fuente de Internet	<1 %
18	www.slideshare.net	Fuente de Internet	<1 %
19	www.scielo.org.mx	Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.flacsoandes.edu.ec	Fuente de Internet	<1 %

<1 %

21

dspace.uclv.edu.cu

Fuente de Internet

<1 %

22

www.robertexto.com

Fuente de Internet

<1 %

23

www.dspace.uce.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

24

www.scielo.org.ar

Fuente de Internet

<1 %

25

1library.co

Fuente de Internet

<1 %

26

vsip.info

Fuente de Internet

<1 %

27

cybertesis.unmsm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

28

repositorio.upse.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

29

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

<1 %

30

repositorio.ucsg.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

31

fama2.us.es

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 30 words

Excluir bibliografía

Activo