

**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ
GALLO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y
EDUCACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



TESIS

**La influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la
corrupción, caso provincia de Chiclayo, año 2019**

Presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación.

Investigadoras: GUTIÉRREZ BARÓN, Malva Marina

SACA CORONADO, Carmen Veronika

Asesor: M. Sc. ALVARADO LEÓN, Daniel Edgar

**Lambayeque - Perú
2021**

**La influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción,
caso provincia de Chiclayo, año 2019.**

Presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación.

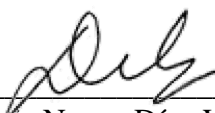
Autores:



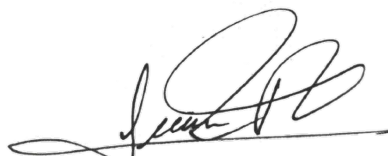
Bach. Malva Marina Gutiérrez Barón
Investigadora



Bach. Carmen Veronika Saca Coronado
Investigadora




Dra. Doris Nancy Díaz Vallejos
Presidente



M. Sc. Juan Diego Dávila Cisneros
Secretario



Lic. Esther Janet Aldana Fernández
Vocal



M. Sc. Daniel Edgar Alvarado León
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

N° 0144-VIRTUAL

Siendo las **09:00 horas**, del día **Lunes 29 de noviembre de 2021**; se reunieron **vía online mediante la plataforma virtual Google Meet**, <https://meet.google.com/fpd-wsjd-moq>, los miembros del jurado designados mediante **Decreto N° 087-2020-U.I-FACHSE**, de fecha **05 de marzo de 2020**, y su modificatoria el **Decreto N° 078-2020-V-U.I-FACHSE** de fecha **04 de setiembre de 2020** integrado por:

Presidente	: Dra. Doris Nancy Díaz Vallejos
Secretario	: M. Sc. Juan Diego Dávila Cisneros
Vocal	: Lic. Esther Janet Aldana Fernández
Asesor	: M. Sc. Daniel Edgar Alvarado León




La finalidad es evaluar la Tesis titulada: **"LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN, CASO PROVINCIA DE CHICLAYO, AÑO 2019"**; presentada por **SACA CORONADO CARMEN VERONIKA y GUTIERREZ BARON MALVA MARINA** para obtener el Título profesional de **Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación**.

Producido y concluido el acto de sustentación, de conformidad con los artículos 131 al 140 del Reglamento General del Vicerrectorado de Investigación (aprobado con Resolución N° 018-2020-CU de fecha 10 de febrero del 2020); los miembros del jurado procedieron a la evaluación respectiva, haciendo las preguntas, observaciones y recomendaciones al(los) sustentante(s), quien(es) procedió(eron) a dar respuesta a las interrogantes planteadas.

Con la deliberación correspondiente por parte del jurado, se procedió a la calificación de la Tesis, obteniendo un calificativo de **(16) (DIECISEIS)** en la escala vigesimal, que equivale a la mención de **BUENO**

Siendo las **10:00 horas** del mismo día, se dio por concluido el acto académico online, con la lectura del acta y la firma de los miembros del jurado.


Dra. Doris Nancy Díaz Vallejos
PRESIDENTE


M. Sc. Juan Diego Dávila Cisneros
SECRETARIO


Lic. Esther Janet Aldana Fernández
VOCAL

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....

El presente acto académico se sustenta en los artículos del 39 al 41 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (aprobado con Resolución N° 270-2019-CU de fecha 4 de setiembre del 2019); la Resolución N° 407-2020-R de fecha 12 de mayo del 2020 que ratifica la Resolución N° 004-2020-VIRTUAL-VRINV del 07 de mayo del 2020 que aprueba la tramitación virtualizada para la presentación, aprobación de los proyectos de los trabajos de investigación y de sus informes de investigación en cada Unidad de Investigación de las Facultades y Escuela de Posgrado; la Resolución N° 0372-2020-V-D-NG-FACHSE de fecha 21 de mayo del 2020 y su modificatoria Resolución N° 0380-2020-V-D-NG-FACHSE del 27 de mayo del 2020 que aprueba el INSTRUCTIVO PARA LA SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN Y TESIS VIRTUALES.

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Nosotras, Bach. Malva Marina Gutiérrez Barón y Bach. Carmen Veronika Saca Coronado investigadoras principales, y M. Sc. Daniel Edgar Alvarado León asesor del trabajo de investigación “La influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción: caso provincia de Chiclayo, año 2019” declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrará lo contrario, asumimos responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiera lugar, que pueda conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este informe.


Lambayeque, 28 de junio de 2021.



Bach. Malva Marina Gutiérrez Barón
Investigadora principal



Bach. Carmen Veronika Saca Coronado
Investigadora principal



M. Sc. Daniel Edgar Alvarado León
Asesor

DEDICATORIA

*A Dios quien ha sido mi guía y fortaleza. A mis padres
Segundo, Yrene y mi hermana Elba quienes con su
amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a
cumplir un sueño más.*

*A mi hijo Jhoe Sebastian y a mi esposo Ruperto por
estar conmigo en todo momento porque con sus
oraciones, consejos y palabras de aliento, me
acompañan en el logro de mis metas.*

CARMEN

*A Dios, dador de vida y fuente de infinita misericordia.
A mi hija Kamila, quien representa la brújula que
orienta mis propósitos. A César Augusto, mi padre,
aquel ser que siempre valoró mis esfuerzos y ha guiado
con sus consejos y aliento cada etapa de mi vida.*

MALVA

AGRADECIMIENTOS

Especial agradecimiento a mis padres por ser los promotores de mis sueños, por confiar y creer en mí. Gracias porque con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria, brindándome el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

CARMEN

Mi agradecimiento sincero a mis familiares y amistades por ser ese impulso constante que me conduce a cristalizar el primer peldaño en la escalera del crecimiento académico. A mis docentes, quienes aportaron a mi formación profesional con conocimientos y experiencia. Con aprecio, para Ustedes, va dirigido el presente trabajo de investigación.

MALVA

Sincero agradecimiento a nuestro asesor Daniel Edgard Alvarado León, quien con su dirección, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo de ésta investigación.

ÍNDICE

ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	iii
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTOS.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I. DISEÑO TEÓRICO	5
1.1. ANTECEDENTES	5
1.2. BASE TEÓRICA	7
1.2.1. Teoría del Framing de Gregory Bateson	7
1.2.2. Teoría Anómica de Robert Merthon	10
1.3. MARCO DE REFERENCIA.....	12
1.3.1. Medios de comunicación	12
1.3.1.1. <i>Funciones y rol de los medios de comunicación</i>	14
1.3.2. Corrupción	16
1.3.2.1. <i>Causas de la corrupción</i>	18
1.3.2.2. <i>Efectos de la corrupción</i>	20
1.3.2.3. <i>Dimensión de la corrupción en la función pública</i>	21
1.3.2.4. <i>Dimensión de la corrupción en la función privada</i>	24
CAPÍTULO II. MÉTODOS Y MATERIALES	26
2.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	26
2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
2.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	27
2.4.1. Población	27
2.4.2. Muestra	27
2.5. MATERIALES Y EQUIPOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	28
2.5.1. Materiales y equipos	28
2.5.2. Técnicas e instrumentos	28

2.6. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	29
CAPITULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
3.1. RESULTADOS DE ENCUESTA	30
3.2. RESULTADOS GUÍA DE ENTREVISTA.....	40
3.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	63
3.3.1. Discusión de resultados de encuesta	63
3.3.2. Discusión de resultados entrevistas	66
CAPITULO IV. CONCLUSIONES	71
CAPITULO V. RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA REFERENCIADA.....	73
ANEXOS.	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Sexo de Población	30
Tabla 2 - Edad de Población.....	30
Tabla 3 – Cargo desempeñado.....	31
Tabla 4 - Tiempo de emisión de información fidedigna.....	31
Tabla 5 - Veracidad y objetividad de información emitida	32
Tabla 6 - Nivel de cobertura de caso de corrupción	32
Tabla 7 - Seguimiento a casos de corrupción	33
Tabla 8 - Destape de corrupción.....	34
Tabla 9 - Limitaciones para hacer investigación de casos de corrupción.....	34
Tabla 10 - Recepción de amenazas por difusión de interés público.....	35
Tabla 11 - Intento de soborno para ocultar información	35
Tabla 12 - Participación en intervenciones con el sistema de justicia.....	36
Tabla 13 - Influencia del medio en generar conciencia crítica.....	37
Tabla 14 - Participación de la sociedad civil denunciando actos de corrupción en los medios de comunicación.....	37
Tabla 15 - Influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción.....	38
Tabla 16 - Perspectiva del sector que genera la corrupción	39
Tabla 17 - Perspectiva sobre el funcionario público respecto a la generación de la corrupción.....	39

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo.

La metodología empleada de acuerdo al diseño de investigación fue de carácter no experimental; el enfoque investigativo fue mixto, empleando la parte cuantitativa y cualitativa dado la naturaleza del objeto de estudio; por ello para el recojo e investigación de campo se aplicó como instrumento una guía de encuesta y entrevista al personal de 4 medios de comunicación radial de la provincia de Chiclayo: Radio Programas del Perú, Radio Exitosa, Radio Fuego y Radio Kaliente. Teóricamente para analizar el fenómeno en estudio se empleó las teorías del Framing de Gregory Bateson y de la Anomia de Robert Merton.

Esta investigación determinó que los medios de comunicación radial de la provincia de Chiclayo influyen directamente en la lucha contra la corrupción, debido a la alta cobertura y seguimiento que le hacen a los casos de corrupción a nivel local, así como participar constantemente en destapes de corrupción a nivel local, con lo cual los medios cumplen con los tres roles importantes: informar, fiscalizar y ser críticos; sin embargo, también se encontró que existen ciertas limitaciones para hacer periodismo investigativo dado los pocos recursos que le ofrecen los dueños de las empresas radiales. Por último, también se encuentran limitaciones para hacer periodismo investigativo debido a las constantes amenazas que reciben los comunicadores de diversas esferas del orden público y privado.

PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación, Corrupción.

ABSTRACT

The present research work has as general objective to determine the influence of the communication media in the fight against corruption, in the case of the province of Chiclayo.

The methodology used according to the research design was non-experimental; the research approach was mixed, using the quantitative and qualitative part given the nature of the object of study; Therefore, for the collection and field research, a survey and interview guide was applied as an instrument to the personnel of 4 radio communication media in the province of Chiclayo: Radio Programas del Perú, Radio Exitosa, Radio Fuego and Radio Kaliente. Theoretically, to analyze the phenomenon under study, the theories of Gregory Bateson's Framing and Robert Merton's Anomie were used.

This investigation determined that the radio communication media in the province of Chiclayo directly influence the fight against corruption, due to the high coverage and monitoring that they do to corruption cases at the local level, as well as constantly participating in uncovering corruption at the local level, with which the media fulfill the three important roles: informing, supervising and being critical; However, it was also found that there are certain limitations to doing investigative journalism given the few resources offered by the owners of radio companies. Finally, there are also limitations to do investigative journalism due to the constant threats received by communicators from various spheres of public and private order.

KEY WORDS: Media, Corruption.

INTRODUCCIÓN

Las élites económicas y políticas en el Perú han desarrollado una cultura progresiva corrupta, capturando las voluntades sociales y deslegitimando el valor de todas las instituciones públicas. El país en materia de desarrollo, no ha sido capaz de cubrir aún las necesidades básicas que amerita cada ciudadano, en tanto las brechas en lo social, político, económico y cultural no se han cerrado; por lo tanto, nos encontramos ante un estado débil y pasivo a la hora de resolver la problemática nacional. En la actualidad, el país tiene un papel decisivo en la lucha contra la corrupción, enquistada en las diferentes esferas sociales del Perú. Uno de los momentos claves en esta coyuntura han sido los diferentes destapes sobre actos de corrupción en el mismo Poder Judicial, llamado a defender los derechos y deberes de los ciudadanos y brindar la justicia social que todo Estado necesita.

El rol enfático que tienen los medios de comunicación frente al gran problema histórico de la corrupción ha sido de vital importancia, puesto que, gracias a ellos se puso en evidencia mediante audios difundidos por los mismos, los arreglos colusivos que había entre magistrados, líderes políticos, empresas privadas, etc.

La importancia del medio de comunicación prevalece cuando es íntegro, audaz e imparcial al emitir noticias que benefician a la comunidad nacional. En este sentido, esta investigación se orienta a encontrar los determinantes influyentes de los medios de comunicación radial en la lucha contra la corrupción.

Por ello, se formula la siguiente pregunta del problema de investigación:

¿De qué manera influyen los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo?

Luego, se plantea los siguientes objetivos:

➤ **Objetivo general:** Determinar la influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo 2019.

➤ **Objetivos específicos:**

- Describir la función informativa, crítica y fiscalizadora de los medios de comunicación radial en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo.
- Identificar los medios de comunicación radial de mayor influencia en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo.
- Definir el rol social frente a la corrupción que asumen los periodistas de los medios de comunicación radial de la provincia de Chiclayo.

Así, se empleó como metodología la aplicación de encuestas y entrevistas al personal de 4 medios de comunicación radial con mayor sintonía y aceptación por parte de la población de la provincia de Chiclayo.

Esta investigación se presenta estructurada por cinco capítulos: en el primer capítulo se plasma el diseño teórico, en el segundo capítulo encontramos los métodos y materiales, el tercer capítulo muestra los resultados y discusión de la investigación, por último en el capítulo cuatro y cinco se exponen las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I. DISEÑO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES

En una investigación realizada por Vera (2013) titulada: “El periodismo de investigación frente a los hechos de corrupción en el Congreso. Caso Elsa Canchaya y Cecilia Anicama”, sucedido en la esfera pública del Estado peruano, se revelan dos situaciones puntuales dentro de los años 2007 a 2010; dos congresistas acusadas de usar su poder representativo para el aprovechamiento personal e ilícito en agravio del Estado. Dos medios de comunicación, uno audiovisual (Cuarto Poder, programa Noticiero Dominical) y el otro de prensa escrita (diario El Comercio), en ambos casos cumplieron según el análisis de esta investigación tres funciones básicas de los medios de comunicación: el rol heurístico, alético, y fiscalizador. Es heurístico por que hace alusión a algo nuevo, vale decir un descubrimiento; alético porque expone un caso que estaba oculto y es quien lo publica como algo novedoso y es fiscalizador porque constantemente está vigilante al caso en común, y permite formular una acusación sustentatoria del hecho, en otras palabras, ofrece pruebas, testimonios, y corrobora la cuestión de fondo. Un aliado pleno de quien en este caso son funciones del Ministerio Público.

Hidalgo y Pérez (2016) en su investigación “La influencia de los medios de comunicación en la percepción de las personas mayores”, un estudio realizado en 5 colegios de adultos en localidades de España. La población adulta carece de una formación

sólida y poco entendimiento con las TIC's, lo que se denomina una carencia de tecnológica, requisito esencial en una sociedad moderna, llamada sociedad del conocimiento. Esta gran brecha constata que existe una influencia directa de los medios de comunicación que ven los adultos, que son televisión y prensa escrita de primera mano; puesto que el acceso a un canal con mayor información como es una computadora u celular no es tan accesible a su uso; vale decir entonces que este tipo de población está influenciada directamente por lo que digan estos dos medios de comunicación, sin hacer un contraste de información para ver su veracidad de la noticia que reciben. Toda esta referencia hace alusión que la conducta de la población mayor está en función de lo que se diga en los dos medios, que para muchos autores es una formación robótica que parcializa la cuestión crítica en los seres humanos. Como vemos los medios de comunicación tienen diferentes funciones y depende mucho de cuanto esté al alcance de la población, y como ésta ejerce su rol en la sociedad.

Una investigación realizada por Huamán y Valerio (2018) “Perú 2007 - 2017: influencia económica de la corrupción en la gestión pública y como combatirla”, concluye que la corrupción pública se va alineando desde el gobierno central, tanto en el poder ejecutivo, legislativo y judicial quienes se autoprotegen frente a las irregularidades; así mismo que el desenvolvimiento en materia económica de los gobiernos supra nacionales es escasa e ineficiente debido a la débil política de fortalecimiento y modernización del Estado. Del análisis de las variables en observación, se deduce que existe una influencia directa de la corrupción en base al crecimiento en el PBI e inversiones; punto importante a enfatizar es que la empresa privada mira este fenómeno con gran recelo y poco se esmera en aumentar las inversiones en el país, por lo cual no existe un despegue porcentual más amplio.

Es necesario también incluir cuales vienen siendo las medidas optadas por el Estado para revertir esta situación, que se ha convertido en un síndrome de injusticia sin respuestas, frente a las claras evidencias que muestran los medios de comunicación.

Según Aquino (2018) en su estudio “Reglas de política criminal para combatir la corrupción pública del Perú”, enfatiza que la función Penal del Poder Judicial no ha sido del todo un instrumento mitigador de los procesos corruptos de los funcionarios públicos, por lo cual, el autor plantea que se debería revisar el Código Penal para diferenciar los casos puntuales en referencia a los que tiene los procesos administrativos; a su vez, que aquél funcionario público que se le aperture procesos administrativos y figuran dentro del Código Penal deben tener lineamientos de seguimientos mediante la esfera penal; sólo así, con estas medidas (restricción de la libertad) se puede seguir en la lucha de la corrupción. El autor plantea que el funcionario corrupto configura una alteración en el patrimonio estatal y en la confianza de la ciudadanía, y que meramente él conoce que el bien adquirido ilícitamente retrasa el desarrollo de su comunidad.

1.2. BASE TEÓRICA

1.2.1. Teoría del Framing de Gregory Bateson

En los últimos años la teoría del Framing ha ocupado relevancia dentro del campo de estudio sobre los medios de comunicación.

El término nació en el campo de la psicología, acuñado por Gregory Bateson y más adelante desarrollado en el campo de la sociología con Erving Goffman; el *Framing o Encuadre* como le denominan algunos autores, ha enfatizado su desenvolvimiento en estudiar los *procesos mediáticos* de diversos temas.

Para Entman (1993) citado por Sabrina (2013), el Framing o encuadre es:

Seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de modo que se promueva una determinada definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (1993, p. 52).

Esta definición sugiere que los procesos comunicativos tomados de la realidad se tienen que enfatizar de acuerdo a criterios, vale decir, enfatizarlos y exponerlos de manera objetiva. Para el estudio de casos de corrupción, los medios de comunicación tienen que priorizar en su misma naturaleza, cuáles serían los más relevantes, hacerles un seguimiento, determinar no sólo el descubrimiento y exponer ante la sociedad un caso en particular, sino ahondar en él, encontrar respuestas a las causas que lo ocasionan y cuáles serían las posibles soluciones.

Mucho tienen que ver los medios de comunicación y cómo influyen en el comportamiento de la masa social, a su vez, como van determinando los destinos y la vida de las naciones; Bateson (1995) manifiesta que a través del Framing se puede explicar la interpretación de los mensajes que emiten los medios de comunicación y cómo es que las personas se concentran y atienden a ciertos mensajes e ignoran a otros.

Esto en la realidad se percibe en qué tipo de mensaje es que emiten los medios de comunicación y el énfasis que le ponen a uno y a otros; en diferentes contextos tenemos a programas de farándula, cultura, noticias, deportes, etc... esto supone que las personas tienen variados mensajes comunicativos que elegir; en esta elección la audiencia define optar por cualquier mensaje de acuerdo a muchos

factores; sin embargo, estos mensajes emitidos por los medios de comunicación guardan relación por el énfasis que le pongan a unos y otros, así como determinando que mensaje vende más. Esto supone una equivalencia entre desvirtuar temas que son de necesidad pública (casos de corrupción) y los que generan morbo (diversión), esa es la visión del Framing “enmarcar” una determinada situación. (Sabrina, 2013)

En otra explicación dada por Entman (1993) en el objeto y campo de la comunicación a través del Framing se analiza los procesos de los asuntos públicos, y la construcción del mensaje con nota periodística y sus efectos en la población.

En cualquier mensaje comunicativo, sea informativo o de corte persuasivo, requiere de una estructura que garantice un discurso convincente. En los medios de comunicación, la información brindada a la población en cuestión de noticias se presenta de manera sistematizada, de una u otra manera basada en concepciones que dan explicación de quién está accionando de una determinada forma y cuál es su propósito. Para Tuchman (1978) la nota informativa (noticia) es una venta (mercancía) que especifica una realidad a la que se puede tener acceso, restringiendo así la atención de otra realidad y concentrando el énfasis en la que se oferta. (Sabrina, 2013)

McCombs entendía al Framing como “la selección de un número restringido de atributos temáticamente relacionados para su inclusión en la agenda (orden del día) de los medios de comunicación cuando se discute un asunto particular” (McCombs, 1997, p. 6, citado por Sabrina, 2013)

Partiendo de esos preceptos, la nota periodística con el análisis del Framing, es una construcción narrativa y visual teniendo como punto centro de atención el

“pensamiento” de una visión concreta, que ha sido constituida por un experto en generar contenido informativo, el cual será expuesto dentro de un marco de análisis para la población.

La observación del activo de la producción de las notas periodísticas supone para el Framing prestar atención en el periodista como un actor clave de ideologización, con su análisis e intereses unipersonales y su formación profesional, como también el factor del lugar donde labora (empresa comunicativa). Esta reproducción a su vez están influenciadas directamente por los intereses de las empresas, vale decir, en su misión y función que tiene dentro del contexto desempeñado, y sus intereses económicos políticos que tiene, todo ello conlleva a generar una información determinada. (Sabrina, 2013)

Esta perspectiva explica el rol que desempeñan los medios en el proceso por el que los individuos interpretan la realidad. De modo que el estudio del Framing debe constituir el punto de partida para examinar la cobertura periodística de escándalo corrupción política. (Marín, 2017)

1.2.2. Teoría Anómica de Robert Merthon

Si bien el concepto de anomia en la esfera de las ciencias sociales se conoce por Durkheim (para entender los casos de suicidio), Merton opta por hacer un análisis desde la anomia a temas relacionados como, el crimen y la delincuencia. (Aguirre, 2001)

Para Merton, la sociedad como estructura induce a una acción coercitiva a las personas, integrándolas a conductas de rebeldía debido a la disconformidad que tienen con ciertas reglas o normas de juego. En la conceptualización de la anomia de Emile Durkheim, Merton no compartía la idea de que la naturaleza biológica del

ser era determinante para entender la desviación; por lo tanto la “desviación” no es más que una adaptación o integración a las contradicciones que tiene la estructura social. (Aguirre, 2001)

Merton clarifica un aspecto muy importante a diferencia de Emile Durkheim, puesto que para él, las necesidades que no satisfacen a las personas no son necesidades “naturales” (Durkheim); sino son necesidades de carácter cultural, creadas de manera impositiva por la misma estructura social; en tanto que, culturalmente hablando en lugar de acortar y restringir dichas necesidades, las incita quedando así la conducta desviada como principal mecanismo de normalización.

Esta parte del análisis tiene mucho que ver con lo que pasa en el fenómeno de la corrupción, que es una desviación netamente social y cultural. En un contexto demográfico y tan variado como el caso peruano, la normativa y restricciones del accionar ciudadano está determinada por el valor que se le pone a las cosas, básicamente una construcción social. La desviación del agente corruptor y el corrompido se mueven en la esfera de que la Ley para todos no está hecha por igual; por lo tanto existe una incongruencia y una falencia en la construcción de ellas. Por otra parte, esta desviación está fuertemente ligada a querer satisfacer las necesidades al menor costo de tiempo y de la manera más fácil; si para un funcionario público evadir una norma que para él está mal hecha y que consecuentemente transgrediéndola le da un costo beneficio, es una acción válida; esta construcción y desviación “anomia” en la estructura social se vuelve una normalización. Por ello es que en los diferentes niveles de gobierno existe la corrupción.

Para Merton, continuando con el análisis del comportamiento desviado, esta vendría hacer una acción normal a lo que se denomina un “conflicto social” que se da cuando las aspiraciones que tienen las personas en cuanto al estatus social y económico, se presentan impedidos de conseguir a través de la vía legítima, un apego a la Ley. En este sentido dentro de la estructura social y sus instituciones como la iglesia, escuela, familia y los medios de comunicación, modifican y persuaden la personalidad de los ciudadanos, definiendo objetivos culturales y aspiraciones generales como que la acumulación de la riqueza es sinónimo de éxito humano y que éstas están al alcance de todos. (Huertas , 2010)

Lo que pasa en el Perú es que la corrupción está devenida como lo plantea la anomia en un resquebrajamiento en el orden social, debido a una crisis y debilitamiento institucional (dado lógicamente por las personas que lo alteran); esta alteración ha generado que se intente mitigar con medidas cortoplacistas que no han logrado solucionar el tema de fondo y por lo tanto, no hay una consolidación en el orden de manera permanente. En este desorden estructural están incluidas las diversas instituciones, tanto públicas como privadas; y son ellas quienes han generado el clima adverso.

1.3. MARCO DE REFERENCIA

1.3.1. Medios de comunicación

“Como medios de comunicación se denominan todos aquellos instrumentos, canales o formas de trasmisión de la información de que se valen los seres humanos para realizar el proceso comunicativo”. (Significados, 2020)

De acuerdo al sociólogo alemán Niklas Luhmann (2007) citado por Becerra y Arreyes (2013) “todo lo que sabemos acerca de la realidad, lo conocemos por los medios de comunicación de masas”. (pág. 47)

“Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen”. (Gutierrez, Rodríguez, & Camino , 2010, pág. 270)

Estamos en el campo de la “comunicación”: un sistema relacionado y conexionado con otros sistemas que mantienen una interacción, un intercambio constante y necesario con su entorno, que provoca un importante impacto en el entorno sociocultural contemporáneo. Su empuje ha sido revolucionario, al promover cambios de actitudes e, incluso, de formas de vida en la sociedad. (Gutierrez, Rodríguez, & Camino , 2010, pág. 270)

Los medios de comunicación en el mundo han constituido un enorme nexo entre la ciudadanía y sus sucesos que han marcado la transformación de las sociedades. Algunos autores acuñan que los medios de comunicación son el cuarto poder dentro de la estructura y organización de un Estado; esta categorización recae debido a la enorme influencia que tienen cuando transmiten información a la población, y ésta adopta comportamientos y posiciones en función de lo que se informe.

Los medios de comunicación influyen directamente en temas transversales como el descubrimiento de casos donde ilegalmente las acciones de las personas van construyendo un tejido social negativo, la corrupción pública es una bandera de

lucha que han adoptado los medios de comunicación, tanto así que mediante ellos se ha definido destinos de muchos países.

Los medios de comunicación siguen demostrando que son un ente indispensable para el mundo, sin embargo, son cuestionados porque a través de sus canales también logran persuadir las conductas de las personas de diferentes rangos de edad.

1.3.1.1. Funciones y rol de los medios de comunicación

❖ Informador

Los medios de comunicación tienen como principal función, “informar”, algunos autores les conocen como su rol de “ilustrador de la sociedad”, puesto que son el primer medio de instrucción del día a día, gracias a los medios de comunicación la ciudadanía se puede enterar de la realidad que pasa en su contexto.

Según López & Martínez (2014) los medios de comunicación son:

Los medios de comunicación aportan información sobre espacios lejanos, no conocidos en muchas ocasiones por el receptor. Los medios de comunicación eliminan factores de tiempo y de espacio creando un cambio profundo en los procesos de conocimiento. Para los medios de comunicación el espacio y el tiempo ya no son considerados obstáculos a la hora de ofrecer información. (Pág. 82)

❖ Fiscalizador

Los medios de comunicación, además de informar adoptan un rol muy importante en el periodismo, y es que es la primera institución que vela

por transparentar las arbitrariedades de las diferentes instituciones sociales, vale decir que ejerce un papel justiciero, un ente guardián y expectante de lo que se transgrede y afecta directamente la integridad de las personas.

Un estudio realizado por Pizarro (2013) “Periodismo de fiscalización. Estudio de caso: Programa Evo cumple - Bolivia cambia, en tres periódicos paceños (La Razón, Página Siete y Cambio)” se determinó la influencia directa por parte de los periódicos en su rol de fiscalizadores y denunciadores. Fueron 172 notas periodísticas, con este dato se especifica que hubo una fiscalización continua dentro del estudio de caso, en tanto, terminó con la interpelación del ministro Juan Román Quintana. Así, los medios de comunicación cumplen un rol más que informador, conseguir noticias a fondo que contribuyan a minimizar las irregularidades por parte de los funcionarios de las distintas instituciones públicas del mundo.

❖ Crítico

Los medios de comunicación constituyen medios de socialización en la vida de los ciudadanos, a través de las realidades mostradas de distintas maneras; el receptor de ella, analiza y va construyendo una idea sobre lo que acontece, con la nueva tecnología y su capacidad para llegar a los más desfavorecidos, ha permitido crear una masa crítica, capaz de no sólo absorber la información, sino de cuestionarla.

El rol que juegan los medios de comunicación que se dedican a seguir casos puntuales de alternancias transgresivas a las normas, ha permitido también crear personajes con capacidad de admiración por parte de la

ciudadanía, debido a que manifiestan realidades ocultas que otros personajes masivos no se atreven a decir; de ahí que existe una afinidad adquisitiva por ver la realidad verdadera que se expresa.

1.3.2. Corrupción

La corrupción es definida por muchos autores de distintas formas:

La corrupción como el mal uso del poder político burocrático por parte de camarillas de funcionarios coludidos con mezquinos intereses privados para obtener ventajas económicas o políticas contrarias a las metas del desarrollo social mediante la malversación o el desvío de recursos públicos y la distorsión de las políticas e instituciones. Es decir, corrupción es el abuso de los recursos públicos para beneficiar a unas cuantas personas o grupos, involucra explícitamente el poder y la política, al sector público y al privado y su efecto en políticas, instituciones y en el progreso del país. (Blondet, 2013, pág. 59)

Según narra Alfonso Quiroz en su libro, La historia de la corrupción en el Perú, para nuestra nación no es nada nuevo este fenómeno que día a día va tejiendo y fortaleciendo su manera de transmitirse. Con la llegada de la conquista de los españoles, se impone un nuevo modelo Estatal que pasa hacer un festín de los que hacen leyes para sí mismos; vale decir, “hecha la Ley, hecha la trampa”. Desde la Constitución de la República peruana diversos personajes constituyeron a través de los que ellos llamaron “reformas”, una cuestión de mercantilismo y clientelismo político con la empresa privada.

Desde la militarización de los gobiernos, a través de sus formas coercitivas de imponer medidas en la población, y resguardándose en el fortín de las Fuerzas

Armadas, hacían los negocios redondos bajo la mesa, formándose las llamadas “élites de poder”; a la cual solo accedían unos pocos.

En esta fase de la historia peruana, la clase política pasa hacer un negocio redondo para sus pseudo líderes; una llamada oligarquía minoritaria, capaz de hacer contratos dudosos con la empresa privada por las licitaciones de las mega obras del Perú.

Los medios de comunicación, como se da cuenta en el libro de Alfonso Quiroz, jugaron un papel predominante para sostener la clase política de la era de los 90, con la llegada al poder de Alberto Fujimori; comenzó una alianza feroz entre los medios de comunicación y el gobierno para acaparar la atención de la masa pública con la distracción crítica de lo que se hacía bajo 7 llaves. La conclusión yace en que hay una discordancia sobre quién es el que corrompe a quién; si en este caso es la empresa privada que corrompe al Estado, o es al contrario. Lo que es cierto es que varios sectores de los medios de comunicación han deslegitimado su accionar por los enormes traspiés que han tenido en confabularse con los gobiernos de turno, siendo los primeros aliados para tapar la corrupción.

Gili (2014) define a la corrupción como un:

Término que varía de un contexto socio cultural a otro y, en muchos casos, un uso indiscriminado dificulta una definición única. Para precisar el significado de corrupción debemos comenzar por la cuestión etimológica del término, que proviene del latín corruptio que resulta de com (junto) y rumpere (romper). Supone un acto que altera el estado de las cosas, y ese es el sentido aristotélico de la corrupción: la desnaturalización de un ente cuando éste

actúa no regido por el fin que le impone su naturaleza, sino en función de un fin ajeno. (Pág. 40)

Esta contextualización de Gili hace mención del origen y función del término mismo; sin embargo, hace una acotación muy importante dentro del desarrollo de su texto; la corrupción no sería más que el aprovechamiento económico de gestores que actúan dentro del ámbito público.

En este apartado encontramos diversos estudios diferidos en cuanto a cómo se ha venido evidenciando la corrupción y su institucionalización dentro de nuestro país y América Latina.

1.3.2.1.Causas de la corrupción

Las causas de la corrupción al igual que otros fenómenos son por diversos y múltiples factores, guiados por el individualismo humano, el que a costa de todo busca diversas formas para obtener el enriquecimiento a cualquier precio.

En este aspecto nos centraremos en ver dos tipos de causas de la corrupción según Miranzo (2018):

❖ Causas subjetivas

Las conductas de los humanos para incurrir en actos antiéticos distan concretamente de vanidades, ansia de satisfacciones y el reconocimiento de la sociedad; donde la obtención de aquello que se quiere se realiza en función de:

- *Sensación de impunidad*: la actividad de la corrupción es de por sí una acción de riesgo, por ello los funcionarios que la realizan

conocen que existe un fortalecimiento de impunidad de su parte y un débil control por parte de la institución que lo padece.

- *Fortalecimiento moral de actitudes individualistas:* consiste en el afán de lucro ilícito a toda costa; estos comportamientos muchas veces tienen que ver con la ausencia de valores y principios de la significancia de la administración pública y el bien común.
- *La envidia:* tiene que ver con los sujetos que admiran a otros (con lujos) y por lo tanto buscan consagrarse como ellos en el estrato social alto, timando intereses ajenos a ellos.
- *Irracionalidad:* es una cuestión que muchos autores discuten si es de naturaleza humana; sin embargo, el sentimiento de querer más y que “el fin justifica los medios”, es un elemento puntual del corrupto, por más profesional racional que lo sea.

❖ **Causas de carácter objetivo**

- *Debilidad en el marco legal:* es una de las causas principales en localidades donde el sistema legislativo tiene deficiencias, mientras mayores vacíos en las normas, mayor la probabilidad de pasarla por encima y transgredirla.
- *Debilidad de procedimientos:* tiene mucho que ver con la acatación de la norma y los procesos de control que hagan sobre las normas, si las instituciones no tienen mecanismos de filtración y monitoreo y buenas prácticas gubernamentales, las normas pasan hacer letra muerta.

1.3.2.2.Efectos de la corrupción

De por sí la corrupción es un fenómeno complejo, y al ser complejo su magnitud y proporción de estudio es macro; aquí veremos dos efectos esenciales que tiene la corrupción:

❖ Efecto social

Los países que están considerados como en vías de desarrollo son los que sufren los mayores estragos de la corrupción, estudios indican que a mayor subdesarrollo

en el país, mayor será el nivel de corrupción; por ello, son los sectores vulnerables que sufren de ello, esto debido a que el erario nacional no se distribuye bien y consecuentemente genera:

- Desigualdad en el acceso de la población a educación y salud.
- Desigualdad en el acceso al conocimiento de sus derechos fundamentales.
- Debilitamiento de la democracia.

❖ Efecto económico

El Banco Mundial ha mencionado que la corrupción es una de las primeras trabas para el desarrollo social y económico de los países, debido a que debilita el Estado de Derecho y las instituciones que directamente dependen del crecimiento gradual.

❖ Efecto político

En la política, los efectos de la corrupción y la inconducta funcional son igualmente devastadores, pues socaban la confianza de los ciudadanos en

sus autoridades y la legitimidad de las instituciones; componentes fundamentales para un verdadero Estado Constitucional de Derecho. (Shack, Pérez, & Portugal, 2020, pág. 13)

1.3.2.3. Dimensión de la corrupción en la función pública

Según Gutierrez (2018) Desde la perspectiva del Derecho Administrativo, “la corrupción pública se ha definido como una mala administración o un mal gobierno doloso en el ejercicio de poderes públicos que no busca el interés general, sino el beneficio de una persona física o jurídica” (Pág. 105)

La corrupción en el sector público surge, como tal, con motivo de las relaciones ilícitas o fraudulentas de esos cargos políticos electos y del personal de las administraciones públicas con intereses económicos privados, propios o ajenos, que persiguen la maximización del lucro empresarial y personal a costa de los intereses generales. (Carbajo, 2011)

La corrupción pública tiene naturaleza estatal y se enquistaba en las diferentes instituciones gubernamentales de los países, la vertiente empieza cuando a una determinada persona se le entregan facultades a título de “funcionario público”, éste a su vez, adjudicándose poder alguno, revierte sus funciones para ejercerlas fuera de la Ley, en otras palabras, un ejercicio de su poder malversado.

La naturalidad de la corrupción en Perú tiene tinte histórico, tal y como lo textualiza Alfonso Quiroz en su libro; es trascendente que la mayor parte de la corrupción se vea a simple vista en el sector público, un ida y vuelta entre políticos de caer en irrumpir la norma y actuar éticamente sin pudor frente a una población que se ha acostumbrado a contemplar actos de corrupción día a día, gracias a los casos mediatizados por los medios de comunicación. Podría decirse que sin clima

de corrupción no sería normal vivir en países sub desarrollados como el Perú, que uno de sus factores del no despegue en materia de desarrollo se debe al fenómeno de la corrupción.

El Perú se ubica dentro de los países a nivel del mundo con más índices de corrupción según el ranking WEF, ubicándose en el puesto 50 de los países más corruptos del mundo. En esa misma línea las estimaciones que alude Alfonso Quiroz en su investigación, los altos costos que representó la corrupción para el erario nacional en sus dos últimos siglos; un promedio anual estimado entre el 30% y 40% del presupuesto público, y alrededor del 3% y 4% de su Producto Bruto Interno (PBI).

Según Shack y Pérez, & Portugal (2020) revisando los resultados de los servicios de control externo (Contraloría General de la República) posterior de 2019, los principales delitos cometidos por los funcionarios públicos encontraron que “el 85% de las responsabilidades del tipo penal imputadas a los 3079 funcionarios y servidores públicos se concentran en tres delitos: negociación incompatible (59%), colusión (14%) y peculado (12%)” (Pág. 25)

De ellos:

❖ **Negociación incompatible**

El funcionario o servidor público que indebidamente en forma directa o indirecta o por acto simulado se interesa, en provecho propio o de tercero, por cualquier contrato u operación en que interviene por razón de su cargo. Pena privativa de libertad no menor de cuatro ni mayor de seis años. (Art. 399 del Código Penal) citado por (Shack, Pérez, & Portugal, 2020, pág. 25)

❖ **Colusión**

El funcionario o servidor público que por razón de su cargo concierta con los interesados para defraudar al Estado o entidad u organismo del Estado. Pena privativa de libertad no menor de tres ni mayor de seis años. Modalidad agravada: Cuando el funcionario defrauda patrimonialmente al Estado o entidad u organismo del Estado. Pena privativa de libertad no menor de seis ni mayor de quince años. (Art. 384 del Código Penal) citado por (Shack, Pérez, & Portugal, 2020, pág. 25)

❖ **Peculado**

El funcionario o servidor público que se apropia o utiliza, en cualquier forma, para sí o para otro, caudales o efectos cuya percepción, administración o custodia le estén confiados por razón de su cargo. Pena privativa de libertad no menor de cuatro ni mayor de ocho años. Modalidad agravada: Si los caudales o efectos estuvieran destinados a fines asistenciales o a programas de apoyo o inclusión social. Pena privativa de libertad será no menor de ocho ni mayor de doce años. (Art. 387 del Código Penal) citado por (Shack, Pérez, & Portugal, 2020, pág. 26)

En el año 2019 el Estado peruano ha tenido perjuicio económico por corrupción de 921 millones de soles (daño patrimonial), de los cuales los sectores con más índices son planeamiento y gestión, salud, transporte y comunicaciones, y saneamiento.

De este perjuicio económico la región Lima y Lambayeque encabezan la lista con 385 989 542 y 83 708 729 respectivamente.

1.3.2.4. Dimensión de la corrupción en la función privada

Es típico escuchar y con mayor dimensión que la corrupción nace en la función pública, es más la ciudadanía le presta más atención a ella; sin embargo, con los últimos casos de corrupción que se han dado en nuestro país y América Latina (Caso Odebrecht) la mirada se ha trasladado al sector privado, primer aliado de los gobiernos corruptos.

El análisis para especificar cómo se desenvuelve la corrupción en el ámbito privado es dependiente, porque tiene que ver mucho como la empresa privada se colude con el Estado para generar riqueza y monopolios ilícitos; dos claros momentos en que el sector privado genera corrupción es cuando:

❖ Financia campañas electorales

Esta acción es típica de democracias débiles, donde el empresariado se acerca a los partidos políticos en contiendas electorales, con el fin de facilitar los recursos económicos y se generen leyes o políticas públicas que los favorezcan.

➤ Brinda pagos a funcionarios públicos para licitar obras:

Es uno de los principales casos específicos que el sector privado participa en la generación de corrupción, y va desde los gobiernos centrales hasta los locales. Dado que la competencia en el mercado nacional cada vez es más extensa, la adquisición para construir obras públicas por parte del privado se vuelve tediosa; es ahí donde entra a tallar la negociación entre ambos sectores en la repartición del porcentaje total presupuestal de la obra. A mayores postores, mayores serán los porcentajes de repartición. A esto se le suma, que debido a los controles y normas del fortalecimiento del Estado, existen mayores filtros para poder licitar,

eludiendo ello, lo que hacen ambos actores es generar las famosas adendas, que vienen hacer los sobre costos de las obras.

Esto se puede evidenciar en un estudio que arrojó como resultados en el 2017 del Enterprise Surveys del Banco Mundial, en el Perú, 23% de las firmas encuestadas declararon que se espera que den regalos para asegurar la adjudicación de una contratación pública; 29% hizo lo mismo con respecto a la obtención de licencias de operación; y el 23% para permisos de construcción. (Shack, Pérez, & Portugal, 2020)

CAPÍTULO II. MÉTODOS Y MATERIALES

2.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación adopta un tipo nivel descriptivo.

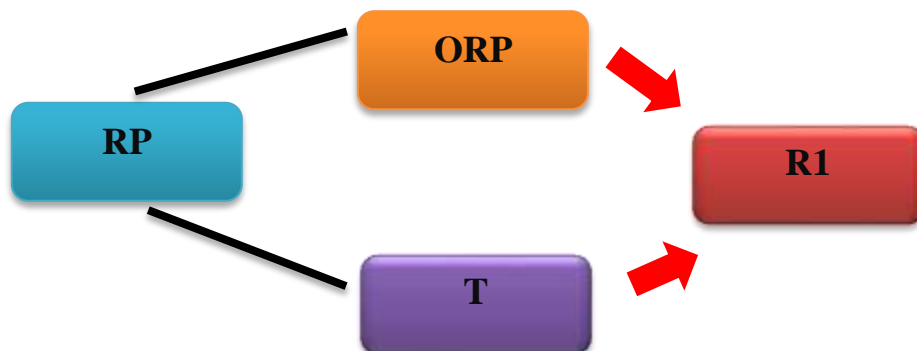
2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación por su naturaleza adopta el enfoque mixto, vale decir, el desarrollo de la parte cuantitativa y cualitativa. Ambos enfoques nos permiten tener un acercamiento más real de diferentes aspectos del objeto de estudio.

2.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es no experimental, dado que no se manipularán las variables objeto de estudio, sino que se observarán en su contexto natural para luego hacer un análisis de ellas.

Figuras 1 - Diseño de la investigación



Nota: elaboración propia.

RP: Realidad Problemática

ORP: Observación de la Realidad Problemática

T: Definición de la Teoría que da sustento al problema de investigación

DIA: Definición de Instrumentos a Aplicar

R1: Descripción de los Resultados de la investigación

2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.4.1.Población

La población de estudio de la investigación está constituida por 13 comunicadores de 4 medios de comunicación radial con mayor sintonía a nivel contextual (de la provincia de Chiclayo), divididos en:

Radio RPP: 4

Radio Exitosa: 3

Radio Fuego: 1

Radio Kaliente: 5

2.4.2.Muestra

Para esta investigación se ha especificado dos muestras:

❖ Muestra N° 01

Muestra objeto de estudio de tipo no probabilística, por las características que demanda la investigación, se seleccionaron del total de la población a:

$n = U = 9$ comunicadores

❖ Muestra N° 02

Muestra objeto de estudio de tipo no probabilística, se seleccionaron 4 periodistas que tienen mayor incidencia e influencia en su programa radial en la población, a los cuales se les aplicará una entrevista estructurada:

$$n = U = 4 \text{ periodistas}$$

2.5. MATERIALES Y EQUIPOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.5.1. Materiales y equipos:

Papel bond, colores, papel sábana, textos, fichas, mapas conceptuales, computadora personal, fichas de asesoramiento y monitoreo; computadora, impresora, teléfono celular, cámara fotográfica, cámara filmadora, copiadora, grabadora de voz, etc.

2.5.2. Técnicas e instrumentos:

❖ Técnicas primarias:

Encuesta

Instrumentos primarios:

- Guía de encuesta
- Pauta de registro de encuesta

Entrevista

- Guía de entrevista
- Pauta de registro de entrevista

❖ Técnica secundaria:

Fichaje

Instrumento secundario:

- Bibliografía, Textual.

2.6. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

Para la aplicación de los instrumentos y recojo de información, se hizo una Validación de Juicio de Experto a los instrumentos; esto permitió darle rigurosidad y validez al fenómeno en estudio.

Para el recojo de información se hizo previas coordinaciones con los cuatro medios de comunicación radial, a fin de realizar un trabajo consensuado y serio.

Por último, los datos recogidos pasaron a un procesamiento de datos (SPSS) y su debido análisis.

CAPITULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. RESULTADOS DE ENCUESTA

A. Datos Generales

Tabla 1 - Sexo de Población

Sexo	fi	Hi%
Hombre	6	66.7
Mujer	3	33.3
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

La población encuestada según el sexo ha sido de un 66.7% de hombres y un 33.3% de mujeres.

Tabla 2 - Edad de Población

Edad	fi	Hi%
26 a 45	6	66.7
46 a 60	2	22.2
61 a más	1	11.1
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

Del 100 % de la población encuestada, se ubicaron un 66.7% en los rangos de edad de 26 a 45 años; 22.2% se ubicó en un rango de edad de 46 a 60 años y por último un 11.1% en un rango de 61 años a más.

Tabla 3 – Cargo desempeñado

Cargo desempeñado	fi	Hi%
Reportero/corresponsal	4	44.4
Director/conductor/productor	5	55.6
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

Del personal encuestado en los medios de comunicación radial el 55.6% tiene cargo de director/conductor/productor; y un 44.4% de reportero/corresponsal.

B. Cuestionario

Tabla 4 – Tiempo de emisión de información fidedigna

¿La información fidedigna que obtiene su medio de comunicación se emite con rapidez?	fi	Hi%
Siempre	4	44.4
A veces	4	44.4
Nunca	1	11.1
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

De acuerdo a la pregunta si el medio de comunicación donde labora emite con rapidez la información fidedigna, 44.4% expresa que siempre lo hace y en la misma proporción manifestaron que a veces; un 11.1% indica que nunca.

Tabla 5 - Veracidad y objetividad de información emitida

¿La información que emite su medio es fidedigna y objetiva?	f	Hi%
Siempre	9	100.0
A veces	0	00.0
Nunca	0	00.0
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

A la pregunta si el medio de comunicación donde labora emite la información con objetividad y veracidad el 100% respondió que siempre.

Tabla 6 - Nivel de cobertura de caso de corrupción

¿Qué nivel de cobertura se le brinda a un caso de corrupción?	f	Hi%
Alto	6	66.7
Medio	3	33.3
Bajo	0	00.0
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

En referencia a la cobertura que le brindan a casos de corrupción en el medio en que laboran, 66.7% responde que le dan un nivel “alto”, mientras que un 33.3% manifiesta que la cobertura brindada sólo es de nivel “medio”.

Tabla 7 - Seguimiento a casos de corrupción

¿Su medio de comunicación donde labora hace investigación y seguimiento directo a casos de corrupción?	fi	Hi%
Siempre	5	55.6
A veces	3	33.3
Nunca	1	11.1
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

De acuerdo a la pregunta si el medio de comunicación donde laboran hacen investigación y seguimiento a casos de corrupción; 55.6% indicó que su medio siempre hace investigación, 33.3% expresa que sólo a veces y un 11.1% indica que su medio de comunicación nunca lo realiza.

Tabla 8 - Destape de corrupción

¿Ha descubierto o ha realizado un destape de corrupción el medio de comunicación donde labora?	fi	Hi%
Siempre	2	22.2
A veces	6	66.6
Nunca	1	11.1
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

A la pregunta si el medio de comunicación donde labora ha descubierto un hecho de corrupción, un 66.6% expresa que a veces, 22.2% manifiesta que sí y un 11.1% indica que no ha descubierto casos.

Tabla 9 - Limitaciones para hacer investigación de casos de corrupción

¿Encuentra limitaciones a la hora de hacer noticias de investigación directa en casos de corrupción?	fi	Hi%
Siempre	5	55.6
A veces	2	22.2
Nunca	2	22.2
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

De acuerdo a la pregunta si el medio de comunicación donde labora encuentra dificultades y limitaciones a la hora de hacer noticias de investigación directa en casos de

corrupción; 55.6% informa que siempre las encuentran, 22.2% indica que a veces y 22.2% expresa que no encuentran limitaciones.

Tabla 10 - Recepción de amenazas por difusión de noticias de interés público

¿Recibe amenazas el medio de comunicación donde labora, por la difusión de algunas noticias de interés público?	fi	Hi%
Siempre	5	55.6
A veces	2	22.2
Nunca	2	22.2
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

De acuerdo a la pregunta si el medio de comunicación donde labora recibe amenazas por la difusión de algunas noticias de interés público, más de la mitad de encuestados, es decir un 55.6% afirma que si las recibe, a diferencia de un 22.2% que indica que a veces y que nunca las recibe.

Tabla 11 - Intento de soborno para ocultar información

¿Lo han intentado sobornar para no emitir y ocultar una noticia de corrupción?	fi	Hi%
Siempre	3	33.3
A veces	4	44.4
Nunca	2	22.2
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

Ante la pregunta si en algún momento lo han intentado sobornar para no emitir información de corrupción y ocultarla; 44.4% indica que a veces le ha sucedido, mientras que un 33.3% expresa que si han intentado sobornarlo; a diferencia de un 22.2% que manifiesta que nunca ha recibido esa propuesta.

Tabla 12 - Participación en intervenciones con el sistema de justicia

¿Las instituciones públicas como la fiscalía y el poder judicial que administran el control y la justicia del país, les brindan espacios en sus intervenciones (allanamientos, diligencias) sobre casos de corrupción para la proyección de sus noticias?	f	Hi%
Siempre	1	11.1
A veces	2	22.2
Nunca	6	66.7
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

Ante la pregunta si al medio de comunicación donde labora, el sistema de justicia le brinda espacios en sus intervenciones para cubrir noticias, 66.7% indica que nunca se las dan, 22.2% expresa que a veces se les suele dar y un 11.1% manifiesta que siempre se le brinda los espacios.

Tabla 13 - Influencia del medio en generar conciencia critica

¿Considera que las noticias que emite su medio de comunicación genera conciencia crítica en la población, respecto de a la corrupción?	fi	Hi%
Siempre	7	77.8
A veces	2	22.2
Nunca	0	00.0
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

Ante la pregunta si considera que el medio de comunicación donde labora genera conciencia crítica en la población respecto a los casos de corrupción, 77.8% manifiesta que si genera, mientras que un 22.2% indica que a veces lo puede generar.

Tabla 14 - Participación de la sociedad civil denunciando actos de corrupción en los medios de comunicación

¿Participa continuamente la sociedad civil difundiendo y denunciando actos de corrupción de la localidad dónde viven?	fi	Hi%
Siempre	9	100.0
A veces	0	00.0
Nunca	0	00.0
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

De acuerdo a la pregunta si en el medio de comunicación donde labora percibe si la sociedad civil participa denunciando actos de corrupción de la localidad donde viven; el 100% del personal indica que sí.

Tabla 15 - Influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción

¿Considera que los medios de comunicación influyen mucho en la lucha contra la corrupción?	f _i	H _i %
Siempre	6	66.7
A veces	3	33.3
Nunca	0	00.0
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

De acuerdo a la pregunta si considera que los medios de comunicación influyen mucho en la lucha contra la corrupción; el personal indica en su mayoría, es decir un 66.7% que si influyen, a diferencia de un 33.3% que expresa que sólo a veces.

Tabla 16 - Perspectiva del sector que genera la corrupción

Considera Ud. ¿Qué la corrupción lo genera el empresariado?	fi	Hi%
Siempre	1	11.1
A veces	8	88.9
Nunca	0	00.0
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

En la pregunta si considera que es el empresariado quién genera y corrompe al Estado, el personal de los medios de comunicación expresa en 88.9% que a veces lo generan, y un 11.1% afirma que sí es el empresariado que genera e incentiva a cometer actos de corrupción.

Tabla 17 - Perspectiva sobre el funcionario público respecto a la generación de la corrupción

Considera Ud. ¿Qué es el funcionario público es quién corrompe al empresariado?	fi	Hi%
Siempre	3	33.3
A veces	6	66.7
Nunca	0	00.0
Total	9	100%

Nota: Encuesta aplicada a comunicadores radiales: RPP, Exitosa, Kaliente y Fuego, de la provincia de Chiclayo, año 2020.

Interpretación:

Ante la pregunta si es el funcionario público quién corrompe al empresariado, el personal expresa en 66.7% que a veces; mientras que un 33.3% indica que es el funcionario quién al final termina por corromper.

3.2. RESULTADOS GUÍA DE ENTREVISTA

Entrevistadora: Malva Marina Gutiérrez Barón

Entrevistado: Javier Jara Gálvez

Cargo del entrevistado: Conductor del Noticiero Exitosa (Radio Exitosa)

Fecha: 10 de diciembre del 2020

Lugar: Chiclayo

Formato de registro: Audio (Llamada telefónica)

01: Descripción coyuntural de la corrupción en el Perú

Javier Jara: Bueno, lo que tengo que decir sobre el tema es que no hemos aprendido absolutamente nada de nuestra historia, cada vez descubrimos diferentes formas de hacer lo mismo y eso que es lo mismo de siempre es muy negativo desde hace décadas, acentuadas a partir del año 90 con el gobierno de Alberto Fujimori. A partir de entonces, creo que se lesionó demasiado, se destruyó la institucionalidad y se malogró un sistema donde por lo menos había un mejor control de personas y calidad de profesionales y técnicos para ejercer las funciones públicas; ahora no existe eso, cualquier persona sin formación, sin criterio, sin nivel ético, moral, deontológico simplemente complica las acciones, busca su beneficio y lo que termina por generar es la profundidad y la

consistencia de la corrupción, porque eso ha pasado. La corrupción ya no es leve, es institucionalizada, es agresiva, tiene cualquier tipo de nivel, en cualquier instancia del Estado; porque no solamente hay un delincuente en la esquina que te arrebató un celular sino también hay un juez que te roba la justicia por un poco de plata. Ese es el punto de vista que tengo, que no hemos aprendido absolutamente nada.

02: Conceptualización personal de la corrupción

Javier Jara: Es hacer lo indebido en el momento y el lugar menos previsto, en realidad ni siquiera hay un lugar previsto porque la corrupción para mí es hacer lo indebido y dañar gente. Muchas veces se pueden hacer cosas malas aunque no tengan justificación pero si dañan a terceros y dañan la institucionalidad del país, en este caso esa es la corrupción; porque tú puedes saltarte un lugar en la cola, y comprarte un puesto para ganar espacios, ganar proximidades, pero si tú le robas al Estado o permites que le roben al Estado o eres parte de eso, ya la cosa cambia. Entonces estás dañando, estás dañando la esencia de la formación social. Yo no digo que lo anterior sea bueno, no lo justifico tampoco, pero por ejemplo, “tú le robas un espacio a alguien en la cola”, ganas tres o cuatro personas en una cola, lo menos que puedes hacer es perder tiempo, repito no es que sea bueno, pero pierdes tiempo, tiempo. Pero si tú, por ejemplo, sobornas a un funcionario, para lograr algo que es indebido, entonces ya estás malogrando la institucionalidad y te estás malogrando mucho más como persona, denigrado como persona. Entonces, para mí la corrupción es eso, hacer lo indebido en cualquier circunstancia. Un acto de corrupción daña a la gente y daña a la sociedad y daña la institucionalidad y daña al país.

03: Perspectiva del rol que ha jugado los medios de comunicación frente a la corrupción

Javier Jara: Los medios de comunicación desde hace mucho tiempo que dejaron de ser la esencia lírica, noble, romántica de solamente informar, desde que se convirtieron en empresas y, por tanto, tuvieron que subsistir, ganar dinero y consideraron que ganar bien a costa de hacer periodismo, se convirtió más en una empresa sin mirar la esencia de sus contenidos, entonces “allí la cosa como que se fregó”, es un término castizo o coloquial; entonces ya no es el solo hecho de querer informar o de llegar a la verdad o de denunciar algunas cosas. Ahora las denuncias son por conveniencia, ahora las denuncias forman parte de la estructura de lo que la empresa periodística quiere; eso te deja solo un margen, a que cada persona que quiera hacer periodismo lo pueda hacer de manera independiente en la medida de lo que es posible y en eso están ayudando mucho las redes sociales, lo único que falta es darle mayor empoderamiento a las redes sociales para que lo que no dicen los medios de comunicación como empresa se pueda decir y se pueda difundir de manera adecuada en las redes.

04: Influencia de los medios de comunicación en lo social, político, económico y cultural en el país

Javier Jara: Mira el balance va depender de como quieras mirar el asunto, puede ser positiva porque los medios de comunicación, aunque lo que yo te he dicho puede ser una visión muy negativa, también tiene algo positivo, no dejan de informar algunas cosas que no están dentro del contexto de sus competencias económicas, por ejemplo, cuando difunden el aspecto turístico, educativo, cultural, deportivo. Solamente se manchan cuando empiezan a crear las competencias políticas y económicas, allí es donde el medio de comunicación se tambalea; porque tú sabes, en estos momentos la reactivación económica

ha sido bastante generosa de parte del Gobierno y el Estado respecto de medios de comunicación que son empresas privadas. Cuando tú le das, por ejemplo, a un determinado medio de comunicación 30 millones para que se restablezca, ese medio de comunicación lo va pensar dos veces si va querer hincar al gobierno que le ha dado esa plata. Entonces, ya la independencia se empieza a vestir con cortinas y puede quedar expuesta en cualquier momento. La influencia va depender mucho de cuanto bien le hagas a la sociedad, cuanto generes tu propia independencia a pesar de cualquier cosa.

Recordemos que los medios de comunicación nacieron como una forma de protestar, de reaccionar, de establecer una voz de discordia respecto de alguna cosa y después se generaron todos los medios de comunicación. Dos de los grandes medios de comunicación en nuestro país, El Comercio y Radio Programas del Perú, han estado durante mucho tiempo en manos de empresarios que ninguno ha sido periodista, sin embargo, son los medios de comunicación, acaso los más influyentes o los más reconocidos en nuestro país y otros que si son dirigidos por periodistas no tienen la acogida porque tal vez fallan en algunos aspectos empresariales propiamente. La fusión perfecta sería que una empresa periodística respete la parte periodística y pueda subsistir económica y empresarialmente sin manchar una parte y sin entrometerse la una en la otra. Eso es casi una utopía, un sueño, pero sería lo ideal.

05: Análisis sobre la objetividad de los medios de comunicación

Javier Jara: Mira, yo soy una persona que discrepa con el tema de la objetividad, para mí la objetividad no existe en el periodismo; porque la persona no es objetiva, la persona tiene mucha influencia de muchas cosas y su percepción puede estar siempre esquinada, arrinconada, asolapada, manifiesta. Pero la información siempre la vas a tener, va depender de la subjetividad con que se presenta. Por ejemplo, mañana vas a tener en

diferentes periódicos y lo puedes comprobar, que un señor ha salido a ver el tema de la vacancia del alcalde de Chiclayo, dependiendo de cómo enfoque cada uno de los medios vas a determinar cuán objetivo pueda ser, claro, en el caso del alcalde de Chiclayo, él reúne todos los aspectos negativos y es posible que todos los medios le den con palo al alcalde. Pero, hay otros temas que no, por ejemplo, vamos a suponer, que un medio A tiene publicidad con el gobierno regional, mañana va estallar un escándalo en el gobierno regional y ese medio A no va tocar el tema o tal vez lo toque de manera muy pequeña, muy sucinta, casi imperceptible. Lo toqué te dice, yo he tocado el tema pequeño porque para mí no es noticia, para el otro si será noticia, entonces, va depender el ángulo con que se enfoque y el poder de influencia que se tenga y la línea editorial que determina cuanto espacio le das, que enfoque le das y cómo quieres presentarlo.

06: Participación directa en el destape de casos de corrupción

Javier Jara: Si, durante mucho tiempo, varios temas de informativo, por ejemplo, el caso Beto Torres, el problema del gobierno municipal de Beto Torres lo destapamos, lo perseguimos; en algún momento, los manejos irregulares en el gobierno regional, la forma como se manejó la campaña política de Fujimori en el año 99, todos fueron destapes periodísticos; el tema del Baguazo y las investigaciones post Baguazo.

07: Perspectiva de la aceptación de la población respecto a los medios de comunicación

Javier Jara: Mira, el tema de los medios de comunicación con respecto a la comunidad usuario ha cambiado mucho por el poder adquisitivo, es decir, no consume un medio de comunicación porque tiene que adquirirlo, prefiero comprarme 5 panes a comprarme un periódico, si escucho radio prefiero escuchar música que noticias y si veo televisión prefiero ver una película que noticieros. Entonces, el asunto de información,

para mí, ha empezado a jugar en una segunda alternativa respecto del usuario y; la comunidad prefiere la libertad de informarse que buscar la información de manera directa. Ósea, “qué cosa hay de la ONP, de las AFP, ah voy a ver qué dicen en el internet”, a esperar que lo diga un noticiero de la noche, a comprarme un periódico o escuchar la radio. No digo que no lo hagan, pero lo hacen menos que antes. Eso no solo quiere decir que los medios han perdido credibilidad sino que además se han alejado del alcance del usuario para su consumo directo. Ahora no es difícil que una persona de 60 o 70 años este con un teléfono y puede recoger información a que un niño también lo pueda hacer, pero ya esa persona prefiere recargar su teléfono o buscar una zona wifi o tener un plan periódico de datos.

Habría que tener cuidado con la infodemia, el hecho de que creemos lo primero que leemos, abrimos el Facebook y hay un fake news y de pronto decimos ha pasado esto y no es tan cierto o es una tendencia que envía la información y nos genera desinformación. Entonces, ese punto sí es muy importante, en ese sentido los medios de comunicación formales tienen una mayor responsabilidad y una mejor solvencia de las redes sociales, porque si tú lo escuchaste en exitosa o RPP sabes que eso viene con un respaldo de la empresa periodística; si lo leíste en La Republica, El Comercio o La Industria sabe que lo están diciendo esas empresas periodísticas, si lo ves en América, en Panamericana lo mismo, pero si lo ves en las redes no sabes.

08: Dificultades para hacer noticias investigativas de corrupción

Siempre, siempre se ha dado el caso de que las Unidades de Investigación de los medios de comunicación han sido entidades centralizadas. Cada vez que tenemos un indicio de un tema de corrupción siempre apelamos a Lima y Lima puede decidir hacer un trabajo de investigación o no; desde Lima, trasladando a la gente a cualquier parte del país.

¿Y por qué?, porque primero, lamentablemente confían más en los periodistas de la sede central y además confían en que se va a gastar de manera más eficiente el dinero que esto genera, porque ser parte de una Unidad de Investigación sugiere la idea que te puedas desplazar por tiempo, que puedas estar mucho tiempo sin publicar nada hasta que tengas todo el material que suponga o exija la necesidad de publicar. La teoría, a veces te dice que una investigación periodística no puede ser de menos de 6 meses, ósea tienes a un grupo de periodistas trabajando en un hecho, 6 meses sin publicar absolutamente nada y le tienes que pagar. Qué diferencia cuando tú haces un destape, porque hay que diferenciar las cosas. Una Unidad de Investigación es un trabajo paulatino, secuencial, que tiene un objetivo y hay que establecer estrategias para poder captar información, recoger data, documentación, testimonios, etcétera, que hacer un destape. Un destape te lo puedes encontrar hasta de casualidad o te lo pueden proporcionar, simplemente lo cotejas, lo evidencias y lo expones. Entonces, la investigación dura mucho más, es más estratégica y tiene dos factores fundamentales diría yo, el tiempo y el financiamiento para lo mismo.

09: Recepción de amenazas o sobornos para ocultar información fidedigna

Javier Jara: Si claro que sí, habido de todo. Cuando dices si he recibido un soborno, no, definitivamente que no. Pero por supuesto que ha habido la intención, tú no tienes la menor idea lo que significa cuando saben; cuando una persona se entera que su nombre va salir como parte de un hecho informativo fuerte, lo que hacen para impedir eso; se valen de todo, no. Sí, siempre hay gente, otras personas que a través de terceros te envían un paquete con dinero o te mandan regalos que no son los clásicos del Día del Periodista. En el Día del Periodista por lo general, te regalan una botella de wiski, una botella de vino y de repente alguien va y te quiere regalar una laptop, te quiere regalar un televisor de 52'' y a mérito de qué, no. Una botellita de whisky la acepto, está bacán, no hay problema pero como parte del regalo que uno normalmente recibe por el Día del Periodista. Pero cuando

de repente de la nada te llega un televisor de 52'', de repente de la nada te llega una laptop, entonces ponte a pensar que cosa puede salir por allí. Pero siempre hay, siempre hay gente, va depender de ti y va depender de la empresa también, porque es una suerte de comunicación, no. Es bueno que siempre el periodista mantenga una comunicación con sus esferas inmediatas de jerarquía, porque de repente tú te encuentras por la calle, y oye a tal le regalé un televisor de 52'', y ¿por qué le regalaste un televisor? No, yo recién me entero, después de un año, te regalaron un televisor, entonces, a título de qué, por qué. Entonces, si tú vas, sabe qué, mira me regalan esto, y tú tienes algún caso relacionado con esa empresa, con esa persona que te está regalando; bueno, sí, mira la vez pasada publiqué esto. Ah, esto tiene una connotación, tiene un contexto. Entonces, el tema es que tú tienes que comunicar siempre.

10: Percepción del pensamiento de la población sobre los noticieros que informan solo lo que les conviene

Javier Jara: Sí, sí. Estoy completamente de acuerdo con eso. Eso es innegable. Nadie podría decir lo contrario.

11: Prototipo de un buen periodista o comunicador de un medio de comunicación

Mira, las características son indistintas, con que seas una buena persona, con que mantengas un nivel de justicia en tus decisiones, de honradez en cada uno de los puntos que tomas como referencia informativa será suficiente, porque lo demás ya forma parte de un show. El periodista no tiene que ser parte de la noticia, tiene que saber estar detrás de la noticia para poder exponerla, no ser parte de ella para ser un actor mediático de la misma. Para mí, ser un buen periodista, es fundamentalmente tratar de ser la mejor persona que puedas, y si sabes que tu responsabilidad es informar con todo lo que ello supone, entonces ser responsable, es demás, ser una buena persona y ser responsable con lo que te ha tocado

vivir. Es como por ejemplo, un médico, tiene todas las herramientas para ser un médico, pero si se dedica a los abortos, entonces, puede ser un gran médico, pero es una mala persona porque dedica todo lo que él sabe y conoce a algo que es malo como esencia o como concepto. Entonces, para mí es eso.

12: Admiración por periodista o comunicador nacional

Javier Jara: Con el ejercicio he visto el trabajo de otras personas que me inspiran, me ayudan, que me orientan, no necesariamente porque me den un consejo sino que su propio trabajo inspira, como es el caso de Edmundo Cruz, de Paéz, del mismo Hildebrandt en su momento, del mismo Zileri, cuyo trabajo ha sido muy bueno siempre.

Entrevistadora: Carmen Veronika, Saca Coronado

Entrevistado: Javier Castro Cruz

Cargo del entrevistado: Conductor del Noticiero “El Mañanero” (Radio Kaliente)

Fecha: 7 noviembre del 2020

Lugar: Chiclayo

Formato de registro: Audio (Llamada telefónica)

01: Descripción coyuntural de la corrupción en el Perú

Javier Castro: Una vergüenza total porque la cabeza de un hogar siempre debe dar el ejemplo, la cabeza de una institución debe dar la imagen; puede ser que las ramas estén podridas pero no el tronco. En el gobierno este mes y el mes pasado han sido de una vergüenza; todos los peruanos sentimos vergüenza que del presidente de la república se

trasmítan audios que demuestran que la corrupción viene desde el más alto nivel en el país, por ello con pocas palabras puedo decir que asistimos a un momento muy triste y muy delicado en el país.

02: Conceptualización personal de la corrupción

Javier Castro: Es el encuentro de aquellas personas que no les importa el sentimiento del pueblo, no ven la necesidad del más humilde, siempre miran en su frivolidad y en su satisfacción propia antes que los demás. Bueno fuera que se diera en cuestiones de empresarios que con su dinero pueden lograr esta frivolidad pero no con dinero del Estado; dinero que solamente debería servir para satisfacer a la gente que más lo necesita, a la gente del pueblo, a la gente de a pie, a esa gente que por razones lamentables de la vida no tiene acceso a salud, a educación, a saneamiento básico, que por situaciones de la vida no lograron el triunfo que lograron los empresarios, los que sí lo tienen o los que llegaron a ejercer un cargo público. Lamentablemente esos recursos terminan metidos en ese volumen de corruptos que existen en el país y que se lo demuestran con hechos sentenciados y condenados, con pruebas irrefutables que lo único que hacen, reitero, es avergonzarnos frente a la coyuntura que estamos viviendo.

03: Perspectiva del rol que han jugado los medios de comunicación frente a la corrupción

Javier Castro: Cómplices y alcahuetes de esta situación, no hablo del cien por ciento, sino que hablo de una buena mayoría, de aquellos pulpos que recogen los presupuestos publicitarios del Estado y que se convierten en cómplices, en socios de esta gente que en cada participación política y especialmente en la elección de gobernantes se suman a esas mafias, las hacen ganar y bueno pues, todos a festinar. Así que para mí la

prensa lamentablemente, siendo yo periodista, siendo yo abogado, la prensa es una de las cómplices de lo que pasamos en este país, en este sistema que no tiene cuando cambiar.

04: Influencia de los medios de comunicación en lo social, político, económico y cultural en el país

Javier Castro: Su participación es fundamental, sin duda alguna, lamentablemente la gente peruana es muy sentimental, muy vehemente, lo que escucha lo cree, lo que escucha lo comenta, lo que escucha lo dice, lo hace suyo, lo hace partícipe; si alguien le dice que fulano de tal es un buen elemento lo termina aceptando, lo digiere como un sentimiento positivo y termina eligiendo como gobernante, he allí los resultados de lo que ya te estoy hablando.

05: Análisis sobre la objetividad de los medios de comunicación

Javier Castro: Forman parte de este festín, cierto, porque reitero, lo que ellos difunden el pueblo lo cree, porque lamentablemente, hoy en día los seres humanos somos tan pensantes, tan inteligentes, que sabemos dirigir campañas para que se favorezca el que paga y al que paga hay que decirle que está bien y; entonces la población nos cree, cree en los medios de comunicación, en general, se les creen lo que dicen; ya en algunos casos el pueblo se despierta, este es un porcentaje mínimo, se da cuenta lo que está pasando, pero realmente no todos logran descubrir lo que pasa.

06: Participación directa en el destape de casos de corrupción

Javier Castro: Por supuesto que sí, desde la época de Beto Torres, en que había una mujer todopoderosa, al estilo Eva que vivía en el paraíso y que fue ella la que nos ayudó a los medios de comunicación, a los que estuvimos detrás de buscar que se investigue, fuimos nosotros; yo te puedo decir con mucha satisfacción no me alegra el golpe o la

bofetada que me pudo dar en algún momento “la famosa jefa”, ex mujer de este señor Beto Torres por los cuestionamientos que era objeto esa gestión, esta señora acudió a cabina del medio que yo conduzco y me propinó una serie de golpes, obviamente a una mujer no se le puede responder y luego vendría lo de Cornejo Chinguel, ambos presos. Y tenga Usted la absoluta seguridad, y no es por desearle el mal a nadie, que ese alcalde está igual o peor que los anteriores, un gobierno regional que no lo digo yo, sino lo dice todo el mundo, lo dicen los medios, lo dice contraloría, también está podrido, hundido en la corrupción, caso “llantas falsas” y otras más. Hay de verdad que hablar del tema de la corrupción a nivel nacional, esto ya es de lo peor. Si Usted se da cuenta, Chiclayo, está peor que antes, basura, huecos, falta de seguridad, desorden, un caos.

07: Perspectiva de la aceptación de la población respecto a los medios de comunicación

Javier Castro: Bueno es un porcentaje mínimo, es cierto, es un porcentaje mínimo porque también hay acá medios de comunicación que se presan a eso, y eso lo vemos, lo escuchamos y lo leemos. Claro, aquí hay diferente, el 80 o 70 por ciento de los medios de comunicación, o dos cosas, o no se sometieron a la plata de las autoridades corruptas o simplemente no les quieren pagar, ni los consideran como tal, pero otros medios allí están dándole a favor y las redes que forman parte importante hoy en día a nivel mundial.

08: Dificultades para hacer noticias investigativas de corrupción

Javier Castro: A ver, la falta de financiamiento publicitario del gobierno, de las empresas nacionales, la monopolización de la publicidad en Lima genera que los medios locales, provincianos, “se conviertan en medios débiles, pobres”, en medios con mínimo financiamiento para poder producir noticias, a falta de dinero la corrupción avanza, por qué, porque una billetera llena interesa más a un medio de comunicación que someterse al

fiel cumplimiento de la verdad; y entonces, la plata se compra a quienes tienen esta responsabilidad de llevar buena información, sino pues fíjate en los titulares de las portadas de algunos medios, que “hay veces que la cosa es negra, la ponen blanca”; entonces la dificultad que tienen los medios de comunicación de informar la verdad y en el poder ser transparente en este país y aquí en nuestro Chiclayo, es eso, la falta de un presupuesto.

09: Recepción de amenazas o sobornos para ocultar información fidedigna

Javier Castro: Señorita yo he estado a punto de ir a la cárcel un montón de veces, y he recibido al menos unas cincuenta denuncias, querellas por difamación, de ellas, al menos cinco me condenaron, a bajar la cabeza, a meter la cabeza como la tortuga y no decirles nada a determinadas autoridades, cierto, pero en buena hora se logró superar esta situación, y pa'delante, soy testimonio vivo de lo que significa la corrupción de las denuncias, de la forma como te cierran el escenario para que no puedas seguir adelante, entonces yo le puedo decir con mucha humildad.... y un poco pidiendo disculpas por el yo-ismo, pero yo le puedo decir que he sufrido en carne propia esa falta de posibilidades de poder enfrentar a grandes. Una vez un buen congresista lambayecano me digo, si bien es cierto el periodismo es el cuarto poder del Estado, pero frente a un poder hay otro poder más grande que te puede doblegar, nada más.

10: Percepción del pensamiento de la población sobre los noticieros que informan solo lo que les conviene

Javier Castro: Bueno hay que justificar a la población porque los medios de comunicación que son creíbles son pocos, son pocos y esa corrupción, lamentablemente, ha hecho que la población no solamente pierda la credibilidad en las autoridades sino que pierda la credibilidad también en los medios de comunicación, el pueblo ya no cree en nadie, solamente cree en su bolsillo. Y también, a veces el pueblo se condena solo y sabe

por qué, porque el mismísimo pueblo, el mismísimo pueblo se somete a las dádivas de los políticos, también por la miseria que pasamos, pues. Así es.

11: Prototipo de un buen periodista o comunicador de un medio de comunicación

Javier Castro: Bueno, por ética, yo me reservo el poder responderte esa pregunta.

12: Admiración por periodista o comunicador nacional

Javier Castro: Bueno, tal vez uno sigue los ejemplos, y...., y sigue algunos parangones, una imitación de lejos de alguien, para mí en el país, Cesar Hildebrandt. Sabe por qué, porque en todos los gobiernos hasta donde yo lo he observado, yo lo he escuchado, casi siempre mantiene una posición, y mantiene una posición firme, así tenga que dar cara al gobierno y al máximo representante lo hace y sabe por qué, porque ha logrado ubicarse en lugar que a ese señor tiene que contratarle la publicidad tibios y troyanos, gobierno y no gobierno, y sabe por qué, porque vende, y porque vende con un medio de comunicación que lo ubican con su sinceridad y con su lealtad al pueblo y especialmente a quien se le cree.

Entrevistadora: Malva Marina Gutiérrez Barón

Entrevistado: Ruperto Arroyo Coico

Cargo del entrevistado: Conductor de Noticiero (RPP Noticias)

Fecha: 12 de diciembre del 2020

Lugar: Chiclayo

Formato de registro: Audio (Llamada telefónica)

01: Descripción coyuntural de la corrupción en el Perú

Ruperto Arroyo: En uno de los problemas más graves que mina la democracia y el respeto a las instituciones tutelares del Estado Peruano. Al existir este escenario difícil se traslada a la pérdida de confianza generalizada de la ciudadanía que termina indecisa frente a los procesos que deberían impulsar a participar. Todo se convierte en una gran incertidumbre, en no saber cómo se puede avanzar con firmeza hacia objetivos comunes.

02: Conceptualización personal de la corrupción

Ruperto Arroyo: Es aprovechamiento de recursos públicos o privados, posiciones de poder en beneficio personal. Es importante precisar que se pasa en el sector público o privado, lo que dejar secuelas dañinas a todo nivel.

03: Perspectiva del rol que han jugado los medios de comunicación frente a la corrupción

Ruperto Arroyo: Los medios lo que hacen es cumplir su rol y función, informar todo lo que pasa y en esa realidad encontramos los hechos de corrupción en todas las esferas estatales y hasta en instituciones de la sociedad civil, como los colegios profesionales, empresas de participación colectivo privadas, cooperativas, etc.

04: Influencia de los medios de comunicación en lo social, político, económico y cultural en el país

Ruperto Arroyo: La influencia que merecen es que a partir de la denuncia pública se hacen visibles los protagonistas del hecho denunciado y es quizá el juicio público el que genera sensación inmediata entre los ciudadanos. Y a partir de allí, surge la posibilidad de enrostrarlo a las instituciones que deben administrar justicia para que motiven responsabilidades y condenas ejemplares.

05: Análisis sobre la objetividad de los medios de comunicación

Ruperto Arroyo: Porque cuentan con periodistas profesionales que conocen sus dimensiones en la labor que cumplen, a nivel técnico, ético y social. Bajo esa lógica es que se debe responder a la ciudadanía en su derecho a estar mejor informada cada día.

06: Participación directa en el destape de casos de corrupción

Ruperto Arroyo: Los destapes se gestionan por intermedio de las fuentes y siendo el caso un medio radial donde trabajo, sin duda han existido muchos hechos que hemos informado y han evolucionado como tales. Desde denuncias por presunta corrupción municipal, militar, tráfico de influencias, nepotismo, entre otros.

07: Perspectiva de la aceptación de la población respecto a los medios de comunicación

Ruperto Arroyo: Sí, la ciudadanía confía en los medios porque responden a sus expectativas de ser escuchados y atendidos, en llevar a la esfera pública los temas que le interesan y hasta canalizar alguna solución viable.

08: Dificultades para hacer noticias investigativas de corrupción

Ruperto Arroyo: Quizá algunas pueden estar en el poco conocimiento del funcionamiento del Estado en todas sus dimensiones descentralizadas. También el oscurantismo en que deciden trabajar algunas autoridades que solo se limitan a cumplir ciertos aspectos de la Ley de transparencia y acceso a la información pública, por citar algunas.

09: Recepción de amenazas o sobornos para ocultar información fidedigna

Ruperto Arroyo: Sí, cuando era gobierno municipal provincial el ahora preso exalcalde Roberto Torres a través de un funcionario intentaron pagar dinero para retirarme del espacio donde trabajaba en conducción de un informativo. Afortunadamente el medio me respaldó y seguí con mi labor de informar y con más ganas porque sabía que íbamos en lo correcto.

10: Percepción del pensamiento de la población sobre los noticieros que informan solo lo que les conviene

Ruperto Arroyo: La ciudadanía es libre de pensar y creer lo que desee, pero mientras quienes trabajamos en informar cumplamos a cabalidad nuestro rol, no tendremos de qué preocuparnos, pues el obtener su audiencia es cómo dar un examen cada día.

11: Prototipo de un buen periodista o comunicador de un medio de comunicación

Ruperto Arroyo: Entre otras características, diremos que ser sensible a los aspectos sociales, poseer humildad para ir en busca de las fuentes y cotejar la información que se recoge a diario, poseer también habilidad tecnológica, pues hoy es muy necesario para su desempeño el manejo de nuevas herramientas para procesar información en diferentes formatos.

12: Admiración por periodista o comunicador nacional

Ruperto Arroyo: A César Hildebrandt Pérez Trevino.

Entrevistadora: Carmen Veronika Saca Coronado

Entrevistado: César Rodríguez Valderrama

Cargo del entrevistado: Conductor del Noticiero “Fuego Noticias” (Radio Fuego)

Fecha: 2 de diciembre del 2020

Lugar: Chiclayo

Formato de registro: Audio (Llamada telefónica)

01: Descripción coyuntural de la corrupción en el Perú

César Rodríguez: En un país líder en el tema de corrupción, en un país con un congreso demasiado complaciente, donde priman muchos intereses de grupos de poder económico más allá de los intereses de la misma población y donde se ha podido notar tomando como ejemplo el tema de la vacancia que a veces las presiones del mismo parlamento son presiones de bancadas que buscan fundamentalmente negociar con el ejecutivo y eso ha quedado demostrado. La política lamentablemente en este momento en el gobierno es eso, una especie de negociación de intereses básicamente y sería investigación.

02: Conceptualización personal de la corrupción

César Rodríguez: La corrupción es un mal, pero no es un tema del gobierno sino de los humanos, siempre ha habido corrupción, desde Simón Bolívar ya había penalidad para el tema de los corruptos, esto se ha dado siempre. La cuestión está en cuan preparado está el gobierno para poder reforzar a las instituciones y este mal mitigarlo a la mínima expresión. Difícilmente va desaparecer, lamentablemente puedes ver como un ejemplo claro que a veces en un colegio hay un alumno de repente 15 o 16 años de edad que es

capaz de darle 20 soles a un profesor para que lo apruebe en matemática, entonces ese tema ya es un tema de corrupción, no es gobierno, no es un alcalde, no es un congresista, no es el presidente, es el alumno de un pueblo joven pero es un alumno ya corrupto, que si mañana va enfrentar alguna responsabilidad seguramente tendrá también alguna caída en la corrupción, entonces el tema está en cómo reforzar las instituciones para que la corrupción pueda ser controlada, difícilmente se va exterminar pero hay que trabajar para poder controlar.

03: Perspectiva del rol que han jugado los medios de comunicación frente a la corrupción

César Rodríguez: Los medios de comunicación lamentablemente juegan un papel de parcialización, la gran mayoría de ellos; es un tema de interés donde algunos están del lado de una parte y otros medios del lado de la otra parte, eso es algo que se ha podido ver siempre desde la época de Fujimori. En esa época tú sabes que se creó “El Chino”, se creó “El Ajá”, se creó “El Trome”, se creó “La Chuchi”, ósea se han creado medios de comunicación que han sido alas de los gobiernos de turno como el de Alberto Fujimori, y lamentablemente hasta el día de hoy los medios de comunicación se parcializan y cuando no te parcializas, cuando te mantienes al centro y marcas una postura relacionada al tema de la defensa e interés de la misma colectividad, es donde en el caso de nosotros, vienen las cartas notariales, las denuncias, querellas y todo tipo de situaciones. Entonces, los medios juegan un papel importante porque ellos informan o desinforman y lamentablemente en esta pandemia y en esta crisis política, la mayoría se ha dedicado a desinformar.

04: Influencia de los medios de comunicación en lo social, político, económico y cultural en el país

César Rodríguez: Los medios de comunicación tienen gran influencia, muchísima influencia, el detalle está en que tenemos que ver a que le denominamos ahora medio de comunicación; antes el medio de comunicación era la radio, la televisión y el periódico, donde tú que eres periodista, yo que soy periodista, tenemos la posibilidad de verter una información, pero ahora cualquiera puede informar, cualquiera puede opinar; antes los periodistas controlaban la línea telefónica y no dejaban que ingrese una llamada en contra de lo que ellos decían o del político que los amparaba, pero ahora yo puedo crear mi cuenta de Facebook, hacer mis transmisiones en vivo y lanzar las opiniones que yo desee, entonces, hay ahora influencia de los medios de comunicación como las redes sociales, de Facebook, de WhatsApp, de ese tipo de medios de comunicación.

05: Análisis sobre la objetividad de los medios de comunicación

César Rodríguez: Los medios de comunicación, hay que reconocer, muchos no son responsables ni positivos, muchos medios de comunicación obedecen a intereses; un caso, el Grupo El Comercio, quién maneja el Grupo El Comercio, Graña y Montero que es una empresa co-asociada con Odebrecht; que transparencia podemos esperar de una empresa periodística que está vinculada en inversión a otra que tiene una vinculación a Odebrecht. No puedes esperar ninguna información positiva. Te pongo un ejemplo, el diario La Industria en Chiclayo, hace unos días se ha denunciado que el hijo de la gerente regional, Mary Castro Grosso, por ejemplo, es socio de una empresa AC&A y esta empresa de la que el hijo de la gerente es socio ha ganado una obra de más de dos millones y medio en el gobierno regional. El diario La Industria en lugar de exigirle a la fiscalía que tome acciones le da cobertura al presidente Lozano y le permite hacer durante tres días seguidos una

especie de lavada de cara y no informó absolutamente nada. Así, lamentablemente se maneja muchas veces muchos medios de comunicación, no todos, pero muchos lamentablemente están en esa situación.

06: Participación directa en el destape de casos de corrupción

César Rodríguez: Por supuesto que sí, hace dos meses si no me equivoco, nosotros presentamos unas facturas del alcalde de Monsefú, Manuel Pisfil Niño, alcalde del APRA. Este alcalde hizo que una empresa denominada EMPO S.A. facturara a la municipalidad el servicio de engrase, mantenimiento y lavado de su camioneta personal y además lanzamos unos audios del mismo representante de la empresa que confirmaba que el alcalde de Monsefú, Manuel Pisfil era dueño de dos volquetes que estaban a nombre de un tercero que es el chofer de la municipalidad, contratado por locación para que estos volquetes sean alquilados por la comuna para el recojo de la basura. Esto está en investigación en este momento en el Ministerio Público, ya está en investigación preparatoria, la semana pasada ya han llamado virtualmente al alcalde, al chofer, al gerente municipal; y eso originó que la fiscalía anticorrupción y policía anticorrupción llegaran a la municipalidad luego de nuestra denuncia y hagan una intervención, la municipalidad la intervinieron, sacaron toda la documentación y está en este momento en investigación en la fiscalía.

07: Perspectiva de la aceptación de la población respecto a los medios de comunicación

César Rodríguez: Sí, hay medios; en el caso de los medios de comunicación locales si hay aceptación, por el hecho de que lo que la gente desea es ser escuchada. A veces los periodistas cometemos el error de querer ser nosotros la voz de la gente, cuando en realidad somos un nexo entre las personas y los gobernantes. Nosotros por ejemplo, tenemos muy buena aceptación por el hecho de que abrimos línea, escuchamos a las

personas, lanzamos una información, hacemos una denuncia, pero permitimos que la gente también manifieste su punto de vista. Yo creo que es importante eso.

08: Dificultades para hacer noticias investigativas de corrupción

César Rodríguez: En nuestro caso no, porque la verdad las mismas fuentes, la misma autoridad, te pongo un ejemplo, en la municipalidad vamos a poner, Pacora, el contacto para la información puede ser el regidor de minoría o de oposición, de hecho que tienes que pedir la información a la municipalidad, la facilita a los medios de comunicación. Puede ser que de repente haya alguna limitación en el desplazamiento. Algunos medios pueden tener limitación económica, pero en el caso nuestro, para temas de investigación, la verdad no, no. Estamos en una época de tecnología, de whatsapp, de netflix, es más bien un poco más sencillo acceder a información, portal de transparencia, yo creo que ahora es más fácil más bien. El tema está en tener voluntad y no estar comprometido con intereses que no son los de la gente.

09: Recepción de amenazas o sobornos para ocultar información fidedigna

César Rodríguez: Intento de soborno sí, cuatro veces, amenazas todos los días, hasta ahorita. Que me ha pasado, me han pinchado las llantas de mi auto, le han puesto una molotov a mi camioneta, notas de amenaza en la puerta de tu casa, fotos de tus hijos saliendo del colegio como dando a entender que te están haciendo seguimiento y temas por el estilo. Siempre pasan, a la mayoría no, pero a los que somos digamos un poquito más incisivos, pero si son cosas que se dan. El tema de la amenaza, te diré, es un tema casi de todos los días, no es de vez en cuando, eso es siempre, siempre te van a amenazar. Es algo con lo que tienes que aprender a lidiar. Nunca se va a perder.

10: Percepción del pensamiento de la población sobre los noticieros que informan solo lo que les conviene

César Rodríguez: Bueno, es que en realidad hay medios que informan lo que les conviene. Como te decía hay muchos intereses y los periodistas que tenemos más problemas son los que no estamos en esa línea, pero hay medios que sí. Lima es una gran muestra de eso. Mira a Roxana Cueva y Sol Carreño, por ejemplo. Y te vas a dar cuenta que Sol Carreño obedece a un montón de intereses, es una gran diferencia. Mira a Jaime Chinchay y mira a Philip Butters y te vas a dar cuenta que Chinchay tiene un montón de intereses y no Butters. Aquí hay situación, tienes que marcar una gran diferencia, el periodista es una y la otra es el empresario de la comunicación. Tu puedes tener mucha vocación, el detalle es, cuales con los niveles de compromiso que tienen los dueños de los medios de comunicación, que no son periodistas, pero siendo los dueños, dirigen la línea del periodismo. Sin ser periodistas. Yo soy constructor, pero tengo mi radio y tú eres mi periodista.

11: Prototipo de un buen periodista o comunicador de un medio de comunicación

César Rodríguez: Yo creo que la característica principal para ser un buen periodista es la valentía. Si tú no tienes valentía y no tienes compromiso con tu población no puedes ser un buen periodista, porque si no hay valentía, mañana cualquiera te asusta y te callas. Y si no hay compromiso con tu población y con los intereses de tu gente que te escucha, mañana viene alguien, te da 2 mil soles y te callas. Entonces, tienes que ser un tipo comprometido con lo que haces y tienes que ser una persona valiente.

12: Admiración por periodista o comunicador nacional

César Rodríguez. Para mí, Hildebrandt y Butters no hay más te diría yo y; en mujeres, Roxana Cueva hasta que la boten de Panorama, porque cualquier día la sacan.

Admiro mucho a Philip Butters, me parece un tipo interesante, directo, de lenguaje sencillo y que no ha tenido problema en irse de los medios de comunicación donde le han planteado un direccionamiento y ha terminado en su propio medio. Es la mejor muestra, no me quieren acá, no me quieren allá, me voy y hago lo mío.

3.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.3.1. Discusión de resultados de encuesta

Según los resultados obtenidos en materia del sexo de la población encuestada más del 50% fue hombres en un rango de edad 26 a 45 años (población joven – adulta), ostentando cargos de director, conductor y productor.

De acuerdo a los primeros ítems; el personal encuestado indica que el tiempo de difusión de la información que se tiene de primera mano (fidedigna) es emitida siempre y a veces con rapidez (44.4%); de la misma forma que el tipo de información emitida es 100% objetiva. Señalamos que este porcentaje según los encuestados varía por los intereses que se juega en difundir o mantener la información; como filtrar y corroborar la información para su emisión.

En el caso del nivel de cobertura que se le brinda a un caso de corrupción, el porcentaje mayor (66.7%) del personal encuestado indica que se da la cobertura en un nivel alto; así mismo, el medio de comunicación donde labora el personal encuestado siempre (55.6%) hace investigación y seguimientos a casos de corrupción. Se señala de acuerdo a los porcentajes mencionados, que la mayoría indica que los medios de comunicación donde laboran se caracterizan por brindar mayores coberturas a casos de corrupción y ser un ente constante de fiscalización en este tipo de casos.

En cuanto a si habido destapes de corrupción por el propio medio donde laboran, la tendencia se ubicó en un 66.7% que “a veces”; en esa línea, el personal expresa en su mayoría (55.6%) que siempre encuentran dificultades para hacer periodismo de investigación. Se hace una mención según los porcentajes encontrados que el personal expresa que para los casos de Chiclayo, han participado en los casos famosos como “Los Limpios de la Corrupción” entre otros; así como que para el desarrollo de periodismo investigativo existen muchos limitantes, debido al juego de poder que se encuentran sobre todo en las instituciones públicas.

Para el caso si han recibido amenazas por la difusión de información y material de interés público, la mayoría (55.6%) indica que siempre; en esa misma línea, se les preguntó si habido intento de soborno para ocultar información relevante, 44.4% indica que a veces y un 33.3% que siempre. La particularidad de este porcentaje mostrado es que la mayoría manifiesta que constantemente vienen siendo amenazados y amedrentados, en el sentido de intentar callarlos mediante sobornos, tanto para ocultar como para emitir información (campañas políticas).

De acuerdo a los ítems si participan y se les brinda un espacio en las intervenciones que realiza el sistema de justicia en temas de corrupción; la mayoría (66.7%) indica que no participan; esto debido a que según Ley no está permitido que un periodista sea parte de una intervención u allanamiento; en otros casos lo que hacen es buscar fuentes alternas (policía) con informes finales.

Los resultados expuestos se relacionan con la Teoría del Framing de Gregory Bateson orientada hacia la construcción social de una realidad. El sentido de interacción o intercambio comunicativo se desarrolla bajo el concepto del análisis mediático en que

explica la interpretación de los mensajes que emiten los medios de comunicación y como los ciudadanos los atienden o ignoran.

En otros ítems, se le consultó a los encuestados sobre si las noticias que emite su medio genera conciencia crítica en la población, del cual 77.8% indicó que siempre; a ello manifestaron que la visión de la población en estos momentos está más despierta, es más consciente y es autocrítica a lo que pasa con el país, por ello el 100% expresó que la sociedad civil constantemente está llamando y denunciando en la radio procesos irregularidades de sus autoridades.

En el ítem, si los medios de comunicación influyen directamente en la lucha contra la corrupción el personal ha manifestado en un 66.7% que si influye; este porcentaje según lo manifiestan es que son gracias a los medios de comunicación que los casos de corrupción toman relevancia en los poderes del Estado, ya que se mediatizan y por lo tanto la población está atenta y hace presión para que no se dejen de lado, un ejemplo claro son las manifestaciones y marchas contra la corrupción.

Por último en los ítems sobre quién es el que corrompe (funcionario público o ente privado), en ambos casos la respuesta del personal (88.9%) es que “a veces” el empresariado corrompe y en otros casos es el funcionario público.

Para Robert Merthson con su Teoría de la Anomia, señala que existe un desorden estructural donde están incluidas instituciones públicas y privadas que inducen a una acción coercitiva a las personas integrándolas a conductas de rebeldía, debido a la disconformidad que tienen con ciertas reglas del medio de comunicación que genera un clima adverso en la sociedad.

3.3.2. Discusión de resultados entrevistas

❖ Descripción coyuntural de la corrupción en el Perú

De acuerdo a la pregunta como describirían coyunturalmente la corrupción en el Perú, los periodistas señalan que en nuestro país la corrupción ha pasado a institucionalizarse y hacer notablemente el pan de cada día de la política peruana, además de recalcar que existe una ausencia en el liderazgo de quienes gobiernan el país, que ha dado como consecuencia la generación de una democracia débil y el dominio de los grupos de poderes económicos que maneja a diestra y siniestra los destinos nacionales.

❖ Conceptualización personal de la corrupción

De acuerdo a como conceptualizan la corrupción desde su perspectiva, infieren que es una acción de hacer lo indebido en el momento y el lugar menos previsto, dañando la institucionalidad del país; así como que son aquellas personas que no les importa el sentimiento del pueblo, prevén solo por la frivolidad y en su satisfacción personal antes que los demás; la corrupción es un mal, pero no es un tema del gobierno sino de los humanos. Esto para Robert Merton en la Teoría de la Anomia, la corrupción vendría hacer la “desviación”, que se contraponen en las falencias y debilidades que se encuentran en las normas.

❖ Perspectiva del rol que ha jugado los medios de comunicación frente a la corrupción

En la pregunta sobre el rol de los medios de comunicación frente a la corrupción, infieren que los medios lo que hacen es cumplir su rol y función, informar todo lo que pasa y en esa realidad indican desde que se convirtieron en empresas y dejaron su esencia informativa se dedicaron a emitir lo que “vende”,

que en gran parte son cómplices y alcahuetes de los gobiernos de turno (en su mayoría); ejemplifican casos como la creación de los diarios “El Chino”, “El Ajá”, “El Trome”, “La Chuchi” como medios creados para ser el soporte y alas de los gobiernos de turno como el de Alberto Fujimori. Esto contrastando con la teoría del “Framing”, tiene que ver mucho con la relevancia y énfasis que se le pone a las noticias, la selección de información de lo que se quiere vender y en otro caso minimizar, para cubrir ciertos intereses.

❖ Influencia de los medios de comunicación en lo social, político, económico y cultural en el país

En la pregunta sobre la influencia en el aspecto social, político, económico y cultural del país, infieren que existe influencia directa; sin embargo la concepción de los reales medios de comunicación se han tergiversado debido a que muchos (redes) generan difusión de información no correcta (infodemía). La influencia que merecen es que a partir de la denuncia pública se hacen visibles, donde los protagonistas del hecho denunciado sienten el repudio de la población y es quizá el juicio público el que genera sensación inmediata entre los ciudadanos. A partir de allí, los medios generan un ambiente influyente en los diferentes aspectos del país, es como el fiscalizador de todas las instituciones del país. La Teoría del Framing explica justamente como a partir de los medios de comunicación genera e influye directamente en el comportamiento social, le crea una visión y una conducta determinada a la población, dígame por intermedio de los comerciales, los medios de comunicación van imponiendo un determinado modo y formas de comportarse en un área determinada.

❖ Análisis sobre la objetividad de los medios de comunicación

De acuerdo a las respuestas sobre la objetividad que tienen los medios de comunicación; indican los periodistas que la objetividad no existe en el periodismo, porque la persona es subjetiva, y el valor de su percepción y emisión de la información está condicionado a intereses internos, algo como “el que paga y al que paga hay que decirle que está bien y; entonces la población nos cree”. En otros casos la respuesta es que sí hay periodistas objetivos porque conocen sus dimensiones en la labor que cumplen, a nivel técnico, ético y social. Sin embargo, la mayoría concluye que los medios responden a intereses de poderes y a intereses particulares como el Grupo El Comercio, quien maneja el Grupo Graña y Montero que es una empresa co-asociada con Odebrecht. Partiendo de lo que dice el “Framing” los medios de comunicación carecen de objetividad, esto sabiendo que al incluir o excluir información a la hora de su emisión, se está subjetivando la decisión de emitir o no cierta información, ya sea por diferentes intereses.

❖ Participación directa en el destape de casos de corrupción

Respecto a si han sido parte de destapes de corrupción, los 4 infieren que sí, en casos locales como por ejemplo, el caso Beto Torres y Baguazo. Así como uno indica que su medio presentó pruebas contundentes de corrupción contra el alcalde de Monsefú, Manuel Pisfil Niño, alcalde del APRA.

❖ Perspectiva de la aceptación de la población respecto a los medios de comunicación

De acuerdo a la pregunta sobre la aceptación que tienen los medios de comunicación por la población, aluden que debido a los fake news en las redes sociales, la población se crea un concepto negativo de los medios; sin embargo,

para el caso de la aceptación de los medios donde laboran expresan que si sienten que la población se identifica con ellos, puesto que atienden a sus llamados, por medio de las denuncias radiales. Según el Framing, la perspectiva va de acuerdo a lo que emite el medio, esto debido a que la población atiende cierto sector informativo, así como rechaza a otros (empatía de sintonía).

❖ Dificultades para hacer noticias investigativas de corrupción

Respecto a la pregunta si tienen dificultades para hacer noticias de investigación, la mayor parte concluye que sí, debido a la centralización del trabajo de investigación, vale decir que los medios de comunicación de emisión nacional donde trabajan, creen más en sus trabajadores de Lima que en los locales para hacer información investigativa; sumado a que muchos medios no ven rentable invertir en ello, puesto que lleva más de 6 meses hacer ese tipo de noticias y no tener primicias no genera audiencia. Para el Framing esta dificultad de hacer noticias de investigación, tiene que ver con la equivalencia del mensaje que vende y no vende, si una noticia de investigación que dura más de medio año para poder emitirla no genera valor en la audiencia, los medios optan por invertir en información a corto plazo, que sea fácil de publicar y fácil de captar la atención del oyente.

❖ Recepción de amenazas o sobornos para ocultar información fidedigna

En cuanto han si han recibido amenazas o sobornos para ocultar información, todos concluyen que sí, en su momento han sido querellados, denunciados y hasta pagar a los dueños de las radios para retirarlos de sus programas, así como pagarles para que oculten información.

❖ Percepción del pensamiento de la población sobre los noticieros que informan solo lo que les conviene

Respecto a la pregunta si los medios de comunicación emiten información de conveniencia, expresa que sí, puesto que la mayoría trabaja muchas veces con personas ligadas a los gobiernos en todos sus niveles, sin embargo, va a depender cuan independientes sean los periodistas en sus posiciones, considerando que mantener una audiencia que confíe en sus noticias es una prueba del día a día. McCombs entendía al Framing como “la selección de un número restringido de atributos temáticamente relacionados para su inclusión en la agenda (orden del día) de los medios de comunicación cuando se discute un asunto particular” (McCombs, 1997, p. 6, citado por Sabrina, 2013)

❖ Prototipo de un buen periodista o comunicador de un medio de comunicación

Según las características un buen periodista como debería ser, la mayoría infiere que tiene que ser imparcial y honesto, en no dejarse seducir por el dinero y ser valiente para enfrentar los retos y obstáculos que le pone un medio de comunicación.

❖ Admiración por periodista o comunicador nacional

Los periodistas indican en su mayoría que sienten admiración por Hildebrandt, Butters, Edmundo Cruz, Zileri.

CAPITULO IV. CONCLUSIONES

1. Se determinó que los medios de comunicación sí influyen directamente en la lucha contra la corrupción, evidenciándose en la rapidez de la emisión de la noticia, así como la objetividad y veracidad, y el alto nivel de cobertura y seguimiento que le brindan a un caso de corrupción; sumado a que los medios radiales han sido participe de grandes destapes de corrupción en gobiernos a nivel local, y consecuentemente vienen generando conciencia crítica en la sociedad civil, muestra de ello es que la población denuncia casos de corrupción en los medios radiales.
2. La función informativa, crítica y fiscalizadora en los medios radiales se evidencia en la constante difusión y emisión de casos de corrupción en los diferentes niveles de gobierno, así como la crítica contundente de los conductores de radio hacia los funcionarios y parte del empresariado que gira en torno a la esfera de lo irregular; y la indagación, seguimiento y fiscalización por parte de sus equipos de producción en busca de información de interés público y de suma relevancia.
3. Los medios identificados con mayor influencia, de acuerdo a la sintonía (CPI) de la provincia de Chiclayo fueron: Radio Programas del Perú, Radio Exitosa, Radio Fuego y Radio Kaliente.
4. El rol social que han asumido los periodistas de las radios que han sido objeto de estudio, es importante, dado que vienen desarrollando un periodismo serio en cuanto a la emisión de información veraz de casos de corrupción, siendo en muchos aspectos de su desempeño profesional valientes por todas las trabas, amenazas y denuncias que reciben cada día.

CAPITULO V. RECOMENDACIONES

1. Es importante reconocer la labor que hacen los medios de comunicación serios, la ciudadanía tiene que ser un aliado de ellos, colaborar e informarse para hacerles llegar las denuncias; el problema de la corrupción atañe a todo tipo de instituciones y es importante que para su erradicación se sumen los actores claves, como el sistema de justicia, sociedad civil y medios de comunicación.
2. Ha quedado demostrado que para hacer periodismo de investigación requiere de mucha inversión económica y tiempo, a la misma vez, de descentralizar las unidades de investigación de cada medio de comunicación; por ello se recomienda que los medios de comunicación estudiados (RPP, Exitosa, Fuego y Kaliente) prevean de logística y presupuesto económico para sus oficinas de provincia, y así poder seguir contribuyendo a generar contenido que beneficie al pueblo peruano.

BIBLIOGRAFÍA REFERENCIADA.

- Aquino, E. (2018). *Reglas de política criminal para combatir la corrupción pública del Perú*. USAT. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1252/1/TL_AquinoVizaEdward.pdf. pdf
- Becerra, G., & Arreyes, V. (2013). *Los medios de comunicación de masas y las noticias como objeto de estudio de la sociología en la perspectiva del constructivismo operativo de Niklas Luhmann*. Facultad de Ciencias Sociales - Chile. Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3112/311226876005.pdf>
- Blondet, C. (2013). *Reseña del libro, historia de la corrupción en el Perú, de Alfonso Quiroz*. IEP. Obtenido de https://argumentos-historico.iep.org.pe/wp-content/uploads/2014/04/blondet_mayo2013.pdf
- Carbajo, F. (2011). *Corrupción en el sector privado: la corrupción privada y el derecho privado patrimonial*. Universidad de Salamanca España. Obtenido de <file:///C:/Users/Laptop/Downloads/Dialnet-CorrupcionEnElSectorPrivadoI-5978945.pdf>
- Gili, J. (2014). *La corrupción: análisis de un concepto complejo*. Revista, Ideas y Mercados. Obtenido de https://www.eseade.edu.ar/wp-content/uploads/2016/08/gilli_riim61.pdf
- Gutierrez, B., Rodríguez, M., & Camino, M. (2010). *El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española*. Pontificia

- Universidad Javeriana. Signo y pensamiento. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>
- Gutierrez, E. (2018). *Corrupción pública: concepto y mediciones. Hacia el público compliance como herramienta de prevención de riesgos penales*. Scielo.
doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33992018000100104>
- Hidalgo, J., & Pérez, Á. (2016). *La influencia de los medios de comunicación en la percepción de las personas mayores*. Dialógica. Obtenido de
file:///C:/Users/Laptop/Downloads/Dialnet-LaInfluenciaDeLosMediosDeComunicacionEnLaPercepcio-6219292.pdf
- Huaman, J., & Valerio, E. (2018). *Perú 2007 - 2017: influencia económica de la corrupción en la gestión pública y como combatirla*. UNDAC. Obtenido de
http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/545/1/JESUS.HUAMAN_EDITH.VALERIO.pdf
- Huertas , O. (2010). *Anomia, normalidad y función del crimen desde la perspectiva de Robert Merton y su incidencia en la criminología*. Scielo. Obtenido de
<http://www.scielo.org.co/pdf/crim/v52n1/v52n1a10.pdf>
- Marín, J. (2017). *La representación mediática del escándalo de corrupción política en España (2009-2014) desde la Teoría del encuadre (Framing)*. [Tesis Universidad Católica San Antonio de Murcia] Repositorio institucional
<http://hdl.handle.net/10952/2528>.
- Miranzo, J. (2018). *Causas y efectos de la corrupción en las sociedades demoráticas*. Revista de la Escuela Jacobea de Postgrado. Obtenido de

<https://www.jacobeas.edu.mx/revista/numeros/numero14/1.Javier-Miranzo-Di%CC%81az-Causas-Efectos-Corrupcion-Sociedades-Democraticas.pdf>

Pizarro, D. (2013). *Periodismo de fiscalización. Estudio de caso: programa evo cumple - Bolivia cambia en tres periódicos paceños (la razón, página siete y cambio)*. Universidad Nacional de San Andrés, Bolivia. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/23277>

Sabrina, N. (2013). *Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación*. Universidad Nacional de Quilmes. Austral Comunicación. Obtenido de [file:///C:/Users/Laptop/Downloads/Dialnet-AntecedentesEFundamentosDaTeoriaDoFramingNaComunic-5652777%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Laptop/Downloads/Dialnet-AntecedentesEFundamentosDaTeoriaDoFramingNaComunic-5652777%20(2).pdf)

Shack, N., Pérez, J., & Portugal, L. (2020). *Cálculo del tamaño de la corrupción y la inconducta funcional en el Perú: Una aproximación exploratoria*. Contraloría General de la República. Obtenido de https://doc.contraloria.gob.pe/estudios-especiales/documento_trabajo/2020/Calculo_de_la_Corrupcion_en_el_Peru.pdf

Significados. (2020). *Significado de Medios de comunicación*. Obtenido de <https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>

Vera, M. (2013). *El periodismo de investigación frente a los hechos de corrupción en el Congreso. Caso Elsa Canchaya y Cecilia Anicama*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/336105/Tesis+original.pdf;jsessionid=BD792098CFF2F6BC4E2011200A8FBD15?sequence=1>

ANEXOS

ANEXO 1



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Malva Marina / Carmen Veronika Gutiérrez Barón / Saca Cor...
Título del ejercicio: TESIS
Título de la entrega: La influencia de los medios de comunicación en la lucha con...
Nombre del archivo: Informe.pdf
Tamaño del archivo: 345.9K
Total páginas: 66
Total de palabras: 17,081
Total de caracteres: 85,812
Fecha de entrega: 04-may-2021 11:07a.m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 1577867083

INTRODUCCIÓN

Los efectos constitucionales y políticos en el Perú han determinado una cultura progresiva respecto a la participación ciudadana y el fortalecimiento del rol de todas las instituciones públicas. El país es materia de desarrollo, se ha visto capaz de cubrir una gran variedad de necesidades que antes eran inalcanzables, en todos los frentes: en lo social, político, económico y cultural se ha avanzado por lo tanto, nos encontramos ante un estado sólido y positivo a la hora de abordar la problemática nacional. En la actualidad, el país tiene un papel decisivo en la lucha contra la corrupción, organizada en los diferentes niveles sociales del Perú. Uno de los momentos claves en esta campaña han sido los diferentes ataques recibidos contra la corrupción en el mismo Poder Judicial, buscando a defender los derechos y deberes de los ciudadanos y brindar la justicia social que todo Estado merece.

El rol político que tienen los medios de comunicación frente al gran problema histórico de la corrupción ha sido de vital importancia, puesto que gracias a ellos se pone en evidencia mediante medios difundidos por los mismos, los hechos delictivos que habita entre magistrados, líderes políticos, empresas privadas, etc.

La importancia del medio de comunicación periodístico cuando es íntegro, anhela a investigar el poder político que beneficia a la comunidad nacional. En una sentido, esta investigación se centra a reconocer los determinantes influyentes de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción.

Por ello se formula la siguiente pregunta del problema de investigación:

¿De qué manera influyen los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo?

Mg. Daniel Edgar
Alvarado León
Asesor

ANEXO 2

La influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo, año 2019

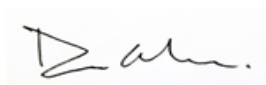
INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %	5 %	0 %	4 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	3 %
2	doc.contraloria.gob.pe Fuente de Internet	1 %
3	arriola2015.blogspot.com Fuente de Internet	1 %
4	www.seeci.net Fuente de Internet	<1 %
5	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1 %
6	Submitted to Universidad de Ciencias y Humanidades Trabajo del estudiante	<1 %
7	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
8	148.202.110.4 Fuente de Internet	<1 %

9	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
10	www.mipropioforo.com Fuente de Internet	<1 %
11	www.respondanet.com Fuente de Internet	<1 %
12	eprints.ucm.es Fuente de Internet	<1 %
13	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
14	opac.pucv.cl Fuente de Internet	<1 %
15	Submitted to Infile Trabajo del estudiante	<1 %
16	vanesabaerga.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	www.risti.xyz Fuente de Internet	<1 %



Mg. Daniel Edgar
Alvarado León
Asesor

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 15 words



ANEXO 3

UNIVERSIDAD NACIONAL “PEDRO RUIZ GALLO” DE LAMBAYEQUE

GUÍA DE ENCUESTA

Edad.....

Sexo.....

Ocupación.....

Lugar y fecha.....

Apellidos y nombres del encuestador.....

Instrucciones: Emplee un lápiz o bolígrafo de tinta negra para rellenar el cuestionario. Al hacerlo, piense en lo que sucede la mayoría de veces en su organización. Todas las preguntas tienen varias opciones de respuesta, elija la que mejor describa lo que piensa Ud. Solamente una opción.

Se le agradece su tiempo empleado.

1. ¿La información fidedigna que obtienen su medio de comunicación se emite con rapidez?
 - a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca

2. ¿La información que emite su medio de comunicación es objetiva?
 - a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
3. ¿Qué nivel de cobertura que se le brinda a un caso de corrupción?
 - a. Alto
 - b. Medio
 - c. Bajo
4. ¿Su medio de comunicación donde labora hace investigación y seguimiento directo de casos de corrupción?
 - a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
5. ¿Ha descubierto o ha realizado un destape de corrupción el medio de comunicación donde labora?
 - a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
6. ¿Encuentra limitaciones a la hora de hacer noticias de investigación directa en casos de corrupción?
 - a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
7. ¿Recibe amenazas el medio de comunicación donde labora, por la difusión de algunas noticias de interés público?
 - a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
8. ¿Lo han intentado sobornar para no emitir y ocultar una noticia de corrupción?
 - a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca

9. Las instituciones públicas, como la contraloría, fiscalía y el poder judicial que administran el control y la justicia del país, les brindan espacios en sus intervenciones (allanamientos, diligencias) sobre casos de corrupción para la proyección de sus noticias?
- a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
10. Considera que las noticias que emite su medio de comunicación genera conciencia crítica en la población, respecto a la corrupción?
- a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
11. Participa continuamente la sociedad civil difundiendo y denunciando actos de corrupción de la localidad dónde viven?
- a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
12. ¿Considera que los medios de comunicación influye mucho en la lucha contra la corrupción?
- a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
13. Considera Ud. ¿Qué la corrupción lo genera el empresariado?
- a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca
14. Considera Ud. ¿Qué es el funcionario público quién corrompe al empresariado?
- a. Siempre
 - b. A veces
 - c. Nunca



ANEXO 4

UNIVERSIDAD NACIONAL “PEDRO RUIZ GALLO” DE LAMBAYEQUE

GUÍA DE ENTREVISTA

NOMBRES Y APELLIDOS:.....
SEXO:..... **FECHA DE ENTREVISTA:**.....
LABOR:.....
NOMBRE..... **DEL**
ENTREVISTADOR:.....

Se la hace extenso el agradecimiento por permitir acceder a esta entrevista, así mismo los fines que direcciona tal trabajo son exclusivamente para contribuir a describir y analizar un problema que es de gran importancia para el país.

1. ¿Cómo describe Ud. al Perú en estos momentos frente a los casos de corrupción que han sido materia de discusión?

.....
.....
.....
.....

2. Para Ud. ¿Qué es la corrupción?

.....
.....
.....
.....

3. ¿Qué rol ha jugado los medios de comunicación frente al gran problema de la corrupción?

.....

.....

.....

4. ¿Cuál es la influencia que juegan los medios de comunicación tanto en lo social, político, económico y cultural en el país?

.....

.....

.....

.....

5. ¿Considera que los medios de comunicación son responsables y objetivos a la hora de emitir las noticias? ¿Por qué?

.....

.....

.....

.....

6. Para el caso de Chiclayo. ¿El medio de comunicación donde Ud. Labora ha sido participe de algún destape sobre hechos de corrupción o alguna noticia de gran importancia?

.....

.....

.....

.....

7. ¿Considera que la población se siente identificada con los medios de comunicación, es decir tienen aceptación? ¿Por qué?

.....

.....

.....

.....

8. ¿Cuáles son las dificultades que tienen los medios de comunicación a la hora de hacer noticia investigativa, vale decir, buscar casos de corrupción?

.....

.....

.....

.....

9. ¿Alguna vez ha sufrido amenazas o tipos de soborno por parte de funcionarios públicos o personas externas a ello, por ocultar noticias?

.....

.....

.....

.....

10. ¿Considera Ud. lo que piensa la población respecto a que los noticieros solo informan cosas que le conviene a algún sector?

.....

.....

.....

.....

11. ¿Cuáles deben ser las características de un buen periodista o comunicador de un medio periodístico?

.....

.....

.....

.....

12. ¿A qué periodista o comunicador admira Ud.? ¿Por qué?

.....

.....

.....

.....

ANEXO 5

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTO

La influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción: caso provincia de Chiclayo, 2019
--

Responsables:	Gutiérrez Barón, Malva Marina Saca Coronado, Carmen Veronika
---------------	---

Instrucción
Luego de analizar y cotejar el instrumento de investigación "Encuesta sobre los medios de comunicación y la lucha contra la corrupción" con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

NOTA	Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:			
1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy Aceptable

Criterio de Validez	Puntuación					Argumento	Observaciones y/o sugerencias
	1	2	3	4	5		
Validez de contenido				x			Mejorar redacción en los ítems señalados.
Validez de criterio Metodológico				x			Ubicar los ítems señalados de acuerdo a las dimensiones de las variables.
Validez de intención y objetividad de medición y observación					x		
Presentación y formalidad del instrumento					x		

Total Parcial				8	10
TOTAL				18	

Puntuación:

De 4 a 11: No válida, reformular

De 12 a 14: No válido, modificar

De 15 a 17: Valido, mejorar

De 18 a 20: Valido, aplicar

Apellidos y Nombres	Alvarado Castillo Wilder Angel	 FIG. WILDER ANGEL ALVARADO CASTILLO Nº COESPPE 154 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ
Especialidad	Licenciado en Estadística	
Grado Académico	Magister en Ciencias	
Mención	Informática y Sistemas	

ANEXO 6

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTO

La influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción: caso provincia de Chiclayo, 2019

Responsables:	Gutiérrez Barón, Malva Marina Saca Coronado, Carmen Veronika
---------------	---

Instrucción
Luego de analizar y cotejar el instrumento de investigación "Entrevista a locutores sobre la lucha contra la corrupción" con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

NOTA	Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:
1.-Muy poco	2.-Poco 3.-Regular 4.-Aceptable 5.-Muy Aceptable

Criterio de Validez	Puntuación					Argumento	Observaciones y/o sugerencias
	1	2	3	4	5		
Validez de contenido				x			Verificar la pertinencia de los ítems señalados.
Validez de criterio Metodológico					x		
Validez de intención y objetividad de medición y observación					x		
Presentación y formalidad del instrumento					x		

Total Parcial				4	15
TOTAL				19	


Puntuación:

De 4 a 11: No válida, reformular

De 12 a 14: No válido, modificar

De 15 a 17: Valido, mejorar

De 18 a 20: Valido, aplicar

Apellidos y Nombres	Alvarado Castillo Wilder Angel	 ING. WILDER ANGEL ALVARADO CASTILLO Nº COESPE 154 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ
Especialidad	Licenciado en Estadística	
Grado Académico	Magister en Ciencias	
Mención	Informática y Sistemas	

ANEXO 7

C.P.I. AUDIENCIA RADIAL DE EMISORAS EN PRINCIPALES CIUDADES



Periodo	201902
Ciudad	Chiclayo
Lugar de audiencia	Hogares/Fuera del Hogar
Bloques de días	Lunes a Sabado/Domingo
Horas	06-20H
Nivel	Alto - Medio/Bajo Superior - Bajo Inferior - Marginal
Grupo objetivo	Niños 5-10/HM 11-16/HM 17-25/HM 26-37/HM 38-50/HM 51+
Universo	623.50

Rnk	Emisora	Rating	Miles	06-07H	07-08H	08-09H	09-10H	10-11H	11-12H	12-13H	13-14H	14-15H	15-16H	16-17H	17-18H	18-19H	19-20H
0	AUDIENCIA PROMEDIO POR HORA	10.0	62.49	63.79	86.97	71.26	79.94	77.54	81.57	83.46	65.77	44.80	54.33	42.49	37.76	41.11	44.10
1	R.P.P. [FM/AM]	1.5	9.16	18.66	21.03	13.04	12.67	6.96	6.41	6.24	9.26	6.07	8.03	3.26	3.79	5.27	7.61
2	EXITOSA [FM]	1.1	6.69	9.33	8.10	4.69	11.44	7.70	6.53	12.07	8.23	3.86	5.11	6.00	4.17	3.50	2.90
3	LA KARIBEÑA [FM]	1.0	6.14	5.89	10.81	6.79	4.06	8.70	5.26	8.49	4.23	4.91	7.39	2.54	5.00	6.73	5.23
4	PANAMERICANA [FM]	0.6	3.78	2.23	3.94	4.93	3.40	5.16	4.23	5.60	3.73	2.50	3.40	2.63	1.66	4.70	4.83
5	ZONA 5 [FM]	0.5	3.31	2.07	3.60	1.59	2.66	6.61	6.30	5.81	4.83	3.27	1.43	2.31	2.49	1.89	1.46
6	LA INOLVIDABLE [FM]	0.5	3.29	3.91	2.16	4.69	2.76	3.70	4.80	3.84	3.16	2.53	4.24	1.83	2.01	2.66	3.77
7	LA KALLE [FM]	0.5	2.94	2.14	2.20	1.60	4.17	4.47	5.53	1.84	4.34	2.14	4.70	1.09	2.94	1.97	1.99
8	RITMO ROMANTICA [FM]	0.4	2.45	1.90	2.23	1.63	1.63	1.49	3.44	4.23	3.23	1.39	1.29	2.04	2.91	1.07	5.79
9	NUEVA Q [FM]	0.4	2.38	1.96	1.89	3.06	4.61	2.51	3.54	3.83	1.53	2.17	2.06	2.31	1.29	0.70	1.89
10	FELICIDAD [FM]	0.3	1.96	1.80	3.43	2.16	2.87	0.83	5.24	3.00	2.13	1.04	0.94	1.41	0.64	0.26	1.73
11	LA ZONA [FM]	0.3	1.95	1.29	2.43	1.26	1.69	2.37	1.97	2.60	4.41	1.11	1.67	0.96	2.21	3.27	0.00
12	ONDA CERO [FM]	0.3	1.92	0.07	1.59	1.67	3.74	2.30	1.44	5.54	2.13	0.76	2.19	1.53	1.30	1.73	0.89
13	NOVA [FM]	0.3	1.90	1.70	2.47	2.17	2.79	4.26	3.31	1.53	1.64	2.23	1.83	0.53	1.24	0.86	0.00
14	MODA [FM]	0.3	1.76	0.86	2.56	3.23	1.17	2.60	2.23	1.79	1.39	2.37	1.16	2.64	1.80	0.60	0.30
15	FUEGO [FM]	0.2	1.04	0.86	1.29	1.71	1.06	0.39	0.51	1.84	0.50	0.39	1.89	0.99	0.00	1.54	1.63
16	OXIGENO [FM]	0.2	0.94	0.09	0.46	1.69	1.07	0.60	0.97	1.89	1.54	0.89	1.21	0.93	0.93	0.59	0.34
17	CORAZON [FM]	0.1	0.80	1.20	1.37	2.10	2.01	0.04	0.04	0.07	0.03	0.26	0.81	2.43	0.34	0.41	0.09
18	STUDIO 92 [FM]	0.1	0.64	0.44	0.71	0.51	0.77	0.76	0.77	1.80	0.81	0.50	0.67	0.31	0.34	0.01	0.60
19	KALIENTE [FM]	0.1	0.44	0.30	1.86	0.13	0.26	0.54	0.40	1.63	0.34	0.00	0.09	0.60	0.00	0.00	0.00
20	OTRAS EMISORAS [FM]	1.2	7.42	7.10	10.99	11.89	12.49	11.64	14.66	8.13	6.94	5.04	3.03	5.33	1.74	2.13	2.84
21	OTRAS EMISORAS [AM]	0.1	0.56	0.00	1.37	0.00	1.37	2.40	2.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60	0.00	0.00
22	NO RECUERDA	0.2	1.01	0.00	0.50	0.74	1.26	1.51	1.83	1.69	1.37	1.37	1.20	0.81	0.34	1.23	0.23

Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C.

ANEXO 8

C.P.I. AUDIENCIA RADIAL DE EMISORAS EN PRINCIPALES CIUDADES



Periodo 201902
Ciudad Chiclayo
Lugar de audiencia Hogares/Fuera del Hogar
Bloques de días Lunes a Sabado/Domingo
Horas 06-20H
Nivel Alto - Medio/Bajo Superior - Bajo Inferior - Marginal
Grupo objetivo Niños 5-10/HM 11-16/HM 17-25/HM 26-37/HM 38-50/HM 51+
Universo 623.50

Rnk	Emisora	Rating	Miles	06-07H	07-08H	08-09H	09-10H	10-11H	11-12H	12-13H	13-14H	14-15H	15-16H	16-17H	17-18H	18-19H	19-20H
0	AUDIENCIA PROMEDIO POR HORA	10.0	62.49	63.79	86.97	71.26	79.94	77.54	81.57	83.46	65.77	44.80	54.33	42.49	37.76	41.11	44.10
1	R.P.P. [FM/AM]	1.5	9.16	18.66	21.03	13.04	12.67	6.96	6.41	6.24	9.26	6.07	8.03	3.26	3.79	5.27	7.61
2	EXITOSA [FM]	1.1	6.69	9.33	8.10	4.69	11.44	7.70	6.53	12.07	8.23	3.86	5.11	6.00	4.17	3.50	2.90
3	FUEGO [FM]	0.2	1.04	0.86	1.29	1.71	1.06	0.39	0.51	1.84	0.50	0.39	1.89	0.99	0.00	1.54	1.63
4	KALIENTE [FM]	0.1	0.44	0.30	1.86	0.13	0.26	0.54	0.40	1.63	0.34	0.00	0.09	0.60	0.00	0.00	0.00

Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C.

Rnk	Emisora	Rating	Miles	06-07H	07-08H	08-09H	09-10H	10-11H	11-12H	12-13H	13-14H
0	AUDIENCIA PROMEDIO POR HORA	10.0	62.49	63.79	86.97	71.26	79.94	77.54	81.57	83.46	65.77
1	R.P.P. [FM/AM]	1.5	9.16	18.66	21.03	13.04	12.67	6.96	6.41	6.24	9.26
2	EXITOSA [FM]	1.1	6.69	9.33	8.10	4.69	11.44	7.70	6.53	12.07	8.23
3	FUEGO [FM]	0.2	1.04	0.86	1.29	1.71	1.06	0.39	0.51	1.84	0.50
4	KALIENTE [FM]	0.1	0.44	0.30	1.86	0.13	0.26	0.54	0.40	1.63	0.34

Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C.