

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**“DISCURSO POLÍTICO DE LA LÍNEA EDITORIAL DE LOS DIARIOS  
AYACUCHANOS DURANTE LAS ELECCIONES MUNICIPALES Y  
REGIONALES 2014”**

*Tesis presentada para optar título de licenciado en Ciencias de la  
Comunicación*

**AUTOR: Bach. MIGUEL PRIMITIVO QUISPE LONASCO**

**ASESORA: Mg. GIULIANA PANTOJA CHIHUÁN**

**AYACUCHO – PERÚ**

**2015**

## **AGRADECIMIENTO**

Hago llegar mi agradecimiento a la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga y en especial a la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, por acogerme en su hogar durante la formación académica.

Igualmente agradezco a todos los docentes de Ciencias de la Comunicación y en especial a los docentes que me brindaron su apoyo durante la elaboración de tesis, Mg. Boris Peña Morales, Mg. Urbano Muñoz Ruiz, Dr. Carlos Infante Yupanqui y a mi asesora, la Mg. Giuliana Pantoja Chihuán, quienes me brindaron su incondicional apoyo, dedicación y aliento durante el proceso de investigación de tesis.

Y a todas las personas que de alguna u otra manera han contribuido para la materialización de este proyecto.

Finalmente, agradezco a Dios por la vida y darme la alegría de ver concluido mi trabajo de investigación.

## RESUMEN

Nuestra investigación se planteó como objetivo analizar e describir el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014.

Si bien es cierto, los medios de comunicación tienen una responsabilidad social en el manejo de la información periodística que divulgan a la población. Sin embargo, es otra, la realidad de los diarios de circulación local, nacional y mundial en un contexto de campaña electoral, donde los diarios mantienen diferentes miradas frente a la realidad, muchas veces se alimentan de informaciones subjetivas, dejando de lado la responsabilidad social.

En ese sentido, se realizó el estudio de la línea editorial de los diarios locales (Jornada, La Voz de Huamanga y Global) durante las elecciones municipales y regionales 2014.

Para lo cual, se utilizó el enfoque cualitativo, con el método hermenéutico, lo cual, permitió analizar e interpretar los datos de la línea editorial y de las entrevistas realizadas a los participantes de los diarios mencionados.

Asimismo, las técnicas de investigación que se utilizó fueron guía de análisis de contenido y la guía de la entrevista.

Finalmente, se llegó a demostrar a través de los resultados de la investigación que el discurso político de la línea editorial de los diarios locales, más allá del clima electoral recurrió a una serie de valores, creencias, etc., que están fuertemente arraigados en el imaginario social, para esconder la intención del discurso hegemónico.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación inició teniendo como objetivo analizar y describir, el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones Municipales y Regionales 2014.

Si bien es cierto, gracias a los medios de comunicación, específicamente los diarios, la información se ha hecho más cercano a la vida de cada uno de nosotros. Sin embargo, escuchar un discurso político alimentado de corrientes de opinión hegemónicas no era novedad, sobre todo en un medio contexto de la contienda electoral, donde los protagonistas de la política utilizan el discurso político, una herramienta de poder para alcanzar sus objetivos. En medio de esta situación, los diarios locales configuraban el discurso político en la línea editorial a partir de los hechos políticos.

En ese sentido, es muy importante que el discurso político de la línea editorial de los diarios locales sea reflejo de la realidad social. Porque el discurso político está cargado de elementos de poder e ideologías, que están orientados en llegar hacia el imaginario social. Como advierte, Bourdieu (1988) el trabajo político se reduce, en lo esencial, a un trabajo sobre las palabras, porque las palabras contribuyen a construir el mundo social.

Para sustentar el marco teórico se recurrió a diferentes autores como el caso del teórico estructuralista Teun Van Dijk, tomando en cuenta su planteamiento, el Análisis Crítico del Discurso (ACD), lo cual, permitió ahondar el discurso político a partir de la edición de la línea editorial de los diarios locales como responde a uno de

los variables de la investigación. Asimismo, para la variable de la línea editorial se ha tomado en cuenta, el autor Michael Foucault para sustentar el tema de poder relacionado al discurso que manejan los diarios.

Desde los tiempos remotos se vienen abordando el estudio del discurso desde la multidisciplinariedad, la Psicología, Filosofía, Sociología, etc., y recientemente se viene tomando en cuenta el análisis del discurso desde el aspecto social, como lo plantea el estructuralista holandés Teun Van Dijk a través del estudio “El análisis crítico del discurso (ACD)”, lo cual permite entender al discurso desde la acción social.

Por lo tanto, cuando se habla del discurso no solo se refiere al uso del habla, oral o escrito, sino más aun a la construcción de ideas, ya sean sociales o políticas. Como detalla el teórico (Van Dijk 2000) los discursos no sólo consisten en estructuras, sonidos o imágenes, y en formas abstractas de oraciones (sintaxis) o estructuras complejas de sentido local o global y formas esquemáticas. También es posible representar en términos de las acciones sociales que llevan a cabo los usuarios del lenguaje cuando se comunican entre sí en situaciones sociales, dentro de la sociedad y la cultura en general. Partiendo de esta premisa llegamos a afirmar, que la configuración del discurso político de la línea editorial de los diarios locales responden a las estructuras sociales y al medio contexto.

Lo cual, es un claro ejemplo, donde el discurso político de la línea editorial de los diarios locales durante las elecciones municipales y regionales 2014, marcó una agenda política en el trabajo periodístico, teniendo como punto de partida en la configuración de corrientes de opinión hegemónicas desde el protagonismo político,

actores sociales, hechos políticos y las relaciones institucionales.

Por lo tanto, el discurso político más allá del clima electoral recurre a una serie de valores, creencias, etc., que están fuertemente arraigados en el imaginario social, para esconder la intención del discurso hegemónico. Sobre este fenómeno Van Dijk afirma que el discurso ejerce poder en la construcción y reproducción de las ideologías y del abuso del poder. Esta práctica no era ajena a nuestra realidad donde los discursos consciente o inconscientemente imponían el estatus quo.

El informe final del trabajo de investigación tiene la siguiente estructura:

**EL CAPÍTULO I** contiene el Planteamiento del Problema de Investigación, así como la descripción y formulación, seguido del objetivo general y específicos. Asimismo, la hipótesis general y específica, así como la identificación de las variables e indicadores.

**EL CAPÍTULO II** contiene Revisión de la Literatura que comprende el marco teórico de la investigación, los antecedentes de la investigación, en el ámbito internacional, nacional y local; asimismo la base teórica que sustenta las variables de investigación.

**CAPÍTULO III** se considera, la Metodología de la Investigación, el tipo, diseño, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Finalmente, en el **CAPÍTULO IV**: Presentamos los Resultados a los que arribamos con la presente investigación, producto del trabajo empírico. Asimismo en este último capítulo se presenta las conclusiones y la referencia bibliográfica que nos permitió a definir teóricamente el tema de investigación.

## ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO I

1. Planteamiento del Problema.....	9
1.1. Justificación del problema.....	13
1.2. Impactos y beneficiarios previstos.....	14
1.3. Formulación del problema .....	14
1.4. Objetivos de estudio .....	15
1.5. Hipótesis.....	15
1.6. Variables e indicadores .....	16

### CAPÍTULO II

2. Revisión de literatura .....	17
2.1. Antecedentes del problema .....	17
2.2. Teoría y enfoques .....	25
2.3. Sistema de conceptos .....	41

### CAPÍTULO III.....

3. Metodología de la investigación .....	42
3.1. Enfoque de investigación.....	42
3.2. Tipo de investigación .....	42
3.3. Diseño de la investigación.....	43
3.4. Métodos de estudio para la investigación... ..	43
3.5. Población .....	43
3.6. Muestra.....	43
3.7. Técnicas e instrumentos .....	44
3.8. Procedimiento de investigación.....	46

### CAPÍTULO IV

4. Presentación de resultados.....	47
------------------------------------	----

4.1. Análisis e interpretación de datos.....	47
4.2. Discusión y resultados.....	88
CONCLUSIONES.....	95

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**ANEXOS**

## CAPÍTULO I

### **1. Planteamiento del problema**

Las sociedades humanas en el proceso de su desarrollo histórico han plasmado todas sus manifestaciones y también sus ideas fundamentales de sí mismas en algún tipo de evidencia material o de soporte oral. Dichas evidencias nos permiten conocer la forma de vida de aquella sociedad, las relaciones de poder, los discursos políticos, las manifestaciones culturales, donde las sociedades establecen sus relaciones sociales entre sí. Estas evidencias denominadas fuentes pueden ser de diferentes tipos y clases de acuerdo al grado de desarrollo y las costumbres de las sociedades que expresan sus ideas y sus formas de vida.

En ese sentido, creemos en la importancia de la línea editorial de los diarios, que es

una fuente esencial para reconstruir la historia de cualquier sociedad humana en un determinado tiempo y espacio.

Al respecto, Luis Miguel Glave (2004) advierte de la importancia y el manejo, sobre la prensa regional en el Cuzco. Nos presenta una explicación de los periódicos y su lectura. Donde los periódicos ofrecen un nacimiento de informaciones contemporáneas al hecho mismo que se describe y expresan una determinada opinión sobre lo que se informa.

Por ello, consideramos que los periódicos representan una evidencia base de la vida inmediata de los hombres.

Es así, buscamos desarrollar un análisis crítico del discurso (ACD) como lo plantea, Sancho Guiñada (2007), donde los discursos políticos difundidos a través de los medios de comunicación como la prensa, como el caso de los diarios ayacuchanos, también tienen diferentes miradas sobre la realidad.

En ese sentido, fue necesario abordar el estudio del discurso político a partir de la línea editorial de los diarios ayacuchanos (Jornada, La Voz de Huamanga y Global) durante las elecciones municipales y regionales 2014.

Creemos que los aspectos sociales, culturales y políticos marcan la pauta de sus informaciones, como manifiesta, Porras Barrenechea (1974) a través de sus investigaciones en torno a los ideólogos y personajes ligados al periodismo peruano, para entender el porqué de la manifestación de su discurso materializado en la prensa. Si bien es cierto, la relación entre el poder político, el discurso, la prensa y los intereses de las diversas clases sociales, son claves para entender los diversos comportamientos de las personas. Sobre este fenómeno, Camilo Taufic (1983),

advierte, el periodista es el agente difusor de ideas y argumentos que expresan los intereses de una clase social dominante, es el agente de enlace entre la vida social y los intereses puestos en juego de los que producen y difunden el discurso en los periódicos.

Es decir, la información que se configura en los diarios locales va responder a la intención del discurso, ya sean hegemónicos o no, sobre todo en la línea editorial, donde los mensajes se desarrollan a partir de la realidad social, sin embargo, que en muchas veces son tergiversados por los editores o dueños de los medios.

Por lo tanto, abordamos el discurso político a partir de la interacción social, así como lo plantea el estructuralista holandés (Van Dijk 1994: 02) “que el discurso ejerce poder en la construcción y reproducción de las ideologías y del abuso del poder”, por ello, el objetivo del análisis crítico del discurso (ACD) es demostrar a través del análisis del discurso político a partir de la línea editorial de los diarios ayacuchanos, el tratamiento que dio a los hechos políticos durante la contienda electoral del 2014.

Por ello, la construcción del discurso se asume como acciones culturales que se presenta hacia lo público con distintas miradas, ya sea de todas las formas de desigualdad e injusticia social en el país y en el mundo. “Más aun, cuando el discurso político está cargado de alto contenido ideológico y cómo esta puede direccionar un tipo de comportamiento de la masa” (Van Dijk 1995:19). Entonces, podemos afirmar que el discurso ejerce poder en la construcción y reproducción de las ideologías y del abuso del poder, Van Dijk (1994).

Por lo tanto, bajo esta mirada se pone en cuestión el estudio del análisis del discurso político a partir de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones

Municipales y regionales del 2014.

Si bien es cierto, el discurso se puede analizar en tres dimensiones a través del lenguaje, el texto y la interacción social, es por ello se dice que “el discurso es un proceso de construcción cultural” (Van Dijk 1994:10).

Entonces, el discurso político se configura a partir de la interacción social, con la participación de los actores políticos y de hechos políticos, lo cual en un contexto de la contienda política, puede generar cambios en las actitudes del individuo frente a la sociedad heterogénea.

Por lo tanto, va depender mucho de cómo se construye el discurso (social o político) frente al público, a partir de los mensajes difundidos de los diarios ayacuchanos.

Como manifiesta:

En el estudio del discurso como acción e interacción, el contexto es crucial. [...] El discurso se produce, comprende y analiza en relación con las características del contexto. Por lo tanto, se interpreta que el análisis social del discurso define el texto y el habla como situados: describe el discurso como algo que ocurre o se realiza “en” una situación social (Van Dijk 2000:32).

En líneas sencillas, el discurso político que se matiza en la línea editorial de los diarios responde a un contexto específico. Estas prácticas no han sido ajenas a nuestra realidad durante las elecciones Municipales y Regionales del 2014. Donde los diarios ayacuchanos apostaron en la difusión de los mensajes del discurso político en las diferentes páginas (en las portadas, en la página política y la línea editorial). Estos elementos han sido utilizados como una herramienta por los diarios y algunos candidatos para transmitir sus ideales políticos con el propósito de lograr sus intereses individuales, dejando de lado el interés social de la población. Esta situación cada

vez se repite durante las campañas electorales de los candidatos aspirantes a ocupar el poder o cargo político en las instituciones públicas.

Estas acciones se ha convertido para algunos políticos en una suerte de entrenamiento, para algunos, el manejo del doble discurso político con el único propósito de llegar al poder.

La relevancia social de esta investigación radica en conocer hasta qué punto el uso del discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos se ha orientado hacia uno otro partido político durante las campañas electorales 2014.

### **1.1. Justificación**

La justificación teórica de la investigación se basa en la importancia que tiene todo estudio, porque se constituye en una herramienta de consulta para las futuras investigación. En ese sentido se abordará el estudio del discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014.

La relevancia social de esta investigación radica en conocer hasta qué punto el uso del discurso político puede ser una estrategia para imponer ideas dominantes en favor y en contra de los candidatos que se perfilan a ocupar cargos públicos.

Si bien es cierto, el discurso político demagogo puede llevar a generar desigualdades sociales, descontento social y la desconfianza de sus propias autoridades, que a la larga podría generar caos social, desestabilidad del país y hasta puede llevar a la destitución de sus autoridades.

## **1.2. Impactos y beneficiarios previstos.**

El resultado de la investigación que se desarrolla aportará para que los dueños de los medios de comunicación como la prensa, el caso de los diarios ayacuchanos reflexione sobre la responsabilidad social que deben tener al momento de escribir las páginas editoriales. Si bien es cierto, la prensa escrita, como los diarios tienen una responsabilidad social en el manejo de la información periodística, como de informar, entretener y educar.

Sin embargo es otra, la realidad de los diarios, ya sea de circulación local, nacional y mundial, que muchas veces se alimenta de informaciones sensacionalistas, dejando de lado la responsabilidad social. Por ello es muy importante, la línea editorial sea una herramienta que ayude construir una sociedad, con identidad, respeto, valores y equidad.

## **1.3. Formulación del Problema**

### **1.3.1. Problema general**

¿Cuál fue el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones Municipales y Regionales 2014?

### **1.3.2. Problemas específicos**

¿Cuál fue el tratamiento que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político durante las elecciones municipales y regionales 2014?

¿Cómo se construye el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales?

¿Cuál fue el mensaje que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político de los candidatos durante las elecciones municipales y regionales 2014?

#### **1.4. Objetivos de la Investigación**

##### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar y describir el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones Municipales y Regionales 2014.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

1.- Identificar el tratamiento que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político durante las elecciones municipales y regionales 2014.

2.- Conocer la construcción del discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014.

3.- Identificar el mensaje que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político de los candidatos durante las elecciones municipales y regionales 2014.

#### **1.5. Hipótesis y variables**

##### **1.5.1. Hipótesis principal**

El discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos fue una estrategia para favorecer a los candidatos que se perfilaban como ganadores a ocupar cargo

político durante las elecciones municipales y regionales 2014.

### **1.5.2. Hipótesis específicas**

**H1.** El tratamiento que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político fue manipulado, direccionado, muchas veces favoreciendo a los candidatos que aspiraban un cargo político durante las elecciones municipales y regionales 2014.

**H2.** El discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos se construye a partir de intereses económicos durante las elecciones municipales y regionales 2014.

**H3.** El mensaje que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político de los candidatos ha sido a favor de los intereses personales, dejando de lado el interés social durante las elecciones municipales y regionales 2014.

### **1.6. Variables e indicadores**

#### **Variable**

Línea editorial

#### **Indicadores**

Aproximación a una ideología política.

Posición del diario frente a los partidos políticos.

Posición del diario frente a determinados hechos políticos.

#### **Variable**

Discurso político

#### **Indicadores**

Mensaje político

Posición del periódico

## **CAPITULO II**

### **2. Revisión de Literatura**

#### **2.1 Antecedentes del problema**

Con el ánimo de establecer los antecedentes del presente trabajo de investigación hemos recurrido a las diferentes fuentes bibliográficas, algunas investigaciones, ensayos, artículos y comentarios elaborados por investigadores en el campo del discurso político y la línea editorial de los diarios. Por ello, estos aportes sea una guía para el desarrollo de esta investigación.

En ese sentido, creemos en la importancia del discurso político de la línea editorial de los diarios. Lo cual, se considera una fuente esencial para reconstruir la historia de cualquier sociedad humana en un determinado tiempo y espacio.

##### **2.1.2. Antecedentes Internacionales**

La construcción del discurso se asume como acciones culturales que se expone hacia lo público con distintas miradas, ya sea de todas las formas de desigualdad e injusticia social en el país y en el mundo (Londoño 2007).

Según el estudio, “Los editoriales, reflejo de un momento histórico. Análisis de los editoriales publicados en el País y ABC en mayo de 1976”, desarrollado en la Universidad de Complutense de Madrid- España por María del Mar Blanco, en la que manifiesta que cada uno de los diarios utiliza los editoriales con un fin concreto, por ello existe una diferencia sustancial entre los posicionamientos de ambos. El País utiliza los editoriales para manifestarse en contra de aquellos aspectos de la realidad con los que no está nada de acuerdo, para ello utiliza un tono belicoso o agresivo. En cambio ABC, por su parte, es más tolerante. Trata aspectos concretos y de forma más tangencial. Además, los principios configuradores no son ajenos a la realidad, por ello, para su establecimiento y concreción es preciso tener en cuenta las distintas tradiciones y convicciones ideológicas, filosóficas y políticas, al tiempo, las consideraciones deontológicas y legales.

En el caso concreto al que se refiere el presente estudio, el contexto histórico afectó de manera decisiva a la constitución ideológica de los diarios.

Según las conclusiones obtenidas por Miguel Ángel Valenzuela (2004) investigación desarrollado en Guatemala-Centro América en el Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, INCEP. Titulado “Discurso político”, en la que sostiene que hoy en día, el análisis del discurso, se ocupa también de las relaciones entre discurso, poder, dominación y desigualdad social, de allí que el análisis del discurso se convierte en una herramienta muy útil para los observadores políticos e interesados

en el tema, ya que esto les permite llegar a los procesos mentales.

Por su parte, Larraín Plantea (2009), que existe una multiplicidad de discursos y que ninguno puede plantearse como el “único” y eso es lo que complica comprender el concepto. Precisamente porque tienen que ver con política; el que logra narrar al otro, también ordena al mundo, y ese es también un acto de poder.

Según las apreciaciones del autor el discurso es complejo y diverso, lo cual no sólo debe entenderse como el único, sino como una visión más amplia de interpretación y análisis.

Alexandre Dorna (1993), en el artículo titulado “estudios sobre el discurso político”, realizado en la Universidad de París, sugiere el análisis estructural y el estudio de los efectos del discurso político en situaciones de «monólogo» o de «diálogo», en la que hace constatar la necesidad de desarrollar en el campo de la psicología social de la política, un nuevo paradigma integrador. En este estudio, Dorna toma como caso emblemático que fue para el mundo, el debate político televisivo que se desarrolló en Francia entre los candidatos Jacques Chirac y Laurent Fabius. Según señala, este debate político marcó la diferencia entre uno y otro, la utilización de las figuras retóricas (las expresiones gestuales), por ello, las figuras retóricas fueron consideradas en la antigüedad como herramientas poderosas de la persuasión y como las piezas maestras de la construcción argumentativa.

Al respecto, Rocío Orlando Zamora (2010) en el estudio titulado “Análisis del Discurso: Caso Diario Critica de Argentina, 2008”, indica que el análisis de estos elementos permite afirmar que el destinatario que se construye se acerca a un lector de clase media, instruido sobre los asuntos de interés nacional que se posicionan en la

agenda mediática de éste y otros medios del país, pero sobre todo informando acerca del conflicto con el sector agrario y los actores involucrados.

Asimismo, llega a manifestar que la guerra mediática y disputa simbólica se emplean para señalar que la batalla entre los dos actores que protagonizan el conflicto se da en el ámbito de los medios y en las relaciones de poder que éstos ponen a actuar. En estas manifestaciones aparece muy vinculados los conceptos de argentinidad y ser nacional como dos nociones abstractas que surgen para señalar que en los dos actos patrios, los actores se disputaron, la representación genuina del ser nacional, de la verdadera argentinidad como se ha señalado antes. A partir de estas dos competencias, el lector se encuentra en condiciones de interpretar y reconstruir sentidos sobre el tema, como señala Eco, la narrativa en su conjunto exige movimientos cooperativos y activos por parte del lector.

Inmaculada Chacón Gutiérrez (1994) en el estudio desarrollado en la Universidad Complutense de Madrid en la Facultad de Ciencias de la Información, departamento de Periodismo III, para optar su tesis doctoral, titulado: “La fiabilidad del proceso documental del discurso periodístico, como fuente de información: análisis, método y valoración”, advierte que el Discurso Periodístico, como proceso es un modo de información, como conjunto de escritos es un medio de comunicación incierto,acrónico y anónimo, capaz de persuadir y manipular al usuario presentando una realidad sesgada, que tiende a perpetuar las estructuras y valores sociales establecidos por el discurso periodístico.

Por otro lado, Francisco J. Sánchez García (2009) en el estudio para optar la tesis doctoral en la Universidad de Granada, Facultad de Filosofía y Letras, Departamento

de Lengua Española. Titulado “Estudio Pragmático del Discurso Periodístico Político Español. A propósito de los debates sobre el Estado de la Nación”, sugiere que los políticos se sirven de la prensa para llegar a los ciudadanos, para inducir de la conveniencia de “tomar partido” por ellos y nunca por el partido contrario. Donde el aspecto social es esencial, porque convencer no era suficiente, la persuasión requería un sustento.

En este contexto de debate electoral entre los partidos políticos de Derecha y de Izquierda, donde se alimentaba una divergencia ideológica dominante que tenía acceso preferente al discurso, frente a una contra ideología alternativa que aspiraba a ocupar el lugar de la primera. Esta práctica es claro ejemplo que el discurso político es una herramienta que incita el poder hegemónico.

“La argumentación en el discurso periodístico sobre la inmigración” es una investigación desarrollada en España por Mario de la Fuente García, manifiesta, sobre las informaciones que transmiten los medios de comunicación, respecto al tema de la inmigración. Asimismo, indica que en el contexto social en el que desarrollan su labor diaria los medios de comunicación determinaría una parte importante de las características de las noticias que aparecen en ellos.

Los grandes medios de comunicación son antes que informadores empresas que necesitan imperiosamente obtener beneficios económicos.

La entrada de la publicidad en el sistema informativo implica que son las decisiones de los anunciantes, las que condicionan la buena o mala marcha de un medio de comunicación, por lo que este nunca elaborará noticias que vayan abiertamente en contra de los intereses comerciales de sus patrocinadores. Además agrega que las

relaciones que la prensa mantiene con el poder político conllevan un proceso de reproducción, guiado por el principio de afinidad burocrática, de los puntos de vista de las distintas administraciones.

### **2.1.3. Antecedentes Nacionales**

En cuanto a los antecedentes nacionales la tesis de Sara Jesús Cuentas Ramírez, titulado “Programas periodísticos televisivos y su impacto en la democracia caso de los canales 2 y 4 durante el proceso electoral del 2000”, desarrollado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para optar el título profesional de Licenciada en Comunicación Social, da cuenta sobre el tratamiento de la información que tienen los medios de comunicación en épocas electorales, “la carga tendenciosa en la información se relaciona, casi siempre con temas políticos, por ejemplo, durante el proceso electoral 2000, opinar y sancionar valorativamente, respecto al candidato de la oposición, fue práctica constante de los periodistas en 90 Segundos y América Noticias”.

Por su parte, Daniel Morán y María Aguirre en sus investigaciones desarrolladas, titulado: “La prensa y el discurso político en la historia peruana: algunas consideraciones teóricas y metodológicas”, manifiestan que la prensa escrita representa una fuente histórica fundamental para el estudio de la historia peruana, llegando a considerar a los diarios como un instrumento para informar, así como para formar opinión según intereses determinados.

Entonces, prensa, discurso y contexto van interrelacionados y responden a las circunstancias cambiantes de la sociedad y a los intereses que los diversos grupos

sociales tienen y desean preservar en pleno flujo de propagandas políticas, durante las elecciones municipales y regionales.

#### **2.1.4. Antecedentes Locales**

En esta búsqueda de investigación de los antecedentes a nivel local, encontré una investigación relacionada al problema de estudio, desarrollado por Carlos Infante y José Vásquez (2006), titulado “La línea editorial de la prensa ayacuchana durante la primera mitad del siglo XIX”, en una de las conclusiones mencionan que en esta época aparecieron varios diarios, pero de tantos diarios, sólo eran tres los que se oponían al poder hegemónico, sin que por ello su visión ideológica se presente adversa al modo de producción dominante. Los periódicos oficiales o de corte, surgieron para combatir desde el discurso periodístico a medios ubicados en la orilla opuesta de la política.

Asimismo, Carlos Infante (2010) en su estudio, para optar la tesis Doctoral en Ciencias Sociales, titulado “Poder, Tensión y Caricatura: durante el período final del régimen fujimorista” advierte que la presencia de la caricatura en la prensa durante el período final del régimen fujimorista, enmarcado en una crisis de dictadura, no sólo correspondería al rol entretenedor de la prensa de esa época, sino a la creación de un sistema simbólico de dicotomía entre la cultura hegemónica y popular, evidenciando un conjunto de elementos como la ironía, la falsa conciencia, el sin sentido, la traición y otros.

De igual manera se ha encontrado un estudio relacionado a la investigación de Walter Condorpusa (2000) tesis para optar la licenciatura, titulado: “La línea editorial de los

canales de televisión en el proceso electoral”, llegó a determinar en una de sus conclusiones, que el análisis político desde la asunción de Alberto Fujimori a la Presidencia, que aparentemente estuvieron encaminados a hacer un gobierno más viable , sin embargo estos fueron utilizados posteriormente para tener el control de los organismos del estado y de los medios de comunicación con el objeto principal de mantenerlo en el poder.

Asimismo, advirtió que el Estado obtuvo un control total sobre los poderes del Estado. Lo cual generó caos, desorden y abusos por parte de estos órganos, por lo que no existió un organismo autónomo que los evaluará; donde predominó la manipulación de los medios de comunicación masiva y las informaciones de acuerdo al antojo de sus servidores. Lo que permitió al Estado apaciguar las expectativas populares.

Por su parte, Rosita R. Lazo Leonardo (2005) tesis desarrollada para optar la licenciatura, titulado, “El diario del Correo y opinión pública en Huancayo “, en la que llegó a la conclusión, de que el manejo del diario en cuanto se refiere a la libertad de información de alguna manera estuvo condicionado a intereses económicos de la empresa.

En cuanto se refiere a la “opinión pública” considera que el diario se esforzó por mantenerlos informados. Sin embargo, la mayoría de las personas señalan que nunca tuvieron la oportunidad de emitir una opinión por el diario. Los mismos que exigían al periódico el tratamiento más profundo en temas culturales, análisis político, derechos humanos, delincuencia y específicamente acerca de los problemas sociales.

## **2.2. Teorías y enfoques**

### **2.2.1 Discurso político de la línea editorial**

Debo señalar que al tomar el discurso político como categoría principal para mi trabajo de investigación, trato de analizar el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014.

Para ello, fue necesario enmarcarnos en el estudio desde el campo de la comunicación, lo cual guiará el marco general de la investigación. Por lo cual, hemos apostado trabajar con la teoría de sociología de producción de mensajes de José Carlos Lozano Rendón, esboza que este enfoque tiene como finalidad central estudiar las diversas condicionantes que inciden en la producción de mensajes en los medios y que determinan que ciertos contenidos se difundan y otros no. Estos argumentos nos permiten abordar de manera más amplia el análisis de la línea editorial de los diarios Ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales del 2014.

En ese sentido, abordamos el discurso político a partir de la interacción social, así como lo plantea el estructuralista holandés (Van Dijk 1994:02) “el discurso ejerce poder en la construcción y reproducción de las ideologías y del abuso del poder”, por lo tanto, el objetivo del (ACD) es demostrar a través del análisis del discurso político de los diarios ayacuchanos, el tratamiento que se dio al discurso político en las líneas editoriales durante las elecciones municipales y regionales 2014.

Además sostiene cómo se ha abordado, los problemas sociales de nuestra realidad en este contexto. En ese sentido, fue necesario recurrir a los planteamientos, Teun Van Dijk (1999), el análisis crítico del discurso (ACD) y “el estudio del discurso: el

discurso como una estructura”, quien analiza, el discurso como un proceso de construcción cultural, sosteniendo en la acción que realiza el hombre y que representa a través del habla, oral, escrita y símbolos. Es decir el discurso, es un acto social, porque parte de la interacción social, de la interrelación de la gente (que se llama el micro nivel) y la interrelación con las instituciones (se denomina macro nivel) según los planteamientos de Van Dijk.

Si bien es cierto, actualmente el análisis del discurso tiene un gran asentimiento como una propuesta metodológica de investigación social. Esto se debe al hecho de que, en comparación con las otras técnicas de investigación social existentes (por ejemplo, la historia de vida, la entrevista, el cuestionario o el análisis de contenido), ofrecen una mayor viabilidad de captar ciertas dimensiones de la realidad social, la ideológica y la política.

Por lo tanto, el concepto de discurso abre un trayecto para la investigación, la relación entre lenguaje, ideología y poder. Por ello, lo primero es entender el discurso desde el aspecto social, pese que se ha desarrollado desde muchos años desde las diferentes disciplinas, la psicología, la lingüística y recientemente desde la sociología, lo cual se viene realizando el estudio del discurso desde el aspecto social.

El discurso es una manifestación concreta de la lengua y se produce necesariamente en un contexto particular en el cual intervienen no solamente los elementos lingüísticos, sino también las circunstancias de su producción: interlocutores, tiempo, lugar y relaciones existentes entre estos elementos (Van Dijk 1996:188).

Llegando a manifestar que el estudio del discurso es muy complejo, porque son manifestaciones concretas del individuo en la que hace uso de la lengua como una

forma de expresiones.

Si bien es cierto, el discurso es un proceso que se configura en la sociedad de manera individual o colectiva a partir de construcciones culturales, en la cual, tiene que ver, la capacidad popular en desarrollar los procesos mentales, para que se traduzca el discurso, en rechazo o aceptación.

Pero también consideramos que el discurso por sí solo no suministraría toda la información necesaria para conocer la realidad social, pero sí nos permite encontrar claves que nos transporten a la reconstrucción de esa realidad. Sobre este fenómeno Bourdieu (1988), advierte, el trabajo político se reduce, en lo esencial, a un trabajo sobre las palabras, porque las palabras contribuyen a construir el mundo social. Es decir, el discurso político configura un conjunto de elementos, tipologías, que muchas veces hace difícil la cognición social (Van Dijk 1994), es decir la interpretación que da el individuo a un cierto discursivo, se da de acuerdo a la experiencia, social, cultural y al medio contexto.

Otro aspecto que debemos tener en cuenta es la cognición social que es un elemento muy importante que está presente en el discurso. Esto lo plantea, Van Dijk (1994) define a cognición social, como procesos mentales, que tiene que ver con factores como actitudes e ideologías compartidas por grupos sociales.

Por lo tanto, creemos que el discurso político, es un discurso estratégico, en la medida en que define propósitos, medios y antagonistas, manifiesta propiedades explicativas, lo que significa quien lo sustenta no se limita a informar o transmitir una convicción, sino que también produce un acto, expresa públicamente un compromiso y asume una posición.

Si bien es cierto, el discurso político son aquellos discursos que, si bien no son emitidos desde los lugares institucionales donde se da el juego discursivo del poder, tienen una intención política; es decir, tienen como objetivo incidir en las relaciones de poder existentes en la sociedad.

Entonces decimos, el discurso político son construcciones sociales que se desarrollan a partir de la interacción social del hombre, se materializan a través del habla y el texto. Sobre este fenómeno, Van Dijk (2000) sostiene que el discurso son modos de expresiones distintos a través de formas lingüísticas definidas social y culturalmente.

Entonces, para la configuración del discurso político son necesarios las acciones políticas, actores políticos, y sobre todo el medio contexto.

Por lo tanto, cuando se habla del discurso no solo se refiere al uso del habla, oral o escrito, sino más aun a la construcción de ideas, ya sean sociales o políticas. Como detalla el teórico (Van Dijk 2000) los discursos no sólo consisten en estructuras, sonidos o imágenes, y en formas abstractas de oraciones (sintaxis) o estructuras complejas de sentido local o global y formas esquemáticas. También es posible representar en términos de las acciones sociales que llevan a cabo los usuarios del lenguaje cuando se comunican entre sí en situaciones sociales, dentro de la sociedad y la cultura en general.

En definitiva, el discurso político, considerado como tipo de discurso social, debe gestionar, en su interior, entidades del imaginario de una sociedad dada. “Pero no puede proceder de manera incondicionada: por definición, las mismas condiciones sociales que operan en la producción de imaginarios, aplican, también, en la

producción de discursos” (Van Dijk 2000: 32).

“El discurso puede influenciar a la sociedad a través de las cogniciones sociales. Los que configuran el discurso político son los grupos dominantes, ya que, son los que tienen acceso a la manipulación y uso de estructuras de dominación” (Van Dijk 1985: 09), entonces decimos que la ideología implica poder, una hegemonía de dominio de una clase social tras otra.

Como también, el discurso político implicar poder y dominio frente a las clases sociales. Este lo plantea Van Dijk, los políticos, los periodistas en la prensa utilizan de manera sistemática el problema social con la finalidad de convertir a la prensa y al discurso público en el mecanismo central de la reproducción discursiva del poder, pues tienen, la posibilidad de decidir qué es importante y cómo se debe valorar.

Entonces, los que acceden a la producción discursiva, ya sea en lo político o social, son los actores sociales.

Aquellas personas que tienen acceso a las diferentes instituciones públicas o privadas, como el caso de los periodistas (que tiene papel activo), al discurso de la empresa, a los discursos científicos, a los discursos de las conferencias, cada uno con sus propios esquemas de formas de acceso o formas preferenciales, a gran variedad de discursos públicos a los que otras personas no tienen (Van Dijk 1994: 13).

Por ello, decimos que, los discursos políticos son productores de hegemonía política e ideológica, tienen un lugar clave en la producción de las identidades colectivas (Verón 1987), entonces éstos se constituyen en un lugar fundamental para el análisis de la política.

En tanto, (Van Dijk 2004:197) registra como características definitorias del discurso político una serie de variables contextuales, los participantes, el entorno y las

finalidades. Sin embargo, esto se debe ponerse en relación con una cuestión más fundamental relativa a la naturaleza del conocimiento político: la comprensión de la política es una función del contexto social e intelectual más amplio de un determinado grupo, en un determinado momento histórico.

Asimismo, Van Dijk sostiene, el discurso político contiene elementos discursivos como símbolos, de allí se denomina a los símbolos como los instrumentos por excelencia de la integración social: en cuanto a instrumentos de conocimiento y de comunicación, hacen posible el consenso sobre el sentido del mundo social, que contribuye fundamentalmente a la reproducción del orden social: la integración lógica es la condición de la integración moral. Donde el proceso de expresión se da de acuerdo al contexto y al nivel de interacción social entre los hombres, cuyo proceso también se repite en cualquier parte del mundo.

Entonces, tanto el discurso y discurso político son construcción culturales que se configuran a partir de la interacción social, con la diferencia de que el discurso político lo configuran los actores sociales, políticos, los participantes, lo cual hace que muchas veces los discursivos estén cargados de elementos de poder y hegemónicos.

### **2.2.3. La línea editorial relacionado con la ideología.**

En este trabajo para poder teorizar, la variable, a partir de la línea editorial de los diarios locales, tendremos en cuenta los elementos discursivos que lo componen la línea editorial como el discurso político, relacionado a la ideología. Si bien es cierto, la línea editorial de los diarios forman un conjunto de valores y criterios que guían

una redacción en los arbitrajes que hace frente a los temas de actualidad.

La manera de elevar, el ángulo, el punto de vista y el tono escogidos son varios elementos que contribuyen a precisar. Lo cual, dentro de ese proceso de la configuración de la información se enmarcan de manera implícita o explícita, el discursivo de la categoría de poder e ideología.

La línea editorial tiene una posición asumida por el medio de comunicación respecto a situaciones reales, económicas, políticas y sociales, si bien es cierto responde a la ideología y a los intereses de los propietarios. Sobre este fenómeno (Vicente Leñero y Carlos Marín 1986) advierte, la línea editorial no solamente es practicada en los medios impresos, sino también por medios radiales y televisivos, donde expresan los “hechos trascendentales” del antecesor, local y nacional.

Al respecto, Eliseo Verón (1987) sostiene, la producción de comunicación de masas en la prensa, es una producción social de sentido o semiosis social. Es decir, en una sociedad existen organizaciones, instituciones, grupos sociales, etc., en la que existen vínculos entre uno y el otro, que conforman nuestra realidad, lo que permite la construcción discursiva.

Además, Verón llega a indicar, la valoración que dan los periodistas en las editoriales, en el plano discursivo, ya sea en lo político o social, serían igualmente ideológicos, en la medida en que lo ideológico es una dimensión presente en todos los discursos producidos en el interior de una formación social, porque el discurso es social, en ese sentido se refiere al sistema de relaciones entre los discursos y sus condiciones de producción.

Por otro lado, uno de los factores que podría determinar en la elaboración de los

mensajes discursivos está la valoración profesional de los comunicadores. El segundo factor es la propia institución, es decir el dueño del medio, porque la línea editorial de los diarios responde a la posesión del medio o de la institución. Sobre este fenómeno (Gomis 1991) advierte, “la valoración de las noticias es la evaluación del contenido informativo potencial a partir de las preferencias que dominan en una organización”. Por ello, en el interior de una redacción la valoración de las noticias puede verse influida por las preferencias y caprichos de redactores, directores o editores. Pero en conjunto lo que configura es más bien la estructura social en la que los redactores y directores viven y trabajan.

Entonces, la valoración de las noticias es un reflejo de las convenciones económicas y políticas que enmarcan el orden social y moldean los valores en una sociedad.

Por ello, desafortunadamente, la objetividad como tal es imposible de ser alcanzada, “por lo que este valor profesional lo único que provoca es que los comunicadores tiendan a favorecer los valores dominantes de la sociedad y a reforzar el statu quo” (Lozano 1996: 68).

La objetividad total no se cumple desde el momento en que los reporteros cubren ciertos eventos e ignoran otros, seleccionan ciertos datos de un acontecimiento y desechan otros de ese mismo caso, jerarquizan los datos alterando su orden cronológico y acomodándolos por orden de importancia atribuido por ellos mismos.

Al respecto (Soria 1997:57) sostiene:

Los principios editoriales, por el contrario, han de dar cuenta y razón del pensamiento colectivo concreto que, en cada empresa, inspira los contenidos informativos, los posicionamientos editoriales, y el estilo ético de la actuación informativa. [...] La transparencia de los verdaderos principios editoriales y éticos – aquellos que realmente

definen la conducta informativa de la empresa— constituye la transparencia más importante que interesa asegurar.

Entonces, la pluralidad y la imparcialidad de los medios de comunicación va responder a la posición o la línea ideológica que siguió la empresa.

Al respecto, Verón, sostiene que las ideologías se encuentran en toda interpretación o producción de sentido y que señalan aspectos sustanciales de sus condiciones de producción.

En ese sentido, abordaremos el estudio, de la línea editorial de los diarios ayacuchanos, relacionando a la ideología y poder.

García Canclini (1995), hace una acotación muy importante al señalar que corresponde al lector identificar la ideología que encierra un mensaje, es el lector quien sin duda alguna asigna el nivel de significación del discurso entendido como noticias, columnas de opinión y editorial.

Asimismo, sugiere que la prensa se vale también del diseño editorial (código no lingüístico) de sus páginas, para comunicar de manera consciente o inconsciente un mensaje que en últimas siempre está influida por el discurso que orienta los medios de comunicación.

Por su parte, el teórico, Teun Van Dijk (1994) advierte (Discurso, poder y cognición social) en la que hace referencia sobre la configuración de la ideología a partir de la interacción social. Es decir, las ideologías son marcos básicos de cognición social, son compartidas por miembros de grupos sociales, están constituidas por selecciones de valores socioculturales relevantes y se organizan mediante esquemas ideológicos que representan la autodefinición de un grupo, como lo plantea (Van Dijk 2008:208)

las ideologías como marcos que operan a nivel individual, pero que son compartidos socialmente. Asimismo, los planteamientos del sociólogo francés Pierre Bourdieu y el estructuralista, Michael Foucault, nos permite ahondar la investigación sobre la línea editorial relacionado a la ideología.

Además, la configuración del discurso político de la línea editorial responden a actos sociales y políticos, es decir, son productos sociales que se desarrollan en una determina sociedad y en un medio contexto a partir de la interacción social.

Entonces, podemos afirmar, la formación ideológica del hombre va depender mucho del comportamiento social positivo o negativo y esto a la vez va reflejar en el desempeño del ciudadano con una conciencia política positiva o negativa en el ejercicio de sus funciones.

Al respecto (Bourdieu 1988: 127-142) manifiesta que los diarios son “Poseedores de un fuerte capital simbólico (...) conocidos y reconocidos”, los diarios juegan su juego al interior del campo periodístico, en el que la apuesta discursiva remite a su capital simbólico y por lo tanto, a la posición de éstos en el espacio social.

Si bien es cierto, la línea editorial está cargada de mensajes ideológicos, que son productos de la realidad social, lo cual, tiene significado cuando los hombres desarrollan procesos mentales.

Por su parte (Camilo Taufic 1979:59) sostiene, la comunicación social aparece como el producto de relaciones materiales e ideológicas que se articulan en un mismo proceso. Cuyos efectos y a su vez reflejan en la conciencia de las personas y en la organización social, es decir, la conciencia política gira en torno a la interrelación que tiene el hombre, ya sea con las clases sociales predominantes que imponen sus ideas.

Entonces decimos que la línea editorial configura elementos discursivos orientados en el poder hegemónico.

Por ello, creemos, tanto el discurso y la línea editorial de los diarios, son construcciones culturales, que se configuran a partir de la realidad social y estos a la vez están cargados de elementos discursivos (poder e ideología).

Por lo tanto, es muy importante que los medios de comunicación, como la prensa escrita de la línea editorial de los diarios sea reflejo de la realidad social, donde el periodista o editor de la página editorial, tenga presente la responsabilidad social con el lector.

Tampoco podemos negar, las prácticas discursivas en las páginas editoriales de los diarios, sean políticas o sociales, porque responden a la situación política, económica y al medio contexto en que se vive.

Entonces decimos que lo político obedece a las ideologías en torno al poder del medio en cuestión. Como la ideología obedece a una serie de creencias e ideas sobre algún sistema, en este caso, obedece a los dogmas sobre un sistema político, entendiendo por político la ideología hacia la que se inclina el diario para defender sus intereses o los de una mayoría. Sobre este fenómeno, Van Dijk (1998) advierte, las ideologías como los sistemas básicos de la cognición social, conformados por representaciones mentales compartidas y específicas a un grupo, las cuales se inscriben dentro de las “creencias generales: conocimiento, opiniones, valores, criterios de verdad, etc.) de sociedades enteras o culturas”.

Si bien se asume que la prensa no debe guiarse por ninguna tendencia política específica, dado que su naturaleza es ser neutral y lo más objetiva posible, lo cierto es

que los diarios en sus contenidos, opiniones y diseños, defienden o atacan ciertas ideas o personajes, dependiendo la posición que asuman frente a esos temas.

Además, en cuanto se refiere al tratamiento de información que deben tenerlos los medios de comunicación masiva, Nieto (1987) sostiene, quienes dirigen y trabajan en una empresa periodística deben llegar a un acuerdo sobre el modo de pensar respecto a cada una de esas áreas, para contraer un compromiso ideológico ante los lectores, con este modo abierto, de acogida a distintas ideas y propuestas de los profesionales implicados es desde donde debe abordarse la concreción de los principios configuradores.

Al respecto (Aznar 1999:78) “supone el reconocimiento de la dimensión comunicativa, intelectual e ideológica de un medio y conlleva el compromiso empresarial de mantener y respetar esa dimensión”.

Además, sugiere que la empresa de comunicación es necesario conocer, planteamientos de orden intelectual, cultural y ético sobre una amplia gama de hechos de la realidad social, cuestiones, que en definitiva, al tiempo que reflejan la transparencia de la empresa, permiten identificarla.

Para la configuración de los discursos de la línea editorial de los diarios existen muchos factores, para que el contenido de los mensajes sea reflejo de la realidad, por ende sea el interés social y no interés individual, pero muchas veces prima el interés económico y político. Al respecto (Gargurevich 1997: 157) plantea que la línea editorial de los diarios muchas veces es direccionada de acuerdo al medio contexto, llegando afirmar, que toda información lleva una intencionalidad ideológica que en

muchos casos está fuera del control del periodista y en otros como perfectamente manipulados.

Por su parte (Lennin 1960:7-8) sostiene, la ideología y su papel en la producción social de los intereses que dominan en los medios, manifiesta que los hombres han sido siempre en política víctimas necias del engaño de los demás y del mismo; “quienes seguían siendo, mientras no aprendían a discernir esas frases, esas declaraciones, promesas morales, religiosas, políticas y los intereses de una u otra clase”. Sobre este fenómeno Van Dijk, indica, para poder influenciar en las grandes masas, o grupos de personas, éstas y éstos tienen que comprender el discurso (cognición, interpretación individual y social).

Asimismo (Van Dijk 1994: 11) advierte, “los grupos que tienen acceso a esas formas de poder y de control social son generalmente grupos que han sido legitimados y tienen a su vez acceso al discurso público”. Esto es lo que en Gramsci se conoce como hegemonía.

En ese sentido, hacemos relacionar la línea editorial con poder e ideología, porque ambos se configuran a partir de la interacción social, es decir son productos sociales que están presentes en el discurso.

Asimismo, para poder argumentar acerca del poder, tenemos el soporte teórico, Michael Foucault, quien entiende en sus planteamientos, respecto el poder como una acción que se construye a partir de la interacción social del hombre, y esa acción va depender mucho de cómo se construye la ideología de poder en la mente del individuo, ya sea de manera individual o colectivo, lo cual se va evidenciar en la práctica social.

Si bien es cierto, cuando hablamos de la línea editorial de los diarios debemos tener en cuenta, que muchas veces la línea editorial de los diarios están marcados de elementos discursivos de la política e ideología, donde explícita e implícita está la intención de poder. Lo cual, puede influenciar en la práctica social del hombre.

Como lo plantea (Foucault 1979:118) respecto al poder, “Toda relación de fuerza implica en todo momento una relación de poder (que en cierto modo su forma momentánea) y cada relación de poder reenvía, como a su efecto, pero también como a su condición de posibilidad, a un campo político del que forma parte”, es decir todo es político esta omnipresencia en relaciones de fuerza y su permanencia en campo político.

Asimismo (Foucault 1979:16) sugiere:

El poder sólo se ejerce sobre sujetos libres y sólo en tanto ellos sean libres, por ello entendemos sujetos individuales o colectivos que están enfrentados a un campo de posibilidades en el cual diversas formas de comportarse, diversas reacciones y comportamientos pueden ser realizadas.

Si bien es cierto, en una sociedad que está dividida en estructuras sociales, existen un sinfín de problemas, la lucha de clases con la finalidad de tener el control o dominio en el ejercicio del poder. Esta construcción social nos lleva a entender como el modo en que ciertas acciones nacen a partir de la interacción social. Para ello, es necesario tener en cuenta los aspectos culturales que se ejerce en una sociedad, las diversas formas de comportamiento y entre otros. A partir de estos elementos se configuran en la mente del hombre de manera individual y colectiva. Como lo plantea, Bourdieu, el poder, en este sentido, es constitutivo de la sociedad y ontológicamente (...) existe

físicamente, objetivamente, pero también simbólicamente. Donde, el poder simbólico es entendido como un “poder de hacer con palabras” (Bourdieu 1988: 140) Su condición, por su carácter pre formativo, es la de poder de hacer de los grupos, es decir, la posibilidad de que un punto de vista particular se vuelva universal, hegemónico.

Según explica Bourdieu, está fundado en dos condiciones: la primera, sobre la posesión de un capital simbólico, que es “el poder impartido a aquellos que obtuvieron suficiente reconocimiento para estar en condiciones de imponer la creencia (...) no puede ser obtenido sino al término de un largo proceso de institucionalización.” (1988:140), la segunda, en el grado en el que la visión propuesta está fundada en la realidad. “Sólo si es verdadera, es decir, adecuada a las cosas, la descripción hace las cosas (...) un poder de consagrar o revelar las cosas que ya existen” (Bourdieu 1988:140-141). A través de estos argumentos de poder simbólico, Bourdieu, sugiere que estos sistemas simbólicos son productos sociales que producen el mundo, pero que muchas veces no reflejan las relaciones sociales, pero sí que ayudan a construirlas, es necesario admitir que se puede, en ciertos límites, transformar el mundo, transformando su representación.

Entonces, podríamos decir que la ideología es el conjunto de ideas que rigen en una sociedad y que muchas veces caracteriza a diferentes instituciones como el caso de los diarios y ello, a veces se reflejan en su diseño editorial, en su contenido y en su forma de tratar la noticia y tomar posición frente a la misma.

Es por ello, muy necesario entender, la ideología como proceso de pensamiento que se construyen a partir de la interacción social real del hombre. De esta manera, la

ideología va a interpretar y justificar los actos personales y colectivos de los grupos o clases sociales, a cuyos intereses sirve y explica de la realidad social.

### **2.3. Sistematización de conceptos**

**Discurso:** El discurso es el producto de la interacción social, que se establece para formar una construcción amplia. En síntesis, el discurso es una parte intrínseca de la sociedad y participa de todas sus injusticias, así como de las luchas que se emprenden contra ellas. Puede manifestarse a través del habla (oral o escrito).

**Poder:** El poder se entiende como una acción que se construye a partir de la interacción social del hombre y esa acción van depender mucho de cómo se construye la ideología de poder en la mente del individuo.

**Ideología:** La ideología es proceso de pensamiento que se construyen a partir de la interacción social real del hombre.

**Cognición social:** entendida como procesos mentales, que tiene que ver con factores como actitudes e ideologías compartidas por grupos sociales. Es decir son procesos mentales individuales y socialmente compartidos de acuerdo a las prácticas sociales, nivel cultural, social y político.

**Discurso político:** La política en un sentido más amplio es “toda actividad relacionada con el poder, con su ejercicio” por lo tanto, el discurso político es un instrumento del poder que se construye a partir de la interacción social, es decir más que la tipificación es discursivo.

**La línea editorial:** Se presenta como espacio medular, es decir en términos generales, como la matriz de comprensión, interpretación, re significación de la

realidad social; como base imprescindible para comprender la razón de los productos periodísticos. La línea editorial de un medio que podía entenderse como el horizonte desde el cual se otorga, sentido a los acontecimientos considerados noticiables.

## **CAPITULO III**

### **3. Metodología de la investigación**

#### **3.1. Enfoque de Investigación**

La investigación es de tipo cualitativo, ya que el estudio se enmarca en el análisis del discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014, teniendo en cuenta la unidad de análisis, la línea editorial. Asimismo, se tomó en cuenta las diferentes relaciones con el discurso político, llegando a analizar los mensajes de manera explícito e implícito.

#### **3.2. Tipo de investigación**

La investigación es de tipo descriptivo, porque describe los hechos ocurridos sobre el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014, pero esto, teniendo en cuenta sus diferentes relaciones con el discurso político.

#### **3.3. Diseño de investigación**

No experimental de carácter Transversal. Los mensajes emitidos por los diarios

ayacuchanos a través de la línea editorial fueron objeto de análisis no fueron sometidos a un proceso experimental, sino más bien buscamos en un solo momento y en un tiempo único la selección de los datos de la investigación. Además llega a describir las variables más que la confrontación.

#### **3.4. Métodos de estudio para la investigación**

En la actualidad existen un conjunto métodos de estudio para el análisis de los mensajes, textos, los discursos, como el método hermenéutico y la semiología. Para la investigación fue necesario tener en cuenta el análisis del discurso, lo cual nos permitió en la interpretación del discurso de la línea editorial de los diarios ayacuchanos y describir los hechos durante las elecciones municipales y regionales 2014. Asimismo, fue necesario tomar en cuenta el método hermenéutico para la interpretación de los mensajes de la línea editorial en relación texto y contexto.

#### **3.5. Población**

Nuestra población está conformada por todos los diarios ayacuchanos que circularon durante los últimos meses (agosto, setiembre y octubre) en las elecciones municipales y regionales 2014.

#### **3.6. Muestra**

La selección de la muestra es no probabilística que responde a criterios de accesibilidad de la unidad de análisis como sugiere el tipo de muestreo de Restituto Sierra Bravo: “Opinativa y estratégica”, lo cual, permite la selección de unidad de

análisis no por azar, sino, "razonadamente por los investigadores con los asesoramientos que sean necesarios"<sup>1</sup>.

Los diarios a analizar fueron tres, Jornada, La Voz de Huamanga y Global. Para la selección de la muestra se tomó en cuenta las ediciones de la línea editorial en base a la jerarquía de la información de acuerdo a los acontecimientos trascendentales políticos y sociales. Para lo cual, se ha seleccionado, la edición de los diarios locales de los 03 últimos meses (agosto, setiembre y octubre) en el contexto del sufragio electoral del 2014.

En el mes de agosto se ha seleccionado las fechas 13 y 29 de las ediciones de la línea editorial, tomando en cuenta 02 hechos importantes (La firma del pacto ético electoral y sorteo de la franja electoral de los movimientos políticos), enseguida, en el mes de setiembre se han seleccionado 02 ediciones del 10 y 24, de acuerdo a los hechos trascendentales (La exclusión del movimiento político ARA de seguir en la carrera política y donde se admitía seguir en la carrera política al mismo candidato del movimiento político), finalmente, la edición del 02 de octubre se tomó en cuenta, porque finalizaba la campaña electoral de los partidos políticos a nivel nacional. De los cuales, la muestra arrojó 15 textos de la línea editorial a analizar.

### **3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se hizo uso de la técnica de Análisis de Contenido de tipo cualitativo y el método hermenéutico, para analizar y describir el discurso político de la línea editorial. Para

---

<sup>1</sup> Sierra Bravo, R Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios. 1991, pg. 205.

dar mayor soporte a la investigación se hará uso de la técnica de la entrevista. Teniendo como instrumento guía de análisis de contenido y guía de entrevista.

### **3.8. Procedimiento de investigación**

El análisis bibliográfico y documental nos permitió acercarnos a nuestras categorías de investigación, como el acceso a los archivos de los diarios, físicos y virtuales, hemerotecas, así como la tesis, artículos, revistas y las bibliografías, fueron importantes para el estudio.

Llegando a ubicar nuestra unidad de análisis, la línea editorial de los diarios ayacuchanos (Jornada, La Voz de Huamanga y Global) durante las elecciones municipales y regionales 2014. Esto fue la base para construir los procedimientos metodológicos. Teniendo en cuenta nuestra unidad de análisis llegamos a construir nuestra guía de análisis de contenido, para el análisis de la línea editorial. La guía de entrevista se ha optado para reforzar la investigación, para lo cual, tanto para la interpretación del discurso político de la línea editorial y la de entrevista se utilizó el método hermenéutico.

La selección de la muestra respondió a criterios cualitativos, para lo cual se ha tomado en cuenta el análisis crítico del discurso del teórico estructuralista Teun Van Dijk a través de la jerarquía de la información, lo cual, permitió la selección de la línea editorial de los diarios de acuerdo a los hechos trascendentales y al medio contexto. Se ha tomado cinco hechos trascendentales, durante los últimos dos meses del proceso electoral 2014. En el mes de agosto se ha tomado, las ediciones de la línea editorial del 13 de agosto en el momento en que se Firma el Pacto Ético Electoral, la selección de la edición del 29 de agosto respondió al contexto en que se

realizaba el sorteo de la Franja Electoral Regional de las organizaciones políticas, edición de la línea editorial del 10 de setiembre fue seleccionado en el momento en que el Jurado Especial Electoral de Huamanga excluye a uno de los candidatos a la reelección del Gobierno Regional de Ayacucho, la edición del 24 de setiembre se toma en cuenta, donde el Jurado Nacional de Elecciones admitía seguir en la carrera política al candidato del movimiento político Alianza Renace Ayacucho y finalmente se ha seleccionado, la edición del 02 de octubre viendo la finalización de la campaña electoral a nivel nacional.

Finalmente, la muestra arrojó 15 líneas editoriales, de los cuales se ha seleccionado y distribuido de acuerdo a los indicadores. Luego, procedemos realizar la entrevista. La selección de las personas participantes en la entrevista fue de acuerdo a la participación directa o indirectamente en la configuración del discurso político en la línea editorial (Director del diario y el editorialista).

En cuanto a la sistematización de los datos, primero se realizó el análisis de la línea editorial, tomando importantes porciones de las ediciones de la línea editorial de los diarios locales. Finalmente, las entrevistas obtenidas han permitido complementar algunos vacíos que no se ha podido subsanar en el análisis de la línea editorial a través de las metodologías de análisis de contenido y la hermenéutica. Luego de esto, llegamos a describir la configuración del discurso político a partir de la línea editorial de los diarios durante las elecciones municipales y regionales 2014. Hacia el final del estudio, formularemos algunos alcances en las conclusiones y sugerencias.

## CAPITULO IV

### 4. Presentación de resultados

#### 4.1. Discurso Político

##### 4.1.1. Mensaje político en la línea editorial del diario Jornada

Texto: 01

Diario Jornada, miércoles 13 de agosto del 2014



Era previsible. Los partidos o movimientos políticos que tienen más experiencia en campañas electorales, iban aprovechar la firma del Pacto Electoral, para presentarse ante la opinión pública como organizaciones con gran cobertura y convocatoria regional.

El discurso que presenta el enunciado del texto N° 01 matiza la configuración de elementos políticos en un clima de la campaña electoral, para las elecciones municipales y regionales del 2014. Donde el Jurado Nacional de Elecciones citó a los partidos políticos, movimientos, organizaciones, etc., para firmar el Pacto Ético

Electoral. Sobre este hecho los diarios indicaron diferentes puntos de vista a la popularidad.

Diario jornada, miércoles 13 de agosto, publicó en la línea editorial en un tono crítico, “Era previsible. Los partidos o movimientos políticos que tienen más experiencia en campañas electorales, iban aprovechar la firma del Pacto Electoral, para presentarse ante la opinión pública como organizaciones con gran cobertura y convocatoria regional”.

El enunciado muestra la construcción de conjeturas sobre un hecho social, en un contexto en que los movimientos políticos están presurosos a sumar adeptos dejando de lado las normas y valores sociales que rige en la sociedad.

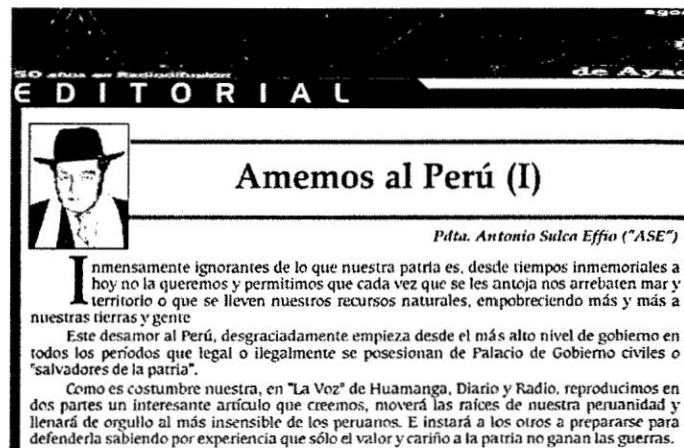
La realización del Pacto Ético Electoral de los movimientos políticos, según indica el enunciado “favoreció” a los candidatos o movimientos políticos que tienen “Trayectoria o son reconocidos por la población”. Sobre este acto existe una intensión de crítica sobre los organizadores de este evento. Con este discurso, el compromiso que tuvieron los movimientos políticos en la firma del pacto ético electoral ha quedado deslegitimado, además, ha restado la credibilidad de estas instituciones en el manejo del proceso electoral, porque algunos candidatos aprovecharon este acto para hacer su campaña y hacer notar ante la opinión pública que tienen respaldo popular.

En este contexto de campaña electoral, donde se configuran juegos de poderes entre las fuerzas políticas para ocupar un cargo público en una sociedad. Estas prácticas no estas ajenas a nuestra realidad, como lo plantea, Pierre Bourdieu, durante la campaña electoral con los partidos, movimientos y organizaciones políticas de la región Ayacucho.

En medio de este suceso, era evidente que los diarios tomen diferentes miradas y muchas veces cargadas de ideas dominantes sobre los discursos políticos, sobre este fenómeno (Gargurevich 1987: 157) advierte, que toda información lleva una “intencionalidad ideológica” que en muchos casos está fuera del control del periodista y en otros como perfectamente manipulados.

Texto: 02

Diario La Voz, miércoles 13 de agosto 2014



**EDITORIAL**

**Amemos al Perú (I)**

*Pda. Antonio Sulca Effio ("ASE")*

**I**nmensamente ignorantes de lo que nuestra patria es, desde tiempos inmemoriales a hoy no la queremos y permitimos que cada vez que se les antoja nos arrebaten mar y territorio o que se lleven nuestros recursos naturales, empobreciendo más y más a nuestras tierras y gente

Este desamor al Perú, desgraciadamente empieza desde el más alto nivel de gobierno en todos los períodos que legal o ilegalmente se posesionan de Palacio de Gobierno civiles o "salvadores de la patria".

Como es costumbre nuestra, en "La Voz" de Huamanga, Diario y Radio, reproducimos en dos partes un interesante artículo que creemos, moverá las raíces de nuestra peruanidad y llenará de orgullo al más insensible de los peruanos. E instará a los otros a prepararse para defenderla sabiendo por experiencia que sólo el valor y cariño a la patria no ganan las guerras.

El diario, La Voz de Huamanga, miércoles 13 agosto declaró sobre los políticos que utilizan un conjunto de estrategias amparados en normas legales o no para llegar al poder. Para ahondar más sobre este hecho, lo asocia con el accionar del Gobierno Central. De esta manera llega a descalificar las políticas del Estado que se viene aplicando en la sociedad, atribuyendo, como desde el nivel más alto del gobierno tejen estrategias para llegar al poder y esto se viene reflejando en los distintos niveles de gobierno.

El enunciado advierte sobre el manejo de los discursos de los diarios que aparentan ser plurales en sus informaciones, sin embargo, la opinión de la línea editorial, lo demuestra lo contrario. Sobre este hecho, hay visos de rechazo contra los candidatos que tejen estrategias en cada campaña electoral para ocupar un cargo público. Para lo cual, adaptan sus discursos de acuerdo a la ideología de la población, muchas veces aparentando como defensores de la patria, pero en el fondo comparten la posición del poder económico y político, esto lo plantea Van Dijk, los actores sociales apelan a argumentaciones políticas de persuasión de la oposición haciendo referencia a los beneficios para la nación o el pueblo.

Texto: 03

Diario Global, miércoles, 13 de agosto de 2014



La edición del diario Global, miércoles 13 de agosto, publicó en su línea editorial sobre los episodios del próceres de la independencia, Hipólito Unanue. Esto evidencia que no refleja lo que está ocurriendo en realidad con los partidos políticos en la contienda electoral del 2014, en la ciudad de Ayacucho. En este contexto, algunos

diarios citaban en sus portadas como un hecho de interés social, la firma del Pacto Ético Electoral. Lo cual, permitiera intermediar la información a los diarios locales con los movimientos políticos y la población.

Por lo tanto, la configuración de elementos cargados de ideas hegemónicas en la línea editorial del diario responden a estructuras sociales y al medio contexto, sobre este fenómeno (Gomis 1991: 196) advierte, que en el interior de una redacción, la valoración de las noticias puede verse influida por las preferencias y caprichos de redactores, directores o editores.

Texto: 04

Diario Jornada, viernes 29 de agosto de 2014



Hay que garantizar la limpieza electoral, y esto significa, que no se pueden utilizar bienes públicos para beneficiar a un candidato, pero tampoco, al personal que trabaja en determinada institución pública, para que haga campaña electoral a favor de determinado partido, movimiento o candidato.

La intervención a una camioneta de la Municipalidad de Luricocha que transportaba propaganda electoral, no es sino, la constatación de que no se respeta lo que dispone la ley, es decir, que no se utilicen ni los bienes públicos, ni los locales y menos a los trabajadores para fines proselitistas.

Estas normas que parecen una novedad en el país, forma parte de la cultura en sociedades donde la democracia se ha consolidado, a diferencia de nosotros, donde construir la democracia es todo un reto por la persistencia de caudillismo, de sujetos que se sienten iluminados y que por lo tanto, se creen estar por encima de los partidos políticos y los movimientos regionales.

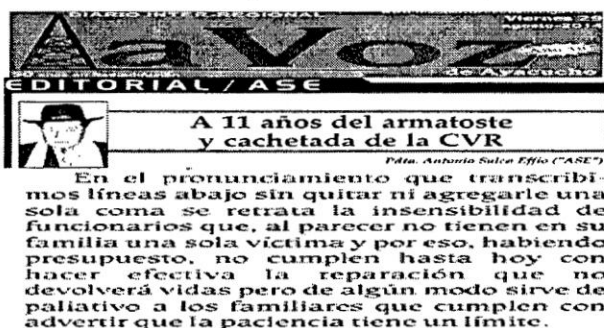
Edición, diario Jornada, 29 de agosto en un contexto en que la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) realizó el sorteo público para asignar el orden de aparición en la Franja Electoral Regional a las organizaciones políticas, listas de candidatos a los gobiernos regionales. En medio de este suceso, la línea editorial del

diario Jornada advertía sobre los candidatos que venían utilizando sus influencias para favorecer a sus movimientos políticos. Haciendo, referencia aquellos candidatos en actividad que estarían aprovechando su cargo para utilizar los recursos del estado en sus campañas electorales. Frente a este hecho, hay visos de rechazo y advertencia, aquellos funcionarios que vienen incumpliendo sus funciones.

El discurso que maneja el diario, deja entender que existe una intención de rechazó frente a los candidatos que vienen utilizando recursos públicos en colusión con los funcionarios del estado que ocupan cargos públicos. Lo cual se evidencia en el discurso que reproducimos “que no se pueden utilizar bienes públicos para beneficiar a un candidato”, “Hay que garantizar la limpieza electoral”, según estas expresiones hay una intención de incitar ante la población para que tomen conciencia sobre su realidad.

#### Texto: 05

Diario La Voz de Huamanga, viernes 29 de agosto de 2014



En un contexto en que se venían las denuncias contra los candidatos por presuntos regalos que estarían ofreciendo a los votantes, según advierte el presidente del Jurado Especial Electoral, Cesar Arce Villar. En medio de este hecho se venía llevando el sorteo público para asignar el orden de aparición en la Franja Electoral Regional de

los movimientos políticos. En este contexto, el diario la voz de huamanga, 29 de agosto publicó en la línea editorial acerca de la violencia política interna ocurrida hace 20 años, en la que advierte que las familias víctimas de este hecho, hasta el momento no estarían recibiendo las reparaciones individuales y colectivas por parte del Estado.

Para alimentar el discurso político a partir de la línea editorial, toma las declaraciones del fundador de la Asociación Pro Derechos Humanos (APRODEH), Francisco Soberón, “No existe voluntad política en el Estado para la entrega de reparaciones a los familiares de las víctimas de la violencia interna” , sobre esto, hay una intención de visos de persuasión y advertencia, contra el gobierno de turno, cuando invoca “La paciencia tiene un límite”, sobre este fenómeno Rallo, advierte, para tener un ciudadano informado es necesario que esta audiencia sea receptora de una pluralidad de opiniones, ideas y creencias para poder formar su opinión libremente.

En medio de esta divergencia, no era novedad que los diarios tomen como punto de partida las declaraciones de los actores sociales, políticos o un hecho en sí, para reproducir un discurso y presentar a la opinión pública como un enunciado verdadero.

Texto: 06

Diario Global, Viernes 29 de agosto de 2014



Edición del diario Global, viernes 29 de agosto, la línea editorial publicó, el tema de las redes sociales asociando con el consumo que tienen los partidos políticos durante la contienda electoral.

El consumo de estos medios alternativos, no es novedad, ya que hoy en día muchos actores políticos vienen utilizando las redes sociales como estrategia para injuriar a sus adversarios. Pero también, existen millones de personas que vienen utilizando estos medios alternativos, muchas veces, para hacer oír su voz, su descontento sobre el actuar de sus autoridades, instituciones y organizaciones, que nada hacen por el bien de la población, como lo plantea, Jaques Valderrama, citado por María E. Arce Barceló (2011:275), las redes y medios de comunicación se han convertido en un rayo de esperanza para difundir una información a la que no tendríamos acceso por otra vías.

En los enunciados se evidencia signos de manipulación de la información al restra la credibilidad de los mensajes publicados en las redes sociales.

Por otro lado, el enunciado que presenta la línea editorial hay visos de una valoración negativa frente a los candidatos noveles que tejen estrategias para llegar al poder. El discurso que reproducimos lo evidencia, “La población conozca a cada candidato, su equipo de trabajo, sobre todo la experiencia en gestión pública”.

Es decir, lo que busca el enunciado es llegar a la mente de la población para que reflexionen y tomen posición a favor o en contra de un determinado partido político. Sobre este fenómeno Gómez (1991:91), advierte, la valoración de las noticias es un reflejo de las convenciones económicas y políticas que enmarcan en el orden social y moldean los valores en una sociedad. Lo cual, explica que muchas veces las diferentes instituciones en una sociedad responden a estructuras sociales.

Texto: 07

Diario Jornada, miércoles 10 de setiembre 2014



Definitivamente, las preocupaciones de los partidos y movimientos regionales y locales que participan en el proceso electoral, han estado enfocadas a las declaraciones de las hojas de vida de los candidatos, y han quedado relegadas a un segundo plano, sus propuestas de gobierno.

A esto se suma, que se ha dado más importancia a declaraciones —que podríamos llamar anecdóticas o fuera de contexto— de algunos candidatos, los que ha distraído a la población, de manera que esos son los temas de la agenda ciudadana: sólo importa lo superficial y no el fondo del problema.

Y esto no es sólo un problema de Ayacucho. Colegas de otras regiones nos han informado que sucede lo mismo. Es decir, la campaña electoral es una sorda lucha por buscar los errores de los candidatos en sus hojas de vida, porque eso les da posibilidades de ganar sacándose de carrera unos a otros, sin tener el trabajo de ganar a los electores a través del debate y la confrontación de propuestas de gobierno.

Edición del diario Jornada, miércoles 10 de setiembre en un contexto en que el Jurado Especial Electoral de Huamanga excluye al candidato a la reelección del gobierno

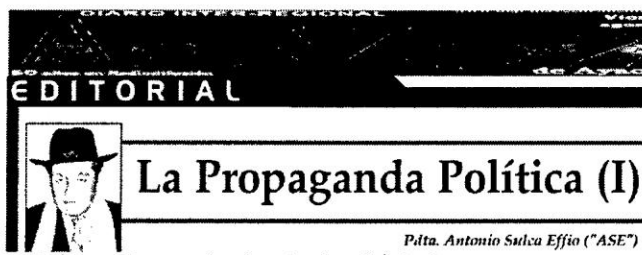
regional de Ayacucho, por no haber consignado una sentencia en contra en su hoja de vida. En esta circunstancia, esto fue los discursos que difundieron los diarios, tomando como punto de partida, las declaraciones del representante del Jurado Especial Electoral.

El discurso que reproducimos indica “La preocupación de los partidos y movimientos regionales han estado enfocadas a las declaraciones de las hojas de vida de los candidatos”, el enunciado explica sobre las relaciones de poder que se gestan entre los movimientos políticos dejando de lado los valores sociales que rigen en la sociedad, lo cual demostraría sus acciones de los candidatos en buscar el interés individual o social.

Por lo tanto, es evidente, el discurso que presenta, la línea editorial exprese un descontento hacia los partidos políticos que vienen ocupándose de sanear sus hojas de vida y no por presentar sus propuestas de gobierno, muchas veces dejando de lado los problemas sociales.

Texto: 08

Diario La Voz de Huamanga, miércoles 10 de setiembre de 2014



EDITORIAL

## La Propaganda Política (I)

*Pdta. Antonio Sulca Effio ("ASE")*

Es el carnaval peruano de cada cuatro años, el electoral, cuyas caretas, mascarones, esquilas, badajos, bufos, desencadenan este millonario desperdicio de soles en una aventura en que salen vencedores los que más invierten en publicidad, mal llamada en nuestro medio como propaganda.

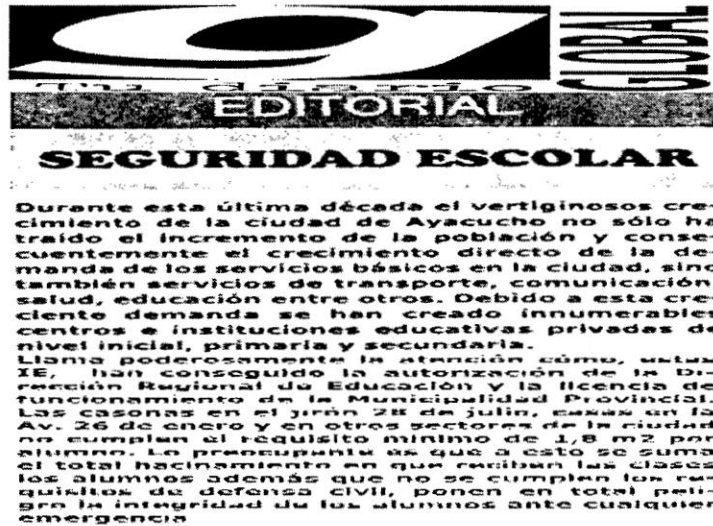
¿Sabrán los candidatos y sus ayayeros ¿qué es?

¿Cómo debe ser? Bueno, nosotros no lo sabíamos en su plenitud y por eso incursionamos teóricamente en este político campo hoy atractivo para los que gustan de timar, engañar, corromper en cuerpo y alma a los electores.

Edición, Diario La Voz de Huamanga, miércoles 10 de setiembre en un contexto en que el Jurado Especial Electoral excluye de la carrera política al candidato reeleccionista al GRA del Movimiento Político ARA. Mientras tanto, la línea editorial del diario advertía sobre el uso indebido de la propaganda política en nuestra región de Ayacucho, por los partidos políticos, movimientos y organizaciones políticas, poco o nada, conocerían sobre el tema.

El enunciado, aflora elementos retóricos para asociar con la práctica de la propaganda política que viene colmando la ciudad de Ayacucho en un contexto de campaña electoral. El discurso que reproducimos evidencia "El carnaval peruano de cada cuatro años", donde prima la astucia más que la creatividad y que decir de la conciencia social, con tal de llegar al poder.

Diario Global, miércoles 10 de setiembre 2014



Edición, diario Global, miércoles 10 de setiembre en un contexto en que el candidato a la reelección del GRA fue excluido de la carrera política. En este contexto, el discurso que manejó la línea editorial fue distante a lo que estaba ocurriendo en realidad en la ciudad de Ayacucho con los partidos políticos.

El enunciado sostiene sobre el crecimiento de la población ayacuchana en los últimos años, sin que las autoridades tomen previsiones sobre el asunto, lo cual, ya estaría generando un problema social por las demandas de los servicios básicos, transporte, salud, educación, etc., en consecuencia, estaría generando, la masificación de las instituciones educativas privadas, que posiblemente no estarían cumpliendo en dar una educación de calidad a los educandos.

Por lo tanto, el enunciado evidencia un aparente rechazo contra las autoridades de turno que no están cumpliendo sus responsabilidades, lo cual estaría poniendo en peligro a terceras personas, como el caso de muchos estudiantes que acuden a centros

educativos particulares, lo cual, no estarían garantizando en ofrecer una calidad educativa.

Texto: 10

Diario Jornada, miércoles 24 de setiembre 2014



A dos semanas de elegir a las nuevas autoridades que gobernarán la región, las provincias y los distritos, tenemos que aceptar que hay muy poco para escoger. Podríamos decir, que ni siquiera el mal menor figura como una alternativa.

Para comenzar la candidatura de Wilfredo Oscoima, al margen de las tachas por haber omitido en su hoja de vida que tuvo problemas con la justicia, en la actualidad está enfrentando un proceso judicial por malversación de fondos al igual que funcionarios y consejeros de la región, entre ellos, el que lo acompaña en su lista como vicepresidente.

Hay que presumir de la inocencia de ambos, mientras el poder judicial no de su veredicto. Sin embargo, la imagen que la ciudadanía se ha formado de los políticos —desde Alberto Fujimori y Alan García, pasando por Luis Castañeda en la alcaldía de Lima, entre otros— es que los políticos son una sarta de truhanes. Un poco más, y para el común de los ciudadanos, los partidos políticos no son sino bandas organizadas de delincuentes para saquear el país.

No es novedad que los diarios manejen distintas miradas, muchas veces puede que no refleje lo que sucede en la realidad, el momento y el contexto en que se vive. Esto puede ocurrir en cualquier parte del país, Ayacucho no es ajeno a ello. En medio de esta divergencia entre las fuerzas políticas, el Jurado Nacional de Elecciones admitía seguir en la carrera política al Movimiento Político, Alianza Renace Ayacucho.


Esto fue el discurso de la línea editorial, miércoles 24 de setiembre del 2014, “A dos semanas de elegir a las nuevas autoridades que gobernarán la región, las provincias y los distritos, tenemos que aceptar que hay muy poco para escoger. Podríamos decir, que ni siquiera el mal menor figura como una alternativa”, el enunciado evidencia una suerte de advertencia y resignación sobre los candidatos que están en campaña electoral para acceder al sillón municipal y regional.

La idea que transcribimos, “Que hay muy poco para escoger” evidencia una valoración subjetiva de los movimientos políticos que tejen estrategias con tal de llegar al poder.

Por lo tanto, todo discurso tiene una intención política e ideológica en un determinado medio contexto, esto lo plantea (Gutiérrez 2006:4), la imposición de una idea sobre otra, en la construcción discursiva del enemigo, el enunciador recurre a una serie de valores, creencias, pre construidos culturales e ideológicos que están fuertemente arraigados en el imaginario social de una nación.

### Texto: 11

Diario La Voz, miércoles 24 de setiembre de 2014



**EDITORIAL**

## Tinterillando

La sabiduría popular llama así a recursos o trámites que oralmente o por escrito se presenta a una instancia judicial o laboral para que en base a triquiñuelas se trate de torcer el recto brazo de la justicia. Es usual el reinado de tinterillos en pueblos donde no hay abogados honestos o allí donde la justicia "cojea" pero es inadmisibile que en la Capital de la República no sólo que ocurran sino que se les dé trámite habiendo recursos expeditivo legales que no les hace perder el tiempo.

**1.- Don Alan**

El presidente de la "mega comisión" del Congreso, Sergio Tejada, dijo que existen argumentos para dejar sin efecto el fallo judicial que anula parte de la investigación de las presuntas irregularidades del segundo gobierno de Alan García y aseveró que no se vulneraron sus derechos.



**NOTA DEL EDITOR DEL "LV":**

La ley es la ley y es igual para todos, los artilugios tinterillescos no proceden en países democráticos y cultos. Sólo los gobiernos corroidos por la corrupción caen víctimas de astutos litigantes o jueces improbos.

En los dos primeros casos, en los que el pueblo gracias a los medios está informado, no perdonarian que a altos niveles judiciales se violen las leyes.

Edición del diario la voz de huamanga, en un contexto en que los medios de comunicación vienen imponiendo sus ideas, más que informando sobre un determinado hecho. El miércoles 24 de setiembre publicó en su línea editorial:

La sabiduría popular llama así a recursos o trámites que oralmente o por escrito se presenta a una instancia judicial o laboral para que en base a triquiñuelas se trate de torcer el recto brazo de la justicia. Es usual el reinado de tinterillos en pueblos donde no hay abogados honestos o allí donde la justicia 'cojea' pero es inadmisibles que en la Capital de la República no sólo que ocurran sino que se les dé trámite habiendo recursos expeditivos legales que no les hace perder el tiempo (La Voz de Huamanga, 24 de setiembre del 2014).

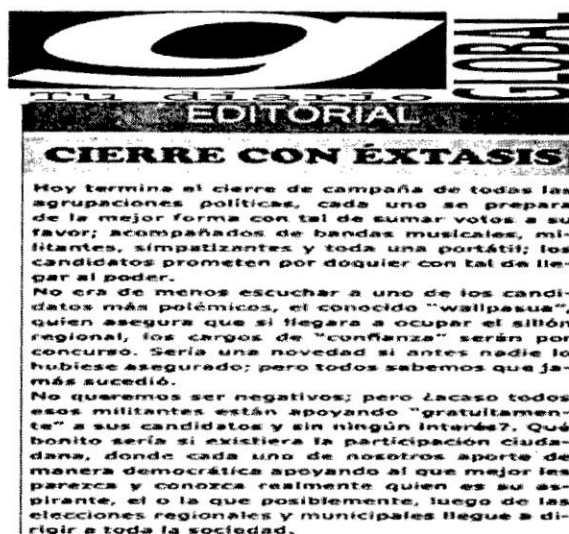
El enunciado desacredita a las instituciones que administran justicia, donde algunos trabajadores no estarían cumpliendo sus funciones como debe ser y esto estaría siendo aprovechados por algunos virulentos abogados, para defender lo indefendible, con tal de tener poder económico y político.

Para reproducir el discurso, el diario toma las declaraciones del presidente de Mega Comisión del Congreso, Sergio Tejada, "Existen argumentos para dejar sin efecto el fallo judicial que anula parte de la investigación de las presuntas irregularidades del segundo gobierno de Alan García y aseveró que no se vulneraron sus derechos". Estas irregularidades estaban ocurriendo en la capital del Perú y la situación en la ciudad de Ayacucho no era ajena a esta realidad, donde el Jurado Nacional de Elecciones admitía seguir en la carrera política al candidato del Movimiento Político ARA.

sobre la realidad y permita tomar en cuenta al momento de su decisión. Sobre este fenómeno, Catalina Gonzales (1997:80) advierte que los medios interpretan la realidad y presentan una forma de ella: una realidad discursiva mediada.

Texto: 15

Diario Global, jueves 02 de octubre de 2014



Edición del el diario global, jueves 02 de octubre 2014, publicó en la línea editorial, cierre de campaña de las agrupaciones políticas. Mientras el diario La Voz publicaba en su línea editorial acerca de la labor del periodista.

En un contexto de campaña electoral cada diario presenta miradas diferentes sobre la realidad social.

El discurso no deja de reflejar la idea dominante frente los candidatos que tejen estrategias con tal de llegar al poder. En la misma línea se evidencia que hay una suerte de asociación con el candidato del Movimiento Político Alianza para el Progreso con la denominación "wallpasua", hace referencia no para comentar sobre

Texto: 13

Diario jornada, miércoles 02 de octubre 2014



Pese a sus limitaciones, la democracia representativa, que es la que tenemos en el país, es a no dudarlo, un sistema que permite que los ciudadanos, de una u otra manera, sean los responsables del tipo de gobernantes que se van hacer cargo de los destinos de la región, las provincias y los distritos en los próximos 4 años.

Por eso es necesario recordar, que estamos comprometidos como ciudadanos, a exigir que los gobernantes garanticen el pleno y cabal ejercicio de los derechos constitucionales. Es en esta óptica como nosotros elegimos a los que van a gobernar, no a caudillos regionales que se consideren por encima de las leyes y confundan, como se ha dado en otras regiones, la descentralización con el federalismo.

A puertas de las elecciones municipales y regionales del 2014, el diario Jornada publicó en la línea editorial:

Pese a sus limitaciones, la democracia representativa, que es la que tenemos en el país, es a no dudarlo, un sistema que permite que los ciudadanos, de una u otra manera, sean los responsables del tipo de gobernantes que se van hacer cargo de los destinos de la región, las provincias y los distritos en los próximos 4 años (Jornada, 02 octubre 2014).

El enunciado advierte sobre el sistema político que rige en nuestro país, la democracia representativa que como otros sistemas tiene limitaciones, pero permite elegir y participar libremente a la población.

En realidad, el enunciado evidencia una orientación ideológica contra aquellos candidatos que plantean políticas fuera del sistema democrático, como advierte “estamos comprometidos como ciudadanos, a exigir que los gobernantes garanticen el pleno y cabal ejercicio de los derechos constitucionales”, estas expresiones nos ayudan afirmar que son categorías propias del sistema democrático. Además, estos elementos están orientados a llegar a las emociones del público, para que reflexionen

su candidatura o sobre sus cualidades, sino más bien para descalificar a él y su agrupación política, cuando advierte “No era de menos escuchar uno de los candidatos más polémicos”, para ello toma como estrategia, las declaraciones del candidato Edwin Donaire, “Los cargos de confianza serán por concurso” sobre esta base construye un discurso crítico de rechazo, lo que en el fondo lo que busca es desprestigiar al candidato, hacer quedar como farsante frente a la opinión pública, lo cual evidencia el texto, “no queremos ser negativos, pero ¿acaso todos esos militantes están apoyando ‘gratuitamente’ a sus candidatos sin ningún interés?”

En tanto, el discurso que maneja el diario, hay visos de persuasión sobre el receptor, cuando advierte, el público en general tengan una “convicción de saber elegir” no se dejen llevar por el “éxtasis del momento” “ya no más defraudaciones”, son expresiones que utilizan para llegar a persuadir a la población, para que tomen posiciones frente a los candidatos.

#### 4.1.2. Línea editorial

##### 4.1.2.1. Posición del periódico y aproximación a una ideología política

Texto: 01

Diario Jornada, miércoles 13 de agosto 2014



Con respecto a Alianza para el Progreso, si miramos quiénes acompañan al general Edwin Donayre, encontraremos a personas que tienen experiencia por haber participado en procesos electorales con anterioridad y definitivamente, asistieron con sus “masas” para no dejarle todo el espacio al APRA.

Lo mismo podemos afirmar de los seguidores del ARA que lanza a Wilfredo Oscurina, quienes han aprendido desde la campaña electoral anterior, que cualquier oportunidad de hacer presencia con masas, es sinónimo de fortaleza partidaria.

Eliseo Verón, sostiene, que el discurso político e ideológico transmite la línea editorial. Asimismo, manifiesta que las ideologías se encuentran en toda interpretación o producción de sentido y que señalan aspectos sustanciales de sus condiciones de producción. Lo cual, nos lleva aproximarnos a lo que plantea Verón sobre el discurso político e ideológico.

Al seguir analizando el discurso del diario Jornada, encontramos algunas valoraciones que nos encamina a entender el acercamiento hacia el uno y al otro partido político como, Alianza Para el Progreso y Alianza Renace Ayacucho, como dice el texto “Con respecto a Alianza para el Progreso, si miramos quienes acompañan al general Edwin Donayre, encontraremos a personas que tienen experiencia por haber participado en procesos electorales con anterioridad”.

Sin embargo, sus apreciaciones hacia los partidos políticos no dice abiertamente, para ello, utilizan como estrategia en sus discursos algunas valoraciones positivas y subjetivas, lo que evidenciaría, la valoración que hace a algunos cuadros que representan algunos candidatos.

Al respecto, la posición que ha tenido el diario Jornada durante el proceso electoral, sostiene el director del diario Jornada, Jaime Olano, “La idea es ser plural, tratar de ser parcial y buscar equilibrio en la información que se pública”, la expresión que maneja al momento de la conversación no necesariamente refleja el discurso que maneja en la línea editorial, porque existen visos de parcialización. Sobre este fenómeno, Tuchman citado por Van Dijk, advierte, sobre la producción de las noticias que prestan finalmente la atención a la "red de facticidad" que se teje entre

los que elaboran las noticias con el fin de crear una ilusión de credibilidad, pero que en última instancia legitima el statu quo.

Texto: 02

Diario La Voz de Huamanga, miércoles 13 de agosto 2014



El enunciado advierte “Este desamor al Perú, ‘salvadores de la patria’”, en las expresiones hay una posición crítica frente a las autoridades de turno que llegan a cargos públicos aparentando ser patriotas y cuando llegan al poder desconocen sus promesas. Estas prácticas de las autoridades sería el reflejo de la conciencia social.

Según el enunciado, el discurso político está orientado hacia las emociones del receptor para que reflexionen y tomen sus decisiones sobre los candidatos. Sobre este fenómeno (Castell 2009:210) advierte, que las emociones despiertan el razonamiento, enmarcan la comprensión y movilizan la acción bajo los marcos mentales transmitidos por el mensaje construido.

En una entrevista, el editorialista, Antonio Sulca Effio, manifiesta:

La línea editorial de la voz siempre ha sido clara, objetiva y científica, está pegada a la verdad a lado de la ciencia, en ese sentido ha tomado política también como ciencia política de esa línea ha orientado a la opinión pública no tomando partido política, sino tomando la línea científica de cómo debe ser un político, como debe ser un alcalde, que cualidades debe tener un candidato a un concejo provincial de huamanga y entre otros (Diario La Voz de Huamanga, 04 de junio 2015).

Las expresiones advertidas sobre la posición del diario no necesariamente refleja el discurso que manejó la línea editorial durante las elecciones municipales y regionales 2014.

Texto: 03

Diario Global, miércoles 13 de agosto 2014.



El discurso que maneja la línea editorial sugiere aparente inclinación a la ideología nacionalista a lo patriótico, lo que evidencia son las valoración que hace en el enunciado “servir a la patria”, “bienestar social”, “justicia y la dignidad”. Sobre este enunciado, Gutiérrez (1997:15), advierte, la ideología también puede operar a través de la disimulación o encubrimiento. Las relaciones de poder que sirven a los intereses de unos a expensas de los demás pueden ser ocultadas, negadas o bloqueadas de varias maneras; por ejemplo, describiendo los procesos o acontecimientos sociales con ciertos términos que pongan de relieve algunos rasgos, en detrimento de otros, o al representar o interpretar dichos procesos de tal manera que se disimule o encubra lo que realmente son.

En un Suministro de información se lanza la pregunta al director del diario Global, Carlos Arango Claudio ¿Cuál fue la posición del diario Global durante las elecciones municipales y regionales 2014? Al respecto manifiesta:

Siempre ha sido propositiva, progresista, ajeno tal vez al retroceso del desarrollo de la región. Por eso es necesario antes que entrar en la confrontación de los candidatos, proponer y promover debates de altura con políticas y propuestas de desarrollo. Que son importantes, los puntos y ejes estratégicos que están en el plan de gobierno en cada una de estas tiendas, ha sido exigencia del mismo jurado, presentación de planes y propuestas de gobierno (Diario Global, 18 de mayo 2015).

El discurso que maneja en la línea editorial no necesariamente contrasta con lo que afirma en la conversación, que el diario tiene una posición progresista y que había formado una tribuna electoral orientando a la población sobre las propuestas o planes de gobierno de las autoridades, sin embargo, lo dice lo contrario, la línea editorial que publicó durante este proceso electoral.

Texto: 04

Diario Jornada, viernes 29 de agosto 2014



Estas normas que parecen una novedad en el país, forma parte de la cultura en sociedades donde la democracia se ha consolidado, a diferencia de nosotros, donde construir la democracia es todo un reto por la persistencia de caudillismo, de sujetos que se sienten iluminados y que por lo tanto, se creen estar por encima de los partidos políticos y los movimientos regionales.

La configuración de elementos en la reproducción del discurso de la línea editorial del diario está para afirmarse en el imaginario popular de los votantes, para lo cual utiliza elementos que podría poner en tela de juicio a ciertos movimientos u

organizaciones políticas que buscan el protagonismo político. Ante todo el triunfalismo político, lo primero está la democracia como indica el enunciado “Democracia es todo un reto por la persistencia de caudillismo”, según advierte, la persistencia del caudillismo no estarían garantizando un partido político u movimiento político sólido, sino más bien estaría creando espacios que alimenten a la crisis de partidos políticos, lo cual, estaría debilitando el proceso de la democracia. Todo discurso tiene una intención política e ideológica, esto lo plantea (Reboul 1986:12) citado por (Julieta Haidar: 48), advierte, la eficacia de la ideología deriva de que confiere a las palabras no sólo un sentido, sino también un poder: poder de persuasión, de convocatoria, de consagración, de estigmatización, de rechazo, de legitimización.

Texto: 06

Diario Global, viernes 29 de agosto 2014



“Es importante el contacto directo, el debate, la manifestación de ideas mediante una propuesta factica o simplemente una crítica coherente que nos permita construir una sociedad más justa, una región desarrollada y sobretodo ser mejores gentes”...

No es novedad que los diarios en una contienda electoral como esta inserten elementos sociales para orientar el discurso hacia el imaginario social. El discurso que reproducimos, lo evidencia “Nos permita construir una sociedad justa, una región

desarrollada”, sobre este fenómeno Van Dijk, advierte, los actos son intenciones y controlando las intenciones se controlan a su vez los actos.

Entonces, existe un control mental a través del discurso, porque los actos de la gente en general, son actos discursivos.

La facultad intermediaria que tienen los medios de comunicación entre los políticos y la población sucumben ante la contienda electoral y que decir de la responsabilidad social que tienen los medios. Por ello, el discurso que presentan los medios ante la población responde a las estructuras sociales.

Entonces, la intención del discurso es llegar a las emociones del receptor para que reflexione sobre esta expresión y tome su decisión. Sobre este fenómeno (Gómis 1991:101) advierte, que en las informaciones hay siempre enigmático y ambiguo. Esto hace que el lector acepte como verdadero lo que los diarios transmiten sobre un determinado hecho.

#### Texto: 07

Diario Jornada, miércoles 10 setiembre 2014



Y esto no es sólo un problema de Ayacucho. Colegas de otras regiones nos han informado que sucede lo mismo. Es decir, la campaña electoral es una sorda lucha por buscar los errores de los candidatos en sus hojas de vida, porque eso les da posibilidades de ganar sacándose de carrera unos a otros, sin tener el trabajo de ganar a los electores a través del debate y la confrontación de propuestas de gobierno.

El enunciado, advierte, sobre la contienda política que se ha convertido en una búsqueda de la vida personal de los candidatos para desacreditar ante la opinión pública, dejando de lado las propuestas y problemas sociales. El discurso que reproducimos, lo evidencia “La campaña electoral es una sorda lucha por buscar los

errores de los candidatos en sus hojas de vida, porque eso les da posibilidades de ganar sacándose de carrera unos a otros”. El discurso que maneja la línea editorial responde al contexto en que el Jurado Especial Electoral de Huamanga excluye al candidato del movimiento político (ARA) por no haber consignado una sentencia en contra en su hoja de vida.

Texto: 08

Diario La Voz de Huamanga, miércoles 10 setiembre 2014



Es el carnaval peruano de cada cuatro años, el electoral, cuyas caretas, mascarones, esquilas, badajos, bufos, desencadenan este millonario desperdicio de soles en una aventura en que salen vencedores los que más invierten en publicidad, mal llamada en nuestro medio como propaganda.

- Sobre la forma de hacer la campaña política existen elementos que nos orientan a señalar que hay un rechazo sobre esta práctica de hacer política. Donde, lo único que cuenta es el poder económico, el profesionalismo y la voluntad de servir al pueblo está de lado. Lo cual evidencia, el enunciado, “Este millonario desperdicio de soles en una aventura en que salen vencedores, los que más invierten en publicidad”.
- También, en el fondo del discurso hay señales de advertencia sobre los órganos del estado acerca de esta práctica de hacer política, sino si toma en cuenta, que a la larga estaría debilitando la democracia. Esto lo plantea (Gargurevich 1987: 25), los diarios del Perú son muy pocos que son medios periodísticos independientes que, luchando a brazo partido, logran ser incluidos en las listas de la inversión publicitaria que acaparan los grupos de poder.

Texto: 09

Diario Global, miércoles 10 setiembre 2014



Llama poderosamente la atención cómo, estas IE, han conseguido la autorización de la Dirección Regional de Educación y la licencia de funcionamiento de la Municipalidad Provincial. Las casonas en el Jirón 28 de Julio, casas en la Av. 26 de enero y en otros sectores de la ciudad no cumplen el requisito mínimo de 1,8 m<sup>2</sup> por alumno. Lo preocupante es que a esto se suma el total hacinamiento en que reciben las clases los alumnos además que no se cumplen los requisitos de defensa civil, ponen en total peligro la integridad de los alumnos ante cualquier emergencia

Según el tema tratado, hay un suerte de un discurso oculto, para ello toma como estrategia la categoría social, el problema de la educación, lo cual es un tema sensible para la población y justo en el momento en que excluyen de la carrera política a los candidatos del movimiento político Alianza Renace Ayacucho (ARA), sobre este fenómeno Pecheux (1978a:41), citado por Michael Foucault (1979:54) manifiesta, “que todo discurso remite a otro con el cual establece una relación de alianza, de antagonismo, de respuesta directa o indirecta: todo discurso se sostiene sobre algo previamente discursivo, que desempeña el papel de materia prima”.

Por lo tanto, el discurso que maneja el diario global sobre el tema social es una estrategia que utiliza para apaciguar lo que está sucediendo en realidad. Lo que evidenciaría el enunciado, estaría orientado hacia la parcialización con la autoridad excluida.

Texto :10

Diario Jornada, miércoles 24 setiembre 2014



Para comenzar la candidatura de Wilfredo Oскорima, al margen de las tachas por haber omitido en su hoja de vida que tuvo problemas con la justicia, en la actualidad está enfrentando un proceso judicial por malversación de fondos al igual que funcionarios y consejeros de la región, entre ellos, el que lo acompaña en su lista como vicepresidente.

Hay que presumir de la inocencia de ambos, mientras el poder judicial no de su veredicto. Sin embargo, la imagen que la ciudadanía se ha formado de los políticos –desde Alberto Fujimori y Alan García, pasando por Luis Castañeda en la alcaldía de Lima, entre otros- es que los políticos son una sarta de truhanes. Un poco más, y para el común de los ciudadanos, los partidos políticos no son sino bandas organizadas de delincuentes para saquear el país.

En el enunciado se evidencia una posición contraria frente a los candidatos que probablemente no tendrían “respaldo popular”. Sobre ellos, hay una intención de desprestigio y sentencia. Lo cual se puede evidenciar en el texto, “Lo más probable es que terminen en un canibalismo electoral, donde todos querrán beber la sangre del contrario”.

Sin embargo, cuando se refiere a los candidatos del movimiento político ARA y Alianza para el Progreso, maneja un discurso pasivo y hasta que pareciera que victimiza a los candidatos, cuando advierte, la candidatura de Wilfredo Oскорima, al margen de las tachas por haber omitido en su hoja de vida que tuvo problemas con la justicia, en la actualidad está enfrentando un proceso judicial por malversación de fondos al igual que funcionarios y consejeros de la región.

Además, el diario cuando argumenta, “hay que presumir de la inocencia de ambos, mientras el poder judicial no de su veredicto”. El texto evidencia, que hay visos de parcialización con el candidato, para ello toma a la institución del poder judicial para

ampararse de lo que dice, porque se cuida no dice abiertamente que está a favor o en contra del movimiento político.

Texto: 13

Diario la voz, jueves 02 de octubre 2014



2) "Wallpa Suwa General", Edwin Donayre Gotzch (Comandante General del Ejército entre el 5 de diciembre de 2006 y el 5 de diciembre de 2008), en la oportunidad que ofreció ese ágape ni en sueños había pensado candidatar como ya lo hizo y "casi se la lleva"; hoy el "General Victorioso" viene "calentando motores" para la contienda electoral luego de haber formalizado la inscripción de su movimiento regional.

El diario en sus comentarios no hace referencia a los partidos políticos, sin embargo al final de la nota del editor hace una valoración al candidato del movimiento político Alianza para el Progreso en la que manifiesta, hoy el "General Victorioso" viene "calentando motores" para la contienda electoral luego de haber formalizado la inscripción de su movimiento regional. Esta enunciación nos orienta señalar que estamos ante un discurso político e ideológico, en la frase se evidencia que hay una intención que la población, reflexione sobre esta idea y tome su decisión a quien dar su voto.

Texto: 15

Diario Global, jueves 02 de octubre 2014



No era de menos escuchar a uno de los candidatos más polémicos, el conocido "wallpasua", quien asegura que si llegara a ocupar el sillón regional, los cargos de "confianza" serán por concurso. Sería una novedad si antes nadie lo hubiese asegurado; pero todos sabemos que jamás sucedió.

El diario manejó una posición negativa hacia el candidato del movimiento político alianza para el progreso, a quien lo asocia con "uno de los candidatos más polémicos", estas expresiones impiden la credibilidad del candidato. El discurso que representa la línea editorial es muy subjetivo y hay una intención que está orientado a llegar hacia las emociones de los votantes, para que reflexionen sobre los candidatos "Buenos y malos". Sobre este fenómeno, Gargurevich (1987) advierte, la competencia política estaría pautada, desde esta visión, por las reglas del mercado y por la mediatización. Según indica, los candidatos y sus propuestas no serían otra cosa que productos contruidos, no sobre la base de anclajes ideológicos ni de programas de mediano y largo alcance, sino más bien de estudios de percepciones sobre problemáticas, demandas y expectativas ciudadanas coyunturales.

#### 4.1.2.2. Posición del diario frente a los partidos políticos

Texto: 01

Diario Jornada, miércoles 13 de agosto 2014



Lo más importante, sin embargo, es que se inicia el ciclo de intensa propaganda electoral y debe cortarse por lo sano. Ya hemos denunciado que hay partidos que no respetan la zona monumental de la ciudad, donde está prohibido todo tipo de propaganda electoral. Han colocado pasacalles, afiches, gigantografías y amenazan seguir con esta práctica, pese a las acciones que ha realizado el Jurado Electoral Especial de Huamanga.

En un contexto en que España vivía, la campaña electoral entre los candidatos del partido político de Izquierda y de Derecha, donde se gestaban diferentes conjeturas, entre ellos, los políticos se servían de la prensa para llegar a los ciudadanos, para inducir de la conveniencia de “tomar partido” por ellos y nunca por el partido contrario. Sin embargo, esta práctica no era ajena a nuestra realidad, lo cual se evidenció en nuestro contexto, durante las elecciones municipales y regionales 2024, con los movimientos políticos y los medios de comunicación.

En esta contienda electoral, el diario Jornada publicó en su línea editorial, discursos con aparente parcialización frente a los candidatos, “Si miramos quienes acompañan al general Edwin Donaire, encontraremos a personas que tienen experiencia”, en la enunciación se evidencia una asociación con la palabra “experiencia” al partido de Donaire, mientras tanto, al movimiento ARA, lo asocia con la expresión “fortaleza partidaria”

Entonces, las expresiones discursivas están orientados a buscar confrontación entre los dos movimientos políticos que se perfilan hacia el sillón regional, hay una aparente valoración uno que a otro aspirante.

Texto: 05

Diario La Voz, viernes 29 de agosto 2014



El diario maneja un discurso crítico frente a las políticas del estado que no responden a las necesidades sociales, como las reparaciones individuales y colectivas a las familias víctimas de violencia interna, que hasta el momento vienen esperando la voluntad de las autoridades.

Sobre este hecho, la línea editorial del diario advierte: .

Se retrata la insensibilidad de funcionarios que, al parecer no tienen en su familia una sola víctima y por eso, habiendo presupuesto, no cumplen hasta hoy con hacer efectiva la reparación que no devolverá vidas pero de algún modo sirve de paliativo a los familiares que cumplen con advertir que la paciencia tiene un límite (La Voz de Huamanga, 29 de agosto del 2014)

Al respecto, Noam Chomsky (2004:10) manifiesta:

La crisis de la política es, en realidad, una confluencia de ambos aspectos, la elitización de su quehacer y el descentramiento de la misma. Los partidos, como las entidades de

intermediación por excelencia entre la sociedad y estado, pierden la confianza de los ciudadanos porque dejan de ser útiles como canales de representación.

El discurso político que matiza a partir de la línea editorial del diario La Voz responde a la inacción de las autoridades de turno sobre las necesidades sociales, frente a ello, hay visos de rechazo y advertencia.

Texto: 10

Diario Jornada, miércoles 24 de setiembre 2014



El otro candidato que se perfila como probable ganador en las elecciones del 5 de octubre es Edwin Donaire. De haber comenzado con un amplio favoritismo cuando decidió lanzarse al ruedo electoral, todo lo que había ganado lo ha ido perdiendo poco a poco. Es un hombre de declaraciones desafortunadas, que no mide las consecuencias de sus palabras. Y un gobernante, tiene como primer requisito, ser prudente en los que dice.

El discurso que maneja la línea editorial advierte sobre el protagonismo político que tiene el candidato, Edwin Donaire que se perfila al sillón regional de Ayacucho. Asimismo, a este aspirante increpa de mezclar, lo cómico con las actividades políticas que manifiesta.

El enunciado que reproducimos, lo evidencia “todo lo que había ganado lo ha ido perdiendo poco a poco” por sus declaraciones desatinadas. Estos elementos discursivos avivaban reproducir discursos peyorativos hacia la personalidad del candidato restando el liderazgo político en la contienda electoral.

Mientras tanto, las expresiones sobre la candidatura a la reelección del GRA, Wilfredo Ocorima, Nuñez, denota un discurso pasivo. Lo evidencia, el discurso que

reproducimos, “al margen de las tachas por haber omitido en su hoja de vida que tuvo problemas con la justicia, en la actualidad está enfrentando un proceso judicial por malversación de fondos al igual que funcionarios y consejeros de la región”.

Por lo tanto, hay una aparente victimización hacia los candidatos del GRA a través de la línea editorial que maneja el diario Jornada, los elementos que configuran el discurso, lo confirman “Hay que presumir de la inocencia de ambos, mientras el poder judicial no de su veredicto”.

### Texto: 13

Diario Jornada, jueves 02 de octubre 2014



No basta entonces que todos nosotros seamos ciudadanos iguales ante la ley. Hay que sentirnos comprometidos, como lo fuimos el 2000 en ser vigilantes para garantizar que las elecciones sean libres, transparentes, que garanticen el pluralismo político y que trae como resultado la alternancia en el poder. Es necesario recordar siempre que pueden volver las viejas prácticas delincuenciales como las que implementó Fujimori en el 2000.

El discurso que inserta en la línea editorial del diario configura elementos hegemónicos que advierten a la población sobre la contienda política, para que tomen conciencia sobre la realidad social.

Para transmitir el discurso dominante en contra de los candidatos que aparecen sólo en la etapa electoral, hace referencia a la época dictatorial que se ha vivido en los años 1990, con el ex presidente del Perú, Alberto Fujimori, quien en el año 2000 tejía el fraude electoral para perpetuarse en el poder. Sobre este fenómeno (Gomis 1991:184) advierte, “Los medios extraen del pasado inmediato y más reciente, es

decir, del pasado menos conocido, hechos que presentan al público como acciones en marcha y titulan generalmente en presente”. En resumidas cuentas, nos deja entender que los medios presentan como reciente cosas que han ocurrido, para que, con ello faciliten que el público se interese por ellas, las comente con interés y tenga ganas de intervenir en la acción y modificar su curso.

El discurso que reproducimos, lo evidencia “Es necesario recordar siempre que pueden volver las viejas prácticas delincuenciales como las que implementó Fujimori en el año 2000”, en el enunciado hay aparente rechazo y desacreditación a los movimientos políticos y a los candidatos que se aproximan a esa ideología política dictatorial, imponente y radical, que no respetan los principios de la democracia.

#### 4.1.2.3. Posición del diario frente a determinados hechos políticos

Texto: 01

Diario Jornada, miércoles 13 de agosto 2014



Ya con los candidatos definidos para estas elecciones y superadas las apelaciones, lo que se viene es una intensa campaña electoral, sobre la cual si debemos actuar con toda la responsabilidad los medios de comunicación, por el deber de informar a la ciudadanía los programas de los candidatos, y por supuesto, tener la capacidad de contrastar los mismos con la realidad.

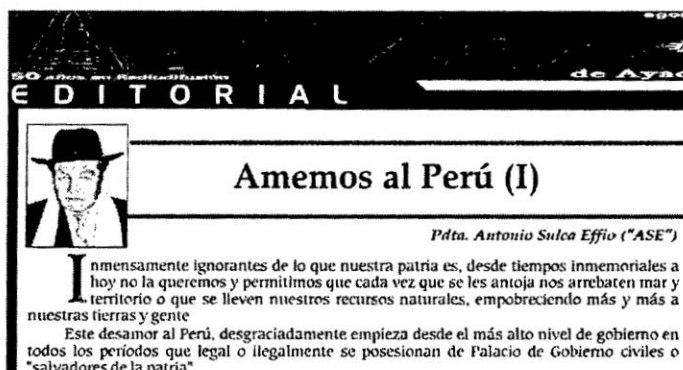
Los medios de comunicación de acuerdo al medio contexto en que se vive toman posiciones de un determinado hecho, muchas veces aparentando ser defensores con los problemas de la población, sobre este fenómeno, Gargurevich (1987) advierte, que la línea editorial de los diarios muchas veces son direccionados de acuerdo al

medio contexto, llegando afirmar, que toda información lleva una intencionalidad ideológica. Lo cual, se evidencia en el discurso que reproducimos “Lo que se viene es una intensa campaña electoral, sobre la cual si debemos actuar con toda la responsabilidad los medios de comunicación, por el deber de informar a la ciudadanía los programas de los candidatos”. El enunciado configura elementos que permiten advertir a la población sobre la campaña electoral. Asimismo, orienta hacia la reflexión de los diarios sobre la responsabilidad social que deben tener con la población.

Por lo tanto, el discurso busca llegar hacia las emociones del lector para persuadir sobre las acciones de un partido político. Esto lo plantea, Van Dijk, controlar las mentes de la gente es el otro medio fundamental para reproducir el dominio y la hegemonía del poder.

#### Texto: 02

Diario La Voz de Huamanga, miércoles 13 de agosto 2014



**EDITORIAL**

**Amemos al Perú (I)**

*Pda. Antonio Sulca Effio ("ASE")*

**I**nmensamente ignorantes de lo que nuestra patria es, desde tiempos inmemoriales a hoy no la queremos y permitimos que cada vez que se les antoja nos arrebaten mar y territorio o que se lleven nuestros recursos naturales, empobreciendo más y más a nuestras tierras y gente

Este desamor al Perú, desgraciadamente empieza desde el más alto nivel de gobierno en todos los períodos que legal o ilegalmente se posesionan de Palacio de Gobierno civiles o "salvadores de la patria".

En un contexto de la contienda electoral las agrupaciones políticas tejen estrategias para figurar en el imaginario popular y también, en las portadas de los diarios locales.

En este contexto, el Jurado Nacional de Elecciones convocaba a Partidos Políticos, Movimientos, Organizaciones etc., para la Firma del Pacto Ético Electoral. En este trance, la línea editorial del diario La Voz de Huamanga advertía a la población de ser vigilantes con los protagonistas de la política para que no caigan en la misma demagogia.

El enunciado que transcribimos, lo afirma “Desgraciadamente empieza desde el más alto nivel de gobierno en todos los periodos que legal o ilegalmente se posicionan de palacio de gobierno”, en el discurso hay visos de comparación con las elecciones presidenciales y las elecciones municipales y regionales, para advertir sobre las practicas virulentas que utilizan los movimientos políticos en cada periodo electoral.

Al respecto, Gabriel Galdón (2008) advierte, la actividad periodística no está al servicio de la sociedad, “En lugar de informar adecuadamente a los ciudadanos, lo que hace es desinformarlos y manipularlos de diversas maneras”.

Por lo tanto, la configuración del discurso político de la línea editorial en una etapa electoral responde al acto social, es decir a la práctica social. Entonces, la orientación del tópico está enmarcada en el discurso político e ideológico, de lo que se quiere lograr con la intención del discurso.

Texto: 04

Diario Jornada, viernes 29 de agosto 2014



Estas normas que parecen una novedad en el país, forman parte de la cultura en sociedades donde la democracia se ha consolidado, a diferencia de nosotros, donde construir la democracia es todo un reto por la persistencia de caudillismo, de sujetos que se sienten iluminados y que por lo tanto, se creen está por encima de los partidos políticos y los movimientos regionales.

Por supuesto que para que se comporten así, tiene que existir una rena de seguidores incondicionales, que a cambio de las migajas del poder, achilan a estos engendros del mal, para que terminen destruyendo la democracia que tanto ha costado recuperar.

Porque se sienten intocables, es que disponen a su antojo los bienes, sean de oficinas descentralizadas del gobierno central, de recursos de los gobiernos regionales y en mayor proporción de bienes de los gobiernos locales. Y es precisamente en esta instancia del gobierno, donde se da con mayor frecuencia la presencia de estos caudillos que se consideran por encima de la ley.

La línea editorial del diario Jornada configura el discurso con elementos que calcen en el imaginario popular, para advertir, sobre el peligro de la democracia representativa ante la persistencia del caudillismo en las contiendas electorales. Asimismo, hace referencia a estos caudillos de la política a través de discursos dominantes para descalificar y asociar con la figura del mal en la contienda política. Como lo plante, Louis Althusser, esta constante manipulación e imposición ideológica ocurre porque, reconociendo la capacidad de seducción y persuasión que tienen los medios, los grupos de poder, sean éstos políticos, económicos, religiosos, etc., los utilizan con el fin de crear una opinión favorable, de imponer valores y de inducir a determinados hábitos, estableciendo así posiciones dominantes sin necesidad de recurrir a los aparatos represivos convencionales, como son las Fuerzas Armadas y las instituciones policiales. Lo que evidencia, estas prácticas de los diarios locales a partir de la línea editorial no están ajenas a nuestra realidad.

El enunciado que transcribimos, lo evidencia “sujetos que se sienten iluminados, se creen estar por encima de los partidos políticos y los movimientos regionales”, en el tópico existen elementos dominantes que orientan hacia el rechazo de los candidatos que no comparten con el sistema político que rige en el país.

Texto: 05

Diario La Voz, viernes 29 de agosto 2014



El 29 de agosto del 2004, a un año de presentado el informe final el defensor del Pueblo, Walter Albán, dijo que la atención a las recomendaciones de la CVR, no avanzó "ni siquiera" en un 10 % en ese primer aniversario. En los años siguientes los entendidos en la materia manifestaban lo mismo.

El diario, La Voz de Huamanga en un contexto complejo en que se gesta la contienda electoral, donde los protagonistas de la política hacen suya con tal de llegar, hacia el sillón municipal y regional. Quienes están bajo la mirada de los órganos institucionales que regulan el proceso electoral y otros están siendo investigados por la Fiscalía Provincial de Huamanga, por presuntos delitos de corrupción y por consignar una información falsa en sus hojas de vida.

Ante esta incertidumbre, la población se mantiene sigilosa frente a los candidatos. Mientras tanto, el discurso de la línea editorial del diario La Voz, advertía sobre las responsabilidades del gobierno de turno con las familias víctimas de violencia política interna ocurrida en los años 1980.

Sobre este punto, hay una suerte de rechazo y denuncia contra el estado ineficiente y ajeno a los problemas sociales. Sobre este fenómeno, Van Dijk, advierte, todo

discurso persuasivo y manipulativo tiende al pensamiento hipnótico, en cuanto persigue una doble intención, tiene agendas escondidas y se basa en una adhesión más emotiva que racional.

Texto: 06

Diario Global, miércoles 29 de agosto 2014



Unanue, amante del país. Esta es, sin duda, la calidad fundamental del espíritu de Unanue, y la que explica todas sus actitudes culminantes. Unanue, a través de todas las transformaciones políticas del Perú siguió siendo, sobre todo esto: un amante del país. Y para un amante del país, que había vivido y trabajado bajo el más despótico de los regímenes y dentro de él había conseguido medidas de mejoramiento social e intelectual para sus conciudadanos, y, para él, distinciones y honores insignes -cosmógrafo y protomédico, diputado a las Cortes- lo esencial no era la forma de gobierno, sino el bienestar general, la justicia y la dignidad. De allí que no sean sino aparentes las oscilaciones de la vida política de Unanue, su figuración sexagenaria en la independencia, su adhesión sucesiva a los proyectos monárquicos de San Martín, al republicanismismo fogoso de los 'líderes' del primer congreso constituyente, y a los planes vitalicios de Bolívar.

En un contexto donde la contienda política se convertía en carnaval de voces. Las miradas de los diarios se afirman en los discursos dominantes, subjetivos de la información, por el interés de generar corrientes de opinión y sobre todo por el control social.

En medio de esta divergencia, la línea editorial del diario Global, declaraba, sobre la historia del héroe nacional, Hipólito Unanue, próceres de la independencia, a quien exalta, refiriéndose hacia sus cualidades, valores que representa y la convicción que siempre había tenido de servir a la patria. El enunciado que transcribimos, lo evidencia "Unanue solo persiguió con tesón un propósito, realizado siempre con

honradez y limpieza de ánimo, el de servir a la patria”, en el enunciado hay un aparente valoración y asociación con los valores sociales, lo que afirmaría, que el discurso estaría orientado hacia los procesos mentales. En el fondo lo que está buscando el diario es distraer a la población, de lo que está ocurriendo con los partidos políticos regionales. Sobre este fenómeno, Van Dijk, advierte, los mensajes están orientados a llegar a las emociones de los receptores de acuerdo al contexto, e ello lo denomina cognición social, lo cual tiene que ver con factores como actitudes e ideologías compartidas por la sociedad.

#### Texto: 07

Diario Jornada, miércoles 10 de setiembre 2014



Porque si no saben las características de la regionalización en el Perú, cuando lleguen al gobierno regional se van a sentir como presidentes nacionales y sus consejeros ya se creerán congresistas. Por eso Santos en Cajamarca y el consejo regional no entendieron las limitaciones de su mandato. Lo mismo ocurrió con otros presidentes regionales, quienes lamentablemente, por desconocimiento y poco interés de sus consejeros, han cometido más de un error en el manejo de su gobierno regional.

Deberían estar debatiendo sobre estos temas, pero no. Están enfrascados en las hojas de vida de los otros candidatos y en cuidarse de lo que los otros pueden hacer de su vida pública y privada.

Y así llegará el 5 de agosto y no habremos tenido la oportunidad de saber que piensan de la regionalización y por lo tanto, que es lo que van a decidir, cuando manejen los presupuestos regionales.

El discurso de la línea editorial del diario advierte a los movimientos políticos que están enfrascados en cuidar sus vidas personales, más que en hacer conocer sus planteamientos y propuestas de gobierno. Asimismo, indica, los candidatos que no conocen sobre el proceso de la regionalización cuando llegan al poder se creerán como presidentes de la nación y los consejeros como congresistas.

En todo campo de la sociedad, la representación del discurso a través de los medios de comunicación, como el caso de los diarios locales, es una herramienta muy importante porque permite la construcción de una sociedad determinada, como lo plantea, (Van Dijk 2004:19)

El discurso tiene un papel fundamental. No solamente como acto de la interacción o como constitutivo de las organizaciones o de las relaciones sociales entre grupos, sino también por el papel crucial del discurso en la expresión y (re)producción de las cogniciones sociales, como los conocimientos, ideologías, normas y valores que compartimos como miembros de grupos y que en su turno regulan y controla los actos e interacciones.

Según el texto analizado, existen elementos que orientan hacia una deslegitimación e liderazgo de las autoridades de turno y a los candidatos que perfilan a acceder un cargo público. Lo cual está asociado con la incompetencia que tendrían los candidatos por la gestión pública. Esto pondría en peligro la gobernabilidad de la región y la estabilidad económica y política.

### Texto: 13

Diario Jornada, viernes 02 de octubre 2014



No debemos olvidar que este proceso electoral es también un derecho ganado por los ciudadanos. Están las jornadas de lucha del año 2000 contra el fraude electoral montado por el delincuente Alberto Kenya Fujimori, quien armó todo un operativo para perpetuarse en el poder.

A puertas de las elecciones municipales y regionales del 2014, los discursos de los diarios están orientados a generar corrientes de opinión sobre el accionar de los movimientos políticos.

En este contexto, la línea editorial del diario Jornada advierte en un tono persuasivo y reflexivo a la población, para que tomen conciencia sobre los candidatos que van a elegir en este cinco de octubre.

En estas circunstancias, el discurso configura elementos que orientan a cultivar el miedo en el imaginario popular, para que la población se dé cuenta y recuerde, los hechos vividos en los años 1990. Sobre este fenómeno (Gomis 1991:162) advierte:

El público es el lector de los protagonistas. Y escoge a los actores cuya acción política entiende que va resultarle más propicia. No es raro que la ideología y la demagogia se interfieran como instrumento o como armas, en el ejercicio difícil de conseguir que el lector elija quien quiere ser elegido.

El enunciado que transcribimos, lo afirma “No debemos olvidar contra el fraude electoral montado por el delincuente Alberto Kenya Fujimori, quien armó todo un operativo para perpetuarse en el poder”, en el tópico hay elementos peyorativos que advierten sentencia contra aquellos políticos que comparten la ideología autoritaria, por encima del sistema democrático que rige en nuestro país.

Entonces, el discurso político y la ideología es una herramienta poderosa que ejerce poder al implantarse en el imaginario social.

## **4.2. Discusión y Resultados**

### **4.2.1. Mensaje político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos**

El discurso político de la línea editorial de los diarios locales durante las elecciones municipales y regionales 2014, marcó una agenda política en el trabajo periodístico, teniendo como punto de partida en la configuración de corrientes de opinión

hegemónicos desde el protagonismo político, actores sociales, políticos y las relaciones institucionales. Como advierte, Van Dijk : los políticos, los periodistas en la prensa utilizan de manera sistemática el problema social con la finalidad de convertir a la prensa y al discurso público en el mecanismo central de la reproducción discursiva del poder, pues tienen, la posibilidad de decidir qué es importante y cómo se debe valorar. Esta práctica en un contexto de la contienda electoral no era ajena a nuestra realidad, donde la línea editorial configuraba discursos imperativos orientados hacia el imaginario social.

Al respecto, la posición que toman los diarios en una contienda electoral en un suministro de información, el director del diario Global, Juan Carlos Arango manifiesta “Siempre debe ser de comunicar, informar, educar, socializar las políticas, no ser tal vez un espacio de aprovechamiento de tergiversación de conjeturar la información”.

Sin embargo, lo que menciona Arango no necesariamente refleja la línea editorial del mencionado diario, de ser un medio educativo, socializador, más aún, lo cual es opacado por el interés político y económico en un proceso electoral.

Porque cada diario responde a su línea ideológica y la reproducción del discurso calza a ello sea intencionada o no sobre un determinado hecho.

Mientras tanto, el director del diario Jornada, Jaime Olano Quispe manifiesta: “Los de más medios se ha reducido a temas de conflictos internos, intestinales, que crean escándalos políticos y eso se vende. Yo también, he caído en eso, sin embargo, hay una prioridad aquí, que tenga mayor orientación, que no se ha cumplido”

Estas prácticas intencionadas o no de los diarios locales en un proceso electoral muchas veces favorecen a unos y otros sucumben, lo cual demuestra, las publicaciones discursivas de la línea editorial durante las elecciones municipales y regionales 2014.

Por lo tanto, el discurso político más allá del clima electoral recurrió a una serie de valores, creencias, etc., que están fuertemente arraigados en el imaginario social, para esconder la intención del discurso hegemónico. Sobre este fenómeno Van Dijk, afirma “Que el discurso ejerce poder en la construcción y reproducción de las ideologías y del abuso del poder”. Esta práctica no era ajena a nuestra realidad donde los discursos consciente o inconscientemente imponían el estatus quo.

#### **4.2.2. Posición del periódico y aproximación a una ideológica política**

En un contexto de protagonismo electoral donde se gestan las relaciones de poder, los diarios alzan la voz a través de la línea editorial en tono crítico, persuasivo y dominante hacia los actores políticos. En medio de este suceso el discurso de los diarios alimentan a la figura del miedo, de control y poder hegemónico.

No era novedad que los diarios tomen diferentes posturas frente a la contienda electoral, los discursos orientaban una aparente aproximación una ideología política. Sobre este fenómeno (Gutiérrez 1997:15) advierte, “La ideología también puede operar a través de la disimulación o encubrimiento. Las relaciones de poder que sirven a los intereses de unos a expensas de los demás pueden ser ocultadas, negadas o bloqueadas de varias maneras”, por ejemplo, describiendo los procesos o acontecimientos sociales con ciertos términos que pongan de relieve algunos rasgos,

en detrimento de otros, o al representar o interpretar dichos procesos de tal manera que se disimule o encubra lo que realmente son. Estas prácticas han salido a flote durante las elecciones municipales regionales 2014.

#### **4.2.3. Posición del diario frente a los partidos políticos**

En este contexto, los discursos de la línea editorial de los diarios afloran y someten la idea dominante sobre los actores políticos escudados en valores sociales. Donde el pluralismo y la imparcialidad de los medios sucumben ante la subjetividad. Sobre este fenómeno (Gomis 1991:155) advierte, “Los medios tratan de ejercer influencia de una manera abierta y deliberada en sus comentarios”. Lo cual, evidenciaría especialmente el caso de la prensa, que publica artículos editoriales en los que el periódico dice lo que “piensa” y quiere convencer de ello a sus lectores.

Al respecto (Van Dijk: 25) indica, las elecciones, los parlamentos, las campañas políticas, la propaganda, las demostraciones, y muchos otros fenómenos del campo político son entonces profundamente ideológicos.

Por su parte (Gomis 1991:162) advierte, “No es raro que la ideología y la demagogia se interfieran como instrumento o como armas en el ejercicio difícil de conseguir que el lector elija quien quiere ser elegido”. Lo cual, se ha demostrado a través de la publicación de la línea editorial de los diarios (Jornada, La Voz de Huamanga y Global) donde cada diario asumía una posición dividida sobre hechos políticos.

El diario La Voz de Huamanga trataba de mantener una posición moderada sobre hechos políticos, sin embargo había una aparente aproximación a la línea ideológica

de izquierda, lo cual refleja la línea editorial que se publicó durante el proceso electoral 2014.

Mientras el diario Global ha tomado una posición parcializada frente a los hechos políticos, sin embargo había visos de una posición progresista, liberal y contrario a la política radical, autoritaria, lo cual refleja la publicación de sus líneas editoriales durante las elecciones municipales y regionales 2014.

Por otro lado, el diario Jornada toma una posición aparentemente ecléctico frente a hechos políticos, sin embargo había visos de aproximación a una línea ideológica de izquierda, lo cual reflejaba la línea editorial del diario durante el proceso electoral del 2014.

Por lo tanto, nuestra realidad no estaba distante a este suceso era evidente que los diarios tomen sus posturas frente a los candidatos con discursos imperativos cargados de ideología, lo cual reflejan sus líneas editoriales.

#### **4.2.4. Posición del diario frente a determinados hechos políticos**

En un contexto de debate electoral donde los protagonistas de la política prometían lo que podían al electorado con tal de conseguir su voto. Para estos candidatos, habitar bajo los principios democráticos, los valores sociales y la conciencia social era utópico. Ante esta situación la población se ordenó vigilante con los candidatos que perfilan posibles ganadores al sillón municipal y regional.

En medio de esta divergencia, la línea editorial de los diarios configuraba discursos a partir de los hechos que involucraba directa o indirectamente a los partidos y movimientos políticos. Sobre este fenómeno (Foucault 1980:11) advierte, “En toda

sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros”. Este hecho no era ajeno a nuestra realidad, donde los discursos estaban orientados a persuadir, desacreditar a los protagonistas de la política uno que a otro.

Al respecto, de los diarios locales frente a hechos políticos, Juan Carlos Arango, director del diario Global, en una entrevista realizado manifiesta:

Los medios de comunicación han ayudado bastante, han canalizado, las propuestas y al mismo tiempo han contrarrestado en una campaña diferentes posturas, entiendo que el medio de comunicación ha jugado un rol preponderante y decisivo, para que hoy, por hoy, tengamos las autoridades que tenemos (Diario Global, 18 de mayo 2015).

Mientras tanto, el director del diario Jornada, Jaime Olano Quispe en un suministro de información, se le preguntó ¿Cree que la prensa jugó un papel decisivo para que un candidato sea elegido como una autoridad durante las elecciones municipales y regionales 2014? Al respecto manifiesta “Creo que en esta ocasión no fue, porque, lamentablemente los errores políticos que han cometido, si hablamos del tema del gobierno regional, los dos contrincantes principales han hecho que tengamos el ganador que tenemos ahora”.

Al respecto, el editorialista del diario La Voz de Huamanga, Antonio Sulca Effio manifiesta:

Últimamente creo que estamos equivocando de elegir, porque a las personas cultas no la vemos o buenos candidatos, pero a personas con poder económico eso sí, lo apoyamos por qué, a pesar que se ha denunciado, se ha dado noticias en los periódicos. Porque al pueblo

ayacuchano le han acostumbrado a regalos, las donaciones, promesas, entonces en base a esto se ganan los votos, es lamentable (Diario La Voz de Huamanga, 04 de junio 2015).

Por lo tanto, el discurso responde a estructura social, es decir a la interacción social y como también el discurso de la línea editorial de los diarios responde a la intención, posición del diario, es decir responde a lo que quiere divulgar sobre un determinado hecho, político y social.

## CONCLUSIONES

1- El discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014, más que una estrategia ha sido una herramienta que le ha permitido a los diarios locales a partir de la línea editorial construir discursos cargados de elementos imperativos, persuasivos y de ideologías orientados a favorecer no sólo a los partidos políticos, sino que también orientó a generar corrientes de opinión para que la población reflexione y tome su decisión por un candidato.

2.- El discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014, respondió a un contexto, tiempo y espacio, de la contienda electoral. En ese sentido, el discurso político, a partir de la línea editorial de los diarios incurrió a utilizar como estrategia, los elementos de las categorías sociales, para imponer ideas dominantes hacia el imaginario social.

3.- El discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos se ha configurado de la interacción social, a partir de las relaciones existentes entre los actores políticos, participantes de los hechos políticos, de las declaraciones de los protagonistas de la política. Estos elementos permitieron a los editorialistas de los diarios reproducir discursos políticos cargados de ideología orientados hacia el control social.

4- El discurso político que difundió la línea editorial de los diarios locales durante las elecciones municipales y regionales 2014, demostró más allá del clima electoral que vivió nuestra región de Ayacucho, incurrió a una serie de valores, creencias,

identidades culturales, etc., que están fuertemente arraigados en el imaginario social, para esconder la intención del discurso hegemónico.

5- Los diarios y los políticos en el intento de alcanzar el control social recurrieron a los mecanismos persuasivos de los discursos políticos durante las elecciones municipales y regionales 2014, como refleja las ediciones de la línea editorial de los diarios locales (Jornada, La Voz de Huamanga y Global).

Por lo tanto, el discurso político que se matiza a partir de la línea editorial de los diarios locales es una herramienta de poder que genera el control social.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Althusser, Louis (s.f). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Recuperado 03 de julio del 2015. <http://www.libroteca.net>

Arce Barceló, María E. (2011). *Análisis del periódico mexicano: 'La Jornada' un modelo de comunicación alternativa en la era de la globalización* [Tesis Doctoral]. Universidad de Murcia. Recuperado 03 de julio del 2015. <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/96869/TMEAB.pdf;jsessionid=526406B421CB5571D50A4844E13505BE.tdx1?sequence=1>

Barthes, Roland (1982). *Lo obvio y lo obtuso*. Paris: Paidós Comunicación.

Bourdieu, P. (1988). *Espacio social y poder simbólico*. En Cosas Dichas. Barcelona: Gedisa.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Editorial Alianza.

Camilo, T. (1983). *Periodismo y lucha de clases*. Lima: Editorial Causachum.

Calsamiglia y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del Discurso*. Barcelona: Ariel.

Haidar, Julieta (s.f). *El poder y la magia de la palabra*. Recuperado el 06 de julio del 2015. <http://www.uam.mx/cdi/pdf/publicaciones/produccion/poder.pdf>

Chacón Gutiérrez, Inmaculada (1994). *La fiabilidad del proceso documental del discurso periodístico, como fuente de información: análisis, método y valoración*

[Tesis doctoral]. *España. Universidad Complutense de Madrid en la Facultad de Ciencias de la Información, departamento de Periodismo III*. Recuperado 28 de junio del 2015. <http://eprints.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3001001.pdf>

Chomsky, Noam (2004). *Fabricando el consenso. El control de los medios masivos de comunicación*. Edición Elche. Recuperado 03 de julio 2015.

[http://www.nodo50.org/tortuga/IMG/rtf/edi\\_1\\_1\\_.Fabricandoelconsenso.NOAMCHOMSKY.rtf](http://www.nodo50.org/tortuga/IMG/rtf/edi_1_1_.Fabricandoelconsenso.NOAMCHOMSKY.rtf)

Cuentas Ramírez, Sara J. (s.f). *Programas periodísticos televisivos y su impacto en la democracia caso de los canales 2 y 4 durante el proceso electoral del 2000* [Tesis de Licenciatura]. Lima. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en Comunicación Social. Obtenido 05 de marzo del 2015.

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/cuentas\\_rs/t\\_completo.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/cuentas_rs/t_completo.pdf)

Dorna, Alexandre (1993). *El discurso político*. Artículo, N° 6, Pág. 117-128 desarrollado en la Universidad de París. Francia. Recuperado 28 de junio 2015.

<http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N6-6.pdf>

Foucault, Michael

- (1979a). *Arqueología del saber*. México: Printed.
- (1979b: 118). *Microfísica del poder*. Madrid: Edissa.

- (s.f). *Sujeto y Poder*. Revista Mexicana de Sociología. Vol. 50, No. 3. (1988) pág. 3-20. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado 28 de junio 2015. <http://links.jstor.org/sici?sici=01882503%28198807%2F09%2950%3A3%3C3%3AE SYEP>

Gargurevich R, Juan.

- (1987). *Nuevo manual del Periodismo*. Editorial Causachun.

- (2000). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima Perú. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

García, N. (1995). *Ideología, cultura y poder*. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC.

Galdón L., Gabriel (2008). *La violencia a la realidad o la violencia silenciosa. Desinformación y manipulación en los medios de comunicación*. Escuela Abierta N.10. Recuperado 03 de julio 2015. [http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo\\_id=10711](http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=10711)

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo*. Barcelona: Paidós.

Hernández, R. (2003). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Infante Y, Carlos (2010). *Poder, Tensión y Caricatura: durante el período final del régimen fujimorista*. Lima. Editorial Mano Alzada: UNMSM.

Infante, C. y Vásquez, J. (2006). *La línea editorial de la prensa ayacuchana durante la primera mitad del siglo XIX* [Instituto de Investigación de la facultad de ciencias sociales]. Ayacucho. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga.

Lazo Leonardo, Rosario (2005). *Manejo de la libertad de información en el diario Correo y su influencia en la opinión pública del distrito de Huancayo* [Tesis de licenciatura]. Ayacucho. UNSCH.

Leñero, V. y Marín, C. (1986). *Manual de periodismo*. México: Grijalbo.

Leñero, Vicente (s.f) VI. *Obras escogidas*. Moscú. Tomo I, Edit. Progreso.

Lozano R., José (1996:68). *Teorías e investigación de la comunicación de masas*. México, Grafica edición.

Londoño, O. (2007: 129-135). *El Análisis Crítico del Discurso (ACD), una actitud de resistencia*. Entrevista a Teun A. Van Dijk. Volumen 6, N° 1 de la Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso, de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso, ALED.

Mar Blanco, M. (1976). *Los editoriales, reflejo de un momento histórico. Análisis de los editoriales publicados en el País y ABC en mayo de 1976*. Investigación desarrollada en la Universidad de Complutense. España. Madrid. Obtenido 12 de marzo 2015.

[/http://www.historiadeltiempopresente.com/web/DocumentosDescargables/Aportaciones/A\\_64.pdf](http://www.historiadeltiempopresente.com/web/DocumentosDescargables/Aportaciones/A_64.pdf)

Morán, D. y Aguirre, M. (2008). *La prensa y el discurso político en la historia peruana: algunas consideraciones teóricas y metodológicas*. Investigaciones

Sociales. Año XII N° 20, pag.229-248. Lima. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido 15 de marzo del 2015.

[https://www.google.com.pe/search?q=tesis+de+discurso+politico&oq=tesis+de+discurso+politico+&aqs=chrome..69i57.17687j0j7&sourceid=chrome&es\\_sm=122&ie=UTF](https://www.google.com.pe/search?q=tesis+de+discurso+politico&oq=tesis+de+discurso+politico+&aqs=chrome..69i57.17687j0j7&sourceid=chrome&es_sm=122&ie=UTF)

Maraví L., Alfonso (2004). *Filosofía*. Lima. Departamento de impresiones y publicaciones. Universidad Inca Garcilaso De La Vega.

Nieto, A. (1973). *La empresa periodística en España*. Pamplona: Eunsa.

Orlando Zamora, Rocío (2010). *Análisis del discurso: caso diario crítica de Argentina 2008*. Investigación desarrollada en Argentina. Obtenido 05 de marzo del 2015.

[http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1264995774.ROCIO\\_DISCURSO.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1264995774.ROCIO_DISCURSO.pdf)

Porras B., Raúl (1974). *Ideólogos de la emancipación*. Lima: Editorial Milla Batres.

Rallo L., Artemi, citado por Pedro López L. (2001). *Derecho de Información: medios de comunicación y democracia*. Revista General de Información y Documentación, Vol. 11, N° 2. p. 80. Universidad Complutense. E.U.B.D. Recuperado 03 de julio del 2015. <http://revistas.ucm.es/byd/11321873/articulos/RGID0101220061A.PDF>.

Sierra, Restituto (1991:205). *Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios*. Madrid: Editorial paraninfo.

Sancho Guinda, Carmen (2007: 1123). *El viaje poético de las nativas norteamericanas como contra discurso de reconciliación y resistencia: una visión*

*interdisciplinar*. [Tesis Doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Filología. Recuperado 03 de julio 2015.

[http://www.academia.edu/2939920/El\\_viaje\\_po%C3%A9tico\\_de\\_las\\_nativas\\_norteamericanas\\_como\\_contradiscurso\\_de\\_reconciliaci%C3%B3n\\_y\\_resistencia\\_una\\_visi%C3%B3n\\_interdisciplinar](http://www.academia.edu/2939920/El_viaje_po%C3%A9tico_de_las_nativas_norteamericanas_como_contradiscurso_de_reconciliaci%C3%B3n_y_resistencia_una_visi%C3%B3n_interdisciplinar)

Soria, C. (1997: 57). *El laberinto informativo: una salida ética*. Pamplona: Eunsa.

Sánchez García, F. (2009). *Estudio Pragmático del Discurso Periodístico Político Español. A propósito de los debates sobre el Estado de la Nación* [Tesis Doctoral]. Universidad de Granada, Facultad de Filosofía y Letras, Departamento de Lengua Española. Obtenido 02 de abril del 2015. <http://hera.ugr.es/tesisugr/18426074.pdf>

Valenzuela, Miguel Á. (2004). *Discurso político* [Investigación desarrollada en el Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, INCEP]. Guatemala. Centro América.

Van Dijk, Teun A.

- (1985). *Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Madrid.
- (1990). *La noticia como discurso: comprensión, estructura, y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- (1994). *Discurso, Poder y Cognición Social*. Barcelona. Madrid.
- (1995). *Discurso conocimiento e ideología Reformulación de viejas cuestiones y propuesta de algunas soluciones nuevas*.
- (1996). *Análisis del discurso ideológico*. UAM. México.
- (1980). *Texto y Contexto*. Barcelona. Madrid.

- (1999). *Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona. Madrid.
- (2000a). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa
- (2000b). *El discurso como interacción en la sociedad. El discurso como interacción social*. Estudios del discurso: Introducción multidisciplinaria. Barcelona: Editorial Gedisa, volumen 2, pág. 32.
- (2004). *El análisis crítico del discurso y el pensamiento social*. Recuperado 03 de julio 2015. <http://blues.uab.es/athenea/num1/vandijk.pdf>
- (2005). *Política, ideología y discurso*. Quórum Académico, N° 2, Vol. 2, julio-diciembre 2005, Pág. 15 – 47. Recuperado 03 de julio 2015. <http://www.discourse-in-society.org>
- (2008). *Semántica del discurso e ideología. Discurso y sociedad*. N° 1, Vol. 2, pág. 201-261.

Verón, E. (1987). *La palabra adversativa*. En Arfuch y Verón (et al). El Discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Buenos Aires: Hachette.

ANEXO

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE ESTUDIO POBLACIÓN Y MUESTRA	DISEÑO METODOLÓGICO
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Cuál fue el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones Municipales y Regionales 2014?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cuál fue el tratamiento que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político durante las</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Analizar y describir el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones Municipales y Regionales 2014</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>Identificar el tratamiento que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político durante las elecciones</p>	<p><b>Enfoque teórico:</b></p> <p>La bibliografía que guiará el análisis, la interpretación y la elaboración del informe del presente trabajo será la siguiente:</p> <p>Teun Van Dijk , guiará en el análisis del discurso político.</p> <p>Bourdieu, P, Michael Foucault, ayudaran analizar: poder e ideología.</p>	<p><b>HIPÓTESIS</b></p> <p>El discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos fue una estrategia para favorecer a los candidatos que se perfilaban como ganadores a ocupar cargo político durante las elecciones municipales y regionales 2014.</p> <p><b>Hipótesis específica</b></p> <p>H1. El tratamiento que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político fue manipulado, direccionado, muchas veces favoreciendo a los candidatos que aspiraban un cargo político durante las elecciones municipales y regionales 2014.</p> <p>H2. El discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos se construye a partir de intereses económicos durante las elecciones municipales y regionales 2014.</p>	<p><b>INDEPENDIENTE</b></p> <p><b>Línea editorial.</b></p> <p><b>Indicadores</b></p> <p>-Aproximación a una ideología política.</p> <p>-Posición del diario frente a los partidos políticos.</p> <p>-Posición del diario frente a determinados hechos políticos.</p> <p><b>DEPENDIENTE</b></p> <p><b>Discurso político.</b></p> <p>-Mensaje político</p> <p>-posición del periódico</p>	<p><b>Población.</b></p> <p>-Todos los diarios ayacuchanos.</p> <p><b>Muestra.</b></p> <p>No probabilística.</p>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b></p> <p>Descriptivo.</p> <p><b>MÉTODO:</b></p> <p>Cualitativo</p> <p><b>TÉCNICAS</b></p> <p>-Análisis de contenido</p> <p>-Entrevista</p> <p><b>INSTRUMENTOS</b></p> <p>Guías de contenido</p> <p>Guías de entrevista</p>

<p>¿Cómo se construye el discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales?</p>	<p>Conocer la construcción del discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014.</p>	<p>de los candidatos no se a favor de los intereses personales, dejando de lado el interés social durante las elecciones municipales y regionales 2014.</p>			
<p>¿Cuál fue el mensaje que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político de los candidatos durante las elecciones municipales y regionales 2014?</p>	<p>Identificar el mensaje que dio la línea editorial de los diarios ayacuchanos al discurso político de los candidatos durante las elecciones municipales y regionales 2014.</p>				

Anexo : 02

TEMA: DISCURSO POLÍTICO DE LA LÍNEA EDITORIAL DE LOS DIARIOS AYACUCHANOS DURANTE LAS ELECCIONES MUNICIPALES Y REGIONALES 2014.

GUÍA DE ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO DE LAS EDITORIALES DE LOS DIARIOS, LA VOZ DE HUAMANGA,

JORNADA Y GLOBAL.

DIARIO: LA VOZ DE HUAMANGA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

Contexto en que se desarrolla el discurso político: DURANTE LAS ELECCIONES MUNICIPALES Y REGIONALES 2014.

Análisis del discurso político de la editorial de los diarios	MENSAJE		Interpretación
	Denotativo	Connotativo	
<b>Variable</b> <b>Discurso político</b>  <b>Indicadores</b>  -Mensaje político  -Posición del periódico			

**TEMA: DISCURSO POLÍTICO DE LA LÍNEA EDITORIAL DE LOS DIARIOS AYACUCHANOS DURANTE LAS ELCCIONES MUNICIPALES Y REGIONALES 2014.**

**GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA LINEA EDITORIAL DE LOS DIARIOS, LA VOZ DE HUAMANGA,**

**JORNADA Y GLOBAL.**

**DIARIO: LA VOZ DE HUAMANGA**

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

**Contexto en que se desarrolla la línea editorial: DURANTE LAS ELECCIONES MUNICIPALES Y REGIONALES 2014.**

<b>VARIABLE</b>	<b>GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA LÍNEA EDITORIAL DE LOS DIARIOS AYACUCHANOS</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>
<b>Línea editorial</b>		
<b>INDICADORES</b>		
-Aproximación a una ideología política		
-Posición del diario frente a los partidos políticos.		
-Posición del diario frente a determinados hechos políticos.		

Anexo: 03

**GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA**

**DISCURSO POLÍTICO DE LA LÍNEA EDITORIAL DE LOS DIARIOS AYACUCHANOS DURANTE LAS ELECCIONES MUNICIPALES Y REGIONALES 2014.**

**PARTICIPANTE: DEL DIARIO JORNADA.....**  
**LUGAR Y FECHA:.....**

- 1- Durante las últimas elecciones municipales y regionales del 2014, hemos sido testigos de los discursos de los diarios ayacuchanos a favor o en contra de los candidatos, ¿cuál es su apreciación al respecto?**
- 2- Durante las últimas elecciones municipales y regionales del 2014, ¿cuál fue el papel que jugó su medio frente a los partidos políticos?**
- 3- Como dice Lorenzo Gomis, todo medio de comunicación tiene una posición y eso refleja en la línea editorial, ¿cuál fue la posición del medio de comunicación que usted dirige durante las elecciones municipales y regionales 2014?**
- 4- Los medios de comunicación en la actualidad han dejado de lado la responsabilidad social por intereses económicos y políticos, señala Lorenzo Gomis, ¿cuál es su apreciación al respecto?**
- 5- La publicidad que mantienen los medios de comunicación, con el estado, empresas transnacionales o partidos políticos. Eliseo Verón sostiene que es una estrategia para acallarlos. ¿Cuál es su opinión al respecto?**
- 6- Durante la etapa electoral, ¿cuál debería ser el papel de los medios de comunicación frente a la sociedad?**
- 7- ¿Cuál es el rol que cumplió la prensa en general en el proceso electoral durante las elecciones municipales y regionales 2014?**
- 8- ¿Cree que la prensa jugó un papel decisivo para que un candidato sea elegido como una autoridad durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

## Anexo: 04

### GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA

**PARTICIPANTE: Director del diario Global Juan Carlos Arango Claudio**

**Lugar y fecha: Local del diario, lunes 18 de mayo 2015**

- 1- Durante las últimas elecciones municipales y regionales del 2014, hemos sido testigos de los discursos de los diarios ayacuchanos a favor o en contra de los candidatos, ¿cuál es su apreciación al respecto?**

Nuestro diario tiene una editora que maneja información social, política, entretenimiento, actualidad, en ese contexto no podemos estar ajenos de esta coyuntura electoral, en ese entender consideramos que la pluralidad es importante, ser una ventana, una fuente de información que acoja los diferentes planteamiento de diferentes, movimientos políticos, tiendas electorales que son participes en este proceso de elección.

- 2- Durante las últimas elecciones municipales y regionales del 2014, ¿cuál fue el papel que jugó su medio frente a los partidos políticos?**

Ha sido propositivo, consideramos que hemos apertura do una sección de tribuna electoral, en la cual, hemos tratado marcar la pauta de las primeras principales necesidades que tiene nuestra sociedad. Los indicadores que aquejan a nuestra región para poder solucionar temas como la desnutrición, la anemia, la misma lucha contra la pobreza que puede estar en agenda, junto los pactos de la gobernabilidad que están escritos en los acuerdos de estos candidatos que se presentan y son aspirantes al sillón Municipal, tanto, Provincial, Distrital y Regional.

- 3- Como dice Lorenzo Gomis, todo medio de comunicación tiene una posición y eso refleja en la línea editorial, ¿cuál fue la posición del medio de comunicación que usted dirige durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

Siempre ha sido propositiva, progresista, ajeno tal vez al retroceso del desarrollo de la región. Por eso es necesario antes que entrar en la confrontación de los candidatos, proponer y promover debates de altura con políticas y propuestas de desarrollo. Que son importantes, puntos y ejes estratégicos que están en el plan de gobierno en cada una de estas tiendas, ha sido exigencia del mismo jurado, presentación de planes y propuestas de gobierno.

- 4- Los medios de comunicación en la actualidad han dejado de lado la responsabilidad social por intereses económicos y políticos, señala Lorenzo Gomis, ¿cuál es su apreciación al respecto?**

Nosotros como medio de comunicación nuevo, lo que buscamos es posicionar en la lectoría de nuestros conciudadanos y para ello, debemos y proponemos una imagen en lo posible, plural con independencia del caso, de esa manera vamos dar nuestro enfoque político, social, cultural de acuerdo lo que hemos trazado en nuestra carta y acta de constitución.

- 5- La publicidad que mantienen los medios de comunicación, con el estado, empresas transnacionales o partidos políticos. Eliseo Verón sostiene que es una estrategia para acallarlos. ¿Cuál es su opinión al respecto?**

Si esto es un debate, el tema de la parcialidad, la independencia, yo entiendo que a nivel de la misma independencia y la línea que uno traza, siempre evalúa, las posibilidades de aquellos que van a poner la publicidad, nosotros definitivamente damos la apertura, pero

consideramos que antes debe haber filtro y ese filtro es importante de aquellos partidos reconocidos o movimientos políticos con propuestas y planes de gobierno. Entonces, nosotros no vamos aceptar de ninguna manera comunicados que no tenga fuentes, que no tengan una participación directa como movimiento o partido en las elecciones, si bien hay agrupaciones de la misma sociedad civil puedan apoyar uno al otro movimiento que tengan cierto pronunciamiento nosotros tenemos el cuidado del caso es mejor escuchar de la parte acreditada adscrita en el padrón electoral para poder promover su publicidad y su participación.

**6- Durante la etapa electoral, ¿cuál debería ser el papel de los medios de comunicación frente a la sociedad?**

Siempre debe ser de comunicar, informar, educar, socializar las políticas, no ser tal vez un espacio de aprovechamiento de tergiversación de conjeturar la información. Sabemos que en el mundo de la comunicación, la tecnología, incluso se utilizan las redes sociales para poder confrontar, manchar honras, todo los demás. Pero, como medio escrito al menos tenemos una identificación clara, contundente, quienes somos, quienes conformamos nuestro equipo y cuál es nuestra línea editorial. La gente nos conoce entonces no actuamos en el camuflaje en el anonimato y debemos tener una responsabilidad de nuestros escritos y eso es el mensaje que tiene de cada uno de nuestros periodistas y el equipo editor que conforma este medio de comunicación.

**7- ¿Cuál es el rol que cumplió la prensa en general en el proceso electoral durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

Ha sido muy importante, de tiempo, esta parte Ayacucho ya siente la presión y posición de los medios de comunicación como lo ha referido, si bien tienen su propia línea de propuesta política consideramos que ha generado que se agenden principales temas de debate y es más le han dado el soporte a estos espacios de coordinación, concertación y a estos pactos de gobernabilidad creo que son sigilosos vigilantes que marcan el paso a cada uno de estos candidatos de una vez que estos sean tal vez resultantes del logro del éxito, definitivamente también van a exigir con la responsabilidad y la fuente del caso del cumplimiento de sus compromisos.

**8- ¿Cree que la prensa jugó un papel decisivo para que un candidato sea elegido como una autoridad durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

La personalidad del candidato, el profesionalismo, la capacidad técnica o política que por si es valiosa, pero los medios de comunicación han ayudado bastante, han canalizado, las propuestas y al mismo tiempo han contrarrestado en una campaña diferentes posturas, yo entiendo que el medio de comunicación ha jugado un rol preponderante y decisivo, para que hoy, por hoy, tengamos las autoridades que tenemos. Ellos son los que han marcado la agenda, los temas, los debates, incluso han socializado y han aprovechado de las debilidades o estigmas, impresiones o caracteres peyorativos que tienen uno y otro candidato, a muchos lo han asociado al tema de la corrupción, el continuismo y a otros como propuesta nueva. Los medios de comunicación siempre van a tener un rol importantísimo en estos aspectos.

## GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA

**PARTICIPANTE:** Director del diario Jornada Jaime Olano Quispe

**Lugar y fecha:** Local del diario, martes 02 de junio 2015

- 1- Durante las últimas elecciones municipales y regionales del 2014, hemos sido testigos de los discursos de los diarios ayacuchanos a favor o en contra de los candidatos, ¿cuál es su apreciación al respecto?**

Todo candidato y toda persona que es fuente de información es producto de las circunstancias en la que se encuentran, aquí no podemos decir que se saca una cosa a favor, una cosa en contra, sino, se saca lo que se cree que está sucediendo. Personalmente no creo en la objetividad periodística, pero sí en una imparcialidad.

- 2- Durante las últimas elecciones municipales y regionales del 2014, ¿cuál fue el papel que jugó su medio frente a los partidos políticos?**

Informar solamente el acontecer, se ha tratado de dar cobertura a todos los que quieren cobertura y a los que no quieren no se ha dado. Al señor Donaire recuerdo que se dado cobertura, pero finalmente el no quiso de hacerse entrevistar, fue el uno de los pocos diarios que lo entrevistó así exhaustivamente, eso es un ejemplo, los de más casos también se les ha dado cobertura a la gran mayoría.

- 3- Como dice Lorenzo Gomis, todo medio de comunicación tiene una posición y eso refleja en la línea editorial, ¿cuál fue la posición del medio de comunicación que usted dirige durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

La idea es ser plural, tratar de ser parcial y buscar equilibrio en la información que se pública.

- 4- Los medios de comunicación en la actualidad han dejado de lado la responsabilidad social por intereses económicos y políticos, señala Lorenzo Gomis, ¿cuál es su apreciación al respecto?**

Que los medios de comunicación, por supuesto, yo no sé y en qué momento más bien los medios de comunicación no respondieron a un interés político, económico. Este diario es una empresa, mientras sea una empresa su interés es económico, lo que quiere decir, se saca lo que se vende y lo que compra la gente. Hay una audiencia, hay que ofertarle nuestro servicio, las publicaciones, nuestro material impreso y que compre esa audiencia. Cuando un medio de comunicación no ha tenido un sesgo económico, todos los medios de comunicación lo tienen. Pero nosotros dejando el lado económico, tratamos de dar la información de forma plural, hacer incidencia en temas importantes que creemos como el tema de derechos humanos, ciudadanía, participación ciudadana y entre otros, a partir de ahí lograr que la gente tenga cierta orientación y también cierta educación en los temas democráticos.

- 5- La publicidad que mantienen los medios de comunicación, con el estado, empresas transnacionales o partidos políticos. Eliseo Verón sostiene que es una estrategia para acallarlos. ¿Cuál es su opinión al respecto?**

La política del diario es que todos salen con la versión de ambas partes, no importa sea bueno o malo sale todo, el mejor ejemplo son las publicaciones que tiene el diario, hay candidatos que han puesto su publicidad, igual ha salido las acciones, hechos o errores políticos que han cometido y habido candidatos que no han puesto su publicidad igual han salido.

- 6- Durante la etapa electoral, ¿cuál debería ser el papel de los medios de comunicación frente a la sociedad?**

De nosotros, definitivamente, orientar y educar a la gente, dar a conocer la mayor cantidad de propuestas que tienen. Lamentablemente en la región Ayacucho eso se dejó de lado, todo se ha reducido al tema de clientelismo político y pago por dádivas, por votos. Se puede reflejar en los medios, claro, sin embargo desde el diario jornada siempre hemos tratado de tener una imparcialidad en nuestros temas, aquí no ha existido clientelismo político.

**7- ¿Cuál es el rol que cumplió la prensa en general en el proceso electoral durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

Nosotros hemos sido el lunar, porque hemos tratado de que la gente de sus propuestas. Pero en cuanto a los de más medios se ha reducido a temas de conflictos internos, intestinales, que crean escándalos políticos y eso se vende. Yo también, he caído en eso, sin embargo, hay una prioridad aquí, que tenga mayor orientación, que no se ha cumplido.

**8- ¿Cree que la prensa jugó un papel decisivo para que un candidato sea elegido como una autoridad durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

Creo que en esta ocasión no fue, porque, lamentablemente los errores políticos que han cometido, si hablamos del tema del gobierno regional, los dos contrincantes principales han hecho que tengamos el ganador que tenemos ahora. El señor Donaire que no ha sabido manejar su discurso, no ha tenido una campaña coherente, que hablaba lo que quería, no daba entrevistas, y eso que empezó con 39 % de aprobación de acuerdo a las encuestas faltando tres meses para las elecciones. El mismo ha obtenido sus votos por su misma actitud y eso es un problema, la ausencia de una campaña electoral clara. Nosotros los medios de comunicación nos dedicamos a informar no instruimos al candidato. Si bien que hay una audiencia, que lee, que escucha y que mira, lo más esencial que ganado creo en estas elecciones la base social, el candidato, Ocorima, ha tenido base social, no gana el candidato que sale más en los medios de comunicación, sino el que tiene base social.

## GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA

**PARTICIPANTE: Editorialista del diario La Voz de Huamanga Antonio Sulca Effio**

**Lugar y fecha: Hospital de ESSALUD de Ayacucho, jueves 04 de junio 2015**

- 1- Durante las últimas elecciones municipales y regionales del 2014, hemos sido testigos de los discursos de los diarios ayacuchanos a favor o en contra de los candidatos, ¿cuál es su apreciación al respecto?**

Ha sido sumamente objetivo no se ha parcializado por ninguno de los candidatos que estaban en pugna por conseguir estas tribunas de privilegio como son el consejo municipal. Su editorial siempre ha sido objetivo, clara y ha tenido cuidado en dar información ni a favor ni en contra. Se ha visto obligado a tratar el tema de punto de vista político en el mejor sentido de la palabra.

- 2- Durante las últimas elecciones municipales y regionales del 2014, ¿cuál fue el papel que jugó su medio frente a los partidos políticos?**

Si un periódico toma partido de algún grupo, ya no es un periódico es un mensajero político de ese partido no lo sé se habido un periódico que ha tomado línea partidaria a favor de un determinado partido. Si aún lo supiera, por cuestión de ética profesional no lo mencionaría. Es probable que haya habido acá uno o dos periódicos que han ganado sus soles, sus lentejas favoreciendo un candidato, pero creo que es ético para un periodista no decirlo cual ha sido.

- 3- Como dice Lorenzo Gomis, todo medio de comunicación tiene una posición y eso refleja en la línea editorial, ¿cuál fue la posición del medio de comunicación que usted dirige durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

Hablemos de la línea ideológica, hay dos líneas ideológicas que rige en el mundo, una idealista y otra la científica (es realista) no se casa con la mentira, la otra sí, admite errores y hasta puede poner en práctica sus errores. La línea editorial de la voz siempre ha sido clara, objetiva y científica, está pegada a la verdad a lado de la ciencia, en ese sentido ha tomado política también como ciencia política de esa línea ha orientado a la opinión pública no tomando partido política, sino tomado la línea científica de cómo debe ser un político, como debe ser un alcalde, que cualidades debe tener un candidato a un concejo provincial de huamanga y entre otros.

- 4- Los medios de comunicación en la actualidad han dejado de lado la responsabilidad social por intereses económicos y políticos, señala Lorenzo Gomis, ¿cuál es su apreciación al respecto?**

No se puede generalizar el trabajo periodístico de una empresa hay muchos problemas en los participantes de una empresa periodística que podrían dar opinión la respuesta a la pregunta tuya. Habría que analizar cuanto han dejado de transmitir informaciones acerca de los problemas sociales y como lo tratan la información sobre el tema. Nosotros los periodistas no somos jueces, fiscal, para acusar a denunciar, la actividad periodística de otros colegas de la prensa local, quienes están obligados son los críticos, son los investigadores de la sociedad. Creo que ningún periodista que tenga principios de ética puede responder esa pregunta que el periódico de la voz se ha vendido al partido aprista, para ello tendría que tener base y fundamentos.

- 5- La publicidad que mantienen los medios de comunicación, con el estado, empresas transnacionales o partidos políticos. Eliseo Verón sostiene que es una estrategia para acallarlos. ¿Cuál es su opinión al respecto?**

La publicad es un medio con el que el periódico se sostiene, la publicad puede ser estatal o particular, si es estatal estaría buscando de una u otra manera que la línea editorial de ese periódico lo apoye, sino le apoya o ataca, sencillamente lo retira y lo hunde, particulares en

las provincias muy poco apoyan con la publicidad en el periódico muy pocos lo hacen, al menos en la voz, no buscan por favor voy poner mi publicidad opinen favorablemente para tal candidato y apoyen a tal grupo en ese caso le voy dar la publicidad, que yo conozca no ha llegado ese caso al diario. Porque la línea periodística no se vende, no se alquila si alguien quiere hacer su publicidad privada buena hora pero sin condiciones.

**6- Durante la etapa electoral, ¿cuál debería ser el papel de los medios de comunicación frente a la sociedad?**

Informar lo que está pasando dentro de ese partido político, que está haciendo, si es noticia sin opinar y si es la línea editorial o una columna firmada, ahí si bajo la firma del periodista responsable se puede opinar, decirle la vela verde a un partido político, dentro de una columna de opinión, inclusive dentro de una editorial, pero no como noticia e información, porque la información es neutral, no calumnia, ni miente, tampoco altera la verdad, se ciñe a todo lo que paso, el redactor debe cumplir esas normas principistas del periodismo.

**7- ¿Cuál es el rol que cumplió la prensa en general en el proceso electoral durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

Habría que hacer un estudio de todos los diarios, la línea editorial de esa época pre electoral y post electoral, para conocer cómo se comportó, que dijo, para ello es un proceso de investigación que difícilmente podría responderte.

**8- ¿Cree que la prensa jugó un papel decisivo para que un candidato sea elegido como una autoridad durante las elecciones municipales y regionales 2014?**

La prensa es la voz del pueblo y la voz del pueblo es la voz de dios, la opinión pública que se gesta, que se genera en los periódicos, a veces puede favorecer a un candidato, cuando el candidato tiene cualidades para hacer un buen alcalde un buen presidente, el lector de ese periódico son inteligentes, saben seleccionar de varios candidatos a quien puede ser realmente una autoridad. Últimamente creo que estamos equivocando de elegir, porque a las personas cultas no la vemos o buenos candidatos, pero a personas con poder económico eso sí, lo apoyamos porque, se ha denunciado se ha dado noticias en los periódicos, porque al pueblo ayacuchano le han acostumbrado a regalos, las donaciones, promesas, entonces en base a esto se ganan los votos, es lamentable.

# Jornada

¿Comenzó el circo?

Es previsible. Los partidos o movimientos políticos que tienen una experiencia en campañas electorales, han aprovechado la fama del Frente Electoral, para presentarse ante la opinión pública como organizaciones con gran cobertura y convocatoria regional.

Comenzando por el APRA, que aspira retornar al gobierno regional a través de Paula Capacho, la cita convocada por el Frente Nacional de Elecciones, con la oportunidad para demostrar que ellos están unidos y que las bromas entre cuestionados y capellitos son cosas del pasado. Además para el viejo partido de Haya de la Torre, estas elecciones regionales son importantes, en la medida que un triunfo será un paso significativo para la candidatura de Alan García a un tercer periodo de gobierno.

Con respecto a Alianza para el Progreso, si miramos quienes acompañan al general Edwin Donayre, encontramos a personas que tienen experiencia por haber participado en procesos electorales con anterioridad y definitivamente, asistieron con sus "musas" para no dejarle todo el espacio al APRA.

Lo mismo podemos afirmar de los seguidores del ARA que lanza a Víctor Caceres, y en fin, en general, desde la campaña electoral anterior, que cualquier oportunidad de hacer presencia en masas, es sinónimo de fortaleza partidaria.

Lo que hemos observado entonces, es que los otros candidatos hay que estar en su sitio. La justificación que presentan, de que cuentan con las disposiciones del Frente Nacional de Elecciones, puede ser puesta en duda, porque en las campañas electorales, tienen que demostrar a la población la capacidad de convocar a que vuelven a las masas. Sin esta capacidad está perdida la batalla.

Ya con los candidatos definidos para estas elecciones y supuestas las apelaciones, lo que se viene es una intensa campaña electoral, sobre la cual se debe actuar con toda la responsabilidad los medios de comunicación, por el deber de informar a la ciudadanía los programas de los candidatos, y por supuesto, tener la capacidad de contrastar los mismos con la realidad.

Lo más importante, sin embargo, es que se inicie el ciclo de intensa propaganda electoral y debe cortarse por lo sano. Ya hemos denunciado que hay partidos que no respetan la zona monumental de la ciudad, donde está prohibido todo tipo de propaganda electoral. En este orden, preside los oficiales, pagadores y otros y amenazan seguir con esta práctica, pese a las acciones que ha realizado el Frente Electoral Especial de Huamanga.

Otro caso que debe supervisar el Frente Electoral Especial, es que los partidos cumplan la obligación de presentar y difundir sus planes de gobierno, porque la población debe conocerlos para que el voto, sea un voto informado. Esa frase "¡lo conoces, vota por él!" debe dar paso a otro tipo transparente, de respuesta ciudadana: "¿me lo voto a ti?".

Para también debemos generar en la ciudadanía una clara conciencia de prácticas democráticas. Señalar por ejemplo a los candidatos que vienen con regalos, para demeritarlos, porque es una forma velada de aprovecharse de la pobreza. Así como la respuesta ciudadana contundente: Mi voto no se vende. Porque las elecciones anteriores nos demostraron como dos candidatos compraron votos con regalos, y que incluso en pleno proceso electoral en las comunidades campesinas, una de las listas organizó desayunos para los campesinos que iban a votar, al igual que en zonas urbano marginales de la ciudad de Huamanga.

## El mal uso del cargo en el proceso electoral

Hay que garantizar la limpieza electoral, y esto significa, que no se pueden utilizar bienes públicos para beneficiar a un candidato, pero en cambio, sí a personas que trabajan en determinada institución pública, para que haga campaña electoral a favor de determinado partido, movimiento o candidato.

La intervención a una camioneta de la Municipalidad de Jesús Nazareno que transporta propaganda electoral, no es sino, la constatación de que no se respeta lo que dispone la ley, es decir, que no se utilicen ni los bienes públicos, ni los locales y menos a los trabajadores para fines proselitistas.

Estas normas que parecen una novedad en el país, forma parte de la cultura en sociedades donde la democracia se ha consolidado, a diferencia de nosotros, donde construir la democracia es todo un reto por la persistencia de caudillismo, de sujetos que se sienten iluminados y que por lo tanto, se creen estar por encima de los partidos políticos y los movimientos regionales.

Por supuesto que para que se comporten así, tiene que existir una red de seguidores incondicionales, que a cambio de las migajas del poder, actúan a estos engendros del mal, para que terminen destruyendo la democracia que tanto ha costado recuperar.

Porque se sienten intocables, es que disponen a su antojo los bienes, sean de oficinas descentralizadas del gobierno central, de recursos de los gobiernos regionales y en mayor proporción, de bienes de los gobiernos locales. Y, es precisamente en esta instancia del gobierno, donde se da con mayor frecuencia la presencia de estos caudillos que se consideran por encima de la ley.

Claro que en su accionar casi delictivo, cuentan con el apoyo o asesoramiento de personas que forman su entorno y que lo convencen que él es la "autoridad" y que puede ordenar, por ejemplo, que saquen la camioneta y lleven su propaganda. "Si no para que eres alcalde", le soplará el demonio en la oreja.

Pero no sólo es el uso de estos bienes. Desde que se inició el proceso electoral son muchos los ciudadanos que han observado que personal de la Municipalidad Provincial de Huamanga viene desarrollando una intensa campaña electoral en apoyo al hermano del alcalde provincial que postula a la alcaldía del distrito de Jesús Nazareno.

Que como ciudadanos tienen todo el derecho de tener una vida política partidaria, no hay duda. Pero, cuando se pretende utilizar el cargo que se detenta para realizar esta campaña, ingresamos a un territorio donde lo ético colisiona con el derecho a la participación política, porque es indudable, que una cosa es que este ciudadano haga proselitismo cuando no tenía un cargo de funcionario, y otra que lo haga, a sabiendas que su cargo influye en las decisiones de los electores.

Por eso aún cuando a la cabeza de estos funcionarios, se encuentra el alcalde provincial, que tiene el derecho de apoyar a su hermano, pero querálo o no, su condición de alcalde provincial, es un elemento que distorsiona su presencia en esta campaña proselitista.

## Una campaña con muchos altibajos

Definitivamente, las preocupaciones de los partidos y movimientos regionales y locales que participan en el proceso electoral, han estado enfocadas a las declaraciones de las hojas de vida de los candidatos, y han quedado relegadas a un segundo plano, sus propuestas de gobierno.

A esto se suma, que se ha dado más importancia a declaraciones —que podíamos llamar anecdóticas o fuera de contexto— de algunos candidatos, los que ha distraído a la población, de manera que esos son los temas de la agenda ciudadana: sólo importa lo superficial y no el fondo del problema.

La regionalización —tal como se ha dado en el Perú— requiere que los que aspiran a dirigir estas regiones, tengan en claro que significa este paso que ha dado el Estado nacional. Porque todo hace notar, que muchos presidentes regionales no entienden este proceso y se han comportado en muchas regiones, como si la regionalización peruana es igual que el federalismo que ocurre en otros países.

En todo caso, los que formularon la norma crearon un híbrido, porque en parte es una suerte de modelo federalista: con su ejecutiva regional, su legislativo regional y su gabinete de gobierno. Y este híbrido, tiene problemas de funcionamiento, porque sus organismos descentralizados que le han sido transferidos son monstruos bicéfalos: una cabeza la tienen en Lima y la otra en la capital regional.

¿Qué piensan hacer frente a esta regionalización nuestros candidatos a la presidencia regional? ¿Tienen alguna propuesta para elevarla al congreso de la república para que las observaciones que se hacen a la regionalización sean canalizadas y se de la norma que permita tener verdaderas regionales y no la caricatura de regionalización que tenemos?

Porque si no saben las características de la regionalización en el Perú, cuando lleguen al gobierno regional se van a sentir como presidentes regionales y sus consejeros ya se ergerán congresistas. Por eso Santos en Cajamarca y el consejo regional no entendieron las limitaciones de su mandato. Lo mismo ocurrió con otros presidentes regionales, quienes lamentablemente, por desconocimiento y poco interés de sus consejeros, han cometido más de un error en el manejo de su gobierno regional.

Deberían estar debatiendo sobre estos temas, pero no. Están enfocados en las hojas de vida de los otros candidatos y en cuidarse de lo que los otros pueden hacer de su vida pública y privada.

Y así llegó el 5 de agosto y no habremos tenido la oportunidad de saber que piensan de la regionalización y por lo tanto, que es lo que van a decidir, cuando manejen los presupuestos regionales.

Y esto no es sólo un problema de Ayacucho. Colegas de otras regiones nos han informado que sucede lo mismo. Es decir, la campaña electoral es una sorda lucha por buscar los errores de los candidatos en sus hojas de vida, porque eso les da posibilidades de ganar sacándose de encima unos a otros, sin tener el trabajo de ganar a los electores a través del debate y la confrontación de propuestas de gobierno.

## Muy poco para escoger

A dos semanas de elegir a las nuevas autoridades que gobernarán la región, las provincias y los distritos, tenemos que aceptar que hay muy poco para escoger. Podríamos decir, que ni siquiera el más menor figura como una alternativa.

Para comenzar la candidatura de Wilfredo Osorio, al margen de los hechos por haber omitido en su hoja de vida que tuvo problemas con la justicia, en la actualidad está enfrentando un proceso judicial por malversación de fondos al cual que ha renunciado y renunciado de la región, entre ellos, el que lo acompañó en su lista como vicepresidente.

Hay que presumir de la inocencia de ambos, mientras el poder judicial no da su veredicto. Sin embargo, la imagen que le está cayendo es la formada de los políticos —dice Alberto Pajonari y Alan Choque, pasando por Luis Castañeda en la aludida de Lima, entre otros— es que los políticos son una sorta de truhanes. Un poco más, y para el común de los ciudadanos, los partidos políticos no son sino bandos organizados de delincuentes para saquear al país.

En estas condiciones, que el candidato a presidente y su vicepresidente estén inmersos en un proceso penal, hace pensar al ciudadano de a pie, que si ellos ganan las elecciones, no habrá poder que se anime a continuar con las investigaciones y menos sanciones, si es que se hubiera cometido un delito.

El otro candidato que se perfila como probable ganador en las elecciones del 5 de octubre es Edwin Domínguez. De haber comenzado con un amplio favoritismo cuando decidió lanzarse al ruedo electoral, todo lo que había ganado lo ha ido perdiendo poco a poco. Es un hombre de declaraciones desafortunadas, que no mide las consecuencias de sus palabras. Y un gobierno, tiene como primer requisito, ser prudente en los que dice.

El Quijote en la obra monumental de Cervantes no por gusto le decía a Sancho "no has de mezclarte en tan pláticas ni muchedumbre de refranes que andas que presto que los refranes son palabras breves, muchos veces los refranes son de los salvajes, que más parecen dispuestas que sentencias". Tanto alguien que le dé el mismo consejo a Domínguez: "No mezcles en tan pláticas tan divites, que en lugar de ayudar a tu imagen de futuro gobernador, lo que vas a conseguir es que te tomen de payaso y peor, de maltruido".

Y es que justamente, Domínguez es ahora esclavo de sus palabras. Ha dicho tantas desatinos, que en lugar de ganarse el apoyo, supuestamente de sectores marginales a sectores, ha conseguido que estos le sigan al frente y lo exijan reelecciones.

De los otros candidatos, que forman el pelotón del suenamiento. Lo más probable es que terminen en un cannibalismo electoral, donde cada quien se comerá la carne del contrario. Ya no luchan por ganar, lo único a lo que aspiran es a sobrevivir, y esto, a costa de los cadáveres de sus contrarios.

Tenemos elecciones dentro de menos de dos semanas. Estemos preparados para aceptar lo que venga. Al final, los pueblos tienen los gobiernos que se merecen.

Pese a sus limitaciones, la democracia representativa, que es la que tenemos en el país, es a no dudarlo, un sistema que permite que los ciudadanos, de una u otra manera, sean los responsables del tipo de gobernantes que se van hacer cargo de los destinos de la región, las provincias y los distritos en los próximos 4 años.

Por eso es necesario recordar, que estamos comprometidos como ciudadanos, a exigir que los gobernantes garanticen el pleno y cabal ejercicio de los derechos constitucionales. Es en esta óptica como nosotros elegimos a los que van a gobernar, no a caudillos regionales que se consideren por encima de las leyes y confundan, como se ha dado en otras regiones, la descentralización con el federalismo.

No debemos olvidar que este proceso electoral es también un derecho ganado por los ciudadanos. Están las jornadas de lucha del año 2000 contra el fraude electoral montado por el delincuente Alberto Kenya Fujimori, quien armó todo un operativo para perpetuarse en el poder.

No basta entonces que todos nosotros seamos ciudadanos iguales ante la ley. Hay que sentirnos comprometidos, como lo fuimos el 2000 en ser vigilantes para garantizar que las elecciones sean libres, transparentes, que garanticen el pluralismo político y que trae como resultado la alternancia en el poder. Es necesario recordar siempre que pueden volver las viejas prácticas delincuenciales como las que implementó Fujimori en el 2000.

Por eso nuestras preocupaciones deben servirnos para superar muchas de las deficiencias que todavía las tenemos al frente.

La primera, es que la experiencia de las últimas elecciones, incluida la actual, nos demuestra que no contamos con verdaderas organizaciones políticas, sean partidos o movimientos regionales. Esta es una de las debilidades de nuestra democracia, que como ciudadanos debemos de tomar consciencia. La falta de una vida política orgánica de los ciudadanos es reemplazada entonces, por pícaros que "fundan partidos" y luego venden las membresías al mejor postor que quiere participar en elecciones. Esto es algo que debe terminar.

En cuanto al proceso electoral que concluye este domingo, tenemos que lamentar que se ha ignorado por parte de los candidatos al gobierno regional y los gobiernos locales la seguridad ciudadana. Este "olvido" es la expresión de la poca importancia que le damos a vivir en una sociedad que nos garantice tranquilidad, justicia, integridad, libertad y respeto a la propiedad pública y privada.

Gane quien gane, como ciudadanos debemos estar atentos para que se institucionalice el diálogo y la concertación, afirmando las coincidencias entre los actores políticos y sociales y respetándose las naturales diferencias que existen entre estos. Lo importante, es que tanto el gobierno regional como los gobiernos locales respeten y garanticen la participación ciudadana, en las instancias pertinentes para la toma de decisiones.

**EDITORIAL**

**Amenos al Perú (I)**

El Perú es un país que ha sufrido una crisis económica y social que ha afectado a todos los sectores de la población. La pobreza ha aumentado y el desempleo es alarmante. El gobierno debe tomar medidas urgentes para solucionar estos problemas y mejorar la calidad de vida de los peruanos.

Una de las principales causas de esta crisis es la falta de inversión en infraestructura y servicios básicos. El gobierno debe priorizar estos sectores y atraer inversión extranjera para impulsar el crecimiento económico.

Además, es necesario fortalecer el sector privado y promover la creación de empleos. El gobierno debe implementar políticas que incentiven a las empresas a contratar más personal y mejorar sus condiciones laborales.

En conclusión, el Perú necesita un cambio de rumbo urgente. El gobierno debe ser más transparente y responsable, y tomar medidas concretas para superar la crisis y construir un futuro más próspero para todos los peruanos.

**A TRAVÉS DE CONVENIO ENTRE EL MINEDU Y LA UNESCO**

**Buscan fortalecer competencias de los docentes**

→ Más de 40 mil maestros en servicio de inicial, primaria y secundaria serán capacitados.

El Ministerio de Educación (Minedu) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) han firmado un convenio que permitirá capacitar a más de 40 mil docentes en servicio de inicial, primaria y secundaria.

Esta iniciativa busca fortalecer las competencias de los docentes y mejorar la calidad de la educación peruana. El convenio establece la implementación de programas de capacitación que abarcan áreas como el currículo, la pedagogía y el uso de tecnologías en el aula.

Los docentes beneficiarios serán seleccionados a través de un proceso de convocatoria pública. El Minedu y la Unesco trabajarán de manera conjunta para garantizar la efectividad de estos programas y el cumplimiento de los objetivos establecidos.



Se capacitarán a más de 40 mil docentes en servicio de inicial, primaria y secundaria.

**PARA RECORDAR EL AVANCIADO**

**Ofician Misa por el eterno descanso de Mons. Federico Richter**

Se ofició una misa por el eterno descanso del Mons. Federico Richter, quien falleció recientemente. La misa fue celebrada en la catedral de Ayacucho y contó con la presencia de numerosos sacerdotes y fieles.

Mons. Richter fue un destacado sacerdote y educador que dedicó su vida al servicio de la comunidad. Su legado es recordado con cariño y respeto por todos los ayacuchanos.

La misa fue presidida por el Obispo de Ayacucho, quien recordó la vida y obra de Mons. Richter y expresó su confianza en que el Señor lo reciba en su gloria. La ceremonia concluyó con un momento de silencio y la bendición final.



Se ofició una misa por el eterno descanso del Mons. Federico Richter.

**EDITORIAL A SE**

**A 11 años del armatoste y cachetada de la CVR**

El 11 de agosto de 2003 se celebró el aniversario de la caída del gobierno de Alejandro Toledo. Este día es recordado por la violencia y el caos que se vivió en Guatemala durante su mandato.

El armatoste y la cachetada de la CVR (Comisión Verdad y Reconciliación) marcaron un punto de inflexión en la historia reciente de Guatemala. Estos hechos demostraron la falta de respeto a los derechos humanos y la impunidad de quienes cometieron crímenes de guerra.

Es importante recordar estos hechos para no permitir que se repitan. La justicia debe ser aplicada a todos los involucrados en estos hechos, sin importar su rango o posición. Solo así podremos lograr una verdadera reconciliación y construir un futuro más pacífico y democrático para Guatemala.

**DESDE LA DIRECTOR**

**Impulsan escenificación del levantamiento de Ventura Ccalamaqui**

→ Desde hoy realizarán una serie de actividades artísticas y culturales.

El Comité de la Municipalidad de Ayacucho ha impulsado la escenificación del levantamiento de Ventura Ccalamaqui. Desde hoy se realizarán una serie de actividades artísticas y culturales que conmemoran este importante evento histórico.

Estas actividades incluyen representaciones teatrales, exposiciones y conferencias que buscan educar a la población sobre la historia y el legado de Ventura Ccalamaqui. El objetivo es fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo por la historia local.

El Comité también ha organizado una serie de eventos que se realizarán a lo largo del mes de agosto. Se invita a toda la ciudadanía a participar en estas actividades y a contribuir con su presencia y apoyo.



Se realizará una serie de actividades artísticas y culturales para conmemorar el levantamiento de Ventura Ccalamaqui.

**DEL PERÚ**

**Ayacucho lidera ranking en cumplimiento de metas**

Ayacucho lidera el ranking de cumplimiento de metas en el Perú. Este resultado refleja el compromiso y el esfuerzo de las autoridades locales para mejorar los servicios públicos y el bienestar de la población.

El ranking evalúa el cumplimiento de metas en áreas como salud, educación y vivienda. Ayacucho ha logrado avances significativos en estas áreas, lo que le ha permitido ocupar el primer lugar en el ranking nacional.

Este logro es el resultado de la gestión responsable y transparente de las autoridades locales. Se espera que estos avances se mantengan y se continúen mejorando los servicios públicos en el futuro.



Ayacucho lidera el ranking de cumplimiento de metas en el Perú.

### EDITORIAL

## La Propaganda Política (I)

Por: Roberto Andrés Pizarro



En el mundo de hoy, la política se ha convertido en un espectáculo. La propaganda política es el resultado de esta transformación. En el pasado, la política se basaba en el debate y el diálogo. Hoy, en cambio, se trata de una competencia por captar la atención del elector a través de medios masivos de comunicación. Este artículo analiza cómo la propaganda política ha cambiado y qué impacto tiene en la sociedad.

La propaganda política es un fenómeno que ha crecido exponencialmente en los últimos años. Con el avance de la tecnología y los medios de comunicación, los políticos han encontrado nuevas formas de llegar a sus electores. Desde los mítines tradicionales hasta las campañas en redes sociales, la propaganda política ha adoptado diversas formas. Sin embargo, el objetivo sigue siendo el mismo: ganar el favor del elector.

Este tipo de propaganda puede tener tanto efectos positivos como negativos. Por un lado, puede ayudar a informar a los ciudadanos sobre las propuestas de los candidatos y promover la participación política. Por otro lado, también puede generar desconfianza y manipulación, especialmente cuando se utilizan tácticas de miedo o engaño.

Es importante que los ciudadanos estén conscientes de estas tácticas y que no se dejen llevar por las emociones. La política debe ser un espacio de debate y diálogo, no de propaganda. Solo así podremos elegir a los mejores líderes para nuestro país.

### WILFREDO OSCORIMA, CANDIDATO DEL APRA:

## "Respetaremos decisión del Jurado Nacional de Elecciones"

« Sus asesores apelarán hoy ante el ente máximo »



El candidato del APRA a la presidencia, Wilfredo Oscurima, declaró que su equipo respetará la decisión del Jurado Nacional de Elecciones (JNE) tras el escrutinio de las elecciones. Oscurima afirmó que, independientemente del resultado, su equipo seguirá comprometido con el desarrollo del Perú y con el bienestar de sus ciudadanos.

« Si el JNE declara que el APRA ganó, nosotros lo aceptamos y vamos a trabajar para mejorar el país », dijo Oscurima. « Si, por el contrario, el JNE declara que ganó otro candidato, nosotros también lo aceptamos y vamos a trabajar para mejorar el país », agregó.

Oscurima también mencionó que sus asesores legales están trabajando para presentar una apelación ante el JNE en caso de que el resultado no sea favorable para el APRA. Sin embargo, reiteró su compromiso con el proceso democrático y con la voluntad del elector.

### PARA PROCESOS DE ASCENSOS Y ROTACIÓN

## UGEL's deben emitir informes al MINEDU

El Ministerio de Educación (MINEDU) exige que las Unidades Educativas (UGEL) emitan informes detallados sobre los procesos de ascensos y rotación de docentes. Esto es necesario para garantizar la transparencia y la equidad en el proceso de selección y asignación de profesores.

Los informes deben incluir información sobre el número de docentes que participaron en el proceso, los criterios de selección utilizados, el número de docentes que fueron ascendidos o rotados, y cualquier otro dato relevante. El MINEDU realizará auditorías para verificar la exactitud de esta información.

« Queremos asegurar que el proceso de ascensos y rotación sea transparente y que todos los docentes tengan igualdad de oportunidades », declaró un representante del MINEDU. « Los informes de las UGEL son fundamentales para lograr esto », agregó.

### EDITORIAL

## Tinterillando

Por: Roberto Andrés Pizarro



En el mundo de hoy, la política se ha convertido en un espectáculo. La propaganda política es el resultado de esta transformación. En el pasado, la política se basaba en el debate y el diálogo. Hoy, en cambio, se trata de una competencia por captar la atención del elector a través de medios masivos de comunicación. Este artículo analiza cómo la propaganda política ha cambiado y qué impacto tiene en la sociedad.

La propaganda política es un fenómeno que ha crecido exponencialmente en los últimos años. Con el avance de la tecnología y los medios de comunicación, los políticos han encontrado nuevas formas de llegar a sus electores. Desde los mítines tradicionales hasta las campañas en redes sociales, la propaganda política ha adoptado diversas formas. Sin embargo, el objetivo sigue siendo el mismo: ganar el favor del elector.

Este tipo de propaganda puede tener tanto efectos positivos como negativos. Por un lado, puede ayudar a informar a los ciudadanos sobre las propuestas de los candidatos y promover la participación política. Por otro lado, también puede generar desconfianza y manipulación, especialmente cuando se utilizan tácticas de miedo o engaño.

Es importante que los ciudadanos estén conscientes de estas tácticas y que no se dejen llevar por las emociones. La política debe ser un espacio de debate y diálogo, no de propaganda. Solo así podremos elegir a los mejores líderes para nuestro país.

### DEBATE

## Arzobispo de Arequipa se reúne con más de mil jóvenes de la Arquidiócesis

El arzobispo de Arequipa, Juan Antonio Sánchez, se reunió con más de mil jóvenes de la Arquidiócesis de Arequipa. Durante la reunión, el arzobispo escuchó las preocupaciones de los jóvenes y les ofreció su apoyo y orientación. La reunión tuvo lugar en un salón de actos y estuvo organizada por el Departamento de Pastoral Juvenil de la Arquidiócesis.

« Los jóvenes son el futuro de nuestro país y de nuestra Iglesia », dijo el arzobispo. « Es importante que ustedes estén comprometidos con la fe y con el servicio a la comunidad », agregó. El arzobispo también les ofreció su apoyo y orientación en materia de fe y de vida.

Los jóvenes expresaron su preocupación por la situación económica del país y por la falta de oportunidades laborales. El arzobispo les aseguró que la Iglesia siempre estará a su lado y que ellos deben confiar en Dios y trabajar por el bien común.

### 2. Don Fujimori

El ex presidente de la República, Alberto Fujimori, fue condenado a prisión por su participación en el caso de corrupción conocido como 'Caso Banchi'. La sentencia fue emitida por el Tribunal Penal de lo Contencioso Administrativo. Fujimori fue condenado a 10 años de prisión por haber favorecido a la empresa Banchi y a sus socios.

« Esta sentencia es un ejemplo para todos », dijo el juez. « Los altos funcionarios no están exentos de la ley », agregó. La sentencia fue recibida con satisfacción por la oposición y por la ciudadanía.

### 3. Don Cabre

El ex ministro de Defensa, Don Cabre, fue condenado a prisión por su participación en el caso de corrupción conocido como 'Caso Banchi'. La sentencia fue emitida por el Tribunal Penal de lo Contencioso Administrativo. Cabre fue condenado a 10 años de prisión por haber favorecido a la empresa Banchi y a sus socios.

« Esta sentencia es un ejemplo para todos », dijo el juez. « Los altos funcionarios no están exentos de la ley », agregó. La sentencia fue recibida con satisfacción por la oposición y por la ciudadanía.

### EDITORIAL

## Día del Periodista... ayer y hoy

Foto: Andrés López / P. 11

Este día 12 de octubre es un día muy especial para los periodistas de Huancaayo. Hoy celebramos el Día del Periodista, una fecha que ha sido reconocida a nivel nacional y que honra a quienes dedican su vida a informar y educar a la ciudadanía.

El periodismo es una profesión noble y esencial para el desarrollo de una sociedad democrática. Los periodistas son los guardianes de la verdad y los defensores de los derechos de los ciudadanos. Su labor es ardua y a menudo poco reconocida, pero su impacto en la sociedad es incalculable.

En estos tiempos de crisis y desafíos, el rol del periodista es más relevante que nunca. Debemos seguir comprometidos con la búsqueda de la verdad y con la promoción del bien común. Solo así podremos contribuir a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

Finalmente, deseamos agradecer a todos los periodistas que trabajan en Huancaayo y en todo el país. Su dedicación y esfuerzo son el pilar de nuestra información y nuestra cultura.

**NOTA DEL EDITOR DEL "D.V."**

El día 12 de octubre es un día muy especial para los periodistas de Huancaayo. Hoy celebramos el Día del Periodista, una fecha que ha sido reconocida a nivel nacional y que honra a quienes dedican su vida a informar y educar a la ciudadanía.

El periodismo es una profesión noble y esencial para el desarrollo de una sociedad democrática. Los periodistas son los guardianes de la verdad y los defensores de los derechos de los ciudadanos. Su labor es ardua y a menudo poco reconocida, pero su impacto en la sociedad es incalculable.

En estos tiempos de crisis y desafíos, el rol del periodista es más relevante que nunca. Debemos seguir comprometidos con la búsqueda de la verdad y con la promoción del bien común. Solo así podremos contribuir a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

Finalmente, deseamos agradecer a todos los periodistas que trabajan en Huancaayo y en todo el país. Su dedicación y esfuerzo son el pilar de nuestra información y nuestra cultura.

### EN CANADÁ:

## Arzobispo de Huancayo, desarrolla actividades sobre medio ambiente

El arzobispo de Huancayo, Monseñor Pedro Huamán, se encuentra en su segunda visita al Canadá para promover actividades sobre medio ambiente. Durante su estancia, el prelado ha participado en diversos eventos y charlas, donde ha compartido su experiencia y conocimientos sobre el cuidado del medio ambiente.

Monseñor Huamán destacó la importancia de la educación ambiental y la necesidad de adoptar medidas concretas para reducir el impacto de la contaminación. Él mismo ha participado en actividades de limpieza y reforestación, mostrando su compromiso con la causa ambiental.

El arzobispo también ha mantenido reuniones con autoridades locales y representantes de la comunidad católica para promover la sostenibilidad y el cuidado del planeta. Su misión es inspirar a los fieles a ser agentes de cambio y a contribuir al bienestar de la humanidad y del planeta.

El arzobispo de Huancayo, Monseñor Pedro Huamán, se encuentra en su segunda visita al Canadá para promover actividades sobre medio ambiente. Durante su estancia, el prelado ha participado en diversos eventos y charlas, donde ha compartido su experiencia y conocimientos sobre el cuidado del medio ambiente.

Monseñor Huamán destacó la importancia de la educación ambiental y la necesidad de adoptar medidas concretas para reducir el impacto de la contaminación. Él mismo ha participado en actividades de limpieza y reforestación, mostrando su compromiso con la causa ambiental.

El arzobispo también ha mantenido reuniones con autoridades locales y representantes de la comunidad católica para promover la sostenibilidad y el cuidado del planeta. Su misión es inspirar a los fieles a ser agentes de cambio y a contribuir al bienestar de la humanidad y del planeta.



Monseñor Pedro Huamán (en el primer plano) participando en el Primer Encuentro de la Conferencia Episcopal Peruana (CEP) en el marco de la visita del arzobispo de Huancayo al Canadá. A la izquierda: Monseñor Huamán y el arzobispo de Lima, Monseñor Luis Antonio Verónica.

El arzobispo de Huancayo, Monseñor Pedro Huamán, se encuentra en su segunda visita al Canadá para promover actividades sobre medio ambiente. Durante su estancia, el prelado ha participado en diversos eventos y charlas, donde ha compartido su experiencia y conocimientos sobre el cuidado del medio ambiente.

Monseñor Huamán destacó la importancia de la educación ambiental y la necesidad de adoptar medidas concretas para reducir el impacto de la contaminación. Él mismo ha participado en actividades de limpieza y reforestación, mostrando su compromiso con la causa ambiental.

El arzobispo también ha mantenido reuniones con autoridades locales y representantes de la comunidad católica para promover la sostenibilidad y el cuidado del planeta. Su misión es inspirar a los fieles a ser agentes de cambio y a contribuir al bienestar de la humanidad y del planeta.

### DELANTA LUEGO DE INSPECCIONAR OBRAS.

## "El tramo 2 del Metro de Lima funcionará en abril del año entrante"

Después de haber inspeccionado las obras del Tramo 2 del Metro de Lima, el gerente general del sistema, Juan Carlos Rodríguez, anunció que el tramo estará listo para ser inaugurado en abril del próximo año. El anuncio fue realizado durante una conferencia de prensa donde se detalló el avance de las obras y los planes para la apertura al público.

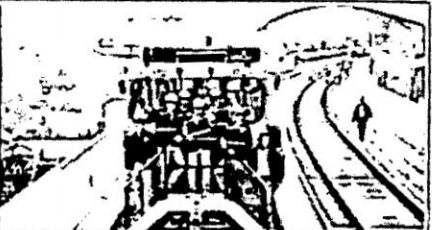
Rodríguez destacó que el Tramo 2 representa un hito importante en el desarrollo del sistema de transporte masivo de Lima. El tramo incluye una estación y un túnel que mejorará la conectividad y reducirá los tiempos de viaje para los usuarios. El proyecto ha sido ejecutado con altos estándares de calidad y seguridad.

El gerente general también mencionó que el Tramo 2 será el primer tramo del Metro de Lima que utilizará tecnología de punta, lo que permitirá ofrecer un servicio más eficiente y cómodo a los pasajeros. El anuncio genera expectativas positivas entre la ciudadanía por la pronta apertura de este nuevo tramo.

El gerente general del sistema de transporte masivo de Lima, Juan Carlos Rodríguez, anunció que el tramo 2 del Metro de Lima estará listo para ser inaugurado en abril del próximo año. El anuncio fue realizado durante una conferencia de prensa donde se detalló el avance de las obras y los planes para la apertura al público.

Rodríguez destacó que el Tramo 2 representa un hito importante en el desarrollo del sistema de transporte masivo de Lima. El tramo incluye una estación y un túnel que mejorará la conectividad y reducirá los tiempos de viaje para los usuarios. El proyecto ha sido ejecutado con altos estándares de calidad y seguridad.

El gerente general también mencionó que el Tramo 2 será el primer tramo del Metro de Lima que utilizará tecnología de punta, lo que permitirá ofrecer un servicio más eficiente y cómodo a los pasajeros. El anuncio genera expectativas positivas entre la ciudadanía por la pronta apertura de este nuevo tramo.



El interior del Tramo 2 del Metro de Lima, que será el primer tramo del sistema que utilizará tecnología de punta.

Después de haber inspeccionado las obras del Tramo 2 del Metro de Lima, el gerente general del sistema, Juan Carlos Rodríguez, anunció que el tramo estará listo para ser inaugurado en abril del próximo año. El anuncio fue realizado durante una conferencia de prensa donde se detalló el avance de las obras y los planes para la apertura al público.

Rodríguez destacó que el Tramo 2 representa un hito importante en el desarrollo del sistema de transporte masivo de Lima. El tramo incluye una estación y un túnel que mejorará la conectividad y reducirá los tiempos de viaje para los usuarios. El proyecto ha sido ejecutado con altos estándares de calidad y seguridad.

El gerente general también mencionó que el Tramo 2 será el primer tramo del Metro de Lima que utilizará tecnología de punta, lo que permitirá ofrecer un servicio más eficiente y cómodo a los pasajeros. El anuncio genera expectativas positivas entre la ciudadanía por la pronta apertura de este nuevo tramo.

### EDITORIAL

## Día del Periodista... ayer y hoy

Foto: Andrés López / P. 11

Este día 12 de octubre es un día muy especial para los periodistas de Huancaayo. Hoy celebramos el Día del Periodista, una fecha que ha sido reconocida a nivel nacional y que honra a quienes dedican su vida a informar y educar a la ciudadanía.

El periodismo es una profesión noble y esencial para el desarrollo de una sociedad democrática. Los periodistas son los guardianes de la verdad y los defensores de los derechos de los ciudadanos. Su labor es ardua y a menudo poco reconocida, pero su impacto en la sociedad es incalculable.

En estos tiempos de crisis y desafíos, el rol del periodista es más relevante que nunca. Debemos seguir comprometidos con la búsqueda de la verdad y con la promoción del bien común. Solo así podremos contribuir a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

Finalmente, deseamos agradecer a todos los periodistas que trabajan en Huancaayo y en todo el país. Su dedicación y esfuerzo son el pilar de nuestra información y nuestra cultura.

### EN CANADÁ:

## Arzobispo de Huancayo, desarrolla actividades sobre medio ambiente

El arzobispo de Huancayo, Monseñor Pedro Huamán, se encuentra en su segunda visita al Canadá para promover actividades sobre medio ambiente. Durante su estancia, el prelado ha participado en diversos eventos y charlas, donde ha compartido su experiencia y conocimientos sobre el cuidado del medio ambiente.

Monseñor Huamán destacó la importancia de la educación ambiental y la necesidad de adoptar medidas concretas para reducir el impacto de la contaminación. Él mismo ha participado en actividades de limpieza y reforestación, mostrando su compromiso con la causa ambiental.

El arzobispo también ha mantenido reuniones con autoridades locales y representantes de la comunidad católica para promover la sostenibilidad y el cuidado del planeta. Su misión es inspirar a los fieles a ser agentes de cambio y a contribuir al bienestar de la humanidad y del planeta.



Monseñor Pedro Huamán durante su participación en el Primer Encuentro de la Conferencia Episcopal Peruana (CEP) en el marco de la visita del arzobispo de Huancayo al Canadá.

El arzobispo de Huancayo, Monseñor Pedro Huamán, se encuentra en su segunda visita al Canadá para promover actividades sobre medio ambiente. Durante su estancia, el prelado ha participado en diversos eventos y charlas, donde ha compartido su experiencia y conocimientos sobre el cuidado del medio ambiente.

Monseñor Huamán destacó la importancia de la educación ambiental y la necesidad de adoptar medidas concretas para reducir el impacto de la contaminación. Él mismo ha participado en actividades de limpieza y reforestación, mostrando su compromiso con la causa ambiental.

El arzobispo también ha mantenido reuniones con autoridades locales y representantes de la comunidad católica para promover la sostenibilidad y el cuidado del planeta. Su misión es inspirar a los fieles a ser agentes de cambio y a contribuir al bienestar de la humanidad y del planeta.

EDITORIAL

UNANUE MANANTIAL DEL PAIS

Unanue es un nombre que representa a la intelectualidad peruana que se unió en 1921 para defender la patria... Su nombre identifica a decenas de colegios en todo el país...

Para qué fue el movimiento Unanue? Conocíamolo en estas líneas! Sobre esta parte de la vida de Unanue, el maestro Paul Porras Barreneche dice:

"Unanue sólo persiguió un propósito, el de servir a la patria que otros más audaces y más jóvenes que él habían hecho surgir"

Por, es señalar aquello que hubo en él de más perdurable y auténtico. Unanue, en su espíritu, está en, en duda, la calidad fundamental del espíritu de Unanue, y la que explica todas sus actitudes dominantes...

GLOBAL TU DIARIO

EDITORIAL

LA CAMPAÑA

Que un llamado a la acción se realice en forma de campaña es una forma de organización que permite... La importancia del contacto directo, el debate, la manifestación de ideas...

"Es importante el contacto directo, el debate, la manifestación de ideas mediante una propuesta factiva o simplemente una crítica coherente que nos permita construir una sociedad más justa, una región desarrollada y sobretodo ser mejores gentes..."

La campaña es una forma de organización que permite... La importancia del contacto directo, el debate, la manifestación de ideas mediante una propuesta factiva o simplemente una crítica coherente que nos permita construir una sociedad más justa, una región desarrollada y sobretodo ser mejores gentes...

GLOBAL TU DIARIO

SEGURIDAD ESCOLAR

Durante esta última década el vertiginoso crecimiento de la ciudad de Asunción...

...el total hacinamiento en que reciben las clases los alumnos...

El total hacinamiento en que reciben las clases los alumnos...

GLOBAL TV CIARRO



CAFÉ CARGADO

LEN PISO Grande será la utopía de acordar con el propietario...

EL FALSAJO La adhesión en el momento que los otros...

Manifiesto elaborado al Gobierno Regional y ciudad...



EDITORIAL

Y que así como un sistema de la producción y el transporte...

En una jornada, ver a más de 1000 que trabajan...

GLOBAL TV CIARRO

## EDITORIAL

### CIERRE CON ÉXTASIS

Hoy termina el cierre de campaña de todas las agrupaciones políticas, cada uno se prepara de la mejor forma con tal de sumar votos a su favor; acompañados de bandas musicales, militantes, simpatizantes y toda una portátil; los candidatos prometen por doquier con tal de llegar al poder.

No era más menos escuchar a uno de los candidatos más polémicos, el conocido "wallpasua", quien asegura que si llegara a ocupar el sillón regional, los cargos de "confianza" serán por concurso. Sería una novedad si antes nadie lo hubiese asegurado; pero todos sabemos que jamás sucedió.

No queremos ser negativos; pero ¿acaso todos esos militantes están apoyando "gratuitamente" a sus candidatos y sin ningún interés? Qué bonito sería si existiera la participación ciudadana, donde cada uno de nosotros aporte de manera democrática apoyando al que mejor les parezca y conozca realmente quien es su aspirante, el o la que posiblemente, luego de las elecciones regionales y municipales llegue a dirigir a toda la sociedad.

Para muchos, una promesa política se ha vuelto en una creencia utópica, porque a propósito

### El protagonismo político de las nuevas generaciones reconoce una preocupación de los mayores...

de candidatos no olvidemos una promesa hecha por nuestro actual presidente del Gobierno Nacional, Ollanta Humala, sobre el gas a 12 nuevos soles. ¿Y quién lo compra a ese precio?

El protagonismo político de las nuevas generaciones reconoce una preocupación de los mayores, quienes con el trajinar de sus vidas fueron conociendo y aprendiendo sobre las promesas electorales que con mayor éxtasis se pronuncian durante el cierre de campaña. Un día donde en voz alta, los aspirantes hacen hasta lo imposible con tal de hacer sentir que están presentes en un estrado lleno de luces, música, los infaltables banderines en mano y gritos de simpatía y favoritismo ante un candidato.

Con estas reflexiones queremos recomendar a nuestros lectores y público en general a tener una convicción de saber elegir. Pero sobre todo a aquellos candidatos que sepan medir sus propuestas y realmente se basen en un plan de gobierno a futuro que será cumplido, no se dejen llevar por el éxtasis del momento. Ya no más defraudaciones todos merecemos el debido respeto, un o una gobernante con pantalones bien puestos.