



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SECCIÓN DE POSGRADO

**ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO
EN SU COMPONENTE VISUAL DE LA SECCIÓN POLÍTICA DE
LOS DIARIOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL, FEBRERO 2016**

PRESENTADA POR
PAOLA ROSSANA ZEVALLOS CORDOVA

ASESOR
CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO
INFORMATIVO EN SU COMPONENTE VISUAL DE LA SECCIÓN
POLÍTICA DE LOS DIARIOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL,
FEBRERO 2016**

Tesis para optar el grado de

**Tesis para optar el Maestro en Periodismo y Comunicación
Multimedia**

Presentada por:

Bachiller, PAOLA ROSSANA ZEVALLOS CORDOVA

Asesor(a):

Maestro, César Augusto Smith Corrales

LIMA - PERU

2020

Dedico este trabajo a mi familia...

A Dios, por siempre cuidar de mí...

A la Universidad de San Martín de Porres,
por todo...

INDICE

CARÁTULA	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Resumen	v
Abstract	vi
INTRODUCCIÓN	7
Descripción de la realidad problemática	8
Formulación del problema	12
Justificación	13
Limitaciones	14
MARCO TEÓRICO	14
Antecedentes	14
Bases Teóricas	16
Definición de términos básicos	30
HIPÓTESIS Y VARIABLES	31
Formulación de hipótesis	31
METODOLOGÍA	31
Diseño metodológico	31
Diseño Muestral	32
Técnicas de Recolección de información	32
Aspectos éticos	33
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	34

DISCUSIÓN DE RESULTADOS	65
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	69
FUENTES	70
ANEXOS	

RESUMEN

La presente investigación presenta como título Análisis comparativo del tratamiento informativo en su componente visual de la sección política de los diarios de circulación nacional: correo, uno, la razón y Perú 21, Lima, febrero, 2016: caso keiko Fujimori; se formuló como objetivo Analizar comparativamente el tratamiento periodístico del componente visual de la sección política en los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, 2016. Caso Keiko Fujimori; se utilizó la siguiente metodología paradigma naturalista, enfoque cualitativo, se utilizó la técnica de la observación y el instrumento es la ficha de registro que obtuvo una validación del juicio de expertos obteniendo un 91% de V de Aiken; y se llegó al siguiente conclusión Se concluye que el tratamiento periodístico del componente visual de la sección política en los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, 2016, se presenta de forma diversa en cuanto al enfoque de la información, pero la predisposición del medio por la posición ideológica y política, hace que asuman un rol como oposición o defensa del personaje (Keiko Fujimori); se interpreta que todos los recursos de las serie visual coadyuvan a reforzar el mensaje a favor o en contra, como lo menciona (Peña 2006: 59) en general las noticias más importantes van en las primeras páginas del periódico y en la parte superior de éstas. Eso lo determina el comité editorial de cada medio de comunicación.

Palabras Claves: periodismo, tratamiento periodístico, prensa, serie visual.

ABSTRACT

The present research presents as a title Comparative analysis of the informative treatment in its visual component of the political section of the national circulation newspapers: mail, one, the reason and Peru 21, Lima, February, 2016: case of keiko Fujimori; The objective was to analyze comparatively the journalistic treatment of the visual component of the political section in the newspapers Correo, Uno, La Razón and Perú 21 in the month of February, 2016. Case of Keiko Fujimori; the following naturalistic paradigm methodology was used, qualitative approach, the observation technique was used and the instrument is the registration form that obtained a validation of the expert judgment obtaining 91% of Aiken's V; and the following conclusion was concluded It is concluded that the journalistic treatment of the visual component of the political section in the newspapers Correo, Uno, La Razón and Perú 21 in the month of February, 2016, is presented in a different way regarding the approach of the information, but the predisposition of the medium by the ideological and political position, makes them assume a role as opposition or defense of the character (Keiko Fujimori); it is interpreted that all the resources of the visual series contribute to reinforce the message for or against, as mentioned (Peña 2006: 59) in general the most important news is in the first pages of the newspaper and at the top of these . That is determined by the editorial committee of each media outlet.

Keywords: journalism, journalistic treatment, press, visual series.

INTRODUCCIÓN

Desde los inicios del periodismo como ejercicio profesional se ha percibido una evolución en sus funciones dentro de nuestra sociedad, así como en su contribución, tal como lo menciona Ángel Benito, coincidiendo en gran parte con la historicidad planteada por Edo Concha (2009). El distingue en el periodismo tres etapas bien definidas a partir de 1850:

A. El periodismo ideológico, el cual concluye en la 1era Guerra Mundial. Esta forma de ejercer el periodismo se caracterizaba porque primaban las opiniones políticas y religiosas. En el primer caso primordialmente se orienta por la lucha entre las ideas de derecha y las propuestas de cambios orientadas hacia la izquierda trabajadora. Este tipo de prensa manejada generalmente por gente del arte de la literatura (en el Perú son los casos de César Vallejo y José Carlos Mariátegui) primando los comentarios antes que las informaciones. Esta forma se daba a través del artículo, el comentario y el ensayo, con una gran carga de opinión.

B. El periodismo informativo da su inicio en el año de 1870 y coexiste durante cierto momento con el periodismo ideológico. Se centraliza más en la descripción de hechos que en la propagación de las ideas, como en la etapa del periodismo ideológico. Cobran más importancia los géneros como: la noticia, la crónica y el reportaje.

C. El periodismo de explicación, da su punto de partida en la 2da Guerra mundial. Supone un reutilizamiento de las etapas que lo antecedieron, debido a la aparición de la radio y la televisión y las consecuencias sociales. El periodismo de explicación da cobertura a hechos de profundidad y usa de forma equilibrada los géneros básicos, (relato y comentario), ubicándolos en un nuevo aspecto mediante la cual los lectores busquen juicios de valor al lado de la narración de los hechos de forma inmediata. Procura, por tanto, informar y generar conciencia social.

Edo Concha agrega una cuarta etapa denominada como el de “información instantánea de las tecnologías digitales, la cual es la que

está marcando la época. Solemos observar informaciones más breves y comentarios más directos y breves, pero que adicionalmente le permite tener un background, caracterizado por el uso de las redes sociales y el periodismo digital, (p 145)

La información que llega a la sociedad es llevada por los medios de comunicación quienes transforman los acontecimientos en noticias, tal como lo menciona Martínez, (1983) quien menciona:

Definirlo como un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión (p.256).

Es preciso mencionar que en menor o mayor medida el ejercicio del periodismo ha permitido crear conciencia social en los ciudadanos. Aunque muchas ocasiones celebramos su presencia también somos críticos de su accionar, tal como lo refiere Moreno Espinosa, Pastora (2001), quien menciona Utard, Jean-Michel:

Todos los días, la realidad nos da motivos para discutir la misión del periodismo en el espacio público. O bien alabamos su presencia en los países en guerra o evidenciamos su dependencia en relación con las fuentes; o bien nos preocupamos por el vínculo entre las empresas de prensa y su independencia o nos animamos por su capacidad de dejar ver “escándalos”; o bien valoramos su función pedagógica o nos inquietamos por su sumisión del lector emparentado con la comercialización de la prensa, (p.198)

Es así, que cada medio de comunicación informa aplicando un estilo particular según sea la intención o característica del medio. Por ejemplo, un diario serio no redacta o presenta la información igual que uno sensacionalista - aunque es conveniente precisar que esto implica más como una deformación interesada de la noticia, implica manipulación y engaño y, por tanto, burla la buena fe del público” (citado por Herrán y Restrepo, 1995, p.179) – similar cuestión ocurre en el caso de un diario deportivo comparativamente a uno político

(ejemplo: El Bocón versus Caretas). Este hecho Martínez de Sousa (1992) lo denomina, tratamiento informativo, que es la “manera propia de brindar una información. Es decir, aplicar de la forma más adecuada para el lector. La cobertura periodística y el tratamiento se muestran en el producto final que expresan los mass media”. (Martínez citado por Ramos, 2011, p.24, tesis)

La prensa escrita ha sido investigada desde diversos enfoques, circunscribiéndose en la mayoría de veces al tratamiento periodístico en su componente de redacción periodística; sin embargo la presentación de la información ya expresa una intención periodística y de mayor rating que ocupan un horario estelar, así también hay notas que se ubican de manera privilegiada sea por la expectativa de la gente o del medio.

Punto que es importante, ya que no solo se describe un medio sino se compara el tratamiento periodístico desde el componente visual, porque el análisis permitirá conocer y distinguir como cada uno ofrece una forma diferente de presentación visual sobre un mismo hecho sin respaldarse en los contenidos informativos. Una noticia será más importante cuanto más espacio ocupe en la página y ostente grandes titulares, a veces con colores llamativos, gráficos o fotografías y recuadros que la enmarquen, etc (Peña 2006: 49).

Sin embargo es conveniente mencionar una línea de investigación que refuerza este estudio que responde a la serie visual responde a los que otros denominan Hemerografía Estructural (o análisis estructural de la morfología del diseño), el cual constituye un sistema analítico globalizador que parte de la íntima condición entre los estudios sobre el contenido y la morfología del diario (18)

En ese sentido siendo pertinente el tema a investigar, la investigación se realizará desde una metodología cualitativa, se identificarán, describirán e interpretarán los niveles de la serie visual paralingüística y no lingüística en el tratamiento periodístico de la sección política de los diarios señalados como unidades de análisis. A ello se agrega la lingüística pero desde una perspectiva de expresión y no tanto de contenido

La realidad social nos muestra en los últimos años una creciente desconfianza de los ciudadanos a las informaciones que propalan los medios de comunicación, esto debido a que los medios no se evidencian como independientes y objetivos; esto sin duda a que el periodismo en el Perú sufre una grave crisis que viene arrastrando muchos años como lo manifiesta, Rivera del Águila, David: quien es una entrevista a DESCO manifiesta que el periodismo en el Perú no se recobra de la crisis de los años noventa:

En el Perú vivió ese periodismo, pero la crisis económica y social de los ochenta, más la de los noventa —que fue más moral y ética con el manejo de medios de Fujimori— afectaron muchísimo al periodismo. No hemos podido retornar al nivel del periodismo antes de la crisis. Creemos que estamos haciendo bien las cosas, (...), (p.78)

La situación de desconfianza antes descrita, es un marco importante para realizar el presente trabajo de investigación toda vez, que se ha considerado como objeto de estudio a los diarios de circulación nacional que mantienen un mismo formato tabloide y cuyo costo de adquisición es muy similar, tanto en Lima como en provincia, sin embargo sustentando el estudio en aspectos exteriores al contenido y en una casuística referida a una política como Keiko Fujimori, que pese a los antagonismos que presenta tiene un nivel de preferencia electoral importante.

Fundamentada la realidad problemática, así como la factibilidad de acceder a la información, existe un estado del arte o denominado estado del conocimiento amplio manifestado en los antecedentes tanto nacionales como internacional y considerando la pertinencia del tema de los diarios peruanos de circulación nacional Correo, Uno, La Razón y Perú 21.

Se ha formulado el siguiente problema de investigación:

¿Cómo se presenta el tratamiento periodístico del componente visual de la sección política de los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, 2016, caso Keiko Fujimori?

Se formularon los siguientes problemas específicos:

¿Cómo se presenta el nivel de la serie visual paralingüística de los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, 2016, caso Keiko Fujimori?

¿Cómo se presenta el nivel de la serie visual no lingüística de los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, 2016, caso Keiko Fujimori?

¿Cómo se presenta el nivel de la serie visual lingüística de los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, 2016, caso Keiko Fujimori?

El presente proyecto de investigación es significativo al enfocarse en los puntos de análisis de la serie visual no lingüística y paralingüística del tratamiento periodístico, al comprobarse por estado de arte de la presente investigación, que muchos análisis realizados sobre la prensa están enfocados solo en la parte lingüística es decir el contenido, excluyendo los otros aspectos del mismo.

Dicho análisis permitirá desde una perspectiva cualitativa, conocer de qué manera los medios escritos de circulación nacional Correo, Uno, La Razón y Perú 21, jerarquizan y tratan la información en su componentes visuales, en una determinada coyuntura política, siendo expresiones de su línea editorial.

La relevancia está en realizar a través de esta investigación una reflexión a los diversos medios impresos que son objeto de esta investigación; evidenciado de manera inicialmente cuantitativa y luego cualitativa cómo es el tratamiento periodístico en su componente visual, y de qué forma se prioriza ciertos temas en desmedro de otros de interés nacional, sin apelar al aspecto lingüístico.

La contribución se manifiesta en dos planos: el primero es que se convierte en un referente para futuras investigaciones que puedan indagar sobre el impacto de estos elementos no lingüístico, paralingüísticos e incluso lingüísticas (aunque de nivel expresivo o significativo) en la decodificación de la información en el ciudadano y

en segundo plano una reflexión para periodistas, accionistas y asesores políticos de esta estrategia, una forma oculta de los medios de comunicación.

Los beneficiados directamente estudiantes de ciencias de comunicación, periodistas y la sociedad en su conjunto, toda vez que es un tema que revierte importancia ya que la generación de la opinión pública se da por la información que nos brindan los medios de comunicación, y como es de conocimiento las portadas de los diarios y la disposición de los elementos presentes, direccionan opiniones a favor y en contra de la coyuntura política.

La investigación sobre el tratamiento periodístico en su componente visual, cuenta con la viabilidad de recursos ya que son propios y no se requieren de ninguna fuente de financiamiento externa.

El acceso a la información es ilimitado y las fuentes son abundantes sobre la temática del periodismo, la noticia y el tratamiento periodístico. La presente investigación no presenta limitaciones, geográficas, financieras y de recursos que impidan cumplir con los objetivos planteados.

La investigación está enmarcado en un paradigma naturalista que es subjetivo, el enfoque es cualitativo de nivel hermenéutico que busca interpretar una realidad observada y el diseño metodológico es estudio de caso toda vez que se enfoca en un estudio de un caso específico.

CAPÍTULO I. MARCO TEORICO

1.1. Antecedentes

Sobre esta temática se presentan una serie de investigaciones, aunque cabe mencionar que algunos están orientados al análisis del contenido. Según, López R. presentó (2011), para optar el grado de doctor por la Universidad Complutense de Madrid, la tesis titulada La representación gráfica de la información en el nuevo diseño de periódicos. La investigación se orienta a destacar que el diseño de la página de los periódicos, la tipografía, los elementos gráficos, los espacios, etc. contribuyen a un proceso de comunicación eficaz y en el tratamiento de la información, pese a la crisis en la que están sumergidos. Igualmente señala la importancia que ha ido asumiendo el diseño como forma de comunicación, aspecto que antes más se orientaba a la publicidad. Según palabras propias del autor, esta tesis pretendía mostrar cómo la información necesita del diseño. Agrega que esta forma es la expresión del periodismo visual. La diferencia con la presente investigación es que no aborda la jerarquización de la información periodística a través del diseño o los que otros denominan como la hemerografía estructural. Presenta como algunas conclusiones: Se constata una presencia y un uso cada vez mayor de los gráficos informativos y de infografías cada vez más complejas en los diarios españoles. Otra de que el grafismo informativo se está convirtiendo en una herramienta de análisis e interpretación de la información. El trabajo utiliza el análisis cualitativo y cuantitativo de los gráficos informativos e infografías divulgado en diarios españoles durante el mes de marzo 2010. En total son 1354 piezas gráficas de los seis periódicos seleccionados entre los que figuran diarios recientemente rediseñados como El País, de nueva aparición como Público, de información gratuita como Qué, de información económica como El Economista, de información deportiva como Marca y de ámbito local y tirada pequeña como Heraldo de Soria.

Otra investigación es la desarrollada por Gina Collazos Gonzáles (2011) denominada Diseño editorial como expresión y afirmación de la

ideología política, social y cultural: casos La nación de Argentina y El Tiempo de Colombia para optar el grado de magister en Diseño en la Universidad de Palermo. El trabajo intenta reflexionar sobre la forma en que la ideología de un diario se ve reflejada en su diseño editorial. La hipótesis se sustenta en la relación que existe entre diseño e ideología. Señala que se basa en estudio de casos sobre dos diarios latinoamericanos. Presenta como conclusiones que las industrias culturales son importantes en la difusión de ideología, sin embargo no llega a demostrar esta intención ni siquiera en el análisis porque se orienta a los contenidos y no a la presentación. El método es de tipo cualitativo pero no presenta instrumento. La autora

Asimismo, según Vásquez L. (2012) titulado “Medios de comunicación en conflictos socio ambientales: tratamiento periodístico del conflicto social y ambiental de Quellaveco en medios de comunicación: diario La Región, diario La República (edición sur) y Radio Americana (Moquegua) durante el periodo de marzo y abril 2011”. La autora destaca el rol importante de los medios en la generación de la opinión pública. De una u otra forma el trabajo apunta a demostrar que la línea editorial del medio incidió en el tratamiento periodístico. Por ello señala que el diario La Región otorgó información parcializada a favor de los opositores al proyecto, azuzando de una u otra forma el conflicto. Situación diferente a las informaciones presentadas por el diario La República, que mantiene la línea periodística de la edición de Lima, buscando que exponer las dos posturas (a favor y en contra), pero manteniendo la idea que lo caracteriza de promover la minería, pero privilegiando la responsabilidad ambiental y el desarrollo de las comunidades de las zonas de influencia.

Y finalmente, Acevedo K. (2012) en su tesis de la Universidad Católica, para optar el grado de magister, titulado “El periodismo y la sentencia de Alberto Fujimori por los crímenes de la Cantuta y Barrios Altos. Cobertura y tratamiento de las noticias en los diarios El Comercio, Trome, La República, El Popular, Correo y Aja”. El propósito de esta investigación era demostrar que la línea editorial siempre estará presente, más allá si los diarios son de tipo sensacionalista o serio. Sin

embargo su trabajo lo aborda desde el contenido o significado y no desde la lectura visual. La metodología del trabajo que se presenta se basa en el análisis de contenido tanto cuantitativo como cualitativo. Asimismo, se presenta un marco teórico y contextual que permite entender mejor la implicancia y aporte de esta investigación en el campo del periodismo. Llegando a la siguiente conclusión en el caso de los grupos periodísticos sería muy útil que no traten de anteponer sus intereses comerciales en casos relevantes y de interés público (social, político). Los lectores esperan recibir de su medio de comunicación una información real y no exagerada ni forzada para encaminar la opinión del lector hacia un determinado punto. Esta actitud se debería tomar en cuenta aún si se tratara de un diario chicha.

1.2. Bases Teóricas

2.2.1. La teoría de la agenda setting

Todos los medios establecen primero una selección de los hechos que cubren y de la información que reciben. Luego de esto consideran una jerarquización de las mismas, las cuales generalmente deberían darse por la importancia periodística y no por intereses políticos, económicos u otros subalternos. En esta perspectiva la teoría de la agenda setting busca establecer una respuesta frente a esta cuestión. Rodríguez R. (2004), en su obra Teoría de la Agenda Setting, indica:

Desde el punto de vista de la Teoría de la Agenda-Setting, el término agenda se plasma en un sentido figurado para expresar como los temas considerados relevantes por los medios pasan a ser recalcados también en las agendas de la audiencia. Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar, (p.14).

En tal sentido, la teoría estudia como los medios ejercen influjo en la audiencia. Es decir, el medio señala los temas a ser tratados e incluso cómo deben ser presentados.

Asimismo, la teoría indica que existen tres tipos de agendas, como: agenda de los medios de comunicación, agenda del público y agenda política. En tal sentido, Rodríguez (2004), menciona al respecto que “se relacionan en el proceso comunicativo [...] al mismo tiempo que se ven influenciadas individual o colectivamente por diferentes factores [...]” (p.18)

La agenda de los medios: según menciona Raquel Rodríguez (2004) indica:

La agenda de los medios (The media agenda) es la que más sobresale a la hora de generar el índice de contenidos que ocuparán las portadas de los medios durante un periodo de tiempo. La cantidad de noticias que aparecen sobre una temática o asunto de estudio se puede medir según el grado de importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado, (...) (p.18)

Así por lo general las noticias más relevantes van en las primeras páginas del periódico y en la parte superior de éstas. Se deriva que las informaciones ubicadas arriba, en la primera plana, tienen los mejores valores periodísticos. Las noticias periódicas o suaves, en contraste, presentan menos objetos. Los editores usualmente las disponen adentro de las ubicaciones, abajo en forma horizontal en la primera plana (Peña 2006: 59).

Esta investigación está sustentada fundamentalmente en este enfoque de la teoría porque son los diarios los que seleccionan la importancia que le dan a la información por variables de presentación. Los medios de comunicación apelan a una serie de formas para incrementar o reducir la importancia de una nota informativa sin necesidad de recurrir al desarrollo de las informaciones. El hecho de ver una información permanente en portada toma una influencia o percepción diferenciada a solo apreciarla en interiores. Y esta cuestión se sustenta en criterios no necesariamente noticiables sino ideológicos, políticos o mercantilistas, que son las que suelen predominar más.

Los periódicos nos hacen llegar una multitud de huellas sobre la pertinencia, en términos relativos, de los temas de su agenda diaria. Esa noticia se apertura en la primera página, lo que va en portada

comparado con lo que va en página interior, el tamaño de un titular o, incluso, la relevancia de los temas de la agenda informativa. En cuanto a la agenda informativa de la televisión, su capacidad es más restringida, por lo que, hasta una pequeña mención en el telediario de la noche ya nos está diciendo a las claras que esa cuestión tiene relevancia. En cambio, hay otras pistas que nos vienen dadas por su ubicación en el programa y por la cantidad de tiempo que dedican a la noticia. (Mc Combs 2006: 24). Por eso así la televisión impacta por su componente altamente sensorial y especialmente visual.

Igualmente la imagen cobra un rol importante en la información impresa. Por ello el reportero gráfico "cubre" este tipo de fotografías tiene la obligación de permanecer totalmente imparcial, como un simple observador que va en busca del verdadero significado del hecho. En ningún momento le está permitido traslucir en sus reportajes su simpatía o antipatía hacia determinado movimiento o candidato político (Paz 2002: 41).

Otras formas de expresión de la teoría setting está determinada por:
La agenda pública o del público: que según Raquel Rodríguez (2004) menciona:

La agenda del público se suele calcular con una pregunta abierta (aunque no siempre) que aborde la cuestión del problema más distinguido. En muchos casos esta pregunta se corresponde con: "Según su opinión, ¿cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país?" (PMI). Las respuestas más representativas que ofrezcan los encuestados servirán para considerarlas los temas más destacados en la agenda del público, (p.44).

En otras palabras, la jerarquización o importancia de la información no está establecida por la selectividad de los medios sino por parte de la audiencia. Hemos observado que en los últimos años de una u otra manera son los lectores los que aparentemente han determinado los contenidos que desean deben aparecer en los medios, aunque se establece la controversia si han sido propiamente la audiencia o son los medios los que de una u otra manera nos han ido condicionando.

La agenda política tal como lo menciona Rodríguez R. (2004), refiere:

Mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y en la agenda pública, (p.22)

En este tipo de jerarquización de las informaciones está determinado por las organizaciones que están relacionados con las acciones de poder. Por ejemplo, el Poder Legislativo tiene algunos temas como la reforma constitucional, la evaluación de la acusación contra el fiscal de la nación, los proyectos de reforma política presentada por el presidente Martín Vizcarra, entre otras.

1.2.2. El tratamiento periodístico

Aunque la palabra periodismo se ha vuelto común en todas las sociedades, resulta no muy fácil definirla. Es una actividad de comunicación cuyo objeto es transmitir de manera organizada, en cuanto a la forma y la frecuencia, mensajes que sirvan para dar a conocer y/o comentan un hecho a un número indeterminado de receptores (Piñeiro 2006:54). El tratamiento periodístico de los medios que son el objeto de estudio de la investigación esta direccionada por sus posturas políticas que tienen cada diario, y esa puede ser manifestado en cada información que se publica día a día.

El argumento de Piñeiro es muy genérico y no nos lleva a una idea clara. Las diversas áreas de la comunicación trabajan con mensajes organizados, pero eso no significa que sea periodismo. El relacionista público que tiene que aclarar una situación controversial afección a su empresa utiliza un comunicado y todos lo entendemos, pero no estamos hablando de periodismo, incluso si es publicado en un diario o revista. Lo mismo ocurre con el publicista cuando trabaja un spot o un folleto o catálogo.

Existe una relación muy íntima entre el periodismo y la noticia. En la pragmática periodística de Teódulo Domínguez afirma que la noticia es un hecho o declaración actual, calificado por un periodista de

importante, curioso, destacado, trascendente; de interés público, que el público tiene derecho natural en conocer; difundido a través de un medio informativo, (Piñeiro 2006:56). Por lo tanto, el periodismo hace referencia a un hecho de trascendencia política, económica, social o cultural y que es difundido en un medio de comunicación, sin importar el género (reportaje, noticia, editorial, crónica, etc.). Pero en la realidad no necesariamente los hechos de trascendencia son cubiertos por los medios, y un caso al respecto sucedió en la llamada marcha de los 4 suyos el 26, 27 y 28 de julio de 2000, donde a pesar de la movilización y los incidentes ocurridos en la capital solo un medio de comunicación transmitió en vivo las ocurrencias y represión que se daba en el mismo centro de la capital.

Sin embargo, hay algo adicional, tiene que ser novedoso. Por ejemplo, si se menciona en la actualidad, el plagio de César Acuña este tema se convertiría en lo que algunos denominan refrito.

1.2.2.1. El tratamiento periodístico y la noticia

Según, Martínez (1983) menciona:

Incide en esa idea de la novedad al manifestar que noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión (p.256).

Sin embargo El Clarín años atrás ponía énfasis al definirla: como los sucesos que la opinión publica necesita conocer por su significación e impacto sobre la actualidad cotidiana, la paz externa o interna, la vida social, la convivencia, las costumbres, o porque marcan tendencias que deben ser detectadas e investigadas. (Clarín, 1997: 23). En esa línea se orienta la argumentación para determinar los aspectos que le dan importancia a una información periodística. Es decir que para que un tema sea publicable debe de cumplir con diferentes criterios, y antes estos son investigados y evaluados.

En lo que respecta a la selección de información, Martínez, (1983) menciona: los criterios o valores de la noticia, Siendo los de mayor

relevancia la actualidad, intermediación en el tiempo y la cercanía, intermediación en la zona. Así como también indica otras características las cuales son aleatorias y deben ser numeradas sin algún orden jerárquico, tales como:

- Consecuencias: Repercusiones futuras del acontecimientos
- Suspense: ¿Qué Ocurrirá Aquí?
- Rareza: Lo infrecuente
- Conflicto: Desacuerdos entre agentes relevantes, aspectos de escándalos futuros
- Sexo: Elemento decisivo en muchas noticias de la prensa sensacionalista, también está presente de forma más o menos “sublimizada” en acontecimientos de tipo económico, político, cultural, artístico, etc.
- Emoción: Dramas humanos, sentimientos que identifican entre sí a los hombres por el cambio del corazón.
- Progreso: Fe en la civilización, datos e ideas que producen en los hombres el convencimiento de los inagotables valores y recursos del ser humano, (p.299).

Rodrigo, (1993) en su publicación “La construcción de la Noticia” coincide en alguna forma con Martínez (1983) y amplía a algunos criterios que deben ser tomados en cuenta como factores de la noticia:

- Frecuencia: Si un acontecimiento se produce en un tiempo ajustado a la periodicidad del medio y a su tiempo de producción es más probable que se convierta en noticia.
- Umbral: Se percibe más un acontecimiento cuyo umbral de intensidad sea muy alto o si su nivel normal de significación tiene un aumento repentino.
- Ausencia de ambigüedad: Cuanto menos ambiguo sea el significado de un acontecimiento es más probables que sea noticia.
- Significatividad: Esta se puede dar por afinidad cultural o por relevancia del acontecimiento. Así aumenta la posibilidad de

selección si un acontecimiento conecta con los intereses y la cultura de una comunidad.

- Consonancia: Ante determinadas expectativas de la audiencia, un acontecimiento tendrá la posibilidad de ser seleccionado si se adecua a estas expectativas.
- Imprevisibilidad: El más impredecible y raro tendrá más oportunidad de ser noticia.
- Composición: El conjunto de noticias debe ser equilibrado, es decir, que los acontecimientos también se seleccionan con relación a la composición general del mundo.
- Valores Socioculturales: Referencias a personas, a naciones de ética, a personas de élite, cualquier cosa negativa.

1.2.3. El poder de los medios y la selección de la información

Los medios de comunicación y específicamente los diarios recurren a una serie de artificios para otorgar una mayor o menor importancia a la información. Esta acción puede tener su sustento en la línea editorial del medio asociado a la línea ideológica. Al respecto Kapuscinski dice que antaño, a principios de siglo, la información tenía dos caras. Podía centrarse en la búsqueda de la verdad...intentando orientar a la opinión pública...el segundo era tratarla como un instrumento de lucha política. (Kapuscinski: 2002,35)

Pero en otras circunstancias convierten a la información en una mera mercancía y juegan al poder del gobierno de turno o de otros grupos de poder. Y una vez que hemos creado la información-espectáculo, podemos vender esta información en cualquier parte. Cuanto más espectacular es la información, más dinero podemos ganar con ella. (Kapuscinski: 2002,36)

Al respecto Peter Phillips, también recuerda que el nuevo poder económico-mediático ya ni siquiera vende información a los ciudadanos, sino vende consumidores (audiencias) a las corporaciones publicitarias, (Ramonet 2009:50).

Por eso observamos que los medios de comunicación tienen una gran preocupación por el rating o el índice de lectoría. Y la población cada

vez se preocupa menos por conocer los sucesos de trascendencia para la comunidad sino de lo que genera morbo, no en vano los programas más vistos responden a realities, telenovelas o similares. Un claro ejemplo es el nivel de audiencia del martes 26 de enero de este año, donde el único programa noticioso aparece en el puesto 6 y con un índice por debajo de la mitad de los programas que lideraron ese día. Incluso donde ese noticiario precisamente tiene aspectos que destacan también por algunas formas sensacionalistas, donde la prioridad la tienen las informaciones policiales. Extraído de la página web del diario El Comercio.

PROGRAMA	CANAL	RÁTING
"Ven, baila, quinceañera"	América TV	27,3
Esto es guerra	América TV	26,2
Pasión y poder	América TV	18,3
Sila, cautiva por amor	América TV	13,3
Amor prohibido	Latina	12,9
América Noticias	América TV	11,7
El secreto de Feriha	Latina	11,3
La rosa de Guadalupe	América TV	11,3
Al aire	América TV	11,1
Amor amor amor	Latina	10,7

Cuadro 01. Fuente Diario el Comercio

En el caso de los diarios sucede una situación similar donde Trome y Ojo encabezan las preferencias de los diarios más leídos, siendo sus contenidos sensacionalistas.

En la obra *Desinformación* el autor señala que el mejor análisis procede del lingüista estadounidense Noam Chomsky y del economista y analista de medios de comunicación Edward S. Herman, en su libro conjunto “Los guardianes de la libertad” (Ramonet 2009:32).

Agrega que en su obra estos autores nos presentan lo que denominan <<filtros>>, es decir <<los vericuetos a través de los cuales el dinero y el poder tamizarán las noticias hasta dejarlos listos para su publicación, marginación, las discrepancias y permitirán que el gobierno y los intereses privados dominantes difunden un mensaje adecuado para el público>> (Ramonet 2009:32-33).

Peterson, profesor y ex decano de la College of Communication en la Universidad de Illinois en Urbana, señala por eso que la premisa principal de la teoría de la responsabilidad social es que “la libertad conlleva obligaciones, correspondientes, y la prensa, que goza de una posición privilegiada bajo nuestro gobierno, está obligado a ser responsable con la sociedad por llevar ciertas funciones esenciales de comunicación de masas ante las sociedades contemporáneas (Goodwin 1994:12).

En Argentina el ex gobierno de Cristina Krichner utilizó una forma asolapada de coaccionar la libertad de expresión, por ello la Corte Suprema de Justicia determinó que el gobierno no podría seguir discriminando con la publicidad oficial a los medios de la Editorial Perfil y la revista Noticias de ese país por tener una línea no acorde a los intereses de la ex mandataria.

Hoy ya nadie tiene dudas, ni aquellos que antes estaban del otro lado. No solo se trata de un ataque a la libertad de prensa, una forma indirecta de censura o muy directa para generar la autocensura de los hombres de prensa, no una que los lleve a la cárcel o al destierro como otrora, pero sí en el corto y mediano plazo quizás más efectiva. Pero el mecanismo, además de atacar la libertad de expresión en todo

lo amplio que ella abarca, corroe todas las columnas que sustentan el edificio de la democracia. La publicidad oficial puede transformarse en una forma disimulada –y en casos ni tanto– de compra de votos, esto es, no cuando se la niega a medios periodísticos independientes, que se manejan con profesionalidad, o a medios opositores, sino cuando se la regala a “manos llenas” y se le paga a muy buen precio a medios que posan de independientes, pero que ocurre que su “compromiso social” coincide con el del gobierno, y que se transforman en un “aviso” permanente y global del benefactor y, por supuesto, en factores claves en las campañas electorales, (Arbilla: 2011)

Jareño J. (2009), señala que “La noticia, el mensaje, hay que construirlos, es cierto. Pero no se trata de un proceso creativo arbitrario. Está sometido a la exigencia de contar lo que es sustancial de entre lo que recibimos en términos informativos, y evitar que cualquier tipo de prejuicio desfigure el rostro inicial de dicha materia” (p.93)

1.2.4. La hemerografía estructural

Como lo menciona Eliseo Verón citado por Albertos, J. (2001), el código que utilizan los medios impresos –diarios y revistas– para construir sus mensajes responde a una u otra de estas tres series: serie visual lingüística, serie visual para-lingüística y serie visual no-lingüística.

Martínez de Sousa (1992) menciona que el tratamiento informativo es la “manera peculiar de ofrecer una información. Es decir, aplicación esta de la forma más adecuada para presentarla al lector. La cobertura periodística y el tratamiento se reflejan en el producto final que emiten los medios de comunicación”. Por eso el tratamiento puede tener una parte de significante y otra de significado, o por decirlo de otra forma, una expresiva y otra de contenido. Los primeros mencionados en cada caso también es una forma de manejar la información o material periodístico. Por ejemplo, en lo que respecta a la presentación de contenidos, generalmente se suele descalificar a los medios en base a los contenidos informativos dejando de lado en las portadas a algún candidato como ha ocurrido con la candidata a la

presidencia Veronika Mendoza, quien pese a responder adecuadamente a las burlas de Aldo Mariátegui no apareció la nota informativa en el diario Correo o en el mismo Perú 21, donde ahora es columnista. Ramírez (2018) refiere:

La manera cómo se presentan y dónde se ubican los elementos gráficos que componen la imagen de un periódico siempre obedece a una intencionalidad comunicativa, previamente definida. No es casual el número de columnas que una noticia ocupa en un diario. Tampoco es aleatoria la ubicación de la misma, ya sea que ocupe la parte izquierda, derecha, superior o inferior de la página, ni la longitud de los textos.

Esta apreciación se confirma en la evaluación del historiador y analista de medios de comunicación Michael Parenti referido por Álvarez Baena, C., & Gallego del Pino, N. (2014), quien considera que la propaganda más efectiva se basa en el encuadre más que en la falsedad. Al torcer la verdad más que violarla, utilizando el énfasis y otros aderezos auxiliares, los comunicadores pueden crear una impresión deseada sin recurrir al pronunciamiento explícito y sin apartarse demasiado de la apariencia de objetividad. El encuadre se logra mediante la forma en que se empaquetan las noticias, la extensión de la exposición, la ubicación (primera plana o entierro en el interior, principal o último artículo), el tono de la presentación (actitud-abierta o despectiva), los titulares y fotografías y, en el caso de los medios audiovisuales, los efectos de imagen y sonido.

En otros casos no hay una intención de manipular o distorsionar la información, en otros se hace con el propósito solamente de jerarquizar la información recurriendo exclusivamente a aspecto de expresión o presentación de las informaciones periodísticas sin necesidad de recurrir a contenidos o calificaciones de los personajes u organizaciones que son parte del hecho periodístico. Esto inicialmente se le ha denominado diseño editorial porque puede responder a la línea periodística del medio. Según Edmund Arnold, diseñador estadounidense lo expresa muy bien al afirmar que "la

misión del diseño periodístico es la utilización de una moderada persuasión para introducir al lector en la segunda parte del proceso comunicativo, para convertir al que mira en lector y hacer que consuma texto durante el mayor tiempo posible, mencionado por (Martínez-Fresneda, H. 2004)

Lo define como una serie de superficies de papel impreso en el que se ordenan unas masas y unas unidades comunicacionales (a partir de la descomposición morfológica de las superficies del diario y de la disección de los elementos de la estructura que lo componen Suarez, 2008:8).

La serie visual paralingüística, Elementos o recursos gráficos referidos que determinan la ubicación en el espacio de los elementos del mensaje periodístico (Concha, 1990:22 y Suarez, 2008:18).

Dentro de ella podemos considerar:

- La portada.- Se denomina así a la primera página y como dice Martínez (2011) es el escaparate de los contenidos del periódico.(75)
- La contraportada Otros le denominan última. A veces va de publicidad o información. Los contenidos suelen ser más ligeros, hoy en día.
- Página interior par, se ubica en la parte izquierda y contiene las informaciones de menor importancia.
- Página interior impar.- Se ubica en la derecha y contiene las informaciones de mayor importancia por ello las grandes empresas anuncian en este lado y el costo es mayor.

Al respecto, Peña indica que la elección de la parte de realidad representada y el punto de vista desde el que esta realidad se contempla, ya sea arriba, abajo, izquierda y derecha, es decir, el encuadre. Se hace siempre con una intención: objetividad/distorsión, realismo/engaño; etc, y da una idea de la posición física e ideológica del autor del mensaje icónico. (Peña 2006: 29)

- La columna.- Se refiere a la ocupación del texto, debe ir entre 30 y 70 caracteres (91), sin embargo el Trome contienen 19 caracteres
- Dimensión de la nota.- Se refiere al tamaño que puede comprender, incluyendo imagen, titular y texto
- Nota de apoyo.- Se refiere a la información que contiene información relacionada directamente con la principal
- Nota complementaria.- Es la información con otro contenido pero sobre el mismo personaje, tema u organización.

Las series visuales no lingüísticas, Son los elementos de tipo gráfico que refuerza el mensaje periodístico y hace referencia al uso de imágenes (Concha, 1990:22)

- Foto.- Barthes, R. (1986) refiere que:

La fotografía periodística es un mensaje. El conjunto de ese mensaje está compuesto por una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor. La fuente emisor es la redacción del periódico, el grupo de técnicos, algunos de los cuales sacan la fotografía, otros la seleccionan, la componen, la tratan y otros, por fin, le ponen un título, le agregan una leyenda y la comentan.

La fotografía es de gran impacto y no es un solo un elemento que forma parte de la información, sino es un elemento dotado de autonomía.

- Infografía.- Colle lo define como una unidad espacial en la cual se utiliza una combinación o mezcla de códigos icónicos y verbales para entregar una información amplia y precisa, para lo cual un discurso verbal resultaría más complejo y requeriría más espacio, (Peña 2006: 91)

Ferreres, G. (2012), menciona “son los gráficos informativos que aparecen en la prensa y en cuya elaboración se ha utilizado en algún momento un ordenador personal”.

George Rorick citado por Ferreres, G.: "No hacemos gráficos solamente para rellenar el espacio de un medio. No hacemos gráficos por el mero hecho de añadir color a la página. No realizamos gráficos simplemente para sustituirlos por una foto en el caso de que no haya información gráfica disponible. No hacemos gráficos para rellenar espacios predeterminados con el propósito de mejorar el diseño de una página". (Peltzer, 1991, p.170)

Las series visuales lingüística, desde la perspectiva de presentación está referido a los elementos que contienen o están directamente relacionados a elementos lingüísticos como las fuentes y titulares.

- Fuente: Se refiere a las personas o materiales portavoces de información.

Según Ripollés, A. C., & Rabadán, P. L. (2012), refiere que:

Las fuentes informativas son un mecanismo primordial del periodismo. Su estudio resulta esencial para estudiar los elementos que rodean a la noticia a la hora de construir la realidad social. Las fuentes constituyen un elemento básico del proceso de producción y selección periodística y son capaces de determinar decisivamente el contenido (agenda) y el enfoque (framing) de la cobertura informativa. Igualmente, su uso forma un indicador de calidad periodística.

- Titular: Es el resumen más valioso y comprimido de la información. Éste debe dar idea de todo lo que se expresa en el texto, utilizando la menor cantidad de palabras y letras (Peña 2006: 95). Aunque los titulares son, de acuerdo con muchos especialistas, la parte más importante del discurso periodístico impreso (refiere Nadal Palazón, Juan. 2012)

Definición de términos básicos

- Medio de comunicación, según la RAE, Instrumento de transmisión pública de información, como emisoras de radio o televisión, periódicos, internet
- Periodismo, según la RAE, Actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico.
- Enfoque informativo, es el enfoque que cada medio comunicación le otorga a la noticia en base a su orientación.
- Agenda de medios, es la agenda que los medios establecen en función de los temas coyunturales.
- Fuente informativa, es la base de toda información de carácter periodístico, es lo que determina la calidad informativa.
- Agenda Setting, es una teoría de la comunicación que indica que los medios nos dice de que debemos informarnos ya que ellos determinan que tipo de información publican.
- Sección política, es la sección de un diario en el cual se agrupa todas la noticias referidas al ámbito político.
- Lingüística, según la RAE, Estudio teórico del lenguaje que se ocupa de métodos de investigación y de cuestiones comunes a las diversas lenguas.
- Periódicos, Publicación que sale diariamente.
- Libertad de expresión, es la expresión del derecho de poder expresar ideas y opiniones en un ámbito democrático.

CAPÍTULO HIPÓTESIS Y VARIABLES

Formulación de hipótesis

Considerando que la investigación es cualitativa, en la investigación no se va formular una hipótesis, toda vez que se busca interpretar la realidad presentada.

CAPÍTULO METODOLOGÍA

Diseño metodológico

La presente investigación se orientará desde el paradigma naturalista, porque se busca interpretar el fenómeno, en el ámbito de un enfoque cualitativo, tal como lo describe Martínez:

[...] trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. De aquí, que lo cualitativo (que es el todo integrado) no se opone a lo cuantitativo (que es sólo un aspecto), sino que lo implica e integra, especialmente donde sea importante (Martínez, 2006, p. 128). Bajo el enfoque cualitativo se desprende el tipo de investigación es hermenéutica:

(...) también nos sugiere y, sin duda, antes que toda otra consideración, un posicionamiento distinto con respecto a la realidad: aquel de las significaciones latentes. Se trata de adoptar una actitud distinta, de empatía profunda con el texto, con lo que allí se ha expresado a través del lenguaje. No se trata de suprimir o de intentar inhibir su propia subjetividad (con sus implícitos prejuicios), sino de asumirla. En otras palabras, la búsqueda de sentido en los documentos sometidos a análisis se ve afectada por un doble coeficiente de incertidumbre: la interpretación es relativa al investigador, así como al autor de los textos en cuestión (Cárcamo, 2005, p. 1).

El diseño metodológico según Hernández Sampieri, “es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación”. En ese sentido comentando al autor nos dice que una vez decidido el enfoque que habrá de adaptarse la investigación (cualitativo cuantitativo o mixto) y definido - al menos – el alcance inicial del estudio, el investigador debe concebir la manera práctica y concreta

la responsabilidad de responder a las preguntas de investigación, y cubrir sus objetivos e intereses.

Para la presente investigación se aplicará un diseño no experimental, porque no se busca manipular la variable de investigación solo de identificará, describirá e interpretará el fenómeno; siendo de corte transaccional al aplicar el instrumento en un solo momento de tiempo.

Para la realizar la investigación se seguirá una trayectoria metodológica de forma polietapica las cuales se describen a continuación:

Etapa 1:

El trabajo inicial se concentrará en la acumulación de los cuatro diarios de circulación nacional que son el objeto de estudio durante 20 días; desde el 01 de febrero de 2016 al 21 de febrero de 2016, con excepción del martes 16 de febrero, ya que no se pudo contar con el ejemplar, en estos diarios identificarán los elementos paralingüísticos y no lingüísticos del tratamiento informativo. Y se cuantificarán en una ficha de registro que se basa en una unidad de medida que es arbitraria y es determinada por el investigador. Esta escala va de mayor a menor en base a cada sub indicador esto con la finalidad de poder comparar los resultados.

Etapa 2:

Será netamente cualitativa se describirán los elementos identificado en la primera fase, y en contrastando con la teoría se ubicarán claves que permitan la interpretación del fenómeno.

Diseño Muestral

La unidad de análisis de la investigación serán los diarios de circulación nacional Correo, Uno, La Razón y Perú21, que serán recopilados durante los 20 días del mes de febrero de 2016.

Técnicas de Recolección de información

En la investigación se usó la técnica de la observación, que según Matos, Y., & Pasek, E. (2008) menciona:

La observación es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recogida implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (uno mismo u otros).

Asimismo, se ha obtenido la validación por intermedio del juicio de expertos, quienes contribuyeron a esta investigación con su punto de vista objetivo:

Docente Mg. María Elba Cerna Moyano

Docente Mg. Ramiro Rondón Tamayo

Docente Mg. César A. Smith Corrales

Los expertos validaron el contenido del instrumento y se obtuvo una validez de 91%.

Se aplicó la siguiente formula:

- COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{s}{n(c-1)}$$

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

CARACTERÍSTICA DEL INSTRUMENTO	Experto 1 Cerna	Experto 2 Rodon	Experto 3 Smith	Sumatoria	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	0	0	0	0	0%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					91%

Aspectos éticos

En el presente proyecto de investigación se han cumplido estrictamente con todas las normas metodológicas.

CAPÍTULO RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Con la finalidad de obtener los resultados sobre de tratamiento informativo en su componente visual de la sección política de los diarios de circulación nacional: Uno, Perú 21, Correo y La Razón, sobre el caso de Keiko Fujimori, se aplicaron unas fichas de registro.

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 001

Fecha de la publicación: 01.02.2016

Fecha de aplicación: 05.01.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30				30	
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5	5	5	5		
		INTERIOR IMPAR	10					
		SUPERIOR	15	15	15		15	
		MEDIO	10			10		
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				2
			TRES	10				
			CUATRO	15			15	
			CINCO-MÁS	20	20	20		
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				
	1/2 pág.		10	10				
	1 pág.		15		15			
	ELEMENTOS DE APOYO	+1 pág.	20					
NOTA DE APOYO		5	5	5	5			
		NOTA COMPLEMENTARIA	10					
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	5	5	5		
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5	5		5		
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5		5			
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
	SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5			5	
OPOSICIÓN			5	5	5		5	
TITULAR		COMPLETO	10			10	10	
		SEMICOMPLETO	5	5	5			
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 002

Fecha de la publicación: 02.02.2016

Fecha de aplicación: 05.01.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30				30	
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5				5	
		INTERIOR IMPAR	10	10		10		
		SUPERIOR	15	15		15	15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10			10	
			CUATRO	15				15
			CINCO-MÁS	20	20			
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				
			1/2 pág.	10	10		10	
			1 pág.	15				
		+1 pág.	20					
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5	5			5		
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10		10	10	
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5	5				
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5			5	5	
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5			5		
		OPOSICIÓN	5	5			5	
	TITULAR	COMPLETO	10			10		
		SEMICOMPLETO	5	5			5	
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 003

Fecha de la publicación: 03.02.2016

Fecha de aplicación: 05.01.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30			30	
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5	5				
		INTERIOR IMPAR	10	10	10	10	10	
		SUPERIOR	15	15	15	15	15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				
			CUATRO	15	15		15	15
			CINCO-MÁS	20	20	20		
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				5
			1/2 pág.	10	10	10		
	ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5	5	5		5	
		NOTA COMPLEMENTARIA	10					
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	20	20	20		
		B/N	5				5	
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5		5	5		
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5		5	
		OPOSICIÓN	5	10		5		
	TITULAR	COMPLETO	10	10	10			
		SEMICOMPLETO	5			5	5	
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 004

Fecha de la publicación: 04.02.2016

Fecha de aplicación: 05.01.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30					
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5		5			
		INTERIOR IMPAR	10	10				
		SUPERIOR	15	15				
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5		5			
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10		10		
			CUATRO	15	15			
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5		5		
			1/2 pág.	10	10			
			1 pág.	15				
	+1 pág.	20						
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5	5					
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10			
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5			
		OPOSICIÓN	5	5				
	TITULAR	COMPLETO	10					
		SEMICOMPLETO	5	5	5			
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 005

Fecha de la publicación: 05.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30					
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5				5	
		INTERIOR IMPAR	10	10	10			
		SUPERIOR	15	15	15		15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				5
			TRES	10		10		
			CUATRO	15				
			CINCO-MÁS	20	20			
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				5
			1/2 pág.	10		10		
			1 pág.	15	15			
		+1 pág.	20					
	ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5	5	5			
		NOTA COMPLEMENTARIA	10					
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10			
		B/N	5				5	
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5		5	
		OPOSICIÓN	5	5				
	TITULAR	COMPLETO	10		10			
		SEMICOMPLETO	5	5			5	
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 006

Fecha de la publicación: 06.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30				
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5	5				
		INTERIOR IMPAR	10	10				
		SUPERIOR	15	15				
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				
			CUATRO	15	4			
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				
			1/2 pág.	10	10			
	ELEMENTOS DE APOYO	1 pág.	15	15				
+1 pág.		20						
NOTA DE APOYO		5	5					
		NOTA COMPLEMENTARIA	10					
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10				
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5	5				
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5					
		OPOSICIÓN	5	5				
	TITULAR	COMPLETO	10	10				
		SEMICOMPLETO	5					
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 007

Fecha de la publicación: 07.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30			30	
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5				5	
		INTERIOR IMPAR	10	10				
		SUPERIOR	15	15			15	
		MEDIO	10		10			
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				
			CUATRO	15				15
			CINCO-MÁS	20	20			
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				
			1/2 pág.	10	10			
	ELEMENTOS DE APOYO	1 pág.	15	15			15	
+1 pág.		20						
NOTA DE APOYO		5	5			5		
		NOTA COMPLEMENTARIA	10					
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	20	20		40	
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5		5		5	
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5	5				
		LEYENDA	5				5	
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
	SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5				
OPOSICIÓN			5	5			5	
TITULAR		COMPLETO	10				10	
		SEMICOMPLETO	5	5				
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 008

Fecha de la publicación: 08.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30			30	
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5	5		5	5	
		INTERIOR IMPAR	10					
		SUPERIOR	15	15		15	15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5			5	
			TRES	10				
			CUATRO	15				
			CINCO-MÁS	20	20			20
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5			5	
			1/2 pág.	10				
			1 pág.	15	15			15
	ELEMENTOS DE APOYO		+1 pág.	20				
NOTA DE APOYO			5	5				
		NOTA COMPLEMENTARIA	10	10				
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10	10	10	
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5	5			5	
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5	5			5	
		LEYENDA	5			5	5	
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA		COLOR	10				
			B/N	5				
			TAMAÑO>2 COLUMNA	5				
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5			5		
		OPOSICIÓN	5	5			5	
	TITULAR	COMPLETO	10				10	
		SEMICOMPLETO	5	5		5		
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 009

Fecha de la publicación: 09.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30					
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5					
		INTERIOR IMPAR	10	10	10			
		SUPERIOR	15		15			
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5	5				
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				
			CUATRO	15	15	15		
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5	5			
			1/2 pág.	10				
			1 pág.	15				
	+1 pág.	20						
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5						
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10		10			
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5			
		OPOSICIÓN	5	5				
	TITULAR	COMPLETO	10					
		SEMICOMPLETO	5	5				
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 010

Fecha de la publicación: 10.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30					
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5	5	8			
		INTERIOR IMPAR	10			10	10	
		SUPERIOR	15	15	15		15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5			5		
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5	5		5	
			TRES	10				
			CUATRO	15		15		15
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5			5	
			1/2 pág.	10		10		10
	1 pág.		15					
	+1 pág.	20						
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5						
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10	10		
		B/N	5				5	
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5		5			
		LEYENDA	5		5		5	
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5	5		
		OPOSICIÓN	5	5			5	
	TITULAR	COMPLETO	10				10	
		SEMICOMPLETO	5		5	5		
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 011

Fecha de la publicación: 11.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30				
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5	5				
		INTERIOR IMPAR	10	10	10		10	
		SUPERIOR	15	15	15		15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10	10	10		
			CUATRO	15				15
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5		5		
			1/2 pág.	10	10			10
			1 pág.	15				
		+1 pág.	20					
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5		5		5		
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10			
		B/N	5				5	
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5		5		5	
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10	0				
		B/N	5				0	
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5			
		OPOSICIÓN	5	5			5	
	TITULAR	COMPLETO	10		10		10	
		SEMICOMPLETO	5	5				
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 012

Fecha de la publicación: 12.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30				
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5					
		INTERIOR IMPAR	10	10		10		
		SUPERIOR	15	15		15		
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				
			CUATRO	15				
			CINCO-MÁS	20	20		20	
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				
	1/2 pág.		10			10		
	1 pág.		15	15				
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5		5		5		
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10		10		
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5	5				
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
	SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5				
OPOSICIÓN			5	5		5		
TITULAR		COMPLETO	10			10		
		SEMI-COMPLETO	5	5				
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 013

Fecha de la publicación: 01.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30				
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5		5			
		INTERIOR IMPAR	10	10				
		SUPERIOR	15		15			
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				
			CUATRO	15	15	15		
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				
			1/2 pág.	10	10			
			1 pág.	15				
		+1 pág.	20					
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5	5	5				
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10			
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5	5				
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5					
		OPOSICIÓN	5	5	5			
	TITULAR	COMPLETO	10		10			
		SEMICOMPLETO	5	5				
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 014

Fecha de la publicación: 14.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30			30		
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5		5	5		
		INTERIOR IMPAR	10					
		SUPERIOR	15		15	15		
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				
			CUATRO	15		15		
			CINCO-MÁS	20			20	
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				
			1/2 pág.	10		10		
	ELEMENTOS DE APOYO	1 pág.	15					
+1 pág.		20			20			
NOTA DE APOYO		5		5	5			
		NOTA COMPLEMENTARIA	10					
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10		10	10		
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5			5		
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5		5	5		
		LEYENDA	5			5		
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
	SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5				
OPOSICIÓN			5		5	5		
TITULAR		COMPLETO	10		10			
		SEMICOMPLETO	5					
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 015

Fecha de la publicación: 15.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30				30	
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5			6	5	
		INTERIOR IMPAR	10	10	10	10		
		SUPERIOR	15	15	15	15	15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5					
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10	10			
			CUATRO	15				15
			CINCO-MÁS	20		20	20	
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				
			1/2 pág.	10	10	10		
	ELEMENTOS DE APOYO	1 pág.	15			15	15	
+1 pág.		20						
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5	5	5	5	5		
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10	10	10	
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5	5				
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5		5	5	5	
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5			
		OPOSICIÓN	5	5		5	5	
	TITULAR	COMPLETO	10		10		10	
		SEMICOMPLETO	5	5				
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 016

Fecha de la publicación: 17.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30					
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5			5		
		INTERIOR IMPAR	10	10	10		10	
		SUPERIOR	15		15	15	15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5	5				
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				5
			TRES	10			10	
			CUATRO	15	15	15		
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5	5			5
			1/2 pág.	10		10	10	
			1 pág.	15				
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5		5	5	5		
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10	10	10	
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5	5	5	5	5	
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5	5		
		OPOSICIÓN	5	5			5	
	TITULAR	COMPLETO	10		10	10		
		SEMICOMPLETO	5	5			5	
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 016

Fecha de la publicación: 17.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30					
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5			5		
		INTERIOR IMPAR	10	10	10		10	
		SUPERIOR	15		15	15	15	
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5	5				
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				5
			TRES	10			10	
			CUATRO	15	15	15		
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5	5			5
	1/2 pág.		10		10	10		
	1 pág.		15					
+1 pág.	20							
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5		5	5	5		
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10	10	10	
		B/N	5					
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5	5	5	5	5	
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5	5		
		OPOSICIÓN	5	5			5	
	TITULAR	COMPLETO	10		10	10		
		SEMICOMPLETO	5	5			5	
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 017

Fecha de la publicación: 18.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30				
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5		5			
		INTERIOR IMPAR	10	10		10	10	
		SUPERIOR	15	15	15	15		
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5				5	
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10			10	
			CUATRO	15	15	15		15
			CINCO-MÁS	20				
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5			5	5
			1/2 pág.	10		10		
			1 pág.	15	15			
		+1 pág.	20					
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5	5	5	5			
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10	10	10		
		B/N	5				5	
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5	5	5			
		LEYENDA	5			5		
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5		5			
		OPOSICIÓN	5	5		5	5	
	TITULAR	COMPLETO	10	10	10	10		
		SEMICOMPLETO	5				5	
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 018

Fecha de la publicación: 19.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30	30				
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5				5	
		INTERIOR IMPAR	10	10				
		SUPERIOR	15					
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5	5				
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				10
			CUATRO	15				
			CINCO-MÁS	20	20			
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				5
			1/2 pág.	10				
			1 pág.	15	15			
		+1 pág.	20					
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5						
	NOTA COMPLEMENTARIA	10						
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10				
		B/N	5				5	
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5				5	
		OPOSICIÓN	5	5				
	TITULAR	COMPLETO	10					
		SEMICOMPLETO	5	5			5	
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 019

Fecha de la publicación: 20.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30					
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5					
		INTERIOR IMPAR	10	10			10	
		SUPERIOR	15	15				
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5				5	
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				10
			CUATRO	15				
			CINCO-MÁS	20	20			
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				5
			1/2 pág.	10				
			1 pág.	15	15			
		+1 pág.	20					
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	5	5					
	NOTA COMPLEMENTARIA	10	10					
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10				
		B/N	5				5	
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5					
		OPOSICIÓN	5	5			5	
	TITULAR	COMPLETO	10	10				
		SEMICOMPLETO	5				5	
		INCOMPLETO	0					

Ficha de Registros del Componente Visual

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS N° 019

Fecha de la publicación: 20.02.2016

Fecha de aplicación: 15.12.2020

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIOS				
				UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	30					
		CONTRAPORTADA	15					
		INTERIOR PAR	5					
		INTERIOR IMPAR	10	10			10	
		SUPERIOR	15	15				
		MEDIO	10					
		INFERIOR	5				5	
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	5				
			TRES	10				10
			CUATRO	15				
			CINCO-MÁS	20	20			
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	5				5
			1/2 pág.	10				
	ELEMENTOS DE APOYO	1 pág.	15	15				
		+1 pág.	20					
NOTA DE APOYO		5	5					
		NOTA COMPLEMENTARIA	10	10				
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	10	10				
		B/N	5				5	
		N° DE FOTOS>1	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
		LEYENDA	5					
		PERIODÍSTICA	5					
	INFOGRAFÍA	COLOR	10					
		B/N	5					
		TAMAÑO>2 COLUMNA	5					
	SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	5				
OPOSICIÓN			5	5			5	
TITULAR		COMPLETO	10	10				
		SEMICOMPLETO	5				5	
		INCOMPLETO	0					

Fase o etapa cuantitativa

Luego de la aplicación de instrumento en los 19 días elegidos que comprenden desde el 01 de febrero de 2016 hasta el 20 de febrero de 2016, se puede referir que los diarios que más publicaron noticias en su sección política sobre el caso de Keiko son como lo refiere el cuadro N°01, el diario UNO con un 94.7% es decir 18 publicaciones, diario Perú 21 y La Razón con 68.4% ambos es decir 13 publicaciones cada uno respectivamente y el diario Correo 52.6% que significa 10 publicaciones, siendo el diario que menos se refirió al personaje.

DIARIOS	FRECUENCIA	%
UNO	18	94.7
PERÚ 21	13	68.4
CORREO	10	52.6
LA RAZÓN	13	68.4

Tabla N°01. Frecuencia de las publicaciones

Es necesario referir que la ausencia o presencia de información responde a los criterios del equipo editorial de cada medio, quien evalúa en base a discernimientos los temas de la agenda pública.

Resultados de la serie visual paralingüística

Estos resultados se enfocan en los aspectos referidos a la presentación, tamaño y elementos de apoyo de las notas informativas que ha sido registrada y compilada en el anexo N°001.

Presentación de la Información

En esta sección del instrumento mide la existencia de los siguientes indicadores portada, contraportada, interior par, interior impar, superior, medio e inferior.

SUB INDICADORES	PUNTAJE	DIARIO			
		UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN
PORTADA	30	270	0	30	180
CONTRAPORTADA	15	0	0	0	0
INTERIOR PAR	5	35	41	26	35
INTERIOR IMPAR	10	150	70	70	70
SUPERIOR	15	225	195	120	165
MEDIO	10	0	10	10	0
INFERIOR	5	15	5	10	10

Tabla N° 02 Registro comparativo de los puntajes de la serie visual paralingüística

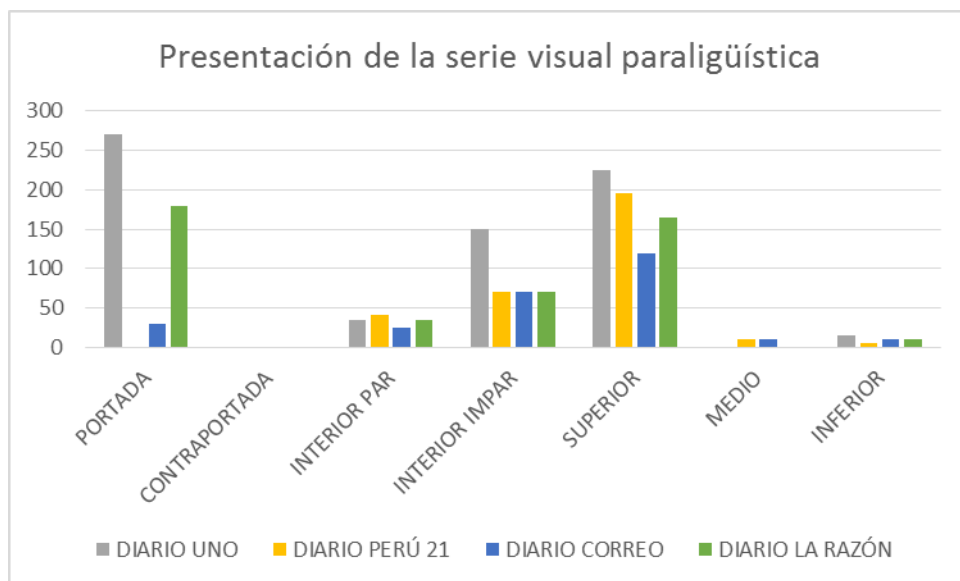


Gráfico N° 01 Presentación de la serie visual paralingüística

Tamaño de la Información

En esta sección del instrumento se mide el tamaño de cada nota informativa referida a los siguientes sub indicadores columnas dedicadas a la nota informativa y extensión de la nota.

Es importante mencionar que en el registro de los sub indicadores, columna y dimensión, estos se refieren al espacio que el diario ha concedido a la nota informativa sobre la candidata Keiko Fujimori.

Para efectos de una mejor lectura en los resultados, en este indicador se separan el tamaño en columna y dimensión.

SUB INDICADORES		DIARIO			
		UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN
COLUMNA	DOS	10	0	15	12
	TRES	20	30	30	20
	CUATRO	94	105	30	120
	CINCO-MÁS	180	80	60	20

Tabla N° 03 Registro comparativo de los puntajes de la serie visual paralingüística: Columnas dedicadas a la información.

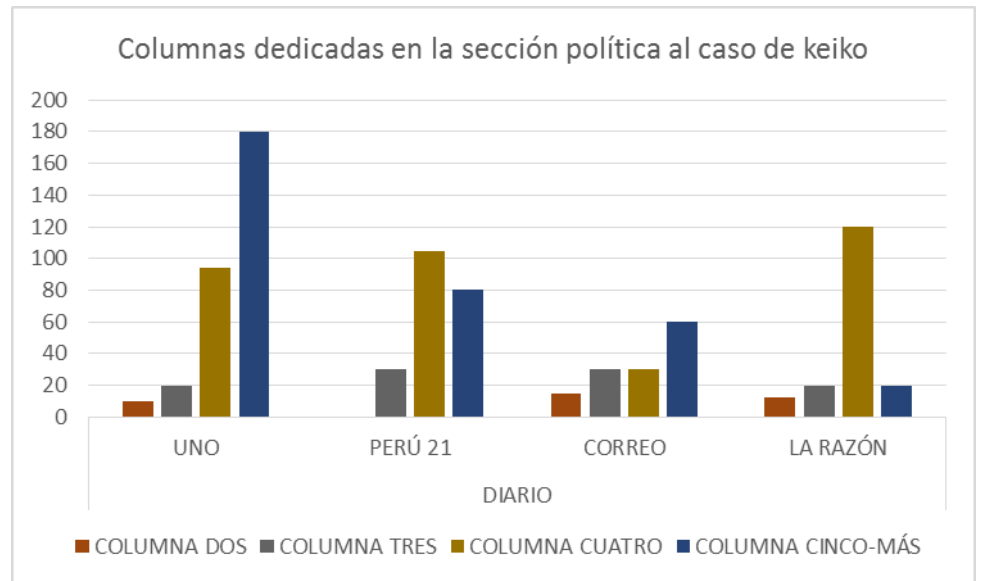


Gráfico N° 02 Tamaño de la serie visual paralingüística

SUB INDICADORES		DIARIO			
		UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN
DIMENSIÓN	1/4 pág.	10	10	20	30
	1/2 pág.	90	90	30	30
	1 pág.	135	15	15	45
	+1 pág.	0	0	20	0

Tabla N° 04 Registro comparativo de los puntajes de la serie visual paralingüística: Dimensión de la información.

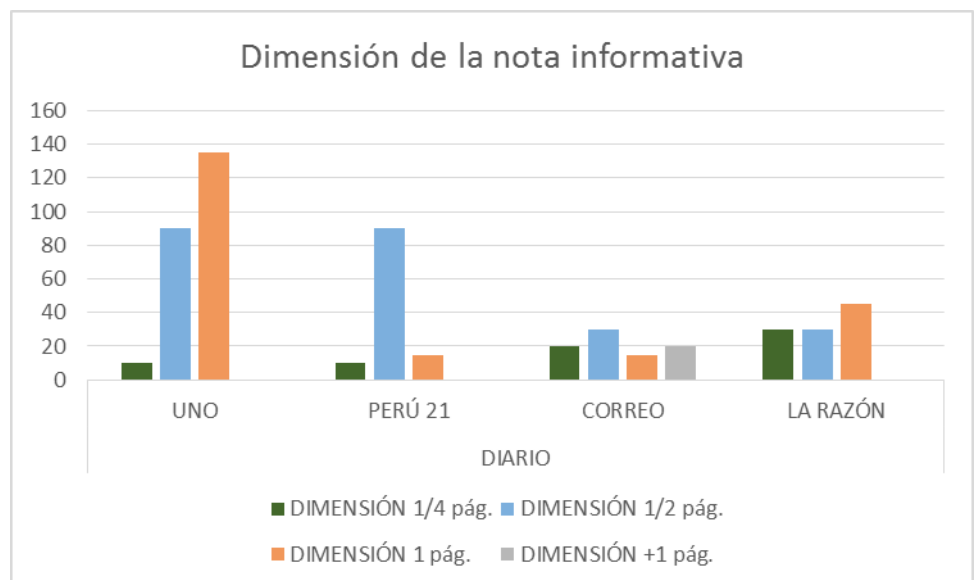


Gráfico N° 03 Dimensión o extensión de la serie visual paralingüística

Elementos de Apoyo

En esta sección el instrumento cuantifica los elementos de apoyo que fueron utilizados en los 19 días, específicamente referidos a las notas de apoyo y las notas complementarias, en este caso estas notas han servido para dar marco y contexto a las notas principales. Según la cuantificación de los elementos de apoyo el resultado sobre el uso en los 4 diarios es el siguiente:

SUB INDICADORES	DIARIO			
	UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN
NOTA DE APOYO	65	50	30	30
NOTA COMPLEMENTARIA	20	0	0	0

Tabla N° 05 Registro comparativo de la serie visual paralingüística: elementos de apoyo

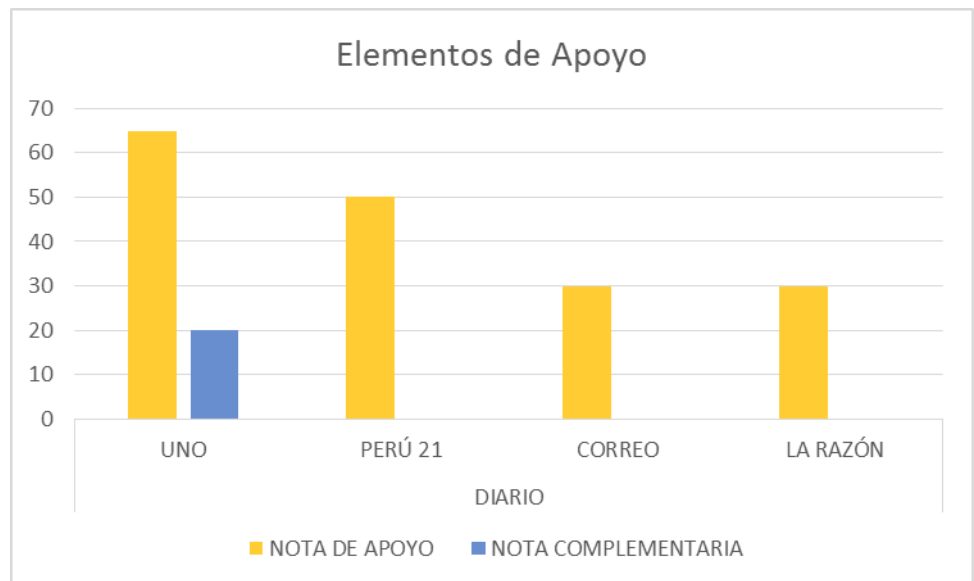


Gráfico N° 04 Dimensión o extensión de la serie visual paralingüística referida a los elementos de apoyo.

Resultados de la serie visual no Lingüística

Estos resultados se enfocan en los aspectos referidos a la fotografía e infografías que acompañan a las notas informativas que ha sido registrada y compilada en el anexo N°001.

Fotografía

En esta sección del instrumento se mide varios aspectos referidos a la fotografía referidas a la siguientes características a color, b/n, N° de fotos>1, tamaño>2 columna, si presenta leyenda o periodística.

SUB INDICADORES	DIARIO			
	UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN
COLOR	195	175	115	80
B/N	0	0	0	40
N° DE FOTOS>1	30	5	10	10
TAMAÑO>2 COLUMNA	25	25	10	10
LEYENDA	0	30	30	35
PERIODÍSTICA	0	0	0	0

Tabla N° 06 Registro comparativo de la serie visual no lingüística: fotografía

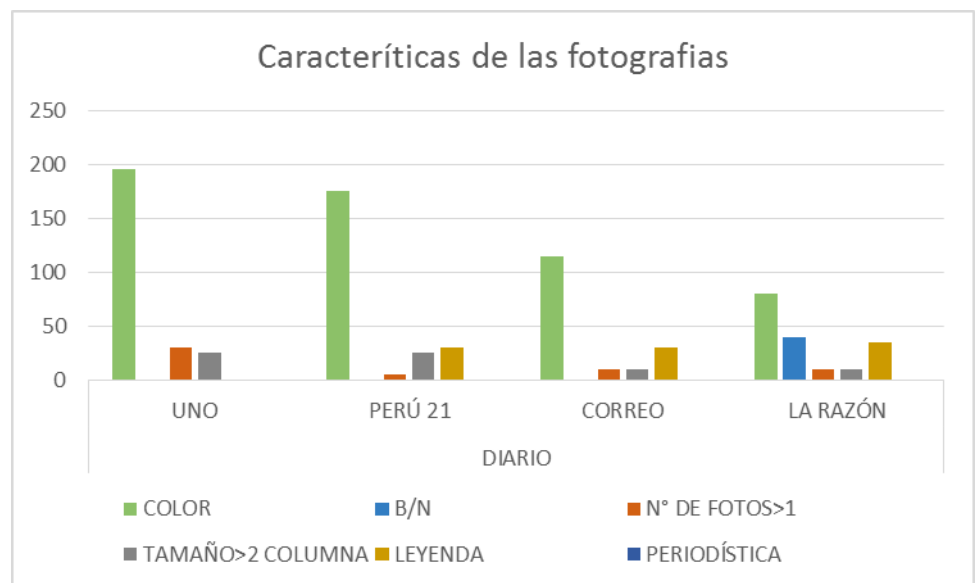


Gráfico N° 05 Dimensión o extensión de la serie visual no lingüística referida a las características de las fotografías.

Infografía

En esta sección del instrumento se mide varios aspectos referidos a la infografía como si estaba diseñada a color, o blanco y negro y el tamaño que ocupa en la página del referido medio.

SUB INDICADORES	DIARIO			
	UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN
COLOR	0	0	0	0
B/N	0	0	0	0
TAMAÑO>2 COLUMNA	0	0	0	0

Tabla N° 07 Registro comparativo de la serie visual no lingüística: fotografía

Es necesario referir que ningún diario ha utilizado a la infografía como recurso por lo que la representación gráfica indica cero.

Resultados de la serie visual lingüística

Estos resultados se enfocan en los aspectos referidos a la fuente y al titular de las notas informativas que ha sido registrada y compilada en el anexo N°001.

Es preciso aclarar que la serie o registro lingüístico, tiene otros aspectos como el análisis del contenido, empero a consideración del investigador y como se trata de un registro de la serie visual solo se consideró la fuente de la información, si estaba a favor o en contra y las características del titular. Todo el registro se encuentra en el anexo N°001.

Fuentes

En esta sección del instrumento se mide aspectos referidos a la posición de toma en medio en referencia a la noticia del personaje, se establece dos posiciones que son de ayudante u oposición.

SUB INDICADORES	DIARIO			
	UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN
AYUDANTE	0	50	30	15
OPOSICIÓN	100	20	25	55

Tabla N° 8 Registro comparativo de la serie visual lingüística: fuentes

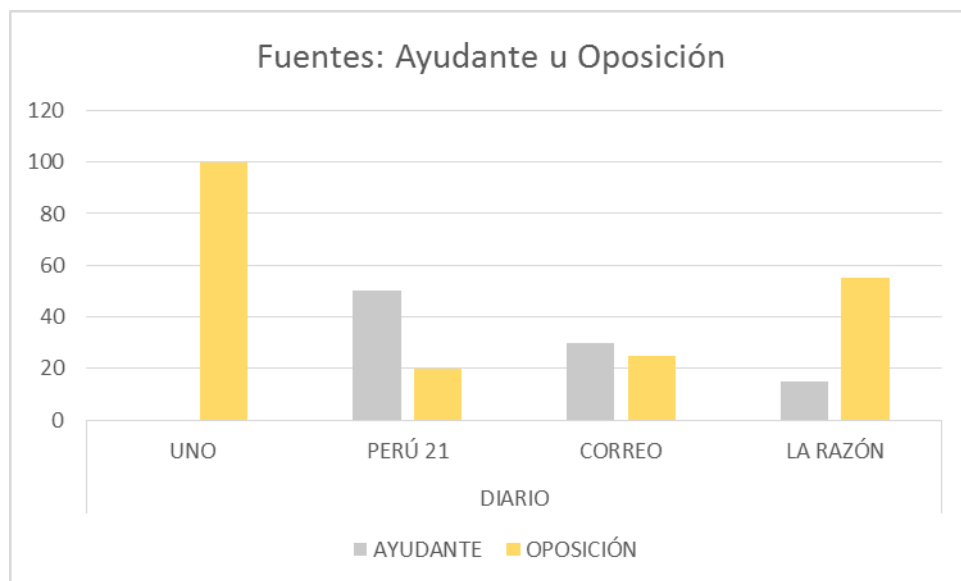


Gráfico N° 06 Dimensión o extensión de la serie visual lingüística referida a las fuentes de información.

Titular

En esta sección del instrumento se mide aspectos referidos al titular considerando si está completo, semi completo o incompleto.

SUB INDICADORES	DIARIO			
	UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN
COMPLETO	40	90	50	70
SEMICOMPLETO	65	20	20	35
INCOMPLETO	0	0	0	0

Tabla N° 9 Registro comparativo de la serie visual lingüística: fuentes

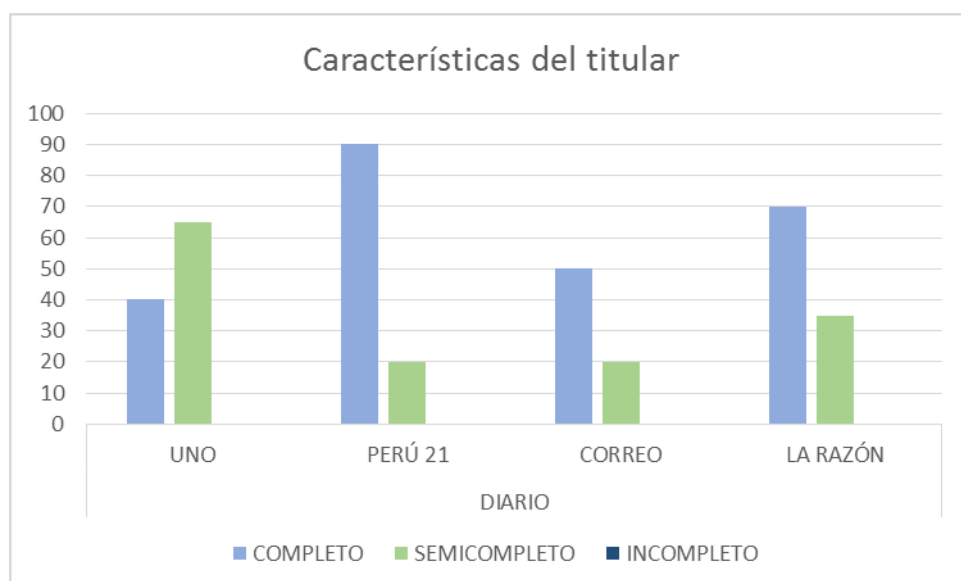


Gráfico N° 07 Dimensión o extensión de la serie visual lingüística referida al titular y sus características.

Fase o etapa cualitativa

En esta etapa se interpretaran cada uno de los elementos registrados

Resultados de la serie visual paralingüística

En referencia a la presentación de la serie visual paralingüística se puede observar en la tabla N°12 en lo concerniente a la utilización de la portada que el diario Uno y la Razón, alcanzaron la sumatoria más alta, todo lo contrario el diario Perú 21 y Correo las sumatorias más bajas. Por la línea ideológica de los medios impresos (Uno y la Razón), existe un interés en resaltar de manera crítica y negativa al personaje de Keiko Fujimori, relacionando con las investigaciones que se realizan.

Este hecho se comprueba en el la Tabla N°8 donde los medios referidos (Uno y La Razón), quienes presentan la mayor cantidad de noticias de oposición a diferencia de los diarios Peru 21 y Correo quienes en las sumatorias de la calificación presentan el menor puntaje.

En esa misma línea el diario Uno han ubicado las notas informativas sobre el personaje de Keiko en la página interior impar sobre las páginas pares, es necesario referir que la ubicación en una página tiene mayor probabilidad de tener un mayor impacto de la información. Todo lo contrario el diario Perú 21, Correo y la Razón han utilizado en menor medida la página impar, tal como se muestra en la Tabla N°02. Se puede afirmar que el diario Uno mantiene un posición crítica y de oposición sobre el personaje que se evidencias en indicadores importantes de la serie visual paralingüística.

Sobre la ubicación de la nota informativa (superior, medio e inferior), en este caso todos los medios impresos han ubicado sus noticias en la parte superior, debido a la coyuntura e importancia de la información.

Tamaño de la Información

Sobre este aspecto tal como figura en la tabla N° 03 el diario Uno, continua con su posición crítica colocando sus notas informativas

sobre el personaje en más de cinco columnas, seguido por Perú 21, en este caso es necesario referir que la posición que toma el medio Perú 21, no solo es de oposición sino de ayudante tal como figura en la tabla N° 08. En este registro se evidencia que el diario Correo ha destinado espacio para las notas informativas entre cuatro a dos columnas, tabla N° 03.

Se puede mencionar que El diario Uno y la Razón se reafirman críticos a la figura de la candidata Keiko F. ya que destinan entre 5 y 4 columnas para explicar caso sobre las denuncias que recaen sobre la candidata.

Elementos de Apoyo

Sobre en los elementos de apoyo que fueron usados en su mayoría han sido las notas de apoyo, tal como figura en la Tabla N°05, el diario Uno y Perú han utilizado estos elementos para dar contexto a la información, en su mayoría sobre casos relacionados. Es preciso aclarar que en el caso de los medios impresos referidos cada uno tiene una posición distinta (oposición, ayudante), en referencia al personaje.

Se pude evidenciar que la nota complementaria solo fue utilizada por el diario Uno, como figura en el Grafico N°04, ninguno de los otros medios impresos uso este recurso periodístico.

Resultados de la serie visual no lingüística

En referencia a los resultados de la serie visual no lingüística la fotografía desempeña un rol importante como complemento de la noticia y en muchos casos la fotografía asume un papel protagónico. El color desempeña un rol importante y atractivo para el lector, y esto se evidencia en cada medio impreso que utiliza este recurso (tabla N°08), asimismo la ubicación y cantidad de fotografías.

EL diario Uno y Perú 21, utilizaron un tamaño mayor a dos columnas en sus publicaciones y el diario Correo y La razón lo utilizaron en menor medida. Por el impacto que tiene la fotografía para el lector existe una intencional muy marcada para relacionar e identificar a

los personajes de la fotografías con los hechos noticiosos, (véase Gráfico N° 05).

En referencia a las leyendas de la fotografías el diario Perú 21, Correo y La Razón usaron este recurso, debido a la importancia de contextualizar los hecho presentados en las fotografías. Su impacto en el lector es favorable para el entendimiento del material noticioso. En referencia a la infografía (véase Tabla N° 07), esta no fue utilizada como recurso informativo, debido a que los hechos se presentaron en un coyuntura, donde la población conoce e identifica los hechos de manera clara.

Resultados de la serie visual lingüística

Este registro de la serie visual lingüística presenta resultados que permiten entender la intencionalidad de los otros registros, es decir muy aparte de la línea del medio y su postura sobre el personaje; este registro lingüístico nos permite identificar como las notas informativas son a favor o en contra del personaje por el enfoque que toma la información.

Es así que en la Tabla N° 8, se puede apreciar que el diario Uno y la Razón son oposición y que los diarios Perú 21 y Correo asumen una posición más de apoyo con sus notas, aunque también han sido críticos en algunas informaciones publicadas, pero en una menor medida. Este registro permite corroborar los resultados registrados en los registros de la serie visual paralingüística y no lingüística.

CAPÍTULO DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Considerando los resultados que se han obtenido que concluye que el tratamiento periodístico del componente visual de la sección política en los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, 2016, se presenta de forma diversa en cuanto al enfoque de la información, pero la predisposición del medio por la posición ideológica y política, hace que asuman un rol como oposición o defensa del personaje (Keiko Fujimori); comparando con la teoría que nos indica que la libertad conlleva obligaciones, correspondientes, y la prensa, que goza de una posición privilegiada bajo el gobierno, está obligado a ser responsable con la sociedad por llevar ciertas funciones esenciales de comunicación de masas ante las sociedades contemporáneas (Goodwin 1994:12). De esta forma es necesario que más allá de su posición del medio este informe y cumpla con su deber ante la sociedad.

En los resultados cuantitativos se puede referir que los diarios que más publicaron noticias en su sección política sobre el caso de Keiko son como lo refiere el cuadro N°01, el diario UNO con un 94.7% es decir 18 publicaciones, diario Perú 21 y La razón con 68.4% ambos es decir 13 publicaciones cada uno respectivamente y el diario Correo 52.6% que significa 10 publicaciones, siendo el diario que menos se refirió al personaje. Se podría afirmar que hay medios de comunicación a favor del personaje, lo que contradice de alguna forma la responsabilidad de los medios ante la sociedad. La agenda setting se confirma en la presente investigación, los medios nos dicen en que pensar y dirigen muy bien los elementos de la serie visual, para reformar en mensaje a favor o en contra.

Entender como nos informan los medios de comunicación es de vital importancia y una responsabilidad para el ámbito académico, asimismo entender los intereses que mueven a los medios de comunicación es de importancia para discernir como nos están informando, todos los recursos lingüístico, paralingüísticos y no lingüísticos cargan los contenidos de la

información con la finalidad de apoyar o desacreditar una posición, Ramírez y Orietta reafirma esta idea aunque lo orientan a la agenda que debe manejar el lector. Señalan que “el orden en que las presentan, el espacio que le dan a cada una, el color con que las remarcan, etcétera, sugiere al lector la importancia que debería dársele a cada una dentro del debate público”(2016:17). En la investigación se confirma que el tratamiento se presenta de forma diversa en cuanto al enfoque de la información, pero la predisposición del medio por la posición ideológica y política. Por lo que

En las conclusiones de Rodrigo López Alonso sobre la hemerografía estructural se constata una presencia y una utilización cada vez mayor de los gráficos informativos y de infografías cada vez más complejas en los periódicos españoles. Otra de que el grafismo informativo se está convirtiendo en un instrumento de análisis e interpretación de la información; esto también se puede apreciar en la conclusión de esta investigación sobre la serie visual contribuye a fortalecer su posición a favor o en contra del personaje (Keiko Fujimori), existiendo una mayor cantidad de recursos utilizados en los medios de oposición (diario Uno y La Razón), en cuanto a la presentación (portada, pagina interior y superior), tamaño (en columnas y dimensión) y en los elementos de apoyo.

Los medios de comunicación son empresas y su finalidad es el lucro, se conoce que grandes grupos empresariales son dueños de diversos medios de comunicación y en cierta medida, aunque no está comprobado tácitamente, pueden direccionar la información sobre intereses que puedan tener, es por eso que la Escuela de Frankfurt, denomino a los medios de comunicación como industrias culturales, y desde su punto de vista Gina Collazos Gonzáles (2011) refiere que las industrias culturales son importantes en la difusión de ideología, sin embargo no llega a demostrar esta intención ni siquiera en el análisis porque se orienta a los contenidos y no a la presentación.

La teoría nos indica que por lo general las noticias más importantes van en las primeras páginas del periódico y en la parte superior de éstas. Se deduce

que las informaciones colocadas más arriba, en la primera plana, tienen los mejores valores periodísticos, esto se corrobora en esta investigación cuando se concluye que la serie visual contribuye a fortalecer su posición a favor o en contra del personaje (Keiko Fujimori), existiendo una mayor cantidad de recursos utilizados en los medios de oposición (diario Uno y La Razón), en cuanto a la presentación (portada, página interior y superior), tamaño (en columnas y dimensión) y en los elementos de apoyo.

Asimismo la teoría nos refiere que la importancia que le dan a la información por variables de presentación. Los medios de comunicación apelan a una serie de formas para incrementar o reducir la importancia de una nota informativa sin necesidad de recurrir al desarrollo de las informaciones. Esto se corrobora con la conclusión que refiere que todos los recursos de la serie visual coadyuvan a reforzar el mensaje a favor o en contra, como lo menciona (Peña 2006: 59) en general las noticias más importantes van en las primeras páginas del periódico y en la parte superior de éstas.

Entre las principales debilidades de la investigación está el hecho de no tener una muestra más grande de diarios o registros que nos pudieran permitir confirmar con una mayor generalidad la información de los resultados, pero siendo cualitativa su naturaleza es necesario entender que el objeto de estudio es resaltar los aspectos del tratamiento informativo en la serie audiovisual de los cuatro diarios.

CONCLUSIONES

Se concluye que el tratamiento periodístico del componente visual de la sección política en los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, 2016, se presenta de forma diversa en cuanto al enfoque en el tratamiento de la información, pero la predisposición del medio por la posición ideológica y política, hace que asuman un rol como oposición o defensa del personaje (Keiko Fujimori); se interpreta que todos los recursos de la serie visual coadyuvan a reforzar el mensaje a favor o en contra, como lo menciona (Peña 2006: 59) en general las noticias más importantes van en las primeras páginas del periódico y en la parte superior de éstas. Eso lo determina el comité editorial de cada medio de comunicación.

Se concluye que el tratamiento periodístico del nivel de la serie visual paralingüística en los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero es diverso, a pesar de la predisposición del medio por el factor ideológico. La serie visual contribuye a fortalecer su posición a favor o en contra del personaje (Keiko Fujimori), existiendo una mayor cantidad de recursos utilizados en los medios de oposición (diario Uno y La Razón), en cuanto a la presentación (portada, página interior y superior), tamaño (en columnas y dimensión) y en los elementos de apoyo.

Se concluye que el tratamiento periodístico del nivel de la serie visual no lingüística en los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21 en el mes de febrero, presenta una disposición al uso de los recursos fotográficos, más que la infografía; estos recursos siempre refuerzan posición a favor o en contra del personaje (Keiko Fujimori), el color está presente como una característica principal en todos los diarios debido a su impacto en el lector. A diferencia de la infografía que no está presente en ningún diario, debido a que la noticia es coyuntural y es de dominio público, por lo que no requiere de un contexto amplio para explicarla.

Se concluye que el tratamiento periodístico del nivel de la serie visual lingüística en los diarios Correo, Uno, La Razón y Perú 21, confirma que cada medio de comunicación impreso en la cual se basa el estudio toma un

posición de oposición (diario Uno y La Razón) de ayudante (Perú 21 y Correo), lo que corrobora lo otros registros para lingüísticos y no lingüísticos.

RECOMENDACIONES

Es necesario considerar que el periodismo tiene como función social es generar conciencia social en la sociedad, por lo que el fin supremo de todos los medios es informar de manera plural y acercándose lo mayor posible a la objetividad. Empero los medios también son empresas y tienen un fin comercial. Ante esta situación cada medio asume una posición en base a su orientación política e ideológica, pero el asumir esta posición no impide que pueda cumplir con su función magnánima y de suma importancia para el país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÁLVAREZ BAENA, C., & GALLEGO DEL PINO, N. (2014). Propaganda y manipulación de los medios occidentales con respecto a los países islámicos y no occidentales. Trabajo Fin de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla.
- ALBERTOS, J. (2001). El mensaje periodístico en la prensa digital. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, 19-32.
- BARTHES, R. (1986). El mensaje fotográfico. Lo obvio y lo obtuso. *Imágenes, gestos, voces*, 11-27.
- BENITO, A. (1973) *Teoría General de la Información: I. Introducción*, Madrid, Clarin. (1997). *Manual de estilo*. Buenos Aires
- CONCHA, E.: (2009) *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia: las fuentes y los géneros*. Alfaomega. Madrid.
- FIGUEROA, R. (2013). *Introducción a las teorías de la comunicación*. Editorial Pearson 3013. México
- FERRERES, G. (2012). La infografía periodística. Recuperado em, 20.
- GOODWIN E. (1994). *Por un periodismo independiente*. 1ra edición. Tm Editores.México.
- GUTIÉRREZ, M. (1993). *Géneros informativos en televisión*.Fondo de Desarrollo Editorial Universidad de Lima. Lima-Perú.
- HERNÁNDEZ S.:(2003) *Metodología de la Investigación*, McGraw Hill Interamericana Editores S.A., tercera edición, México D.F.
- JAREÑO, J. (2003): *Ética y Periodismo*. Bilboa, España: Editorial Desclee de Brouwer.
- KAPUSCINSKI, R. (2002) *Los cínicos no sirven para este oficio*, Edit Anagrama-Barcelona.
- MATOS, Y., & PASEK, E. (2008). La observación, discusión y demostración: técnicas de investigación en el aula. *Laurus*, 14(27), 33-52.
- MARTÍNEZ-FRESNEDA, H. (2004). La utilización ideológica del diseño periodístico y su responsabilidad en la percepción social de la realidad.
- MARTÍNEZ A., J.L.; SANTAMARÍA S., L. (1993). *Manual de Estilo*, Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa, Indianápolis (Indiana, USA).
- MARTÍNEZ A., J. (1983). *Curso General de Redacción Periodística*. Editorial Mitre. Barcelona, España

- MARTÍNEZ, F (2011). Teoría del periodismo. Edición Centro de Estudios Financieros. Madrid - España
- MORENO ESPINOZA P. (Julio – setiembre de 2001). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. Revista Latina de Comunicación Social, 4.Edit Universidad de Sevilla –España.
- PENA DE OLIVEIRA, F (2009) teoría del periodismo. Comunicación Social. Sevilla-España.
- PEÑA H.,P. (2006). Diagramación y titulación de diarios. Universidad inca Garcilaso de la Vega. Lima-Perú.
- PIÑEIRO, ARMANDO A. (2006): Enciclopedia de Periodismo, Valleta Ediciones- 1 edición - Buenos Aires- Argentina.
- QUESADA, M (2007). Periodismo de sucesos. Sintesis S.A. Madrid-España
- RAMÍREZ, M., & ESTEPHAN, S. (2018). Adaptación animada del poema “Silencio” de la autora vallecaucana Orietta Lozano utilizando como fundamento el diseño de animación para contribuir a la promoción de la literatura de la región (Bachelor's thesis, Universidad Autónoma de Occidente).
- RODRIGO A., M. (1993) La construcción de la Noticia. (2ª ed). Barcelona, España: Paidós,
- RODRÍGUEZ D., R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria. España: Observatorio Editor A.F.
- RAMONET, IGNACIO, (2009) DESINFORMACION: Como los medios ocultan el mundo, Editorial Península, Barcelona- España
- RIPOLLÉS, A. C., & RABADÁN, P. L. (2012). La evolución del uso de las fuentes informativas en el periodismo español1.
- SUAREZ, FERNANDO** (2008). Fundamentos del diseño periodístico. Ediciones Universidad de Navarra S.A., Navarra, España.
- VELÁSQUEZ O. ET AL. (2005) Manual de géneros periodísticos. 1a ed. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Referencias web

- ACEVEDO, KARIN (2012): El periodismo y la sentencia de Alberto Fujimori por los crímenes de La Cantuta y Barrios Altos”. Cobertura y tratamiento de la noticia en los diarios: El Comercio, Trome, La República, El Popular,

Correo y Ajá. Recuperado 29 de febrero de 2016
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1278>

ARBILLA, D. (27 de marzo de 2011), Múltiple delito. La República. Recuperado
<https://larepublica.pe/archivo/529177-multiple-delito/>

CÁRCAMO, H. (2005). Hermenéutica y Análisis Cualitativo. Recuperado el 03
de febrero de 2016 de:
<http://www.revistas.uchile.cl/index.php/CDM/article/viewFile/26081/27386>

DOVIFAT, E.: citada por Moreno Espinosa, Pastora (2001): Los géneros
periodísticos informativos en la actualidad internacional. Revista Latina
de Comunicación Social, 43. Recuperado el 08 de febrero de 2016 de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina43julio/35moreno.htm>

DESCO. Recuperado el 15 de enero de 2016 de:
http://www.desco.org.pe/sites/default/files/quehacer_articulos/files/11%20Rivera%20191.pdf

MARTÍNEZ, M. (2006). La Investigación Cualitativa (Síntesis Conceptual).
Recuperado el 02 de febrero de 2016 de:
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v09_n1/pdf/a09v9n1.pdf

MORENO ESPINOSA, PASTORA (2001): Los géneros periodísticos
informativos en la actualidad internacional. Revista Latina de
Comunicación Social, 43. Recuperado el 08 de febrero de 2016 de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina43julio/35moreno.htm>

NADAL PALAZÓN, JUAN. (2012). Rasgos formales de los titulares periodísticos:
notas sobre diez diarios del ámbito hispánico. Acta poética, 33(1), 173-
195. Recuperado en 01 de marzo de 2020, de
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-30822012000100008&lng=es&tlng=pt.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed.,
[versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [29 de febrero de 2020].

ANEXOS

Anexo N° 001 Compilación de resultados

DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	DIARIO				
			UNO	PERÚ 21	CORREO	LA RAZÓN	
SERIE VISUAL PARALINGÜÍSTICA	PRESENTACIÓN	PORTADA	270	0	30	180	
		CONTRAPORTADA	0	0	0	0	
		INTERIOR PAR	35	41	26	35	
		INTERIOR IMPAR	150	70	70	70	
		SUPERIOR	225	195	120	165	
		MEDIO	0	10	10	0	
		INFERIOR	15	5	10	10	
	TAMAÑO	COLUMNA	DOS	10	0	15	12
			TRES	20	30	30	20
			CUATRO	94	105	30	120
			CINCO-MÁS	180	80	60	20
		DIMENSIÓN	1/4 pág.	10	10	20	30
			1/2 pág.	90	90	30	30
			1 pág.	135	15	15	45
	+1 pág.		0	0	20	0	
ELEMENTOS DE APOYO	NOTA DE APOYO	65	50	30	30		
	NOTA COMPLEMENTARIA	20	0	0	0		
SERIE VISUAL NO LINGÜÍSTICA	FOTO	COLOR	195	175	115	80	
		B/N	0	0	0	40	
		N° DE FOTOS>1	30	5	10	10	
		TAMAÑO>2 COLUMNA	25	25	10	10	
		LEYENDA	0	30	30	35	
		PERIODÍSTICA	0	0	0	0	
	INFOGRAFÍA	COLOR	0	0	0	0	
		B/N	0	0	0	0	
		TAMAÑO>2 COLUMNA	0	0	0	0	
SERIE VISUAL LINGÜÍSTICA	FUENTES	AYUDANTE	0	50	30	15	
		OPOSICIÓN	100	20	25	55	
	TITULAR	COMPLETO	40	90	50	70	
		SEMICOMPLETO	65	20	20	35	
		INCOMPLETO	0	0	0	0	

Porcentaje de aparición del

DIARIOS	FRECUENCIA	%
UNO	18	94.7
PERÚ 21	13	68.4
CORREO	10	52.6
LA RAZÓN	13	68.4

Ficha de Validación de Expertos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: CERNA MOYANO MARIA ELBA

Título y/o Grado: MAESTRA de Relaciones Públicas

Ph. D.....() Doctor.....(X) Magister....() Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: UNIVERSIDAD de San Martín de Porres

Fecha: 14.01.2020

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas o los criterios que se establecen cuentan con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento o criterios de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta o criterio?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio o realidad estudiada?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS: MARIA ELBA CERNA MOYANO



 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: RONDON TAMAYO RAMIRO

Título y/o Grado: MAESTRO

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(x) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: UPN

Fecha: 10-01-2020

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas o los criterios que se establecen cuentan con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento o criterios de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta o criterio?		✓	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio o realidad estudiada?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: SMITH LOZANES CÉSAR AUGUSTO

Título y/o Grado: Maestro

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(X) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: UPN, USMP, UPL, UJBM


Fecha: 13.01.2020

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
5	¿La redacción de las preguntas o los criterios que se establecen cuentan con sentido coherente?	/		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento o criterios de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	/		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta o criterio?		/	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio o realidad estudiada?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

NOMBRE Y APELLIDOS: CÉSAR AUGUSTO SMITH LOZANES



 FIRMA

Recortes de los diarios Uno, Perú 21, Correo y La razón

Fecha 02.02.2016

www.diariouno.pe

LIMA, MARTES 2 DE FEBRERO DE 2016

PRECIO S/ 1,500
SEÑA S/ 1,500

DIARIO UNO

POR NEGAR CULPAS DE SU PADRE

Keiko encarna el fujimorismo más nefasto

Alan: ¿no hay quinto malo?

Columna del Director

Director: César Levano

CIRCULACIÓN NACIONAL

EN GRAN MITIN

Cusco aclamó a Verónica

ASEGURA QUE RECUPERARÁ EL GAS. Censura financiamiento empresarial a Guzmán. Ahora lista visitas a Tacna, Arequipa y Moquegua y después hará gira por el norte. Remate de campaña será en Lima.



diariouno.pe

MARTES 2 DE FEBRERO DE 2016

3 POLÍTICA

Representa el más nefasto fujimorismo

JULIO ARBIZU Y ROSA MARÍA PALACIOS sostienen que Keiko no se ha desligado de la corrupción de su padre.

SE OFENDIÓ

ADENAS

PARA ROSA MARÍA PALACIOS, KEIKO NO SE DESLIGÓ DE SU PADRE. Ella es Alberta Palacios, esposa de Julio Arbizu, ex ministro de Justicia y ex ministro de Energía y Petróleo. Ambos sostienen que Keiko no se ha desligado de la corrupción de su padre.



CORREO/ELECCIONES 2016

DICE QUE SU MADRE LA ANIMÓ A SER PRIMERA DAMA

Keiko Fujimori niega que acusaciones de "mala hija" le afecten

Aspirante de FP rie ante rumores de una supuesta crisis matrimonial y comenta que su marido es su "fan"

DAMIÁN RETAMOSO

Los momentos más difíciles por los que atraviesa su familia ocurrieron cuando tuvo que afrontar las investigaciones en su contra en el Congreso de la República y el Poder Judicial, asegura Keiko Fujimori, candidata presidencial de Fuerza Popular (FP).

En una entrevista concedida a Canal N, la aspirante del fujimorismo dice que tales experiencias la prepararon para las lides políticas.

«Estuvo cuatro veces en el Congreso, seis veces en el Poder Judicial, cara a cara con (Vladimiro Montesinos, (...)) Los momentos difíciles son cuando extrajo a mis hijas y a mi esposo durante la campaña. Pero cada cierto tiempo cupo espacio para mi familia», manifestó.

MALA HIJA. Las acusaciones de sus adversarios sobre un presunto desamor por su madre no la afectan, aseguró. Negó que fue a hablar con su madre, Susana Higuchi, cuando el entonces presidente Alberto Fujimori le propuso desempeñar el rol de Primera Dama. «Mi mamá me dijo que era una oportunidad. «Vas a aprender muchísimo y vas a poder ayudar a mucha gente» me dijo.

«No. No me afecta. Dijo, sobre las imputaciones de ser mala hija, de no respetar y cosas que tengo por mi madre y mi padre. Demé se han inventado tantas cosas. Que soy mala hija con los dos. Falta que digan que soy una mala esposa», se echó a reír.

ESTERILIZADAS. La candidata de Fuerza Popular reitera que el Estado tiene que compensar a las mujeres que fueron esterilizadas contra su voluntad.

En otro momento, comentó que ella, por ser mayor de edad cuando sus padres decidieron separarse, no tenía que optar al vínculo con su padre o su madre. Pero Kenji Sachi, con su madre.

CRISIS? La candidata se mostró una carcajada al preguntarse si su matrimonio atraviesa una crisis, en vista de que su esposo, Mark Vito Villanella, no le acompaña en sus actos proselitistas. «No. Estamos en muy buenas relaciones», dijo tras señalar que él es su fan y que han cumplido 10 años juntos.

Midis recibe certificación para Juntos

El Ministerio de Inclusión Social (Midis) recibió ayer el certificado ISO 9001:2008 por tener un buen sistema de gestión de calidad del Programa Juntos.

Al respecto, el presidente Ollanta Humala sostuvo que el mérito internacional del citado programa social quedará para la próxima gestión presidencial.

«Estamos avanzando, somos el primer país en América Latina y el mundo que está dando certificación ISO 9001», sostuvo el Mandatario en una ceremonia en Palacio.



Política

LA PREGUNTA DEL DÍA

¿Cree que el presidente Humala también debería ofrecer disculpas por el maltrato al héroe del Cenepa, Luis García Rojas?

La encuesta

¿Debería reformularse la lista de candidatos al Congreso del 2016? Los cuestionarios de los seguidores de los partidos.

www.larazon.pe

Decadido que sobre la base de lo acontecido en ese período sobre que "historias hay que repetir y cuáles dejar de lado".

Consideró, además, que uno de los errores que su anterior campaña fue no haber incluido a Jóvenes de todo el país en su lista al Congreso; tal como en esta oportunidad dijo haber subsanado.

Del mismo modo, mencionó que cuando ella había que cargaba con una mochila muy grande de errores de terceros, se refería también al encarcelado empresario presidencial, Vladimiro Montesinos, así como algunos militares que "traicionaron al Perú".

"No me refiero solamente a mí, que he sido Primera Dama, sino a tantos funcionarios que metieron a todos en un mismo saco y se nos tiró y se nos señaló a todos como si todos fuéramos corruptos", comentó.

APUNTE

Crítica al gobierno

Keiko consideró "muy lamentable" que las Instituciones del Estado "no le hayan dado la ceremonia ni los honores ni los respetos" que se merece la familia del héroe tras caer en batalla durante el conflicto del Cenepa con el Ecuador.

«Yo lo he dicho en varias oportunidades en el gobierno de mi padre se cometieron errores y también delitos. Lo he dicho en nuestro país, lo he dicho desde México también», precisó.

«MALINTERPRETAN MIS DECLARACIONES», DICE Keiko: No van a detener nuestra campaña

La candidata de Fuerza Popular, Keiko Fujimori, dijo en un momento de su campaña electoral que no detendrá su militancia en las elecciones presidenciales.

Comentó que tiene que tener cuidado con lo que dice porque al ser candidata algunas cosas son llevadas a la exageración o "malinterpretadas a propósito".

«Unos cuantos, intolerantes o radicales, no van a parar nuestra campaña, no nos van a detener y cuando se nos agrede nuestra militancia también será contestar. No con violencia sino con argumentos, defendiendo nuestras ideas y quienes somos», opinó.

Dijo que en reiteradas oportunidades ha advertido que en el gobierno de su padre, Alberto Fujimori, se cometieron errores y delitos.

«Yo lo he dicho en varias oportunidades en el gobierno de mi padre se cometieron errores y también delitos. Lo he dicho en nuestro país, lo he dicho desde México también», precisó.

QUESTIONAN SUS CONTRADICCIONES

Eguren: PPK no muestra convicción

Luego que Pedro Pablo Kuczynski se pronunciara en contra de la unión civil, el legislador Juan Carlos Eguren señaló que el candidato y líder de "Peranos por el Cambio" debería tener sus ideas muy claras y no entrar en contradicciones.

«Cree que los candidatos jóvenes pueden dar la licencia de no tener convicción o propuestas serias, pero una persona como estas alturas, debería tener las ideas claras», expresó.

En ese sentido, le recomendó no estar entrando en este tipo de contradicciones, sobre el tema de la unión civil, ni sobre cualquier otro tema susceptible para la población. PPK y otros candidatos están jugando con un tema que es sensible y eso no es correcto, no está bien», afirmó.

El legislador también PPK, solamente está perjudicando su imagen y perdiendo credibilidad ante la población, por dar su postura de vista sobre un tema muy delicado.

Asimismo, señaló que sobre el tema de la unión civil hay poca convicción en algunos políticos y mucho acoplamiento en otros en función al cálculo electoral. «Este tema de la unión civil es un tema serio que no debería presen-

SOBRE PRESUNCIÓN

Piden a con invención por com

La Comisión de gestión del Congreso pide a la esposa de la detención que deberá ser el Ministerio Público que en el informe de este grupo de se recomendará in la presunta comisión de equipos de por parte de la D. cuáles habrían sido los motivos para intere telefónica. Así lo parlamentaria Luz integrarse de la e quien exhortó a la a no abandonar es gestiones.

«Supongo que la fiscalía tenga la mación necesaria l

AFIRMA FLORE

Los polic mejores

El candidato Partido Orden, Flores-Arizo, expresó preocupación por formaciones acerta «evitar» huelga y un a zale lo contrario, de no perjudicando Flores-Arizo indicó desde que se una eliminación del l laboral 24X24, se escuchando diver



ESPECIAL E8 MIÉRCOLES 3 DE FEBRERO DE 2016 **diarioUNO.pe**

Keiko Fujimori se sale del guión

AL DECIR QUE SU PADRE ES INOCENTE, Keiko pone en evidencia que es falsa la imagen de renovación y de distancias de su padre que ha querido mostrar.

Rosa María Paredes **Investigadora**



En su momento a 55 kilómetros del Obelisco de Lima, Keiko Fujimori defendió la incorruptibilidad de su padre. En el momento de la declaración, ella se mostró serena, en el momento de la declaración, ella se mostró serena, en el momento de la declaración, ella se mostró serena...

En su momento a 55 kilómetros del Obelisco de Lima, Keiko Fujimori defendió la incorruptibilidad de su padre. En el momento de la declaración, ella se mostró serena, en el momento de la declaración, ella se mostró serena...

MIÉRCOLES 3 DE FEBRERO DEL 2016 | Periódico | 5

PERÚ Elecciones 2016 **POLÍTICA**

Anuncian cambios en lista de Fuerza Popular

Keiko Fujimori admite que ha detectado que candidatos al Parlamento no dieron la verdad

Afirma que "no es pecado" que aspirantes al Parlamento hayan visitado a su padre en prisión.

TERCERA EN CUENTA

En los últimos días, se ha conocido de problemas legales que afectan al candidato Víctor Mota, en la lista de Fuerza Popular, así como a Mercedes Illanes y Bruna Chela en la lista de Fuerza Popular, en la lista parlamentaria.

La candidata presidencial de Fuerza Popular Keiko Fujimori, anunció que el nuevo sistema de control de su partido no detectó a los candidatos que habían visitado a su padre en prisión.

Keiko Fujimori, candidata presidencial de Fuerza Popular, anunció que el nuevo sistema de control de su partido no detectó a los candidatos que habían visitado a su padre en prisión.

CORREO/PERÚ 360 **DIARIO CORREO.PE** **NACIONAL/MIÉRCOLES 3 DE FEBRERO 2016 <15**

Renuncias en Fuerza Popular por lista de candidatos

En Arequipa, tres prepostulantes acusan falta de transparencia

REDACCIÓN | CORREO

El absoluto rechazo a la lista de candidatos de Fuerza Popular, los ex-postulantes Freddy Lozano, Mario Jacobo y Rony Castillo anunciaron ayer su alejamiento del partido fujimorista, así como el de todas las bases de provincias que los apoyan.

Lozano y Castillo, en una conferencia de prensa, criticaron que no se haya considerado el trabajo que hicieron en favor del partido. Además, cuestionaron que la lista de candidatos que se definió en Lima no represente una renovación, sino todo lo contrario, pues genera el rechazo y la indignación en la población arequipeña.

CANDIDATOS. Alejandra Aramayo fue designada en Lima como la candidata número 1, René Marique con el 2, Camilo Cármona, 3, Luciano Martínez, 4, mientras que Dessy Zababita Palomino y Nilson Flores Sauter, con 5 y 6, respectivamente.

Mario Jacobo, dirigente del Cono Norte, también expresó ayer su rechazo. "Hela Salas dijo que yo iba a estar con el número 5, Paola Caputo, con el 2 y Ernesto Alarcón, con el 1, pero nos suspendieron. Han cometido un error garrafal. El fujimorismo va a fracasar", señaló.

LOS FELICITA. Hela Salas, secretaria regional de Fuerza Popular, al enterarse de las renuncias dijo: "Felicitamos la decisión de que se retiran. No pedimos que se retiren, sino al contrario, nos va a favorecer. Los verdaderos fujimoristas respetamos decisiones".

Freddy Lozano, uno de los que renunció, afirmó: "Conforme pasaron los días, toda la gente tuvo asimismo desconfianza y repudio por la lista de 6 candidatos (...). Me siento indignado porque se dijo que habría renovación en la lista de candidatos y no se hizo (...). Siento que me han utilizado", finalizó.

MIÉRCOLES 03 DE FEBRERO DEL 2016 **LA RAZÓN**



Keiko Fujimori, candidata presidencial de Fuerza Popular, indicó que de llegar a Palacio se mostrará firme en la lucha contra la corrupción y buscará que a los implicados les caiga "todo el peso de la ley".

"No permitiré que el prestigio de la administración pública de mi país se vea perjudicada", dijo Keiko. "NO PERMITIRÉ QUE MI PAÍS SEA AFECTADO", SEÑALA

Keiko: "A corruptos les caerá todo el peso de la ley"

Keiko Fujimori, candidata presidencial de Fuerza Popular, indicó que de llegar a Palacio se mostrará firme en la lucha contra la corrupción y buscará que a los implicados les caiga "todo el peso de la ley".

"No permitiré que el prestigio de la administración pública de mi país se vea perjudicada", dijo Keiko. "No permitiré que el prestigio de la administración pública de mi país se vea perjudicada", dijo Keiko.

Keiko Fujimori, candidata presidencial de Fuerza Popular, indicó que de llegar a Palacio se mostrará firme en la lucha contra la corrupción y buscará que a los implicados les caiga "todo el peso de la ley".

Keiko Fujimori, candidata presidencial de Fuerza Popular, indicó que de llegar a Palacio se mostrará firme en la lucha contra la corrupción y buscará que a los implicados les caiga "todo el peso de la ley".

diario **UNO**.pe JUEVES 4 DE FEBRERO DE 2016

Keiko encarna al fujimontesismo

NO PUEDE DESLIGARSE DE CORRUPCIÓN DE SU PADRE, pues también participó, señala Susana Villarán, quien sale con todo contra candidata de Fuerza Popular.

Susana Villarán, candidata a la vicepresidencia del Partido Nacionalista, cuestionó duramente la candidatura de Keiko Fujimori, al sostener que en un eventual gobierno de la hija del exmandatario Alberto Fujimori, la corrupción continuaría, pues "eso está en el ADN del fujimontesismo".

La exalcaldesa de Lima sostuvo que pese a que la lidereza de Fuerza Popular trata de "alejarse de su dinastía", no puede cambiar la historia. "La corrupción está en el ADN del fujimontesismo. Ella quiere alejarse de la figura de su dinastía, pero durante el gobierno de su padre (el roo Alberto Fujimori) no dijo nada siendo una adulta y todos estos años dice que su padre está preso injustamente".

"Ella cree realmente que su papá no comió dellos y recién ahora nos viene a decir muchas cosas, el papel aguanta todo, la campaña aguanta todo", indicó en una entrevista televisiva.

Sobre la candidatura de Keiko también se han manifestado los expresidentes Iván Montoya y Julio Arbizu, quienes han reiterado que ella no puede desligarse de la corrupción si lleva como número uno en su lista de candidatos al Congreso a Cecilia Chacón, quien el pasado martes alardeó de haber sido absuelta por el Poder Judicial.

Montoya y Arbizu explicaron que Chacón no ha sido absuelta y el proceso en su contra se puede reiniciar en cualquier momento debido a que el fallo judicial declara

la sentencia y pide otro pronunciamiento judicial.

LA VERDADERA HISTORIA

Montoya dijo que Chacón no tiene argumentos para defenderse, y cuando la fuerza la interrogó por su desbalance patrimonial dejó más dudas que certezas. "La jueza le pidió que explique el desbalance de sus cuentas, y tanto Chacón como su esposo dijeron que su fortuna es producto de lo que han ahorrado con la venta de artesanía, pero no han acreditado ningún documento o factura que demuestre esas ventas", aseguró.

Pese a ello Cecilia Chacón salió en televisión para decir que ha sido declarada inocente e incluso amenazó con denunciar a los periodistas que dicen lo contrario. Iván Montoya dijo al respecto que él ha leído la sentencia y está claro que Chacón no ha sido absuelta y tendrá que someterse a un nuevo proceso.

Montoya señaló que Chacón no puede estar como número uno en una lista parlamentaria, "es un pésimo mensaje y muestra poca voluntad de lucha contra la corrupción y que en esa lista aparece Chacón junto a Yony Vilcarromo, es una sorpresa y muestra una grave contradicción", refirió.

Por su parte el también expresidente Julio Arbizu, manifestó que por más esfuerzo que haga, Keiko Fujimori no puede desligarse de la corrupción fujimontesista y la presencia de Chacón como número uno refuerza la presencia de la

corrupción en ese partido. "Keiko ha cometido un grave error al colocar a Chacón como número uno en su lista al Congreso. Ella tiene un proceso abierto pendiente, no ha sido absuelta", comentó.



EL ACUERDO TRANSPACÍFICO (TPP) EMPORNEARÁ LAS FAMILIAS PERUANAS Y PRECARIZARÁ EL EMPLEO

¿QUÉ DICEN LOS CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA Y VICEPRESIDENCIA? ¿QUÉ DICEN LOS EMPRESARIOS?

EXIGIMOS AL CONGRESO, NO RATIFICAR ESTE ACUERDO

Denunciando una vez el incumplimiento de sus compromisos con quienes respaldaron su elección a la Presidencia el Acuerdo Transpacífico (TPP), tratado que beneficiará a las corporaciones empresariales internacionales todo el país poniendo en riesgo la democracia, la soberanía y perjudicando la economía familiar, a los derechos sociales y nacionales.

Denunciamos que el TPP provocará:

1. Que los grupos de poder económico (empresas transnacionales) lleguen al poder de empobrecer a costa haber realizado alguna inversión en el país. El proceso será llevado por abogados vinculados a estas empresas a través de nuestras remuneraciones y contribuciones para pagar dichas demandas. Esto implicará los impuestos, aumento de los precios de alimentos, encarecimiento de la educación, despidos, etc.
2. Incremento de los precios de las medicinas, evitando que el Estado regule la producción de medicamentos. Amplia la protección que tienen las farmacéuticas extranjeras para que Acoron o cualquier otra organización "Medicos Sin Fronteras" ha desafiado el acuerdo como "el pacto comercial más perjudicial de los medicamentos en los países en desarrollo".
3. El acuerdo es nocivo para el empleo y los trabajadores. Con la vigencia del TPP se paralizará en los países suscritores, conforme lo ha informado la Universidad de Talca (Chile) (Uninfol) reducción de salarios, además de afectarse el crecimiento y desarrollo económico, evitando el fortalecimiento del mercado laboral. Es necesario presionar a los dirigentes sindicales de EEUU y del Perú han denunciado los abusos laborales que ambos países, lo que ha motivado la visita de una comisión del congreso estadounidense para verificar esta vigencia del TPP.
4. Se incrementará la privatización de las empresas e instituciones del Estado, además de la privatización de los servicios públicos y privados, lo que implicará el aumento de las tarifas de los servicios públicos y privados, en detrimento de las familias que dependen del Estado.
5. Las elecciones presidenciales, congresales, regionales y municipales no tendrán ningún efecto. Los intereses de las corporaciones internacionales, afectando nuestra soberanía y la economía.

Cabe referir, que los candidatos presidenciales en Estados Unidos Hillary Clinton, Bernie Sanders y Donald Trump en el Perú, los diversos candidatos presidenciales y congresales se mantienen en silencio, al igual que los sindicatos y la Sociedad Nacional de Industrias, etc.

Las organizaciones sindicales integrantes de la Internacional de Servicios Públicos en Perú (ISP-PI) socialistas y sindicales DEMANDAMOS AL CONGRESO NO RATIFICAR este lesivo Tratado de Libre Comercio y a sumarse a la lucha para rechazar un acuerdo que empobrecerá a las familias peruanas.

Firmas:

- Confederación General de Trabajadores del Perú (CGTP)
- Internacional de Servicios Públicos (ISP-PI)
- Unión Nacional de Sindicatos del Sector Estatal (UNASSE)
- Confederación Internacional de Trabajadores (CIT)
- Federación de Trabajadores Administrativos del Sector Educación (FENTASE)
- Federación Nacional de Trabajadores del Agua Potable del Perú (FENTAP)
- Federación Cantón Unión de Trabajadores del Seguro Social de Salud - Estado del Perú (FUD-CUT)
- Federación Nacional de Oficios Municipales del Perú (FENACOMP)
- Federación Nacional de Trabajadores del Poder Judicial (FNTJP)
- Federación Nacional de Trabajadores de Salud y Trabajadores del Perú (FENTAP)
- Federación Nacional de Trabajadores Universitarios del Perú (FENTUP)
- Federación de Luz y Fuerza
- Federación de Trabajadores Acahuano
- Sindicato Unificado de Trabajadores de la Electricidad y Actividades Conexas de Lima y Callao (SUTEL)
- Sindicato Nacional de Enfermeras del Perú (SINSE)
- Sindicato Único de Trabajadores de Salud (SUTESAL)
- Sindicato Único de Trabajadores del Banco de la Nación (SUTBAN)
- Sindicato de Trabajadores de PetroPerú
- Sindicato Único de Trabajadores Portuarios y Marítimos del Puerto del Callao (SUTRAMPOFC)

MOISÉS MIESES YA NO POSTULARÁ AL CONGRESO, ANUNCIA KEIKO FUJIMORI

FP separa a candidato

Fuerza Popular separó de la lista de candidatos al Congreso a Moisés Mieses Valencia, quien fue sentenciado a tres años de prisión suspendida por falsificación de documentos y falsedad ideológica en perjuicio de la Confederación Nacional de Comerciantes (Conaco). El anuncio lo formuló la lidereza de ese partido, Keiko Fujimori.

Según el portal Ojo Público, el también ex aspirante a la Alcaldía de Lima tiene otro proceso en curso.

Mieses, que buscaba postular con el número 28, es uno de los tres postulantes del fujimontesismo que serían apartados de la contienda tras haber sido condenados por el Poder Judicial.

"Ha habido algunas denuncias periodísticas. Hemos tomado nota de tres personas que han tenido sentencia fija. El partido ha tomado acciones al respecto", señaló la candidata.

■ Anunció cambios en la lista.



diarioUNO.pe VIERNES 5 DE FEBRERO DE 2016

Keiko Fujimori representa el populismo y la corrupción

JULIO GUZMÁN Y MARISA GLAVE CUESTIONAN DURAMENTE A CANDIDATA POR CAMBIAR DE DISCURSO Y APOYAR CORRUPCIÓN DEL FUJIMONTESINISMO.



Los candidatos Julio Guzmán (Todos por el Perú) y Marisa Glave (Fuerza Popular) coincidieron en señalar que Keiko Fujimori representa la corrupción heredada de su padre, luego que la candidata de Fuerza Popular dijo que "no es un pecado" que los precandidatos al Congreso de su partido se reúnan con su padre en prisión.

Marisa Glave cuestionó duramente la posición de Keiko Fujimori asegurando que representa el "populismo en política" y es el símbolo de la corrupción fujimontesinista de la que no puede desligarse para por un lado condenar las irregularidades en el gobierno de su padre y luego decir que el río Alberto Fujimori es inocente y está preso injustamente.

"Hay cosas de fondo que no han sido resueltas y la señora Keiko Fujimori representa una forma populista, muchas veces clientelista en la política, tenemos que demostrar que se puede hacer otra forma de política", sostuvo.

EXACTAMENTE LO MISMO
La candidata al Congreso lamentó que un 30% de la población (según las encuestas) le brinde su apoyo para las próximas elecciones. "El momento para demostrar que se puede hacer política diferente, sin depender a los electores y sin corrupción", declaró.

Julio Guzmán, por su parte, dijo que Keiko Fujimori representa exactamente lo mismo que el gobierno de su padre. "Keiko es lo mismo que su padre. Según Transparencia Internacional, el gobierno fujimontesinista fue uno de los gobiernos más corruptos de la historia moderna. Tal cual y todo lo que eso significa", señaló.

El candidato de Todos por el Perú dijo que pocos años y son amigos. Al parecer luego López como Alarcón, desconocen que Fujimori tiene un medio personal que es Alejandro Aragón. Según informó América TV, los precandidatos señalaron que una vez que se entrevistaron con el río Fujimori en su prisión regresaron a sus lugares de origen sin entrevistarse con Keiko Fujimori, pues consideraron que ya no era necesario.

MOCHILA CHACÓN
Una pesada mochila es la que cargo Keiko Fujimori al tener a Cecilia Chacón como número uno en su lista parlamentaria al Congreso. Pese a que la congresista dice en todos los foros que ha sido declarada inocente, eso ha sido desmentado por expresidentes como Julio Arzu, Iván Montoya y Luis Vargas. Los periodistas cuestionan que el caso del presunto hijo de Enriquecimiento Todó que se acusa a Chacón no ha sido verificado definitivamente y desde lo pasado está en un juicio fiscal supremo José R. Barillas.

El 24 de setiembre de 2014, la Sala Penal II de la Corte Suprema declaró inocente y ordenó la libertad de Cecilia Chacón, una juez de diez millones de dólares. La Sala Penal II declaró inocente y ordenó la libertad de Cecilia Chacón, una juez de diez millones de dólares. La Sala Penal II declaró inocente y ordenó la libertad de Cecilia Chacón, una juez de diez millones de dólares.

ADemás
Luego de la inscripción, dijo que "no hay una mano negra" y que hay que esperar la opinión final.

Por otra parte, precisó que solo Moisés Mieses renunció a postular por su partido al Congreso de la República, luego de que se descubriera que fue condenado a tres años de prisión por los delitos de falsedad de documentos y falsedad ideológica en el 2009.

Reiteró que en una eventual gestión mantendría la totalidad de los programas sociales, aplicando mejoras en el programa Qali Warma, a fin de mejorar la distribución de los productos.

"Los programas que han sido creados en otros gobiernos como Juntos, creado por el expresidente Toledo, o los programas Beca 18 y Pensión 65, vamos a continuarlos y fortalecerlos", precisó.

política | PÁG. 4



NO HAY MANO NEGRA EN CASO TPP

Keiko: peritaje de agendas fue contundente

Keiko Fujimori, candidata a la Presidencia de la República en estas Elecciones 2016 por Fuerza Popular, se refirió al Caso Agendas, donde está involucrada la primera dama Nadine Heredia.

Sostuvo que el peritaje del cual se han conocido los resultados es bastante contundente y prueba lo que todos los peruanos sabemos.

Sobre un posible pedido de arraigo a la esposa del mandatario Ollanta Humala, Keiko Fujimori manifestó que "esa es una decisión que tiene que tomar el fiscal y luego ser ratificada por un juez".

Desde Andahuaylas (Apurímac), añadió: "Hubo mucho dinero que no se sabe de dónde llegó y que no se sabe dónde se usó".

Al referirse a su rival electoral Julio Guzmán (Todos por el Perú), luego de que se dejara sin efecto su inscripción, dijo que "no hay una mano negra" y que hay que esperar la opinión final.

Por otra parte, precisó que solo Moisés Mieses renunció a postular por su partido al Congreso de la República, luego de que se descubriera que fue condenado a tres años de prisión por los delitos de falsedad de documentos y falsedad ideológica en el 2009.

Reiteró que en una eventual gestión mantendría la totalidad de los programas sociales, aplicando mejoras en el programa Qali Warma, a fin de mejorar la distribución de los productos.

"Los programas que han sido creados en otros gobiernos como Juntos, creado por el expresidente Toledo, o los programas Beca 18 y Pensión 65, vamos a continuarlos y fortalecerlos", precisó.

PERU ELECCIONES 2016 VIERNES 5 DE FEBRERO

LIDERESA DE FP NIEGA CIERRE DE BECA 18, JUNTOS Y OTROS

Programas enfrentan a Fujimori y Humala

Presidente sostiene que en década de los 90 se "tiraron" la plata en corrupción.

La candidata presidencial Keiko Fujimori denunció que miembros del gobierno han "soñado" acusaciones y rumores, en diferentes zonas rurales del país respecto de que una eventual administración de Fuerza Popular (FP) cerraría los programas sociales actualmente en marcha.

Esta versión fue desmentada por la lidereza de FP, quien refirió que, por el contrario, promueven que "los programas que hayan creado otros gobiernos no importa quien haya sido el autor, continúen y sean fortalecidos".

Citó que entre estos figuran el programa Juntos, implementado durante el gobierno de Alejandro Toledo (Beca 18) y Pensión 65.

Sobre Qali Warma, empresario, formuló algunos reparos indicando que "sus procesos no han sido los mejores". "Lo mejoraremos para garantizar que los alimentos lleguen en buen estado", manifestó desde Andahuaylas.

COMPROMISO. Dijo que Qali Warma debe mejorar procesos.

DATOS

- Fujimori se reunió con congresistas de Cuzco, a quienes ofreció una respuesta para mejorar la producción en la agricultura.
- Dijo que no concluye la revisión de su lista de aspirantes al Congreso y aclaró que Moisés Mieses declinó y no fue expulsado.

HUMALA OTRA VEZ

Más tarde en Lima, durante una gira de trabajo, el presidente de la República, Ollanta Humala, refirió que algunos candidatos ya fueron gobierno "y no les dio la gana de atender las necesidades de la población, ¡porque no se han robado la plata en los 90!"

Se tiraron la plata en la corrupción, por eso no había plata para programas sociales, expresó.

CARRERAS CONTABILISTAS ESPECIALISTAS EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL AVANZADO

Miles de empresas en orden y formalización

- Contabilidad y Tributación
- Contabilidad y Tributación

PROMOCIÓN ESPECIAL 50% DE DSCTO. EN LA INMATRICULACIÓN

INSTITUTO AVANZADO

Una obra educativa

Fecha 06.02.2016

www.diariouno.pe

LIMA, SÁBADO 6 DE FEBRERO DE 2016

PRECIO AÉREA

RIO

UNO

ROSA MARÍA PALACIOS

Agendas y plata de campañas

[Política 8]

CAMPAÑA COMPL

Acuñ

hun

Guz

tamb

[Polit

ULACIÓN NACIONAL

Director: César Lévano

PLATA DE LA CORRUPCIÓN

Fuji-lavado de activos

PROCURADOR ARBIZU Y JURISTA VERERA SOSPECHAN QUE CAMPAÑA KEIKO SE FINANCIARÍA CON DINERO ROBADO por la dictadura y lavado por empresa de fachada tipo Ecoteva, creada en Estados Unidos.



[Política

Fecha 07.02.2016



KEIKO FUJIMORI DESDE PIURA

"Ataques contra FP no nos detendrán"

"Los ataques nos fortalece, nos une y nos anima a trabajar con mucho más ánimo"

Keiko Fujimori, candidata presidencial de Fuerza Popular, afirmó que los ataques contra su agrupación política no detendrán su campaña, en referencia a su local partidario en Piura que fuera atacado en sus exteriores.

"Quiero decirles claramente que esos ataques jamás van a parar nuestra campaña, ni mucho menos todo el ánimo y la fuerza, que le estamos poniendo todos en Fuerza Popular", señaló en Piura.

Asimismo, lamentó "la intolerancia y la agresividad y la violencia" por parte de algunos grupos que utilizan el ataque a sus locales partidarios, frente al avance de Fuerza Popular.

"Al contrario este tipo de ataques nos fortalece, nos une y nos anima a trabajar con mucho más ánimo", agregó.

De otro lado, respondió



Keiko dice que cuanto más lo atacan, más fuerzas tienen para defender intereses del pueblo.

negó que la entidad LVF Liberty Institute haya sido constituida exclusivamente para derivar fondos desde Estados Unidos (E.E.U.U.) a su agrupación política. Señaló que LVF Liberty

AFUNTE

En manos de autoridades
Ante la nueva denuncia

que es un país muy estricto en el control del dinero"

De otro lado, lamentó la nueva denuncia contra César Acuña por la publicación de un libro de su pro-



Sujetos de baja laya atacaron local de FP.

ATACAN LOCAL PARTIDARIO DE FP

Acciones de vandalismo

Vándalos y delincuentes atentaron contra el local de Fuerza Popular en Piura. Los delincuentes manifestaron su repudio a la lideresa fujimorista realizando pintas con aceite quemado en la fachada de su local partidario en esa ciudad.

Según diversos medios locales, el hecho ocurrió horas antes de que la aspirante a la presidencia del Perú llegue a Piura, durante su recorrido por diversas regiones del país.

la sede en Castilla e inauguró el local en el marco de la celebración popular.

Ello fue oportunidad para criticar los ataques sufridos en este local que amaneció con pintura negra y restos de aceite quemado que desconocidos arrojaron en sus paredes.

En declaraciones a Canal N, la candidata aseguró que "este tipo de ataques la fortalecen".

"Lamentamos la intolerancia y la violencia que se

Fecha 08.02.2016



Fecha 19.02.2016



Fecha 20.02.2016

donna Cecilia Chacón rigencia, una joven absuelta por la Corte de es inocente del quierimiento ilícito, es, según explica los Rivera, que fue igual que casi toda gada ese tribunal de la defensa, e los jueces anulen dispongan que se gieron que volvió a de procesada, a, que el fiscal su- sizer ha aclarado sira ese dictamen a Suprema la sen- ead. Guillermo Olvera este diario que la eormalmente bus motiva absolver el caso es que el n, Pablo Sánchez, nriquecimiento, ella alegó e previa, en falso mporánea, que denunciasa por Nación, como lo y así consiguió la

Cecilia Chacón no fue absuelta ni es inocente

ELLA Y KEIKO FUJIMORI dicen que ha sido absuelta, pero jurista Carlos Rivera explica que la Corte Suprema anuló su juicio por una argucia abogadil y dispuso que el proceso se inicie nuevamente.



ENDIENTE stada, ni se baso el proceso en su se debilitamen- a del Fiscal de la ntop de fiscal sSuprema anuló a cabo, porque yapel mandato egieta la corte, a Suprema no ha n. "Simplemente eceso llevado a sentencia conde- que el Fiscal de a investigación miento ilícito nuncia que co- a la congresista aplicación del a Constitución d artículo 41 de ficialta al Fiscal mular cargos nquecimiento po de fiscal, ni poco superior.

ADemás

"En la lógica de la Corte Suprema, Chacón está procesada y va a ser procesada por muchos años más, porque el periodo de prescripción llega hasta el 2020 o 2021. Ella niega que está procesada, y eso es mentira", indicó Carlos Rivera.

SI ESTABAN FACULTADOS

Rivera recordó que el fiscal Peñáz exigió a la Sala Penal Permanente que emita

una nueva resolución, pues en el proceso ha quedado establecido que los fiscales provinciales anticorrupción sí estaban facultados para formular denuncias por enriquecimiento ilícito.

"El fiscal Peñáz, por mandato de la Fiscalía de la Nación, ha pedido la nulidad de esa resolución que favorece a Chacón. La Fiscalía de la Nación está diciendo que aquí hay un error diferenciado (a favor de la fujimorista), le está pidiendo una explicación de por qué la Suprema, de repente, sin argumento alguno, en dos párrafos cambia el sentido de toda la jurisprudencia. Eso fue presentado el 16 de febrero", manifestó.

ACLARA Cong solo

El abogado dijo que, asimismo, por procesada, enriquecimiento y el caso ni al sostener el Permat en su mon anule el juji ran como vó procesame eiero del a comprende ora en la ir su familia.

"Ella Ce su partido y han venido a ella no tiene ceso judicial ha sido abue lo tanto, no e responsabili pendiente e judicial, pen mentira", m



electorales para no generar suspicacias. que me da el JNE no me Fiscales que se mantenga

KEIKO DISPARA CONTRA GUZMÁN "Está ansioso por el revés en su candidatura"

La candidata presidencial de Fuerza Popular, Keiko Fujimori, respondió a las declaraciones de Julio Guzmán, sobre la posibilidad que de llegar al gobierno, este sea igual de corrupto al de su padre, Alberto Fujimori.

Yo espero prudencia de su parte y espero que ellos puedan resolver sus problemas; pero, también es importante señalarle a la población que todos los partidos políticos debemos cumplir la normas, leyes y los propios reglamentos", indicó.

Fujimori resaltó que en caso de una posible salida de Julio Guzmán de carrera, habría varios beneficiados con el voto del público que respalda al líder de Todos por el Perú.



Keiko, lideresa de FP