

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
**ESCUELA DE POSTGRADO**



**PROGRAMA DE COMPRENSIÓN LECTORA PARA  
DESARROLLAR  
LAS HABILIDADES DE REDACCIÓN EN EL PERIODISMO  
NARRATIVO.  
ESTUDIO DE CASO: ALUMNOS DEL CURSO DE  
INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO, 2016.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRO EN EDUCACIÓN  
MENCION: DIDÁCTICA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR**

**AUTOR: Bach. CÉSAR ARMANDO CLAVIJO ARRAIZA**

**ASESOR: DR. OSTER PAREDES FERNÁNDEZ**

**Trujillo, noviembre del 2016.**

## DEDICATORIA

Para Meche, que se fue; pero, en verdad, nunca se ha ido.

Para Jordi, Andre, Marie y Jorge.

Para César Joaquín, César Mateo y Mónica: mis amores, mi familia,  
mi felicidad.

Para Beto y Altagracia.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis alumnos porque en cada clase me enseñan.

A los doctores Jaime Alba Vidal y

Oster Paredes Fernández.

## RESUMEN

Esta investigación persiguió el objetivo de mejorar las habilidades de redacción de periodismo narrativo de los estudiantes universitarios, los cuales muestran serias deficiencias al momento de redactar un suceso periodístico con las herramientas de la literatura. La investigación es preexperimental, cuyo universo muestral estuvo conformado por 15 alumnos del curso de Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, semestre 2016-II. Para mejorar las habilidades de redacción, primero, se aplicó una prueba de pretest. Los resultados confirmaron la realidad problemática descrita en la parte del proyecto. Luego se elaboró y aplicó un programa. Finalmente, se tomó una prueba posttest para medir la eficacia de la estrategia educativa. Se obtuvieron resultados positivos, vale decir, que las habilidades de redacción de periodismo narrativo de los estudiantes mejoraron significativamente. La propuesta será una herramienta útil para mejorar la enseñanza-aprendizaje en los cursos de periodismo.

## **ABSTRACT**

This research pursued the objective of improving the writing skills of narrative journalism in university students, who show serious deficiencies when writing a journalistic event with the tools of literature. The research is quasi-experimental whose sample universe consisted of 15 students from the course of Introduction to Journalism of the Faculty of Communication Sciences of the Private University Antenor Orrego. But improve writing skills, first a pretest test was applied. The results confirmed the problematic reality described in the part of the project. A program was then developed and implemented. Finally, a posttest test was taken to measure the effectiveness of educational strategy. Positive results were obtained. That is to say, the writing skills of narrative journalism improved significantly in students. The proposal will be a useful tool to improve the teaching and learning of journalism courses

## INDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT .....	v
INDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.1.1. Delimitación del problema.....	11
1.1.2. Formulación del problema. ....	15
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	15
1.3. OBJETIVOS .....	16
1.3.1. Objetivo general .....	16
1.3.2. Objetivos específicos .....	17
1.4. HIPÓTESIS .....	17
II. MARCO TEÓRICO .....	18
2.1. MARCO REFERENCIAL.....	18
2.1.1. Antecedentes. ....	18
2.2. BASES TEÓRICAS.....	20

2.2.1. Compresión lectora.....	20
2.2.2. Periodismo narrativo.....	27
2.2.3. Programa educativo .....	49
MATERIAL Y MÉTODO .....	55
3.1. Material .....	55
3.1.1. Población. ....	55
• Tamaño: .....	55
• Muestra: .....	56
3.2 Método .....	56
3.2.1. Diseño de la investigación .....	56
3.2.2. Sistema de variables .....	57
3.2.3. Operativización de variables .....	59
3.2.4. Instrumentos de recolección de datos .....	60
3.2.5. Procesamiento y análisis estadístico de los datos.....	64
IV. RESULTADOS .....	65
V. DISCUSIÓN.....	97
VI. CONCLUSIONES .....	106
VII. RECOMENDACIONES.....	107
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	108
ANEXOS.....	113

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Resultados del pretest y postest, según el tipo de noticia.....	66
Tabla N° 2: Resultados del pretest y postest, según el origen de la información...67	
Tabla N° 3: Resultados del pretest y postest, según proximidad emocional de la noticia.....	69
Tabla N° 4: Resultados del pretest y postest, según proximidad geográfica de la noticia.....	70
Tabla N° 5: Resultados del pretest y postest, según la consecuencia de lo narrado.....	72
Tabla N° 6: Resultados del pretest y postest, según las fuentes utilizadas.....	73
Tabla N° 7: Resultados del pretest y postest, según las fuentes personales utilizadas.....	74
Tabla N° 8: Resultados del pretest y postest, según la presencia del protagonista.....	75
Tabla N° 9: Resultados del pretest y postest, según la presencia del antagonista.....	76
Tabla N° 10: Resultados del pretest y postest, según pauta informativa.....	78
Tabla N° 11: Resultados del pretest y postest, según estructura narrativa.....	79
Tabla N° 12: Resultados del pretest y postest, según nivel narrativo.....	80
Tabla N° 13: Resultados del pretest y postest, según uso de adjetivos calificativos y verbos de atribución.....	81
Tabla N° 14: Resultados del pretest y postest, según uso de antecedentes.....	82
Tabla N° 15: Resultados del pretest y postest, según uso de consecuentes.....	83
Tabla N° 16: Resultados del pretest y postest, según evidencia de	

observación del periodista.....	84
Tabla N° 17: Resultados del pretest y postest, según núcleo de la información.....	85
Tabla N° 18: Resultados del pretest y postest, según enfoque.....	86
Tabla N° 19: Resultados del pretest y postest, según contorno sintáctico.....	87
Tabla N° 20: Resultados del pretest y postest, según contorno semántico.....	88
Tabla N° 21: Resultados del pretest y postest, según contorno ortográfico.....	90
Tabla N° 22: Resultados del pretest y postest, según uso de la persona-narrador.....	91
Tabla N° 23: Resultados del pretest y postest, según construcción del personaje.....	93
Tabla N° 24: Resultados del pretest y postest, según descripción de escenarios.....	94
Tabla N° 25: Resultados del pretest y postest, según uso de diálogos.....	96
Tabla N° 26: Puntajes en el pretest y postest en el desarrollo de habilidades de redacción de periodismo narrativo en los estudiantes del curso de Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, semestre 2016-1.....	97

## ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura # 1.	Cuadro comparativo de las características del periodismo tradicional y el periodismo narrativo.....	34
Figura # 2:	Estudiantes que se matricularon en el curso Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, en el semestre 2016-I.....	56
Figura 3:	Cuadro de los ítems de habilidades de redacción. ....	58
Figura # 4:	Escala de valores para medir textos periodísticos.....	63

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

#### 1.1.1. Delimitación del problema.

La enseñanza de la redacción periodística en las universidades se ha enfrentado a grandes retos. El primero de ellos es desarrollar una habilidad –escribir– que poco o nada se ha potenciado en la etapa escolar. Segundo, la materia que se enseña carece de bases didácticas-pedagógicas propias. No en vano, los españoles advierten que el periodismo es en esencia una práctica, sobre la que, a veces se puede teorizar. (Bullido, 2015).

¿Qué hacer, entonces, para desarrollar la habilidad de escribir? Carlos Bejarano Cordero (2013) apostilla que si bien es cierto que la universidad no tiene como trabajo principal corregir las ineficiencias de la escuela, “tampoco puede silbar y mirar para otro lado”. Y no puede hacerlo porque, en el caso de la carrera de Ciencias de la Comunicación, los estudiantes deben desarrollar o potenciar la habilidad de la escritura para transmitir mensajes con claridad y eficacia.

Uno de los campos de las Ciencias de la Comunicación es el periodismo, el cual que tiene el objetivo recopilar, procesar y difundir información de interés a un público. Leñero y Marín (1986) afirman que el periodismo es una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público. Rivadeneira (1988) cree que el periodismo es la parte de la comunicación humana que está destinada a la

transmisión de noticias, cuyas características esenciales son la actualidad, universalidad, periodicidad y acceso público.

“El periodismo, sobre todo, debe atender a las emociones del lector, ha de colmar su curiosidad, ha de informarle de lo que le importa y ha de causarle, cuando sea preciso, emoción” (Cruz, 2012)

Por su parte, el periodismo narrativo es el campo del periodismo escrito que utiliza herramientas de la literatura para cumplir el objetivo de informar. El periodismo narrativo se aleja del periodismo informativo, convencional o tradicional, el cual se presenta como un mero registro de lo sucedido, cuyas líneas transmiten información genérica. Siempre responde de forma jerárquica a las seis ‘W’ (las preguntas básicas del inglés sobre qué, quién, dónde, cómo, cuándo, por qué).

El periodismo narrativo emplea el punto de vista, la construcción de imágenes, el uso de escenas, la creación de las atmósferas, los diálogos, entre otros recursos narrativos para contar un hecho noticioso. Martínez (2004) postula que el periodismo narrativo es información organizada como relato, pero es también el intento de convertir el relato en una forma de arte a través del empleo de técnicas múltiples, como en la novela. “Con la actual explosión de la información (...) el lector en general desea una información o un trato a la noticia con mayor profundidad”.

La *praxis* de la docencia universitaria permite asegurar que la mayoría de los alumnos de los cursos de periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO), no han desarrollado sus habilidades de redacción del periodismo narrativo. Algunas características de esta realidad son:

- Pésima tildación y puntuación.

- Falta de claridad de sus textos.
- Poca coherencia en sus ideas.
- Deficiencias para identificar los discursos narrativos que emplea el periodismo: descripción, narración, diálogo, entre otros.
- Escaso vocabulario.
- Deficiencias para citar información de las fuentes.
- Desconocimiento certero del significado de las palabras (errores semánticos).
- Deficiencias para describir personajes y escenarios.
- Abuso de la primera persona.
- Uso de frases trilladas.

Al estudiante le da lo mismo escribir ‘revolver’ que ‘revólver’. Cree que es la misma palabra. ‘Haser’ es el verbo ‘hacer’ y el sinónimo de suceso es un ‘echo’. Influenciado por las nuevas tecnologías, “por qué” ahora se escribe ‘xq’. Se ha olvidado que los signos de interrogación y de exclamación son dos: de apertura y cierre. En una línea utiliza un verbo en presente y, en la otra, en pasado. En un mismo párrafo pretende desarrollar tres a cuatro ideas, cuando lo recomendable es explicar solo una. Para los alumnos promedio, los personajes de las noticias apenas tienen nombre y apellido; y casi nunca consigna otros rasgos importantes para caracterizarlos. El lugar donde se desarrolló el acontecimiento noticioso es solo una dirección, cuando lo correcto es considerar todos los datos posibles que concluyan en una descripción potente.

Ante esta realidad, el presente trabajo desarrolló un programa de comprensión lectora para mejorar las habilidades de redacción de periodismo narrativo. El programa se basa en el modelo constructivista que permite a los estudiantes ser partícipes de sus propios aprendizajes.

Las habilidades de redacción de los estudiantes mejorará notablemente si se sigue el norte de las lecturas; pero lecturas organizadas, lecturas que activen los conocimientos previos de los estudiantes para que los relacionen con la nueva información que les brinda un texto. El estudiante debe leer con el propósito de mitigar la incertidumbre; pero, sobre todo, para identificar los mecanismos usados por los escritores en la construcción de sus textos. (Cabrera, 1994) Una vez identificado estos mecanismos o estrategias discursivas deberá aplicarlas o imitarlas cuando redacte un texto periodístico. La imitación es, qué duda cabe, uno de los mecanismos más naturales para alcanzar conocimiento.

Bejarano (2013) considera que el periodista debe ser un experto en la palabra. “¿Y cómo se vuelve experto en palabras? Pues leyendo. No es posible pensar en un periodista si no hay una pasión por la lectura”.

Por la naturaleza de la investigación definimos las variables:

Colomer (1997) sostiene que la comprensión lectora es un modelo interactivo, basado en el constructivismo, mediante el cual el lector interactúa con el texto, de manera que, a partir de la información ofrecida por éste y de la actualización de sus diversos conocimientos previos, obtiene información, la reelabora, interpreta y la compara a sus esquemas mentales.

Así mismo, Guerreiro (2010) considera que el periodismo narrativo es aquel que toma algunos recursos de la ficción –estructuras, climas, tonos, descripciones, diálogos, escenas– para contar una historia real y que, con esos elementos, monta una arquitectura tan atractiva como la de una buena novela o un buen cuento.

### **1.1.2. Formulación del problema.**

¿En qué medida un programa de comprensión lectora mejora las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2016?

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

Orbegoso (2000) recuerda que todo aspirante a conocer y practicar el periodismo, no podrá lograrlo ni menos ejercerlo profesionalmente si, por lo menos, no pretende alcanzar tres perfecciones: 1) ser técnicamente perfecto (teórica y práctica) 2) ser éticamente perfecto y 3) ser culturalmente perfecto, es decir, aspirar a manejar un máximo de cultura humanista.

El presente trabajo busca, principalmente, desarrollar en los alumnos la primera de las ‘perfecciones’ –ser técnicamente perfecto– la cual considera el empleo apropiado del lenguaje para contar un hecho noticioso mediante las especies que forman parte del periodismo narrativo. Para ello, primero buscará resolver una de las graves limitaciones de los estudiantes universitarios: la comprensión lectora. Sin embargo, se debe aclarar que de manera tangencial, se potenciarán las otras perfecciones citadas por el periodista y académico de origen liberteño.

La investigación ofrecerá al estudiante un programa para que desarrolle sus habilidades relacionadas con la lecto-escritura. En ese sentido, el alumno debe practicar los cuatros aspectos fundamentales que definen en la actualidad a la lectura.

La lectura es un proceso constructivo, interactivo, estratégico y metacognitivo. La lectura es constructiva porque es un proceso activo de elaboración de interpretaciones de texto y sus partes. Es interactiva porque la información previa del lector y la que ofrece el texto se complementan en la

elaboración de significados. Es estratégica porque varía según su meta, la naturaleza del material y la familiaridad del lector con el tema. Es metacognitiva porque implica controlar los propios procesos de pensamiento para asegurarse que la comprensión fluya sin problemas. (Pinzás, 2012).

La Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI, 2014) postula que el buen periodismo se alcanzará leyendo a los grandes maestros (al mismo García Márquez, John Lee Anderson, Eloy Martínez, Juan Villoro, Martín Caparrós, Julio Villanueva Chang, entre otros), luego imitando sus formas de contar con palabras un suceso periodístico.

Esta investigación desarrolló en los estudiantes del curso de Introducción al Periodismo de la UPAO habilidades para la lectura a fin de que mejoren la redacción de textos enmarcados dentro del periodismo narrativo. La investigación es original porque por primera vez que en la UPAO se diseñó un programa para mejorar las habilidades de redacción de los estudiantes de periodismo. Además porque es una de las pocas investigaciones que ha utilizado a la comprensión lectora como una variable independiente.

El trabajo se justifica porque el programa beneficiará a los alumnos y docentes del área, debido a que se les ofrecerá una poderosa herramienta para mejorar el aprendizaje y la enseñanza, respectivamente, de la redacción periodística. La investigación es pertinente porque la realidad problemática tiene actualidad.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar si la aplicación de un programa de comprensión lectora mejora las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los alumnos del

curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2016.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

1.3.2.1. Determinar las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, antes y después de la aplicación del programa de comprensión lectora.

1.3.2.2. Elaborar y aplicar un programa de comprensión lectora para mejorar las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2016.

1.3.2.3. Determinar la eficacia del programa de comprensión lectora en la mejora de las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2016.

## **1.4. HIPÓTESIS**

El programa de comprensión lectora mejora significativamente las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2016.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. MARCO REFERENCIAL.

##### 2.1.1. Antecedentes.

Después de realizar la revisión documental y consultar en las bibliotecas físicas y digitales, no se encontró antecedentes directos de investigaciones referidas a un programa de comprensión lectora para mejorar las habilidades de redacción en periodismo narrativo; sin embargo es pertinente citar los siguientes estudios, por su cercanía con la presente investigación:

En su trabajo para obtener el grado de maestro y titulado el “*Nivel de Comprensión Lectora en Estudiantes de Primer Ciclo de Carrera Universitaria*”, Olimpia Llanos-Cuentas (2013) investigó a 425 alumnos ingresantes del semestre académico 2012-I, de las escuelas profesionales de Administración, Comunicación, Contabilidad, Enfermería, Ingeniería Industrial, Medicina y Psicología de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) de Chiclayo.

Una de sus conclusiones arrojó que si bien el estudiante que inicia sus estudios en la universidad debería contar con un grado eficiente en comprensión lectora, como consecuencia del desarrollo previo de habilidades de comprensión y la injerencia de la labor pedagógica de los maestros durante la formación básica, la realidad demuestra que el nivel de comprensión lectora de la mayoría de estudiantes se encuentra en el nivel básico, respecto de su capacidad para la comprensión, análisis e interpretación de información.

Patricia Salas Navarro (2012) desarrolló el trabajo, para alcanzar el grado de maestro, titulado el “*Desarrollo de la Comprensión Lectora en los Estudiantes del Tercer Semestre del Nivel Medio Superior de la Universidad de Nuevo León*” y concluyó que en el proceso de comprensión lectora se debe de trabajar bajo un modelo interactivo ya que es el resultado de la interacción entre el texto y el lector, es decir que el producto de la lectura no es sólo de lo que está en el texto, sino que también es producto de las estrategias que se implementan y realizan por parte del lector sobre el texto. “Por lo tanto, se podría decir que la lectura debe de ser estratégica, es decir trabajada bajo acciones deliberadas que exijan dirección, planificación y supervisión para que puedan incrementar, facilitar y desarrollar la comprensión lectora en los estudiantes. Estas estrategias deben de ser enseñadas por los docentes y aprendidas por los estudiantes en los tres momentos de la lectura; antes, durante y después de ella”.

Sobre el aspecto de la redacción periodística, Alan García Saldaña (2015) en su trabajo, para obtener el título de licenciado, “*La Importancia del Manual Como Herramienta de Aprendizaje del Estilo Periodístico. Una propuesta de Guía de Estilo Para los Estudiantes de Periodismo*”, propone un manual de estilo para los estudiantes de periodismo enfocado en desarrollar las capacidades y aptitudes necesarias para que realicen un trabajo adecuado de cobertura y redacción de textos periodísticos. Por ello, la propuesta repasa los puntos fundamentales para quienes realizan sus primeros escritos periodísticos, incluye cuestiones de gramática, ortografía y estilo; así como de Ética y de Derecho.

Mónica Luengas Restrepo (2012) en su trabajo “*Gatopardo Como Ejemplo del Nuevo Periodismo en México*”, para obtener el título de maestra en Comunicación, revisó, a partir del ejemplo concreto de la revista Gatopardo, la manera como en México se ha adoptado el nuevo

periodismo (periodismo narrativo). Para ello analizó el contenido de la mencionada publicación lo que permitió hacer una radiografía de la manera en la que se utilizan las características propias de esta corriente. Dentro de este análisis buscó datos generales (países de referencia en los reportajes, temáticas abordadas) y datos concretos acerca de las herramientas literarias que son consideradas como características del nuevo periodismo: reconstrucción escena por escena, registro de diálogo completo, descripción de los detalles de status, monólogo interior, caracterización compuesta, punto de vista, entre otras.

María Pino Contreras y Ximena Rebolledo Ríos (2008) en su investigación, para obtener el grado de maestro, *“El Nuevo Periodismo como cruce entre periodismo y literatura”*, concluye que “de acuerdo a los estudios de autores como Wolfe, Hollowen, García Márquez, Chillón, Capote, entre otros, existen puntos de convergencia entre el periodismo y la literatura. Es posible construir un reportaje que incorpore la información detallada, a través de un reporte a las principales fuentes implicadas en el suceso. Mediante entrevistas, recolección de antecedentes documentales y audiovisuales logramos elaborar un producto periodístico dotado de las características que plantean los autores estudiados en esta investigación y que hacen que nuestro trabajo se enmarque en el nuevo periodismo (Periodismo narrativo)

## **2.2. BASES TEÓRICAS.**

### **2.2.1. Comprensión lectora.**

Solórzano y Montero (2011) afirman que la comprensión lectora se entiende como la interpretación que realiza la persona que lee un texto en particular. Esta interpretación se encuentra enmarcada por las experiencias previas y los valores que posee la persona dentro de un contexto sociocultural determinado.

Pinzás (2001) asegura que al leer se genera una interacción entre el lector y el texto que lee. El significado es construido por el lector cuando, a medida que va leyendo el texto, lo va integrando con sus otras fuentes de información, así el lector va armando un modelo del texto, dándole significado o una interpretación personal. De allí que una característica fundamental de la lectura sea la integración de la información. Un buen lector debe ser diestro en integrar la información.

Parafraseando a Solé, citada por Luján, Hernández y Zumarán (2012), aquello que afirma Pinzás no quiere decir que el texto en sí no tenga un sentido o un significado. “Lo que intento explicar es que el significado que un escrito tiene para el lector no es una traducción o réplica del significado que el autor quiso imprimirle, sino una construcción que implica al texto, a los conocimientos previos del lector que lo aborda y los objetivos con se enfrenta a aquél”.

El Programa Internacional de Evaluación de Estudiantes (Pisa, 2009), asegura que la competencia lectora es “comprender, utilizar, reflexionar e interesarse por los textos escritos para alcanzar los propios objetivos, desarrollar el conocimiento y potencial personales y participar en la sociedad”.

#### **2.2.1.2. Niveles de la comprensión lectora.**

Basterra (2000) detalla que la comprensión lectora tiene los siguientes niveles:

- Comprensión literal: el lector localiza la información, es decir, lee para identificar y recuperar información específica. Por ejemplo, la búsqueda de un número en una guía telefónica o los ingredientes de una receta en un libro de cocina. Este modo de lectura selectiva precisa el uso de estrategias de

búsqueda activa; pretende, más que la comprensión global, la localización de un cierto tipo de información puntual que se encuentra en el texto.

- Comprensión global: se rescatan ideas principales, abarca el texto en su totalidad. Los detalles se pierden en el conjunto. El lector lee con una finalidad concreta: lograr una idea general de lo que se dice en el texto.

- Interpretación y reelaboración del texto: se busca una relación coherente de las distintas partes del texto, para llegar a un sentido único. Este proceso implica realizar inducciones, deducciones e inferencias, ya que la intención del autor no tiene por qué estar explícita en el texto. Éste es un tipo de lectura muy apropiado para conseguir una comprensión profunda del texto.

- Reflexión sobre el contenido del texto: El lector piensa sobre el contenido del texto para interpretar mejor su realidad. El lector debe comprender en profundidad el texto para confrontarlo con sus puntos de vista y sus esquemas. De esta forma puede valorar lo leído de una forma personal y crítica.

- Reflexión sobre la forma del texto. Este modo de lectura adopta un enfoque basado en los aspectos formales del texto. El lector debe analizar ciertas características, como por ejemplo el estilo en el que está escrito el texto, identificar el sujeto de un verbo, buscar explicación a un entrecomillado, etc.

Otros autores consideran que la comprensión lectora tiene más niveles, como Rioseco y Ziliani (1998) quien considera que existen ocho categorías en el proceso para comprender un texto.

- a) Literal: el lector aprende la información explícita del texto.
  - Reconoce el significado de las palabras.
  - Identifica acciones y personajes.
  - Precisa espacio y tiempo.
- b) Retención: el lector recuerda información presentada en forma explícita.
  - Reproducción oral de situaciones.
  - Capta la idea principal.
- c) Organización: ordena elementos y explica las relaciones que se dan entre ellos.
  - Relaciones entre personajes, acciones, lugares y tiempo.
  - Diferencia hechos y opiniones.
  - Descubre causas y efectos.
  - Identifica protagonistas y personajes secundarios.
- d) Inferencia: Descubre los aspectos y mensajes implícitos en el texto.
  - Completa detalles que aparecen soslayados en el texto.
  - Conjetura de otros sucesos ocurridos o que pudieran ocurrir.
  - Formula hipótesis sobre motivaciones internas de los personajes.
- e) Interpretación: reordenamiento personal de la información del texto.
  - Determinación del mensaje del texto.
  - Deducer conclusiones.

- Predice consecuencias.
- f) Valoración: Formula juicios basándose en la experiencia y valores.
  - Capta el mensaje implícito del texto.
  - Emite juicios acerca de la calidad del texto.
- g) Creación: Transfiere las ideas del texto y las incorpora a personajes y situaciones parecidas.
  - Asocia las ideas del texto con ideas personales.
  - Aplica las ideas del texto a situaciones parecidas o nuevas.
- h) Metacognición: Todas las destrezas anteriores con la cualidad de ser consciente de los pasos que siguió el pensamiento para poder comprender la lectura, es decir poder controlar y supervisar el propio proceso de pensamiento que lo lleva a la comprensión.

En el 2007, el Ministerio de Educación del Perú (citado por Luján, Hernández y Zumarán, 2012) por incluye cuatro niveles de la comprensión lectora: comprensión literal, inferencial, crítica, apreciativa y creativa.

- a. Comprensión literal: se refiere a entender bien lo que el texto comunica y recordarlo con precisión y corrección. Permite recuperar información explícitamente planteada en el texto. Es el nivel elemental de la lectura y se caracteriza por la comprensión superficial de lo que el autor manifiesta a través del lenguaje.
- b. Comprensión inferencial: Está orientada a descubrir informaciones, situaciones, relaciones, conclusiones, etc., que no están expresadas explícitamente en el texto.

va más allá de lo leído. Luján, Hernández y Zumarán (2012) explican que el inferir implica hacer uso – durante la lectura– de información e ideas que no aparecen explícitas; vale decir, supone descubrir aspectos implícitos en el texto, valiéndose –en mayor o menor medida– del conocimiento del mundo que tiene el lector.

- c. Compresión crítica o evaluativa: se aboca a referenciar valoraciones y juicios sobre el texto leído, a fin de desarrollar los principios y fundamentos que permitan juzgar lo expresado por el autor. “La compresión evaluativa, por su grado de complejidad, implica la formación de criterios y estructuras discursivas que reflejan la representación de la realidad a partir de la posición personal del lector; es decir, el lector al elaborar sus juicios de valor, además de considerar el contenido textual, toma en cuenta la cultura y valores de la cual es partícipe”. Luján, Hernández y Zumarán (2012).
- d. Nivel apreciativo: Comprende los tres niveles anteriores, pero agrega:
  - d.1. Respuesta emocional al contenido. El lector debe verbalizarla en términos de interés, excitación, aburrimiento, diversión, miedo, odio.
  - d.2. Identificación de los personajes e incidencias, sensibilidad hacia los mismos, simpatía y empatía.
  - d.3. Reacciones hacia el uso del lenguaje del autor.

d.4. Símbolos y metáforas: se evalúa la capacidad artística del escritor para pintar mediante palabras que el lector puede visualizar, gustar, oír y sentir.

Luján, Hernández y Zumarán (2012) agrega que si el texto es literario, también se debe considerar los valores estéticos, el estilo, los recursos de expresión, etc. “Este es un aspecto que requiere lectores más avezados, por lo que se aconseja practicarlos en cursos superiores”.

e. Nivel creativo: se considera cualquier actividad que surja relacionada con el texto. “Transformar un texto dramático en humorístico, agregar un párrafo descriptivo, autobiografía o diario íntimo de un personaje, cambiar el final al texto reproducir el diálogo de los personajes (...) introducir un conflicto que cambie abruptamente el final de la historia, realizar un dibujo, buscar temas musicales que se relacionen con el relato, transformar el texto en historieta, etc. Generando estas actividades lograremos que los alumnos se vinculen emocionalmente con el texto que han leído y originan otra propuesta”, Luján, Hernández y Zumarán (2012).

Pinzás (2012) resume las ideas de Richard Anderson y sus colaboradores, para caracterizar al “buen lector”:

- Piensa lo que lee.
- Usa su conocimiento y experiencia sobre el mundo y la vida diaria para tratar de entender lo que lee.

- Al utilizar su información previa para comprender el texto, se dedica a integrar la información.
- Domina los procesos básicos de decodificación y reconocimiento de palabras a un nivel automático, de modo que su atención queda libre para el análisis del significado.
- Sabe controlar y guiar su lectura en relación a su meta, la naturaleza del material y si está entendiendo o no.
- Practica la lectura, desarrollándola y refinándola.

### **2.2.2. Periodismo narrativo**

El periodismo narrativo tiene varios nombres. Algunos lo llaman periodismo literario, otros nuevo periodismo y algunos literatura de no ficción. La nomenclatura es irrelevante porque todas apuntan al empleo de técnicas literarias para contar un hecho real.

“Este periodismo, además de llamársele nuevo periodismo, también ha adoptado diferentes nombres como periodismo narrativo, periodismo literario, crónica o la nueva crónica, y se ha abierto espacios especialmente en revistas, periódicos digitales y libros y, en menor cantidad, en periódicos impresos. La literatura va de la mano con este periodismo que va en busca de la estética y la creatividad, la documentación, la verificación, la precisión, la claridad en el lenguaje y los temas y ángulos que los medios tradicionales no ven ni les conceden espacio” (Hurtado, 2013)

El periodismo, como toda expresión humana, experimenta transformaciones que lo robustecen. La esencia no cambia, pero las formas sí. El colombiano Salcedo (2007) asegura que el periodismo siempre será la búsqueda incansable de la verdad para contarla de la mejor manera. En ese afán, se encuentra con la literatura a la que le presta

sus recursos para contar un hecho real de manera atractiva y que impacte, aún más, al lector.

El periodismo, en especial el escrito, nace con un acta de defunción. Terminado el día, muere. La literatura le dona su sangre para que el deceso no sea tan inmediato y, en algunos casos, nunca llegue. Un texto periodístico escrito con el empleo de las técnicas narrativas propias de la literatura está bendecido con la perpetuidad.

El periodismo narrativo es entonces el encuentro entre del periodismo y la literatura. El primero se interesa en un hecho noticioso, real (nada de ficción) y trascendente. Entonces, para contarlo le presta a la literatura sus herramientas como las descripciones, las escenas, los diálogos, los personajes, el punto de vista del narrador. “Pareciera existir la conciencia de que el público necesita historias bien contadas, redondas, humanas, completas en su información y perdurables por su propuesta estética”. (Salcedo, 2007).

Quirós, Vera y Gonzales (2007) coinciden que ha quedado demostrado que en varias especie periodísticas, el manejo literario es un ingrediente sustantivo para garantizar la calidad del producto.

El periodismo narrativo o literario se aleja del periodismo informativo, convencional o tradicional, el cual se presenta como un mero registro de lo sucedido, cuyas líneas transmiten información genérica. Siempre responde de forma jerárquica a las seis ‘w’ (las preguntas básicas del inglés sobre qué, quién, dónde, cómo, cuándo, por qué). La venezolana Milagros Socorro (2007) considera que “en este estilo de periodismo el tiempo es un dato, una fecha, una cifra. En este estilo de periodismo no existe una trama, solo se desarrollan citas y se enuncian hechos que suceden”.

Las cinco ‘w’ son básicas en cualquier tipo de periodismo. Son la esencia de un hecho informativo y no deben ser olvidadas o menospreciadas. Lo que postula el periodismo narrativo es alejarse del tratamiento que el periodismo convencional le da a esas respuestas. Herrscher (2012) afirma que las cinco ‘w’ son un excelente mapa para saber qué tenemos que incluir en nuestro texto, qué tenemos ya y qué nos falta cuando tenemos que contar una noticia, reflejar un hecho noticioso que acaba de ocurrir, dar cuenta de un anuncio oficial o dar a conocer una denuncia ciudadana.

“Entrar al periodismo narrativo es llevar cada una de estas preguntas hasta sus últimas consecuencias (es decir) profundizarlas y ampliarlas hasta transformarlas en cuestiones relevantes”. (Herrscher, 2013)

Martínez (2004) explica que el tradicional artículo noticioso –del periodismo convencional– está basado en una supuesta objetividad: “Estoy narrando desde una cierta distancia, desde una toma de distancia, estoy narrando hechos, estoy narrando datos, estoy narrando historias que me son ajenas, que están allá, del otro lado, y que las estoy exhibiendo con la misma frialdad que las exhibe la televisión o internet”. (Martínez, 2004)

Un día los periodistas se sublevaron contra este estilo y contra este tipo de lenguaje –tal como lo concebían los diarios– porque era incapaz de reflejar la realidad en todos sus matices. El polaco Ryszard Kapuscinski (2003) explica que esa insurrección se debió, en primer lugar, porque ese lenguaje, que en general sigue manejando el periodismo diario tradicional, es muy pobre: emplea tan solo un promedio de mil palabras. “Con ese vocabulario, ciertamente, no se puede dar cuenta del mundo en su riqueza”. (Kapuscinski, 2003)

Otro motivo –continúa Kapuscinski (2003)– que impulsó esa renovación fue que las frases del periodismo tradicional se limitan a construcciones muy conservadoras: “Hoy en la tarde el presidente de la República llegó al aeropuerto, donde fue recibido por miembros de su gabinete”, cosas así, que se pueden escribir automáticamente, casi durmiendo. “Ese lenguaje domina la prensa diaria porque tiene el valor de ser eficaz y rápido, pero se trata de un conjunto restringido de frases que el fondo resulta demasiado superficial y limitado”.

Los periodistas insurgentes, movidos por la necesidad de un cambio, empezaron a utilizar otro enfoque, otro lenguaje, otros medios de expresión para contar un hecho informativo. La fuente a la que recurrieron en busca de las armas para su rebelión fue la literatura. “El nuevo periodismo (o periodismo narrativo o periodismo literario) nació de la combinación de dos ámbitos hasta ese momento diferentes: uno, los acontecimientos y las personas reales que nutrían el periodismo tradicional; el otro, las herramientas y técnicas de la ficción que enriquecían la descripción de esos acontecimientos y personas” (Kapuscinski, 2003).

Así, entonces, afloran en el periodismo el empleo del punto de vista, la construcción de imágenes, el uso de escenas, la creación de las atmosferas, los diálogos, entre otros recursos narrativos.

Los periodistas deciden utilizar estas técnicas de ficción, dentro del periodismo para hacer frente a dos realidades: desde el punto de vista literario, la novela se encontraba en crisis para los años sesenta (Wolfe, 1973; Hollowell, 1977; Fernández, 2012) lo que obliga a buscar nuevas técnicas que hagan más novedoso el arte de escribir. Desde el punto de vista periodístico, los medios escritos se enfrentaban, en ese tiempo, a la masificación del consumo televisivo, que competía en inmediatez con las

noticias que se consumían en periódicos y revistas. Estas últimas, por su periodicidad, intentaron experimentar con las técnicas de la ficción para dar otro enfoque a hechos que ya habían sido reportados por los medios electrónicos o que no tenían cabida en sus agendas. (Hurtado, 2013)

Kramer (2001) considera que cuando se juntan los términos periodismo literario –o periodismo narrativo–, esas dos palabras cancelan sus vicios mutuos y describen el tipo de texto en que las artes estilísticas y de construcción narrativa asociadas desde siempre con la literatura de ficción ayudan a atrapar la fugacidad de los acontecimientos, que es la esencia del periodismo.

Ramos (2007) cree que cuando el escritor Albert Camus dijo que el periodismo es el oficio más bello del mundo, tal vez estaba pensando en la información como posibilidad narrativa. Tomás Eloy Martínez (2004) postula que el periodismo narrativo es información organizada como relato, pero es también el intento de convertir el relato en una forma de arte a través del empleo de técnicas múltiples, como en la novela.

Con la actual explosión de la información (...) el lector en general desea una información o un trato a la noticia con mayor profundidad. El lector quisiera que lo apartes un instante de ese vértigo noticioso actual y le digas: ‘Mira, presta atención a esta historia, esta historia es diferente, esta historia te concierne como ser humano, esto te importa, esto afecta tu vida, esta historia modifica tu forma de ver las cosas, tiene que ver con tu mundo y aquí está’”. (Martínez, 2004).

### **2.2.2.1. Características del periodismo narrativo.**

**El yo narrador.** La primera característica que definió al nuevo periodismo fue el uso de la primera persona como narrador. La primera persona, dice Caparrós (2003) es una manera de decir “yo me hago cargo de lo que estoy diciendo” frente a la supuesta

neutralidad y/u objetividad del lenguaje periodístico habitual que es la tercera persona. El periodista argentino sostiene que “todos los textos, aunque no lo digan, son en primera persona, así estén escritos en tercera. Cualquier cosa que se escriba es necesariamente una versión subjetiva. Escribir en primera persona es solo una cuestión de decencia, de poner en evidencia aquello que son pero no muestran (...) Simular que no hay alguien detrás de lo escrito es amoral”. (Caparros, 2003)

Pero aclara también que cuando habla de primera persona no está hablando de una opinión de fulano. “No hay que confundir la escritura en primera persona con la escritura sobre la primera persona. Cuando el cronista empieza a hablar más sobre la primera persona que de lo que lo rodea, deja de ser interesante”. (Caparros, 2003).

**Escenas.** Otra de las características es el uso de escenas para contar el hecho noticioso. Salcedo (2007) pondera esta condición: “Gran parte del éxito de los escritores de reportajes, perfiles y crónicas de hoy, depende de saber captar la esencia de los sucesos y personajes a través de las escenas”.

El colombiano explica que la escena es una estructura narrativa compuesta por una unidad de tiempo (lo que dura), acción (lo que pasa) y espacio (lugar en el que ocurre).

Citado por Hurtado (2013), Bouthemy señala que la observación directa tiene como objetivo la búsqueda de detalles que ayuden a componer la escena y describir eso que Wolfe pregonaba: los gestos, las costumbres, la forma de hablar y de caminar, el mobiliario. “Wolfe decía: ‘Tu problema principal como reportero

es, sencillamente, que consigas permanecer con la persona sobre la que vas a escribir el tiempo suficiente para que las escenas tengan lugar ante tus propios ojos”’. (Hurtado, 2013)

Al mismo que pondera su importancia, Salcedo (2007) advierte que Aunque la escena es importante para “visualizar” a los personajes, para humanizarlos y acercárselos al lector, no debe ser un recurso del cual se abuse. No hay que usar escenas por el mero prurito de usarlas: hay que tener en cuenta el sentido general de la historia. Una escena necesita contexto para alcanzar significado. Las escenas deben ser parte de una armazón estructural que también contenga diálogos, imágenes, buen lenguaje. Todo eso, al yuxtaponerse, genera emociones, interés, risas.

**La mirada.** Uno de los mitos del periodismo ha sido la inalcanzable objetividad. Nadie puede tener la capacidad de representar la realidad tal cual. La verdad es un anhelo periodístico, al cual, lo máximo que alcanzan, quienes se dedican a buscarla, es acercarse. Salcedo (2007) dice que el periodismo es la búsqueda infatigable de la verdad para contarla de la mejor manera. Uno de los pilares del periodismo narrativo es el reconocimiento y la manifestación de la subjetividad. A esa condición, algunos autores han denominado, ‘mirada’.

Sabemos que no hay otra mirada que la mirada consciente y que no puede dejar de ser subjetiva. Y seguimos, sin embargo, rasgándonos las vestiduras cuando emergen los términos «subjetivo» y «sujeto» en el periodista. ¿Quién si no un individuo puede mirar y ver correlaciones, relaciones causales? ¿Quién si no puede interpretar el sinnúmero de informaciones que recibimos constantemente? Desde el periodismo narrativo, este macrogénero de autor, se asumió hace

tiempo esa subjetividad y no solo no se oculta, sino que se reivindica como la única forma honesta de presentar lo real para que deje de ser un desierto y se pueble de figuras y paisajes que lo doten de sentido. (Angulo, 2014).

Guerriero (2010) escribe que “podríamos decir, entonces, que el periodismo narrativo es una mirada, una forma de contar y una manera de abordar las historias. Pero, claro, no es un martini: nadie podría decir que sumar dos partes de un buen qué, agregarle una pizca de un gran cómo, y rematar con un autor y una aceituna darán, como resultado, una buena pieza de periodismo narrativa”.

Luegas (2012) elaboró un cuadro en el cual resume, a su juicio, las características del periodismo narrativo.

<b>En cuanto a la escritura</b>	
1. Uso de técnicas literarias para reportear un hecho periodístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Escenas dramáticas.</li> <li>b. Registro de diálogo completo.</li> <li>c. Detalles de status.</li> <li>d. Punto de vista.</li> <li>e. Monólogo interior.</li> <li>f. Caracterización compuesta.</li> <li>g. Retrocesos al pasado o flashbacks.</li> <li>h. Cronología no lineal o invertida.</li> <li>i. Uso de figuras literarias.</li> </ul>
<b>Escritura nuevo periodística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Escritura de onomatopeyas.</li> <li>b. Imitación del lenguaje.</li> </ul>
<b>Juego con el narrador</b>	
<b>En cuanto a las temáticas</b>	
1. Temáticas que permiten visibilizar realidades nuevas, en transición o aún no comprendidas por una sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Celebridades y personalidades.</li> <li>b. Subcultura de los jóvenes y nuevos patrones culturales.</li> <li>c. Grandes sucesos.</li> </ul>

	d. Reportaje social y político.
<b>En cuanto al reporteo</b>	
1. Cambio en la relación entre el escritor y la gente y los sucesos que describe.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reportero largo y profundo.</li> <li>2. Descripción muy detallada.</li> <li>3. Cambio en el concepto de objetividad (el reportero da juicios, valores y adjetivos a aquellos que reporta, por medio de una voz activa.</li> </ol>

Figura # 1. Cuadro comparativo de las características del periodismo tradicional y el periodismo narrativo.

Citado por Luegas (2012), Wolfe y Hollowel resumen algunas de las técnicas literarias que son empleadas por los autores en el periodismo narrativo. El uso de estos recursos, a su vez, tipifica a esta forma de hacer periodismo.

- La escena dramática: consiste en la construcción de la historia en escenas dramáticas en vez de un resumen de sucesos. Es la técnica ficticia más importante usada por los nuevos periodistas.
- Registro de dialogo completo: el relato noticioso convencional se desarrolla tradicionalmente en el formato de la pirámide invertida (hechos y citas más importantes primero) Los requerimientos de espacio no permiten el desarrollo total del diálogo que han utilizado los nuevos periodistas.

- Detalles de *status*: los nuevos periodistas han alcanzado una profundidad psicológica, en un grado no usual, registrando los gestos de cada día, los hábitos, maneras, costumbres, estilos de mobiliario, vestimenta, decoración, etcétera por medio de los cuales (la gente) experimenta su posición en el mundo.
- Punto de vista: representaciones de un personaje como si el lector entendiera los procesos mentales de las personas, o alternativamente, desde el punto de vista de los otros procesos importantes en su vida. “Esto es para darle al lector la sensación de que está dentro de la mente de este personaje en particular”, dice Wolfe (1973). Los autores con frecuencia reflejan los pensamientos y emociones interiores de los principales protagonistas.
- Monólogo interior: los sucesos se reportan como si un sujeto estuviera pensándolo en vez de a través de las citas directas del que habla. Su propósito es revelar los pensamientos y actitudes con más exactitud y sin las interrupciones necesarias en las citas directas.
- Caracterización compuesta: creación de una persona que representa una clase total de sujetos, en un artículo de nuevo periodismo esas composiciones siempre están apoyadas con entrevistas e investigaciones meticulosas. Los críticos del nuevo periodismo han objetado la adopción de personajes compuestos, considerando que la técnica es deshonesto al inducir al lector a pensar que está leyendo sobre una persona real. Los nuevos periodistas utilizan esta técnica para proteger

a sus fuentes y para comprimir evidencia documentada de una variedad de fuentes acerca de un hecho concreto.

- Otros: el retroceso al pasado, avances y la cronología invertida, además del uso de técnicas y figuras literarias.

#### **2.2.2.2. Especies del periodismo narrativo.**

En Botánica y Zoología –según el diccionario de la Real Academia Española– una especie es cada uno de los grupos en que se dividen los géneros y que se componen de individuos que, además de los caracteres genéricos, tienen en común otros rasgos por los cuales se asemejan entre sí y se distinguen de los de las demás especies.

La teoría periodística utiliza ese término –especie– para referirse a “versiones singulares de organización formal de textos”. El presente trabajo de investigación considera como especie del periodismo narrativo a la crónica y al reportaje. En la actualidad no existe una diferenciación clara y consensuada entre estas dos formas de presentar la información con elementos de la literatura. “La crónica y el reportaje son géneros distintos, pero es confusa la frontera entre los dos” (Caparrós, 2003).

Otrora se utilizó al uso de la primera persona como la frontera entre ambas especies. En la crónica la primera persona tenía luz verde; en el reportaje, luz roja. Sin embargo, este criterio diferenciador ha sido avasallado.

Quirós, Vera y Gonzales (2007) aportan que la diferencia entre la crónica y el reportaje es la prominencia del mundo interior. El académico liberteño afirma que en la crónica el periodista puede

incluir en su relato lo que está sintiendo –lo que pasa en su interior– al momento de reportear –recojo de información– o cuando está redactando. En reportaje no hay cabida para exteriorizar esas experiencias.

La confusión responde a un proceso que está experimentado la comunicación, la cual se denomina hibridación o transmedia. Es decir, los narradores mezclan formatos y estrategias para producir mensajes.

Villanueva (2010) critica que la academia ha creado sus feudos de inmovilidad. “Uno de ellos, aún consagrado por ciertos profesores y manuales, es reglar el divorcio del reportaje con la crónica. Suponen que el reportaje es objetivo y periodístico –en el orden de la producción–, y que la crónica es subjetiva y literaria –en el desorden de la creación–”.(Villanueva, 2010).

Egan (2008) ve a la crónica (que en su análisis se extiende para toda especie del periodismo narrativo) como ciertos textos inclasificables en los que elementos expositivos, ensayísticos, se mezclan con material narrativo; y además que como “todo arte no se limita a la cárcel de su género específico, sino que busca conjugarse como todo tipo de disciplinas y conocimiento”.

Carrión (2012) reconoce que estamos ante un debate. “En España un reportaje es una crónica, mientras que en algunos lugares de América Latina es una entrevista. Perfil. Retrato. Semblanza. Cuadro de costumbres. Las palabras nos hacen un poco más libres, por eso tantos cronistas han inventado las suyas para definir su trabajo”. (Carrión, 2012).

Desde la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo (2014), la institución que más sabe de periodismo en esta parte del mundo, han superado el dilema de establecer la diferencia entre ambas especies. “Es embarazoso gastar esfuerzos en establecer el hito que separa la crónica y el reportaje. Lo que debemos preocuparnos es conseguir historias honestas, bien contadas, rica en detalles, en narraciones, descripciones, que genere estados de ánimos en el lector”.

### **2.2.2.3. Estructura del periodismo narrativo.**

Utilizaremos la estructura de la narrativa clásica para dividir los textos del periodismo narrativo. Entonces, toda pieza que utiliza la literatura para contar una hecho real se divide en inicio, desarrollo y cierre.

Este trabajo no considera al titular como parte de los textos periodísticos narrativos, porque este elemento responde a otros criterios y merece ser estudiado de manera independiente.

**a. Inicio.** En algunas especies como la noticia, el inicio de un texto periodístico, se denomina *lead*, entrada o primer párrafo.

Una regla en la que coinciden casi todos los periodistas es que el primer párrafo debe sorprender al lector “El principio es lo más importante de cualquier texto. Toda la energía que se le pueda poner a la primera frase es poca porque de eso depende la suerte del resto”, dice Caparrós (2003).

Martín Vivaldi considera que las mejores entradas son aquellas en las cuales: a) tienes algo que decir, b) lo dices de

la manera más ágil que te es posible y c) te callas en cuanto queda dicho.

El primer párrafo no sólo debe servir para enganchar al lector sino también para determinar el tono y el ritmo de la historia (...) Ahora bien: en la crónica, a diferencia de la noticia, no existe la camisa de fuerza de la pirámide invertida, que te obliga a introducir lo más importante en la entrada e ir perdiendo fuerza en la medida en que avanza el relato. Sin embargo, si escribes una crónica que en los tres primeros párrafos no da una idea clara del tema que vas a abordar, seguramente estás en serios problemas. Aparte de la economía y la contundencia, se recomienda un estilo sugerente que llame la atención. (Salcedo, 2007).

La entrada no tiene una extensión, ni un mínimo ni máximo de palabras; pero Salcedo (2007) advierte que no se trata de considerar toda la información en el párrafo de entrada: a veces basta una sola línea, un simple detalle bien puesto.

Meneses (2006) apostilla que se suele decir que una crónica muestra todas sus cartas en el primer párrafo. Que una buena entrada no sólo debe tener un gancho llamativo, sino que debe ser la promesa de una buena historia. “Personalmente, creo que la crónica se juega la vida desde la primera frase”.

En la medida que tenemos más información, más posibilidades habrá de encontrar entradas diferentes. Me he topado con periodistas que dicen: pero a mí no se me ocurre una entrada diferente (...) Desde siempre, y tal como ya lo dijo Tom Wolfe, el periodismo es un oficio. Y se aprende ejercitándolo. Ya se sabe que la base de la creatividad es la información. Y si el cronista es valorado por su trabajo

creativo, entonces debe estar constantemente informándose. Esa es otra herramienta que facilitará las cosas para buscar una buena forma de entrar. (Meneses, 2006)

Orbegoso (2000) recomienda que en la entrada se deberá usar todo el talento y la sagacidad profesional para conquistar al lector. “Su objetivo es atrapar al lector desde el mismo momento en que empieza a leer y, no podrá lograrlo si no apela a las artes de una atractiva escritura”.

c. **Desarrollo.** Luego de que en el inicio se han capturado la atención de lector, ¿cómo mantenerla? ¿Cómo seguir seduciéndolo? La regla para ese objetivo es que no hay reglas. Apenas hay sugerencias o recomendaciones. Una de éstas es lo que hace Caparrós (2003), quien organiza la información que ha conseguido en la etapa de reporterismo en conjuntos de párrafos, llamados bloques.

Cada bloque debe tener su propia entrada, nudo dramático, momentos de intensidad, personajes, cierre y engancharse unos con otros. Son importantes en los diálogos y las citas la forma en que las personas hablan, tanto como lo que dicen. La estructura narrativa también demanda personajes redondeados se busca que los hechos no queden a medias, sino que se presenten desenlaces que hagan revelaciones periodísticas (Caparros, 2003).

Socorro (2007) sostiene que en el periodismo narrativo la tendencia del relato va de lo menor a lo mayor, la situación comienza tranquilamente y luego se va complicando, como en algunas películas. Hay una trama y varios clímax que se mezclan con el relato. Existen diálogos, se narran escenas y

la credibilidad nace en los detalles que hacen real la historia a los ojos del lector. “No es un relato lineal, como suele ocurrir con la noticia. (Socorro, 2007).

Meneses (2006) identifica tres elementos claves en un relato: tema, historia, y conflicto y utiliza “el método del tren” para explicar la estructura de un relato periodístico. En la locomotora –el primer vagón, que es el que jala todo el vehículo- se debe ubicar –o escribir– mediante escenas el conflicto o la promesa que cumplirá la pieza. En los vagones siguientes se considera la historia, es decir las acciones de las personas. En el vagón final se redacta el cierre del conflicto, “todo se aclara”.

Herrscher (2012), considerando la experiencia en el Wall Street Journal, afirma que hay una estructura básica de los textos periodísticos.

Primer párrafo, una persona hace algo o le pasa algo. Segundo párrafo, una cita donde completa en primera persona el dibujo del hecho. Puede que el tercer párrafo termine de perfilar el significado de la historia del personaje, o pase directo al *nutgraph*, que explica lo que hace que esa historia sea relevante y periodística. En el cuarto o quinto: datos, estadísticas, números que confirman que lo que le pasa o hace ese personaje marca una tendencia. Y así. (Herrscher, 2012)

Herrscher (2012) continúa ofreciendo tipos de estructura. Por ejemplo para lo que él denomina perfiles narrativos, que para la presente investigación son las crónicas de personas, enumera cuatro estructuras básicas: la cronología larga del

personaje, la cronología corta del personaje, la cronología del viaje del periodista y la estructura no cronológica.

- Cronología larga del personaje: Sirve para los personajes que fueron interesantes toda su vida y de quienes podemos seguir una línea histórica similar a las biografías. Esa suele ser la elección en los casos de obituarios de personajes famosos e influyentes, o también lo que se espera del perfil de un personaje que acaba de llegar a la cúspide (está asumiendo el cargo de presidente o le acaban de conceder el Premio Nobel, por ejemplo).

- La cronología corta: es lo más parecido a la estructura de la película de Hollywood. Sigue al personaje por los días, semanas o meses en que importante o en los que su historia personal se encontró con la historia grande. Los antecedentes del personaje, lo básico de su historia pasada, que muchas veces es necesario para entender los hechos en que se central el perfil, aparecerán como *flashbacks*, como recuerdos del mismo personaje o como apartes del periodista que deja de seguir a su presa, se vuelve al lector y le cuenta lo que pasó antes.

- Cronología del viaje del periodista: esto sirve cuando no hablamos de un personaje que conocemos hace mucho, sino uno que elegimos o nos asignaron con poco tiempo, y los pasos que dimos para encontrarlo, entrevistarlo, conocerlo, entenderlo, son interesantes y dicen algo del personaje mismo, no solo de mí.

- Estructura no cronológica: se parece más a una foto o sucesión de fotos que a una novela o película. En estos tiempos en que la narración no lineal de internet gana adeptos, es bastante usual encontrar perfiles que no avanzan en el tiempo, sino que pasan de un tema a otro, de un aspecto de la vida del personaje a otro.

**c. Cierre.** Algunos teóricos del periodismo consideran al cierre como parte del desarrollo del texto. Sin embargo, hay quienes defienden la emancipación e importancia del cierre. El cierre es tan importante como la entrada. Caparrós (2015) sugiere que el final más aconsejable, o al menos el que él prefiere, es el que deja suspenso y hace releer y repensar lo leído.

Salcedo (2007) recomienda que se debe procurar que lo que empieza bien termine bien. El remate es definitivo: debe ser redondo, dejar la sensación de que el tema fue cerrado de la mejor manera posible. Es, para utilizar un símil taurino, como matar al toro para que la faena sea perfecta.

#### **2.2.2.4. Redacción del periodismo narrativo**

Guerreiro (2010) reflexiona que el periodismo narrativo tiene sus reglas y la principal, perogrullo *dixit*, es que se trata de periodismo.

Eso significa que la construcción de estos textos musculosos no arranca con un brote de inspiración, ni con la ayuda del divino Buda, sino con eso que se llama reporteo o trabajo de campo, un momento previo a la escritura que incluye una serie de operaciones tales como revisar archivos y estadísticas, leer libros, buscar documentos

históricos, fotos, mapas, causas judiciales, y un etcétera tan largo como la imaginación del periodista que las emprenda. Lo demás es fácil: todo lo que hay que hacer es permanecer primero para desaparecer después. (Guerreiro, 2010)

En esa línea, es necesario recurrir a lo que, en otros campos del conocimiento, se denomina producción de textos, el cual según el Ministerio de Educación (2004) es la capacidad para redactar textos de diferente tipo con el fin de expresar lo que sentimos, pensamos o deseamos comunicar. Esta capacidad involucra estrategias de planificación, de textualización, de revisión y edición del texto. También incluye estrategias para reflexionar sobre lo producido, de tal manera que el aprendizaje sea consciente.

John Hayes y Linda Flower desarrollaron diferentes experiencias que los llevaron a determinar la existencia de diversos procesos y subprocesos mentales, que se organizan jerárquicamente y con determinadas reglas de funcionamiento cuando un autor escribe un texto. Estos son a) el entorno de la tarea o la situación de comunicación, b) la memoria a largo plazo del escritor y c) el proceso de escritura.

Margarit (2003) aclara que estos procesos no son etapas unitarias y rígidas del proceso de composición, ni se suceden linealmente siguiendo un orden determinado, sino que son usados cuando el escritor los necesita y más de una vez durante el proceso de composición.

- a. El entorno de la tarea o la situación comunicativa: son elementos externos al escritor. Se subdivide en problema retórico y texto en sí.

- a.1. Problema retórico: conjunto de circunstancias que nos obligan a escribir. En el contexto de la presente investigación esta situación está determinada por la motivación propia del curso de Introducción al Periodismo. Se debe considerar, el tema del cual se va escribir (difícil o conocido), la audiencia o lectores para quiénes va dirigido el texto (edad, intereses, saberes, relación con el autor), canal, roles del emisor y del receptor, código y el tiempo (urgente, no urgente). El análisis correcto de lo descrito es el punto de partida para la elaboración de un texto.
- a.2. Texto escrito: “Al avanzar la composición del texto, un nuevo elemento suma restricciones a lo que puede decir el escritor: el mismo escrito se va formando. Cada idea y cada palabra determinan lo que podemos escribir” (Margarit, 2003).
- b. La memoria a largo plazo del escritor: es la información grabada sobre los saberes y experiencias. Margarit (2003) explica que cuando se acude a la memoria a largo plazo, una palabra o una idea se convierte en la contraseña para abrir el archivo donde se guardan conocimientos almacenados en ella. La contraseña moviliza una larga cadena de informaciones que tienen una estructura propia según como fue grabada. “El escritor rescata la información de la memoria a largo plazo y luego la refunde y elabora según las características de la situación de comunicación en que se encuentre, la adecua a las necesidades del nuevo texto, a la intención por la que escribe y a la audiencia para quien se construye el texto”.

c. El proceso de escritura: se divide en planificar, trasladar o traducir, revisar y monitoreo. Margarit (2003) explica al detalle cada uno de los estos componente.

c.1. Planificar: es la representación mental de las informaciones que contendrá el texto. Como es muy abstracta, no es necesario un esquema completo y desarrollado. Puede ser una palabra clave que represente una cadena completa de ideas. Puede ser, incluso, no verbal, por ejemplo una imagen visual.

Sin embargo, para los escritores novatos se recomienda una buena planificación que sostenga con sus pasos el camino a recorrer en el texto. Por supuesto que habrá cambios, idas y vueltas, borrones y agregados.

La planificación tiene tres subprocesos: generar ideas, organizar ideas y fijar metas.

c.1.1. Generar ideas: se produce durante la búsqueda de informaciones de la memoria a largo plazo. A veces esa generación es muy estructurada, otras se da sólo con ideas sueltas.

c.1.2. Organizar ideas: Durante el período de la organización se estructuran los datos de las informaciones según las necesidades de la situación de comunicación. Las ideas generadas se ordenan y completan en una estructura global. Es en este momento cuando se elabora la coherencia del texto por cuanto se separan las

ideas principales de las secundarias y se define y decide en qué orden aparecerán en el texto. De este subproceso dependen la elaboración de planes discursivos y la adecuación a las características de audiencia.

- c.1.3. Fijar metas: es el momento de fijar los objetivos, se encarga de la elaboración de esos objetivos que dirigirán el proceso de composición. No se produce siempre de la misma manera y en el mismo momento. Muchas veces se genera y desarrollan con otras ideas. Otras veces se determinan primero; en otros casos están fijados convencionalmente, por ejemplo, si tengo que escribir una noticia, el objetivo de redactar para informar ya está establecido de manera convencional.
- c.2) Trasladar o traducir: es el momento de redactar, es el momento de poner en secuencia lo planificado y organizado, es el momento de trasladar las ideas a la escritura.
- c.3) Revisar: es la instancia de examinar, en la que se decide conscientemente releer todo lo que se planificó y escribió. Se revisa todo, tanto las ideas y frases redactadas cuanto los planes y los objetivos. Se valora lo realizado, se comprueba que responda, efectivamente, a lo pensado, a las necesidades planteadas por las características de la audiencia, a la intención que determinó la meta. Si se cree conveniente, se corrige, se

modifican algunos aspectos, se efectúan cambios a partir de diferentes criterios.

Hayes, citado por Reviglio (2016) puntualiza que en la tarea de revisión la gente no lee tan solo para representar el significado del texto, sino para algo más importante, para identificar los problemas del texto (...), [y] también oportunidades para mejorar que no son consecuencia, necesariamente, de los problemas”.

c.4) Monitoreo: su función consiste en controlar y regular las actuaciones de todos los procesos y subprocesos durante la composición. Los criterios dependen de los objetivos y de los hábitos del escritor como de su estilo individual. Determina cuánto tiempo es necesario para generar ideas y cuándo puede pasar al proceso de redacción, cuándo debe interrumpir la organización para revisar o generar nuevamente, cuándo debe interrumpir la escritura para revisar los objetivos.

### **2.2.3. Programa educativo**

El término programa inevitablemente nos lleva a la idea de orden, de sistemas, de acciones que se realizarán con un objetivo claro. En ese sentido, Álvarez (2005) define a un programa educativo como el conjunto de actividades planificadas sistemáticamente, que inciden en diversos ámbitos de la educación dirigidas a la consecución de objetivos diseñados institucionalmente y orientados a la introducción de novedades y mejoras en el sistema educativo.

Chávez, (2000) menciona que un programa es una experiencia de investigación que permite desarrollar actividades con el propósito de ayudar a obtener un mejoramiento personal de los educandos. “Es un instrumento de previsión de actividades y o proyectos a ser realizados durante un periodo de tiempo determinado y en el cual se establecen los recursos necesarios para su ejecución”.

La elaboración y aplicación de un programa educativo implica conocer y emplear los instrumentos y materiales educativos dentro de un contexto y organizar este proceso por etapas que se relacionan entre sí.

Los expertos coinciden que una característica fundamental de los programas educativos es su carácter experimental, lo que supone su aplicación en un periodo determinado de tiempo y el empleo de recursos orientados a satisfacer necesidades educativas o sociales.

Para Ander (1971), un programa educativo es importante porque permite organizar un plan de actividades de acuerdo a las necesidades encontradas en los alumnos, puesto que mediante este plan los alumnos se encuentran en la situación de aprender en base a experiencias nuevas que lo conectan a su mundo real.

Ofrecer herramientas para desarrollar la autonomía en el proceso de aprendizaje es una de las características del programa educativo, según el documento “Pedagogía de valores” publicado por el Instituto Juan Pablo II, (citado por Cabrera, 2015). “Los programas educativos son propuestas que permiten potenciar el desarrollo de la iniciativa y el aprendizaje autónomo, de los usuarios, proporcionando herramientas cognitivas para que los miembros de la Institución hagan el máximo uso de su potencial de aprendizaje; decidir las tareas a realizar, la forma de llevarlas a cabo, el nivel de profundidad de los temas y puedan auto controlar su trabajo”.

### **2.2.3.1. Características del programa educativo.**

Según la bibliografía consultada, las características del programa educativo son:

- Todo proceso de capacitación empieza con la identificación de los problemas o situaciones reales, a fin de determinar las necesidades de aprendizaje.
- El programa responde a una estructura diversa, amplia, pertinente, accesible, cronológica, flexible y abierta, privilegiando el escenario laboral.
- El programa considera a la capacitación como un proceso transformador, integral e integrador, contextualizado, participativo, interdisciplinario, responsable y accesible.
- Los aprendizajes propuestos o a lograrse son procesos continuos, dinámicos y ordenadores del pensamiento.
- La evaluación de un programa es continua.

Sobre esta última característica, Caldeiro (2010) aporta que la evaluación de los programas educativos supone un conjunto de destrezas y habilidades orientadas a determinar si los servicios prestados son necesarios, si se utilizan, si son suficientes, si se dan en los términos planificados, si ayudan dentro de un costo razonable o si incluso, provocan efectos no deseados.

### **2.2.3.2. Programa de comprensión lectora**

Quinteros (1995) afirma que un programa de comprensión lectora es una secuencia didáctica orienta el proceso de aprendizaje-

enseñanza para mejorar la comprensión lectora de los estudiantes. Explica que el plan deberá tener presente la estrecha conexión entre leer, escribir, escuchar, hablar y otras dimensiones del lenguaje (vocabulario, ortografía, gramática, etc.) como las diversas áreas de conocimiento que puedan estar relacionadas con el texto objeto de lectura.

El Ministerio de Educación (2009) diseñó el Programa Movilización Nacional por la Comprensión Lectora, al cual define como una estrategia que tiene el propósito de mejorar significativamente la capacidad de comprensión lectora de los estudiantes, con la finalidad de que cuenten con una herramienta que les permita acceder a diversos conocimientos.

El ente rector de la educación en el Perú aclaró que la estrategia no cuenta con una sola base teórica, sino se ha enriquecido con los aportes de diversos estudiosos del tema como Goldman, Pinzas, Solé, etc.

El concepto del Ministerio de Educación es apropiado para esta investigación, debido a que considera al programa de comprensión lectora como una serie de acciones planificadas orientadas a desarrollar una capacidad en los alumnos, quien es el centro de todo este proceso.

Quinteros (1995) enumera y explica algunos principios o supuestos metodológicos en los que cuales se debe basar una programa de comprensión lectora.

- a) La estrecha relación entre el lenguaje oral y escrito, puesto que no son dos sistemas de comunicación totalmente diferentes,

sino que reúnen un conjunto de características comunes, a pesar de que, obviamente, existan diferencias específicas entre ambos.

Entonces, programa tendrán la dimensión comprensiva y dimensión expresiva del lenguaje oral y escrito, ya que las dos están estrechamente superpuestas, se refuerzan mutuamente y, paralelamente, refuerzan el aprendizaje y desarrollo cognitivo del sujeto.

b) El dialogo y la interacción profesor-alumnos, alumnos-alumnos, es otro de los aspectos básicos del programa. La importancia de la interacción social en la conformación del desarrollo intelectual, a través especialmente de la interacción estudiante-profesor y la cooperación y discusión con los compañeros, es fundamental en el desarrollo de este programa.

c) La enseñanza directa de las habilidades y estrategias de comprensión. Entendemos aquí por enseñanza directa el proceso de exhibir o demostrar claramente a los alumnos cómo implementar determinadas habilidades y estrategias, orientándoles en la internalización y control de las mismas.

d) El aprendizaje significativo. Dentro del marco constructivista del aprendizaje, se favorece el aprendizaje significativo al hacer hincapié en el «proceso de construcción de significados como elemento central del proceso de enseñanza/aprendizaje» a partir de los conocimientos previos y de las claves del texto. (Coll, 1988).

e) Otro principio metodológico básico, estrechamente relacionado con el aprendizaje significativo y, por tanto, con la participación activa del alumno es la individualización de la enseñanza. El principio de la individualización implica considerar al alumno con sus peculiaridades y diferencias propias y aplicar diferentes modelos de aprendizaje en función de las diferencias individuales y estilos cognitivos de cada sujeto.

## CAPÍTULO III

### MATERIAL Y MÉTODOS

#### 3.1. Material

##### 3.1.1. Población.

- **Tamaño:**

Está constituida por los 26 estudiantes matriculados en el curso Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, en el semestre 2016-I. La población la obtendremos de la lista de matriculados del curso.

- **Características**

- ✓ Pésima tildación y puntuación.
- ✓ Falta de claridad de sus textos.
- ✓ Poca coherencia en sus ideas.
- ✓ Deficiencias para identificar los discursos narrativos que emplea el periodismo: descripción, narración, diálogo, entre otros.
- ✓ Escaso vocabulario.
- ✓ Deficiencias para citar información de las fuentes.
- ✓ Desconocimiento certero del significado de las palabras (errores semánticos).
- ✓ Deficiencias para describir personajes y escenarios.
- ✓ Abuso de la primera persona.
- ✓ Uso de frases trilladas.

- **Muestra:**

Por la naturaleza de la investigación, la población será considerada como la muestra.

<b>Hombres</b>		<b>Mujeres</b>		<b>Total</b>	
	%		%		%
13	50	13	50	26	100

Figura # 2: Estudiantes que se matricularon en el curso Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, en el semestre 2016-I.

**Fuente:** Registro de matrícula de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UPAO.

**Unidad de análisis:** 25 los alumnos que se han matriculado en el curso Introducción al Periodismo.

**Criterios de inclusión:**

- ✓ Alumnos que se han matriculado en el curso Introducción al Periodismo, en el semestre 2016-I.
- ✓ Alumnos que registran el 70 % de asistencias.

**Criterios de exclusión:**

- ✓ Alumnos con segunda y tercera matrícula.
- ✓ Alumnos que registran más del 30 % de inasistencias.

### 3.2 Método

#### 3.2.1. Diseño de la investigación

Se seleccionó el diseño preexperimental porque no se asignó aleatoriamente ni al azar al grupo que se investigó. Además, porque el control de la variable independiente no fue absoluto. Bernal (2010) afirma que los diseños preexperimentales presentan el más bajo control de variables, no efectúan asignación aleatoria de los sujetos y el investigador no ejerce ningún control sobre variables o extrañas.

Existe desdeñ respecto a los diseños preexperimentales; sin embargo, como afirma Buendía, Colás y Hernández (1998) estos diseños son los únicos aplicables en determinado tipo de investigaciones educativas. “Los preexperimentos son útiles además cuando se investiga en situaciones naturales, en las cuales no se puede realizar un control exhaustivo de las variables del contexto, igualmente cuando no se pueden controlar características de los sujetos con los cuales se trabaja, como la historia, la maduración, la personalidad u otros factores que no son posibles de controlarlos a través de las técnicas de igualación de los grupos o de los sujetos”.

El diagrama es el siguiente:

Grupo A: O x O<sup>1</sup>

Donde

O: pretest

x: propuesta

O<sup>1</sup>: Pretest

### 3.2.2. Sistema de variables

a. **Variable independiente:** Programa de comprensión lectora.

**Definición conceptual:** Quinteros (1995) afirma que un programa de comprensión lectora es una secuencia didáctica que orienta el proceso de aprendizaje-enseñanza para mejorar la comprensión lectora de los estudiantes.

**Definición operacional:** Comprende una serie de pasos o sesiones planificadas que al trabajarla en clase, con la participación activa de los estudiantes, ellos lograrán mejorar su comprensión lectora.

b. **Variable dependiente:** Habilidades de redacción de periodismo narrativo.

**Definición conceptual:** Capacidad para redactar un hecho informativo utilizando las herramientas de la literatura.

**Definición operacional:** Se aplicará una test que se elaboró de los aportes del método Valor Agregado Periodístico (VAP), al cual se le agregó unos cinco indicadores más para que el instrumento se ajuste a la naturaleza de la investigación.

Este instrumento consta de 27 ítems, agrupados en 11 dimensiones como se indica a continuación:

<b>Habilidades de redacción</b>	<b>Ítems</b>
Selectividad del hecho	1-5
Nivel de acceso	6-9
Equidad	10-12
Estilo	13-15
Contenido.	16-17
Énfasis	18-20
Contorno del lenguaje	21-23
Personaje-narrador	24
Construcción de personajes	25
Descripción de escenarios	26
Diálogos	27

Figura 3: cuadro de los ítems de habilidades de redacción

### 3.2.3. Operativización de variables

Variable	Concepto de variable	Definición de variable	Indicadores	Subindicadores	Instrumento
Habilidades de redacción en periodismo narrativo. (Variable dependiente)	Capacidad para redactar un hecho informativo utilizando las herramientas de la literatura.	Un alumno desarrollará habilidades de redacción en periodismo narrativo cuando redacte un hecho noticioso con el empleo de herramientas que la literatura le presta.	-Selectividad del hecho.	-Tipo de noticia. -Origen de la información. -Proximidad emocional -Proximidad geográfica. -Consecuencia de lo narrador.	Ficha de análisis de discurso.
			- Nivel de acceso.	-Números de fuentes documentales. -Número de medios citados. -Número de fuentes personales. -Tipo de fuentes personales.	
			-Equidad.	- Presenta al protagonista. -Presenta al antagonista. -Pauta informativa.	
			-Estilo	-Elige acertadamente una estructura narrativa de acuerdo al hecho noticioso. -El nivel narrativo es de transcripción o de procesamiento. - Emplea adjetivos y verbos de atribución calificativos de manera correcta.	
			-Contenido.	-Cita con corrección los antecedentes. -Cita con corrección los consecuentes. -Redacta con propiedad la información que obtuvo mediante la observación.	
			-Énfasis	-La información se ajusta a los hechos (fáctico).	

				-La información se basa en declaraciones. (especulativo) - El enfoque que emplea es el apropiado.	
			-Contornos: sintáctico. semántico. ortográfico.	-Respetan las normas gramaticales.	
			-Persona-narrador.	Balace de puntos de vista.	
			-Construcción de personajes.	Construye los personajes en función del hecho narrativo.	
			-Descripción de escenarios.	-Describe escenarios acertadamente en función del núcleo noticioso.	
			-Diálogos	-Emplea diálogos con propiedad. Caracterizan a sus personajes.	

### 3.2.4. Instrumentos de recolección de datos

#### Ficha de análisis de discurso.

El instrumento, como ya se ha señalado, parte fundamentalmente del método Valor Agregado Periodístico (VAP), el cual ha sido modificado por el autor de esta investigación con el fin de recoger información más precisa sobre la elaboración de textos de periodismo narrativo. El VAP ha sido desarrollado por la Pontificia Universidad Católica de Chile y la Pontificia Universidad Católica de Argentina. García, Bezunarte y Rodríguez (2013) afirman que el VAP es un

verdadero hallazgo para evaluar de un modo objetivo (sic) la calidad del trabajo periodístico.

“El concepto VAP apunta a determinar la capacidad que tienen los medios (o periodista) de procesar información, seleccionando y priorizando los hechos y los actores involucrados en ellos para luego elaborar el mensaje que se difundirá de manera comprensible y atractiva para el público, contextualizándolo, profundizándolo y dándole el enfoque adecuado”. (Equipo Vap-UC, Facultad de Comunicación, 2006).

La ficha de la presente investigación se administró de forma individual, fue llenada por el profesor, y tiene 26 ítems que se explicarán a continuación.

#### A. Variables del proceso de selección.

##### A.1. Indicadores de nivel de selectividad de la noticia.

- Tipo de noticia.
- Origen de la información.
- Proximidad emocional.
- Proximidad geográfica.
- Consecuencia de lo narrador.

##### A.2. Indicadores del nivel de acceso.

- Número de fuentes documentales.
- Número de medios citados.
- Número de fuentes personales.
- Tipo de fuentes

##### A.3. Indicadores de equidad.

- Presencia del protagonista.
- Presencia del antagonista.
- Pauta informativa.

## B. Variables del proceso de creación.

### B.1. Indicadores de estilo.

- Estructura narrativa.
- Nivel narrativo.
- Números de adjetivos calificativos
- Número de verbos de atribución.

### B.2. Indicadores de contenido.

- Antecedentes
- Consecuentes
- Observación

### B.3. Indicadores de énfasis.

- Núcleo de la información.
- Enfoque

## C. Contornos sintácticos.

### C.1. Sintáctico

### C.2 Semántico

### C.3 Ortográfico

## D. Personaje narrador.

## E. Construcción de personajes.

## F. Descripción de escenarios.

## G. Diálogos

La calificación, en una primera etapa (hasta el indicador B), se realiza como una hoja de cotejo. El profesor verifica que los textos de los

estudiantes cumplen con estos parámetros y los cuantifica en el documento. Para evaluar los indicadores C, D, E, F y G se consideró una escala de valores, como la que sigue.

Nivel	Valor
Muy malo	1
Malo	2
Regular	3
Bueno	4
Muy bueno	5

Figura # 4: Escala de valores para medir textos periodísticos.

### **Validez**

Lawshe (1975) afirma que la validez de contenido es el juicio concerniente al grado de acuerdo entre un grupo de expertos que determinan la validez del contenido de un test. De acuerdo a su enfoque, los procedimientos requeridos son: para cada ítem, se considera el número de expertos que afirma que el ítem es esencial; si más de la mitad de los expertos indican que un ítem es esencial. Entonces ese ítem tiene al menos alguna validez de contenido. La fórmula empleada fue:

$$CVR = \frac{n_e - N/2}{N/2}$$

Donde:

$n_e$  : número de expertos que afirman que el ítem si es esencial.

N: Número total de expertos.

CVR: Razón de Validez de Contenido

Para validar un instrumento se calcula la razón de validez de contenido por cada ítem. Cuando hay 5 expertos, un ítem necesitara una CVR mínimo de 0.62.

El análisis de los resultados de la evaluación de ítems mediante la opinión de los 5 expertos se consideran que todos los ítems son válidos, cuyos valores oscilaron desde (0.80 a 1), por lo que se consideran significativos. De esta forma se concluye que es improbable que la construcción del instrumento se deba al azar.

#### Ficha de observación

La presente investigación utilizó estrategias de comprensión lectora para desarrollar habilidades de redacción; pero no va a medir comprensión lectora. Por ello se consideró suficiente elaborar una ficha de registro anecdótico para mediar la participación de los estudiantes durante la aplicación de la propuesta educativa.

#### **3.2.5. Procesamiento y análisis estadístico de los datos.**

Considerando que la muestra poblacional fue de 15 estudiantes matriculados en el curso de Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, semestres 2016-1, se procedió a realizar una prueba pretest, para conocer sus habilidades en la redacción en periodismo narrativo. Luego se desarrolló el programa que duró seis sesiones. Posteriormente se aplicó el postest.

La información obtenida se sometió a un tratamiento estadístico, utilizado el programa Excel y SPSS. Luego se interpretó los resultados y se procedió a la discusión de los mismos, proceso que concluyó en la redacción de las conclusiones y sugerencias.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

**TABLA N° 1**

**Resultados del pretest y postest, según el tipo de noticia.**

Tipo de Noticias	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Duras	0	0.0 %	2	13.3 %
Blandas	15	100 %	13	86.7 %
Total	15	100 %	15	100 %

Fuente: investigación propia

**GRÁFICO N° 1**

**Resultados del pretest y postest, según el tipo de noticia.**



### Interpretación

En la tabla N° 1, gráfico N° 1, observamos los resultados del tipo de noticias que eligieron los alumnos del curso de Introducción al Periodismo para desarrollar su texto de periodismo narrativo antes de aplicar la propuesta pedagógica como después de su aplicación. Visualizamos que en el pretest

ningún alumno eligió sucesos de naturaleza dura, los cuales son definidos como hechos actuales que tienen impacto, repercusión y novedad en sí mismos. En cambio, todos eligieron noticias blandas, consideradas como atemporales, de interés para una minoría y que no requieren ser publicada de inmediato.

Luego de la aplicación del programa, los resultados no cambiaron significativamente. La tendencia de escribir sobre hechos blandos continúa. El desapego a los hechos actuales que ocurren en su entorno, la desinformación y su equivocada noción de noticia explican esta elección de los estudiantes.

**TABLA N° 2**

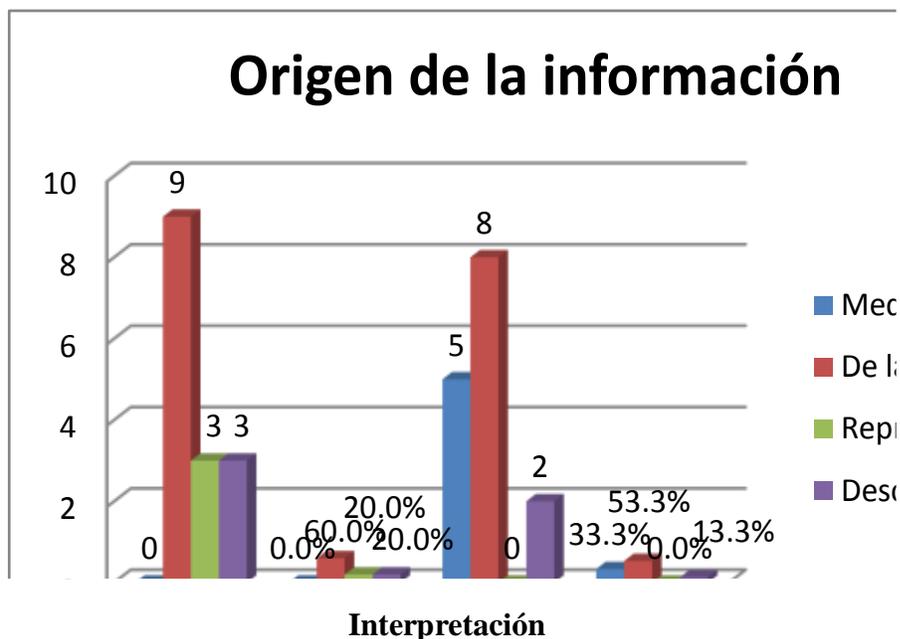
**Resultados del pretest y postest, según el origen de la información.**

Origen de la información.	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Medio	0	0 %	5	33.3 %
De la fuente	9	60 %	8	53.3 %
Reproducción	3	20 %	0	0 %
Desconocido	3	20 %	2	13.3 %
Total	15	100 %	15	100%

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 2

**Resultados del pretest y postest, según el origen de la información.**



En la tabla N° 2, gráfico N° 2, observamos los resultados del origen de los temas que eligieron los estudiantes. Antes de la aplicación del programa, la mayoría (43 %) de temas seleccionados provienen de la fuente, vale decir de la personas o de la organización que maneja o contiene la información. El origen de reproducción (seguimiento o repercusión de una noticia) y el origen desconocido presentan el mismo porcentaje: 20 %.

Luego de que se aplicó el programa, el medio, como origen de la información, se elevó a más de 41 %. Para este estudio se denomina medio, a la iniciativa propia del alumno por proponer y elegir temas propios dejando de lados los hechos impuestos por otras categorías. Sin embargo, en este momento de la investigación, los temas cuyo origen es la fuente siguen liderando la elección.

**TABLA N° 3**

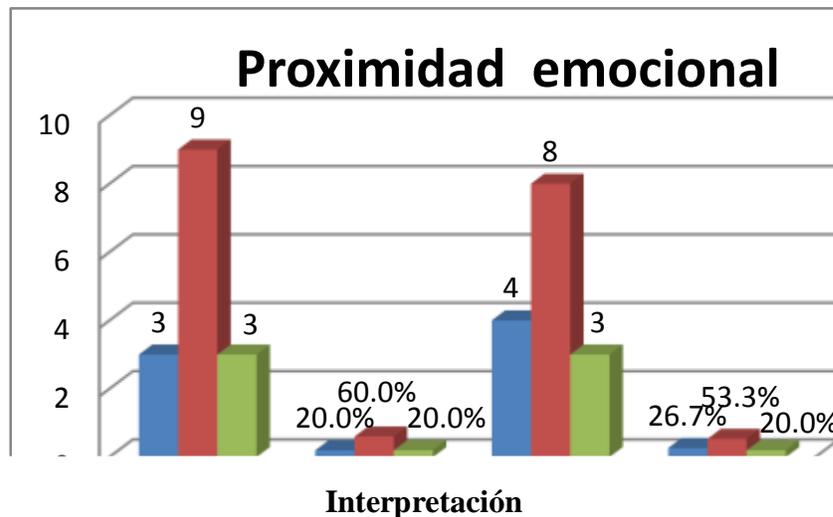
**Resultados del pretest y postest, según proximidad emocional de la noticia.**

Proximidad emocional	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Alta	3	20.0 %	4	26.7 %
Media	9	60.0 %	8	53.3 %
Baja	3	20.0 %	3	20.0 %
Total	15	100 %	15	100 %

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 3**

**Resultados del pretest y postest, según proximidad emocional de la noticia.**



En la tabla N° 3, gráfico N° 3, visualizamos los resultados de la proximidad emocional de los temas elegidos por los estudiantes. Este indicador no ha cambiado significativamente en los dos momentos de la investigación: 60 %, pretest, y 53 %, postest. El resto de porcentajes de los niveles se mantienen muy similares en el pretest como en el postest. La proximidad emocional del

hecho o el grado emocional de la noticia está en referencia al público al que se dirige la información.

**TABLA N° 4**

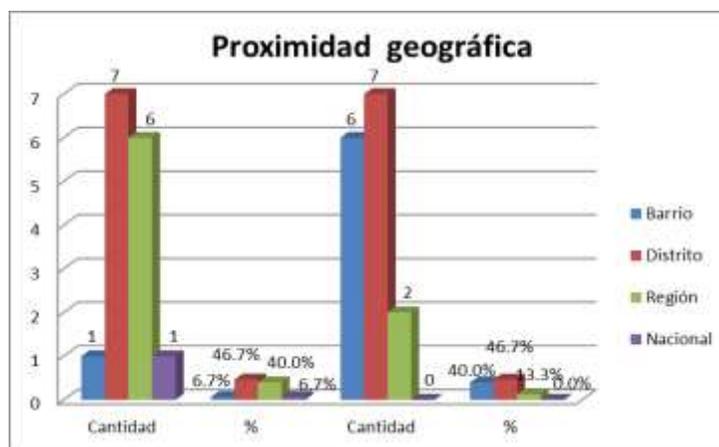
**Resultados del pretest y postest, según proximidad geográfica de la noticia.**

Proximidad geográfica.	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Barrio	1	6.7 %	6	40.0 %
Distrito	7	46.7 %	7	46.7 %
Región	6	40.0 %	2	13.3 %
Nacional	1	6.7 %	0	0.0 %
Total	15	100 %	15	100 %

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO 4**

**Resultados del pretest y postest, según proximidad geográfica de la noticia.**



## Interpretación

En la tabla N° 4, gráfico 4, respecto a la proximidad geográfica de las noticias desarrolladas por lo estudiantes universitarios se evidencia que, en el pretest, la mayoría de sucesos ocurrieron en el distrito y en la región. Mientras que en el postest, el 86 % de los sucesos ocurrieron entre el barrio y el distrito. Solo un alumno eligió, en el pretest, un tema de ámbito nacional. Luego de aplicada la propuesta los temas regionales fueron los que más disminuyeron de 40 % a 13 %.

**TABLA N° 5**

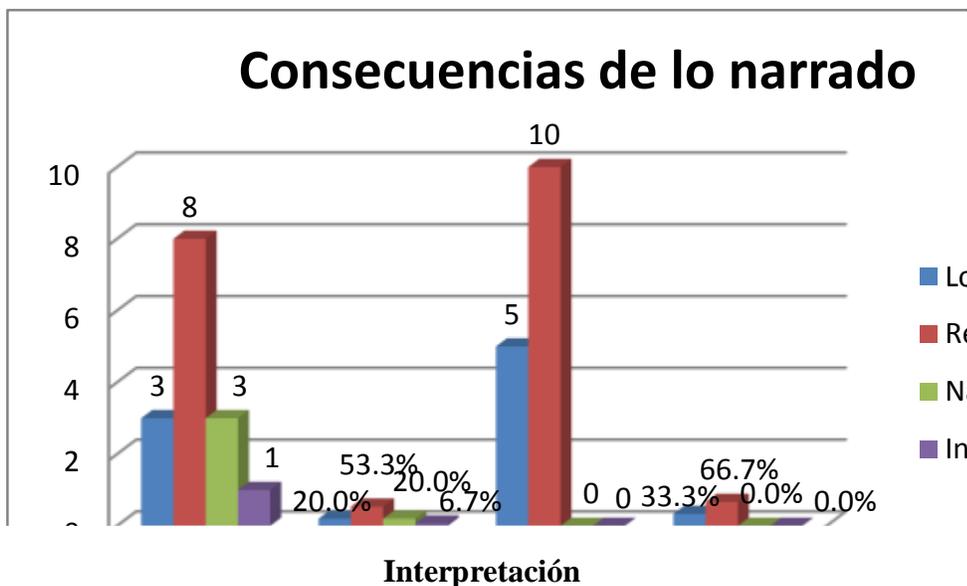
**Resultados del pretest y postest, según la consecuencia de lo narrado.**

Consecuencias de lo narrado.	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Local	3	20.0%	5	33.3%
Regional	8	53.3%	10	66.7%
Nacional	3	20.0%	0	0.0%
Internacional	1	6.7%	0	0.0%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 5

**Resultados del pretest y postest, según la consecuencia de lo narrado**



En la tabla N° 5, gráfico 5, se visualiza los resultados de las consecuencias de la noticia narrada por los alumnos. En el pretest, los trabajos se ubicaron en un 73 % entre el ámbito regional y nacional. Luego de que se aplicó el programa, los textos se centraron mayoritariamente (67 %) en repercusiones regionales. En los dos momentos de la investigación, los textos no provocaron repercusión internacional.

## TABLA N° 6

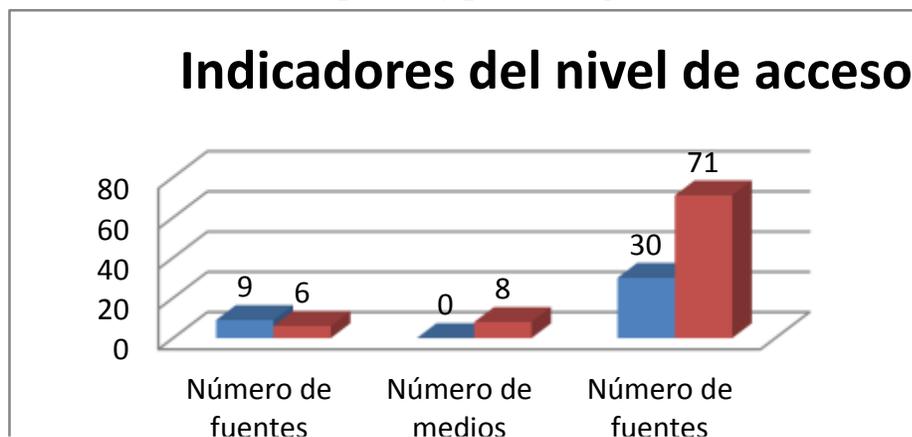
**Resultados del pretest y postest, según las fuentes utilizadas.**

	Pretest	Posttest
Número de fuentes documentales.	9	6
Número de medios citados.	0	8
Número de fuentes personales.	30	71
Total	39	85

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 6

Resultados del pretest y postest, según las fuentes utilizadas.



### **Interpretación**

En la tabla N° 6, gráfico 6, se visualiza el tipo de fuentes utilizadas por los alumnos en sus textos. Las fuentes más usadas son las personales, es decir la consulta de sujetos que contienen información. En el pretest se contabilizaron 30 fuentes personales. Mientras que en el postest, este tipo de fuentes subió a 71. Durante el pretest en ningún trabajo se evidenció la consulta de un medio de comunicación. Sin embargo, en el postest este número de fuentes subió a 8.

## TABLA N° 7

Resultados del pretest y postest, según las fuentes personales.

Tipos de fuentes.	Pretest	%	Postest	%
Gubernamental	0	0.0%	0	0.0%
Oficial pública	4	10.3%	3	3.5%
Oficial privada	2	5.1%	2	2.4%
Experto	1	2.6%	15	17.6%
Testimonial	26	66.7%	51	60.0%
No identificada	6	15.4%	14	16.5%
Total	39	100%	85	100%

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 7

**Resultados del pretest y postest, según las fuentes personales utilizadas.**



### **Interpretación**

En la tabla N° 7, gráfico 7, se observan los resultados del tipo de fuentes personales que utilizaron los estudiantes en sus textos. Existe una predilección por la fuente testimonial (pretest, 26, y, postest, 51), definida como aquel personaje que es protagonista (de manera protagónica o secundaria) de una hecho informativo. Luego la fuente más consultada es aquella catalogada como no identificada. Por otro lado, la fuente menos consultada, en ambos momentos de la investigación, es la gubernamental. Sin embargo, luego de aplicar el programa la fuente que aumentó considerablemente fue la de expertos, las cuales ayudan a la contextualización y profundidad de la noticia.

## TABLA N° 8

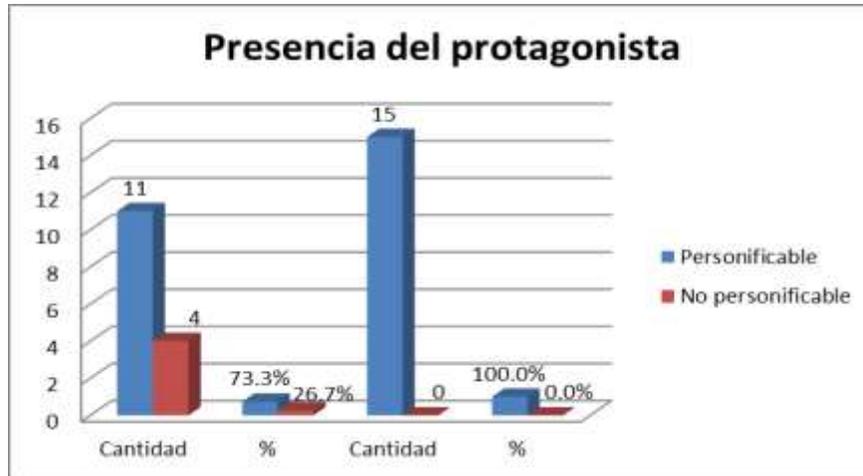
**Resultados del pretest y postest, según la presencia del protagonista.**

Presencia del protagonista.	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Personificable	11	73.3%	15	100.0%
No personificable	4	26.7%	0	0.0%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 8

**Resultados del pretest y postest, según la presencia del protagonista.**



### **Interpretación**

En la tabla N° 8, gráfico 8, se observa los resultados de la presencia del protagonista en los textos de los alumnos. Este indicador nos permite medir el grado de equidad de los textos periodísticos. Así tenemos, que en la mayoría (73 %) de los trabajos de los estudiantes presentados en el pretest se identificada al protagonista, el cual se define como la persona, fenómeno o proceso que realiza la acción narrada. Luego de aplicado el programa, en la totalidad de trabajos se identificada al protagonista.

## TABLA N° 9

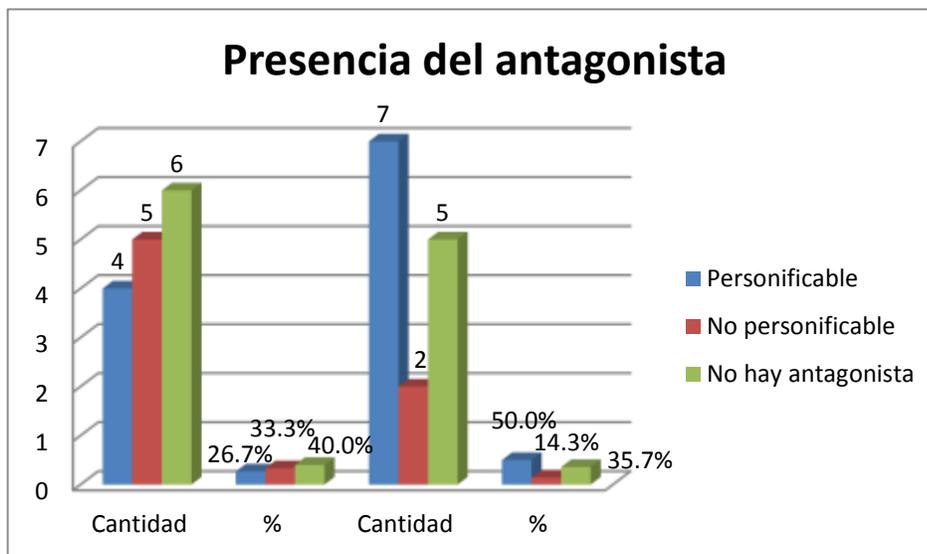
**Resultados del pretest y postest, según la presencia del antagonista.**

Presencia del antagonista.	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Personificable	4	26.7%	7	50.0%
No personificable	5	33.3%	2	14.3%
No hay antagonista	6	40.0%	5	35.7%
Total	15	100%	14	100%

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 9

**Resultados del pretest y postest, según la presencia del antagonista.**



### **Interpretación**

En la tabla N° 9, gráfico 9, se observan los resultados de la presencia del antagonista en los textos escritos por los universitarios. En el pretest como en el postest los estudiantes evidenciaron en sus textos la presencia del antagonista del hecho informativo. En el primer momento de la investigación con 59 % y en el segundo con 64 %. Sin embargo, la información más importante de esta tabla es la reducción de antagonistas no personificables. En un primer momento, los estudiantes escribieron crónicas o reportajes en los cuales solo el 26 personificada al antagonista; pero luego, una vez aplicada la propuesta, este porcentaje se elevó al 50 %.

**TABLA N° 10**

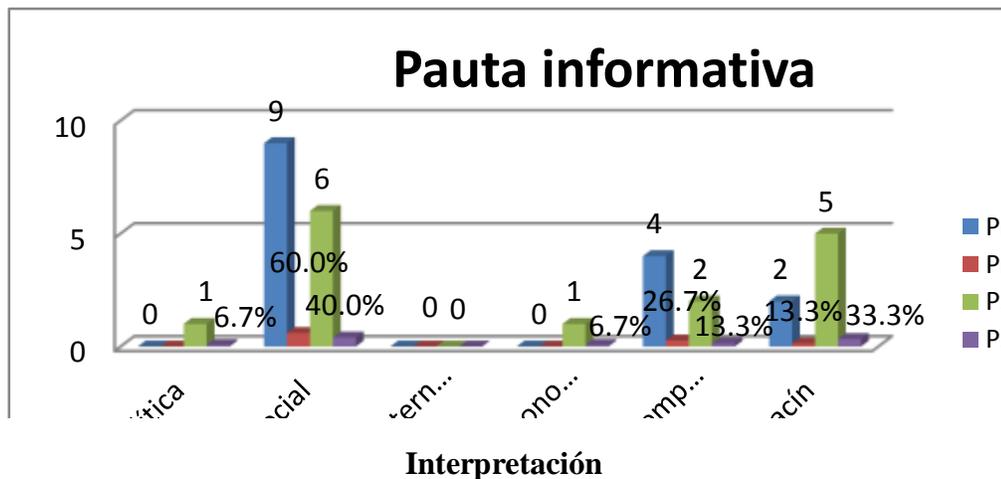
**Resultados del pretest y postest, según pauta informativa.**

Pauta informativa.	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Política	0	0.0%	1	6.7%
Social	9	60.0%	6	40.0%
Internacional	0	0.0%	0	0.0%
Economía	0	0.0%	1	6.7%
Tiempo libre	4	26.7%	2	13.3%
Magacín	2	13.3%	5	33.3%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 10**

**Resultados del pretest y postest, según pauta informativa.**



En la tabla N° 10, gráfico 10, se visualizan los resultados de la pauta informativa a la que responden los trabajos presentados por los estudiantes. Los textos se ubican, en su mayoría, dentro de la pauta social, tanto en el pretest (60 %) como en el postest (40 %). En segundo lugar (13 %), antes de la aplicación del programa, los temas preferidos fueron aquellas que se

denominan tiempo libre. Luego, cuando se aplicó el programa ese lugar lo ocupó el magacín con 33 5 %. Los temas internacionales son los que menos preferencias mostraron en los dos momentos de la investigación.

**TABLA N° 11**

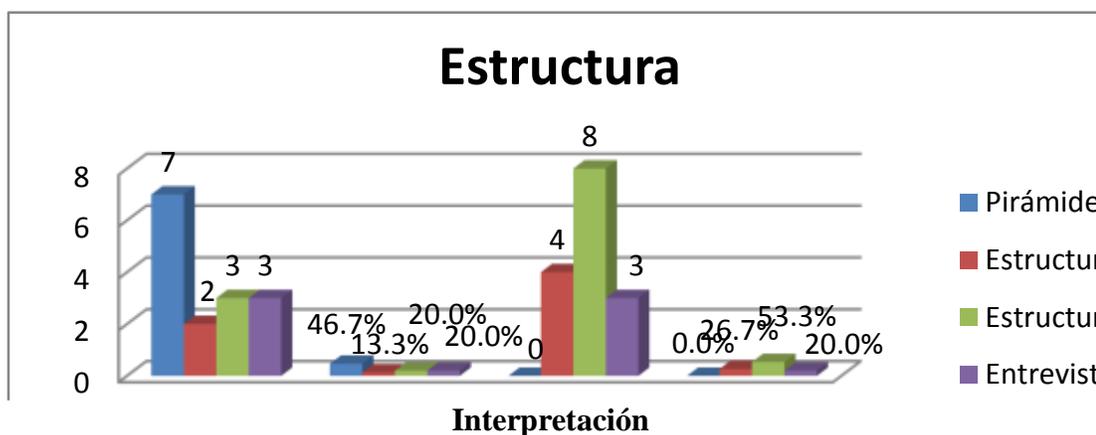
**Resultados del pretest y postest, según estructura narrativa.**

Estructura	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Pirámide invertida	7	46.7%	0	0.0%
Estructura cronológica	2	13.3%	4	26.7%
Estructura mixta	3	20.0%	8	53.3%
Entrevistas	3	20.0%	3	20.0%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 11**

**Resultados del pretest y postest, según estructura narrativa.**



En la tabla N° 11, gráfico 11, se observa los resultados de la estructura narrativa empleada por los estudiantes para escribir sus textos periodísticos.

En el pretest la estructura más utilizada fue la pirámide invertida (47 %), la cual es una estrategia narrativa propia del periodismo informativo. Luego que se aplicó el programa, ningún estudiante empleó esta estructura.

Así mismo, la narración cronológica, aquella que utiliza el tiempo como hilo conductor del relato, fue empleada en segundo lugar en el pretest.

En el postest, más de la mitad de estudiantes (53 %) usaron la estructura mixta, seguidas de las entrevistas (33 %)

**TABLA N° 12**

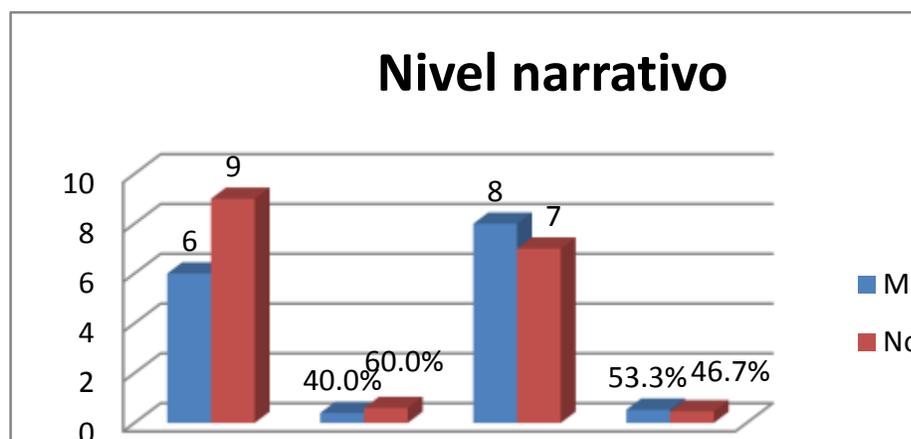
**Resultados del pretest y postest, según nivel narrativo.**

Nivel narrativo.	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Transcripción	6	40.0%	8	53.3%
Procesamiento	9	60.0%	7	46.7%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 12**

**Resultados del pretest y postest, según nivel narrativo.**



### **Interpretación**

El cuadro N°12, gráfico 12, se visualizan los resultados del nivel narrativo empleados por los estudiante. En el pretest, se observa que la figura de la transcripción fue empleada en su mayoría (80 %). Vale decir, los estudiantes se limitaron a repetir lo dicho por las fuentes. Solo el 20 % de trabajos emplearon la figura del procesamiento, es decir los estudiantes proporcionaron antecedentes y explicaciones con el objetivo de brindar información completa. En el postest, el uso de las transcripciones disminuyó y, por ende, las formas de procesamiento aumentaron a más del doble 46 %.

**TABLA N° 13**

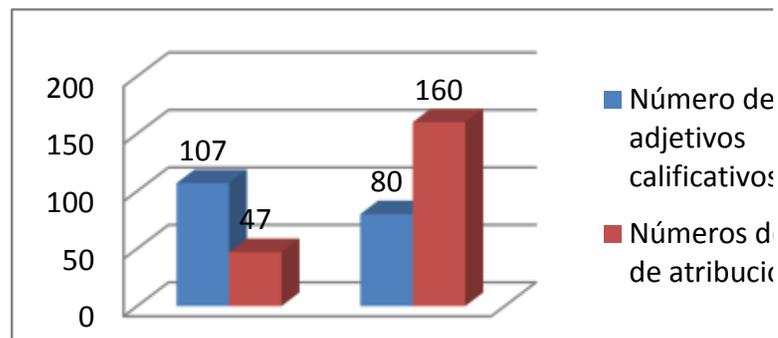
**Resultados del pretest y postest, según uso de adjetivos calificativos y verbos de atribución.**

	Pretest	Postest
Número de adjetivos calificativos.	107	80
Números de verbos de atribución.	47	160
Total	154	240

Fuente: investigación propia

**GRÁFICO N° 13**

**Resultados del pretest y postest, según uso de adjetivos calificativos y verbos de atribución.**



## Interpretación

En la tabla N° 13, gráfico 13, se observan los resultados sobre el uso de adjetivos calificativos y verbos de atribución, en los textos de los estudiantes. En el pretest emplearon 107 adjetivos calificativos, que según los expertos en redacción deben suprimirse por la fuerte carga opinativa que contienen. Cuando se aplicó el programa, el empleo de estos términos bajó a 80. El uso de los verbos de atribución, durante el pretest fue de 78 y en el postest de 160.

**TABLA N° 14**

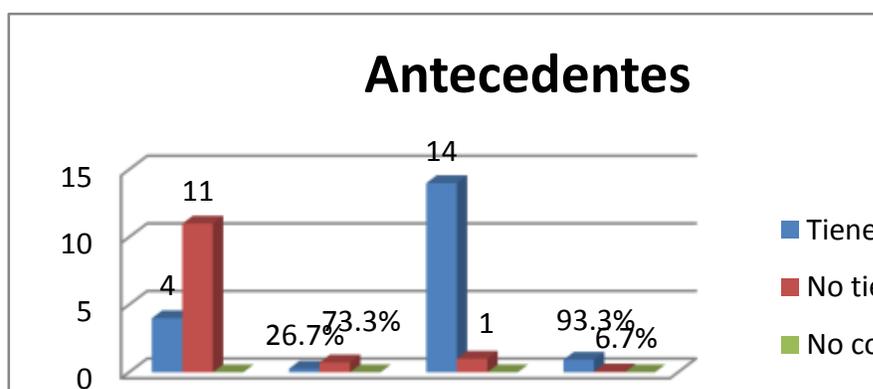
**Resultados del pretest y postest, según uso de antecedentes.**

Antecedentes	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Tiene	4	26.7%	14	93.3%
No tiene	11	73.3%	1	6.7%
No corresponde	0	0.0%	0	0.0%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 14**

**Resultados del pretest y postest, según uso de antecedentes.**



## **Interpretación**

En la tabla N° 14, gráfico 14, se observan los resultados sobre el empleo de antecedentes en los textos presentados por los estudiantes. En el pretest se conoció que solo el 27 % de los textos periodísticos tenían antecedentes. En periodismo narrativo los antecedentes son fundamentales para darle contexto y explicar de manera riguroso al hecho noticioso. En el postest esta realidad cambio considerablemente, a tal punto que el 93 % de trabajos presentó de manera clara los antecedentes.

**TABLA N° 15**

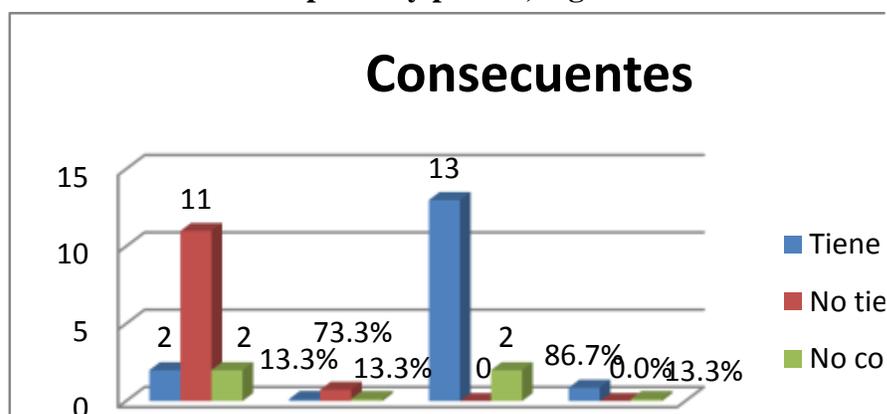
**Resultados del pretest y postest, según uso de consecuentes.**

Consecuentes	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Tiene	2	13.3%	13	86.7%
No tiene	11	73.3%	0	0.0%
No corresponde	2	13.3%	2	13.3%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 15**

**Resultados del pretest y postest, según uso de consecuentes.**



### Interpretación

En la tabla N°15, gráfico 15, se observa los resultados del uso de consecuentes en los textos de los estudiantes, cualidad que se define como el señalamiento de los sucesos que originarían el tema abordado. El 73 % de trabajo no consideraba este importante aspecto para entender el acontecimiento. La realidad cambió notablemente luego de aplicado el programa. Esta vez el 86 % de trabajos considerada las consecuencias del hecho.

**TABLA N° 16**

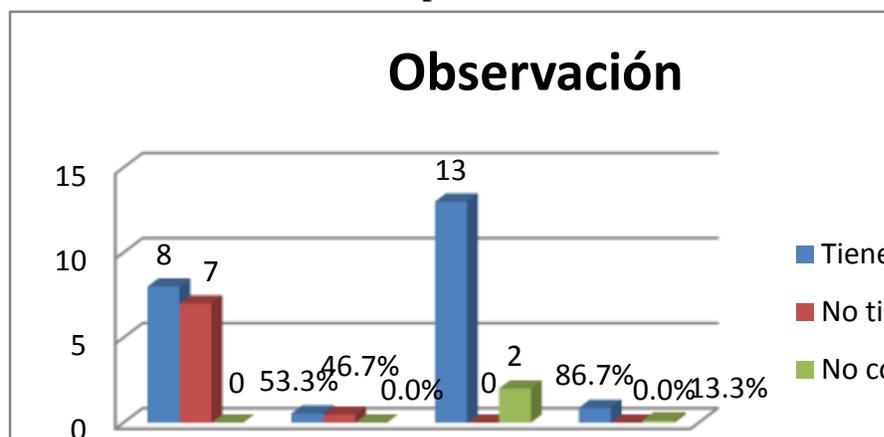
**Resultados del pretest y postest, según evidencia de observación del periodista.**

Observación.	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Tiene	8	53.3%	13	86.7%
No tiene	7	46.7%	0	0.0%
No corresponde	0	0.0%	2	13.3%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 16**

**Resultados del pretest y postest, según evidencia de observación del periodista.**



## Interpretación

En la tabla N° 16, gráfico 16, se observa los resultados del análisis de la cualidad de observación en los trabajos de los estudiantes. Tanto en pretest (53 %) como en posttest (87 %), sí demostraron esta característica. Pero es necesario precisar que durante el pretest casi la mitad (47 %) no refirieron observación. Sin embargo, en el pretest ningún texto evidenció esta deficiencia.

En todo texto periodístico narrativo es importante la observación del narrador porque, mediante esa característica evidencia su manera particular de mirar un suceso.

**TABLA N° 17**

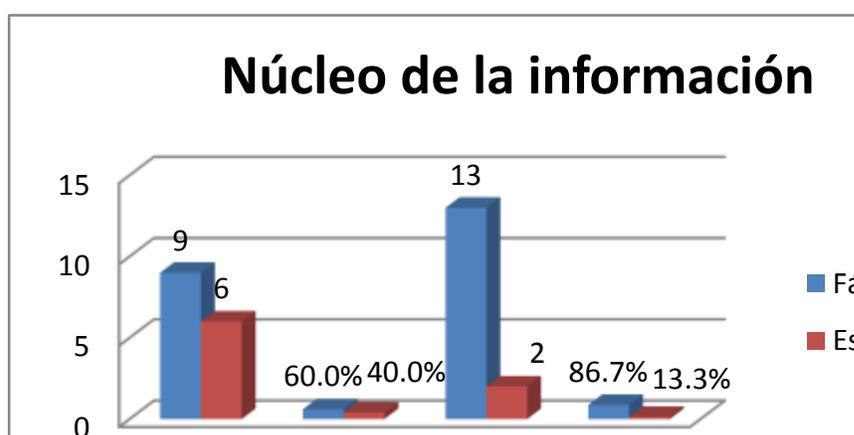
### Resultados del pretest y posttest, según núcleo de la información

Núcleo de la información.	Pretest		Posttest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Fáctico	9	60.0%	13	86.7%
Especulativo	6	40.0%	2	13.3%
Total	15	100%	15	100%

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 17**

### Resultados del pretest y posttest, según núcleo de la información.



## Interpretación

En la tabla N° 17, gráfico 17, se observan los resultados del núcleo de la información de los textos presentados por los estudiantes. En el pretest más del 50 % de trabajos fueron fácticos y un considerable 40 % especulativos. Esta tendencia se mantiene luego de aplicado el programa. Esta vez los trabajos fácticos subieron a 88 % y los especulativos bajaron de manera alentadora a 13 %. El núcleo de la información explica si la noticia se basa en datos o hechos (fáctico) o en juicios u opiniones (especulativo)

**TABLA N° 18**

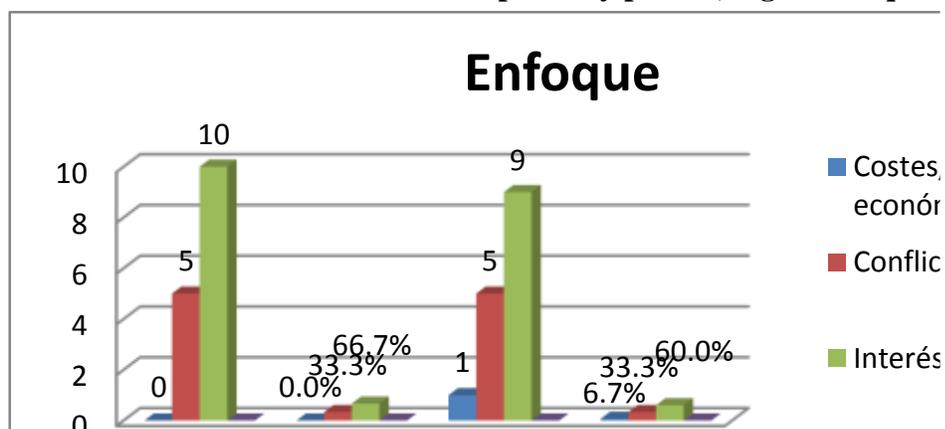
**Resultados del pretest y postest, según enfoque.**

Enfoque	Pretest		Postest	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Costes/beneficios económicos	0	0.0%	1	6.7%
Conflicto	5	33.3%	5	33.3%
Interés humano	10	66.7%	9	60.0%
Trascendencia.	0	0.0%	0	0.0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 18**

**Resultados del pretest y postest, según enfoque**



### Interpretación

En la tabla N° 18, gráfico 18, se visualizan los resultados del enfoque utilizado por los estudiantes en sus textos. El interés humano ocupa los primeros lugares tanto en el pretest (67 %) como en el postest (60 %). El enfoque de conflicto se repite con la misma cantidad de trabajos en ambos momentos de la investigación.

**TABLA N° 19**

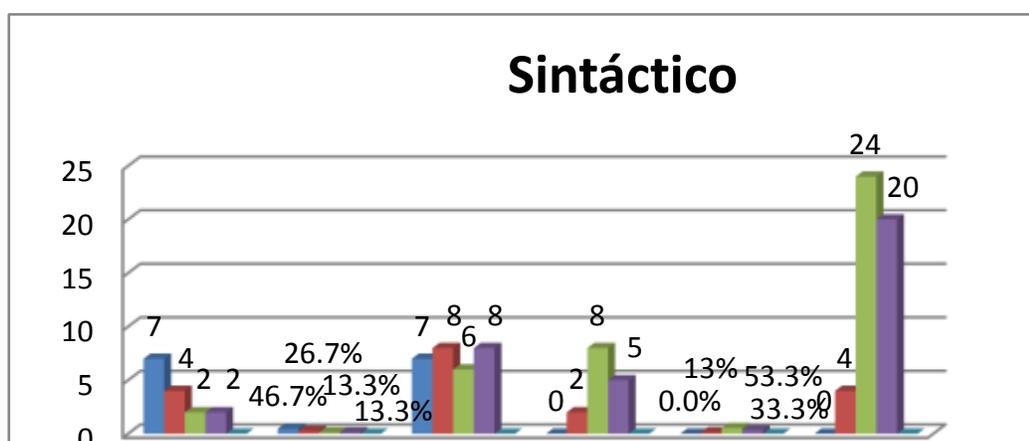
**Resultados del pretest y postest, según contorno sintáctico.**

Sintáctico	Escala valorativa	Pretest			Postest		
		Cantidad	%	Puntaje	Cantidad	%	Puntaje
Muy malo	1	7	46.7%	7	0	0.0%	0
Malo	2	4	26.7%	8	2	13%	4
Regular	3	2	13.3%	6	8	53.3%	24
Bueno	4	2	13.3%	8	5	33.3%	20
Muy bueno	5	0	0.0%	0	0	0.0%	0
Total		15	100%	29	15	100%	48

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 19**

**Resultados del pretest y postest, según contorno sintáctico.**



## **Interpretación**

En la tabla N° 19, gráfico 19, visualizamos los resultados correspondientes al nivel sintáctico alcanzado por los textos de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo antes y después de aplicar la propuesta pedagógica. Podemos observar que en el pretest, el 73 % de los trabajos evidenciaron serias deficiencias ya que se ubicaron en los rangos de malo y muy malo. Apenas un 13 % logró un nivel de bueno y ningún trabajo alcanzó la categoría de muy bueno.

Luego de aplicarse la propuesta, los resultados cambiaron notoriamente. Solo el 13 % de los textos se ubican en el nivel de malo, 33 % alcanzan el nivel de bueno y 53 % se ubican en la escala de regular.

El manejo de las sintaxis de la lengua como una característica de la redacción periodística mejoró en los estudiantes como se puede evidenciar, además, si comparamos los puntajes obtenidos en el pretest y postest.

**TABLA N° 20**

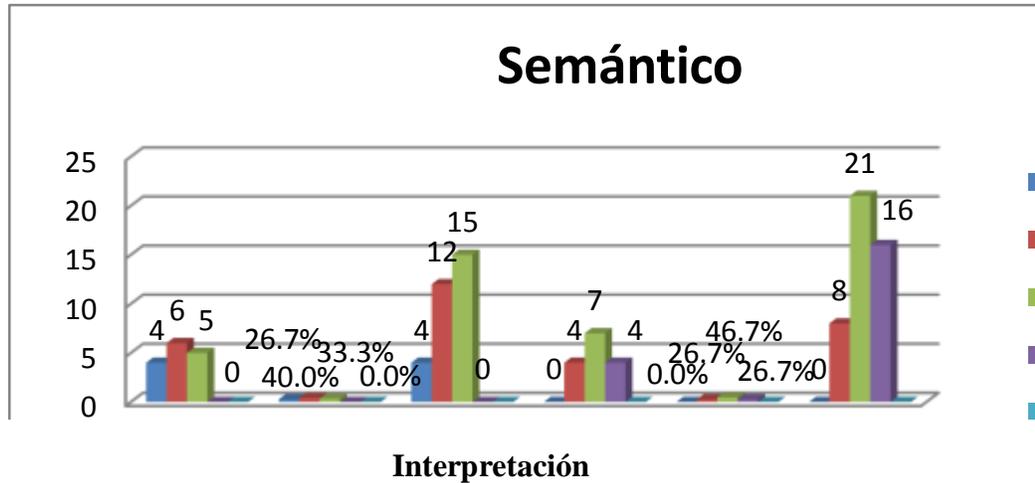
**Resultados del pretest y postest, según contorno semántico.**

Semántico	Escala valorativa	Pretest			Postest		
		Cantidad	%	Puntaje	Cantidad	%	Puntaje
Muy malo	1	4	26.7%	4	0	0.0%	0
Malo	2	6	40.0%	12	4	26.7%	8
Regular	3	5	33.3%	15	7	46.7%	21
Bueno	4	0	0.0%	0	4	26.7%	16
Muy bueno	5	0	0.0%	0	0	0.0%	0
Total		15	100%	31	15	100%	45

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 20

Resultados del pretest y postest, según contorno sintáctico.



En la tabla N° 20, gráfico 20, observamos los resultados correspondientes al nivel semántico alcanzado por los textos de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo antes y después de aplicar la propuesta pedagógica. Ninguna de las piezas periodísticas del pretest obtuvieron el nivel de bueno y el 67 % se ubicó en los rangos de malo y muy malo. Esto demuestra las serias deficiencias de los estudiantes para utilizar con precisión el significado de las palabras.

En el postest, los resultados cambiaron para bien. Esta vez, ningún texto se situó en el nivel de muy malo, los malos bajaron a 27 %, los regulares aumentaron a 47 % y, principalmente, los buenos alcanzaron el 27 %.

Los resultados arrojan que el programa de comprensión lectora mejoró el aspecto semántico de los trabajos periodísticos de los estudiantes. Esto se puede comprobar, además, con los puntajes obtenidos en los dos momentos de la investigación: pretest (31) y postest (45).

**TABLA N° 21**

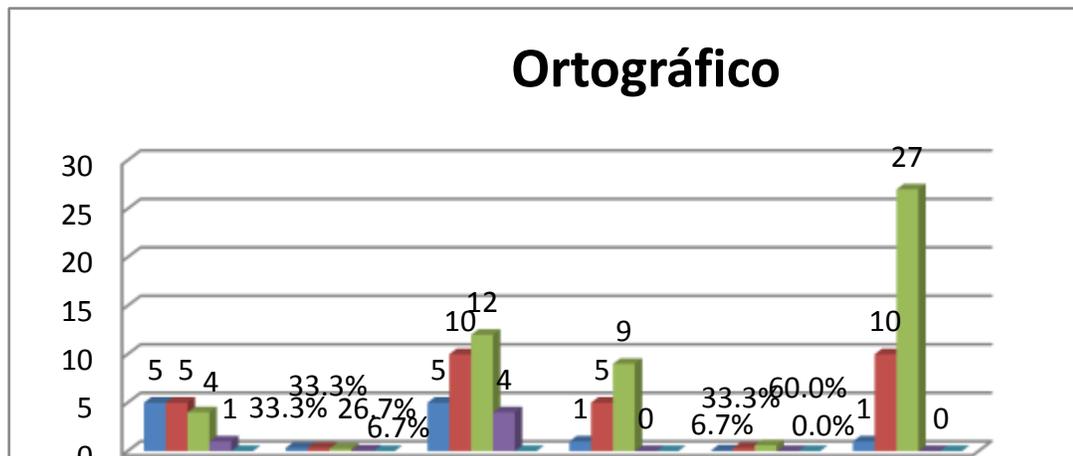
**Resultados del pretest y postest, según contorno ortográfico.**

Ortográfico	Escala valorativa	Pretest			Postest		
		Cantidad	%	Puntaje	Cantidad	%	Puntaje
Muy malo	1	5	33.3%	5	1	6.7%	1
Malo	2	5	33.3%	10	5	33.3%	10
Regular	3	4	26.7%	12	9	60.0%	27
Bueno	4	1	6.7%	4	0	0.0%	0
Muy bueno	5	0	0.0%	0	0	0.0%	0
Total		15	100%	31	15	100%	38

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 21**

**Resultados del pretest y postest, según contorno ortográfico.**



**Interpretación**

En la tabla N° 21, gráfico 21, observamos los resultados correspondientes al nivel ortográfico alcanzado por los textos de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo antes y después de aplicar la propuesta pedagógica. Antes de la aplicación de la propuesta, más de la mitad (67 %) de

estudiantes evidenciaron, mediante sus textos periodísticos, que su ortografía es deficiente, debido a que se ubicaron en los niveles de malo y muy malo. Apenas un trabajo llegó al nivel de bueno.

Luego, esta situación cambió. En el postest los niveles de malo y muy malo bajaron al 40 %. El regular creció más de 33 puntos porcentuales. Sin embargo, ningún texto se ubicó en los niveles buenos.

La tildación correcta es una característica imperativa en un texto periodístico. La propuesta ayudó a mejorar esta exigencia como se aprecia, además, en los puntajes.

**TABLA N° 22**

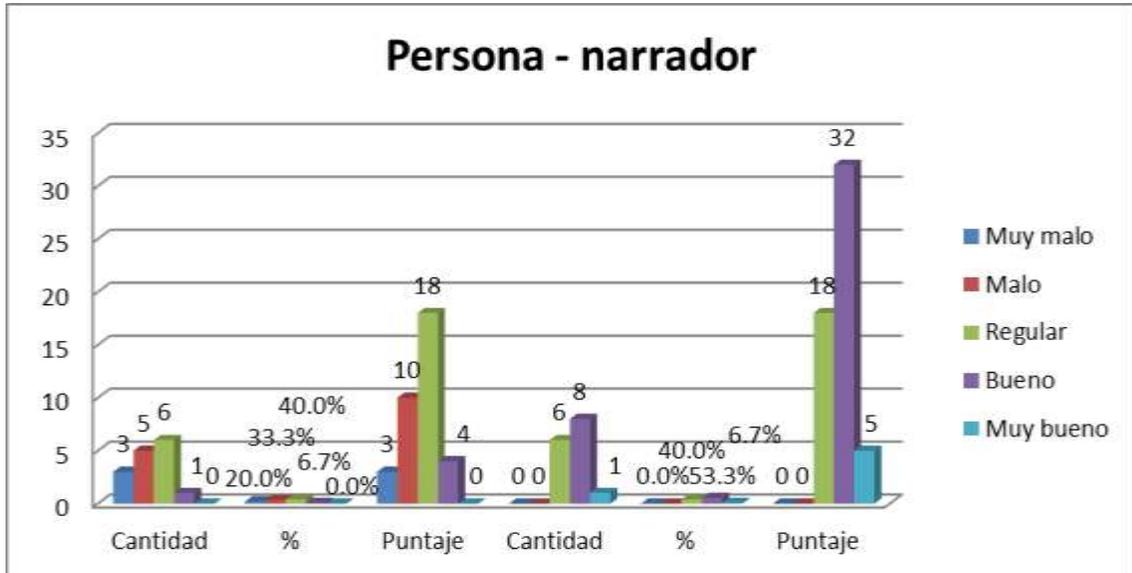
**Resultados del pretest y postest, según uso de la persona-narrador.**

Persona - narrador	Escala valorativa	Pretest			Postest		
		Cantidad	%	Puntaje	Cantidad	%	Puntaje
Muy malo	1	3	20.0%	3	0	0.0%	0
Malo	2	5	33.3%	10	0	0.0%	0
Regular	3	6	40.0%	18	6	40.0%	18
Bueno	4	1	6.7%	4	8	53.3%	32
Muy bueno	5	0	0.0%	0	1	6.7%	5
Total		15	100%	35	15	100%	55

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 22

**Resultados del pretest y postest, según uso de la persona-narrador.**



### **Interpretación**

En la tabla N° 21, gráfico 21, observamos los resultados correspondientes al uso de la persona-narrador alcanzado por los textos de los alumnos del curso de introducción al periodismo antes y después de aplicar la propuesta pedagógica. En el pretest, la mayoría 53 % se ubicó en los niveles malos y muy malos. El 40 % se ubicaron en el nivel regular. Ese mismo porcentaje se repitió en el postest. Pero además, en este momento de la investigación, el nivel bueno superó el 50 %.

El principal error en el aspecto de la persona-narrador es el empleo de la primera persona de manera inapropiada y desmedida. Con la propuesta este defecto se menguó, como se evidencia, además en los puntajes.

**TABLA N° 23**

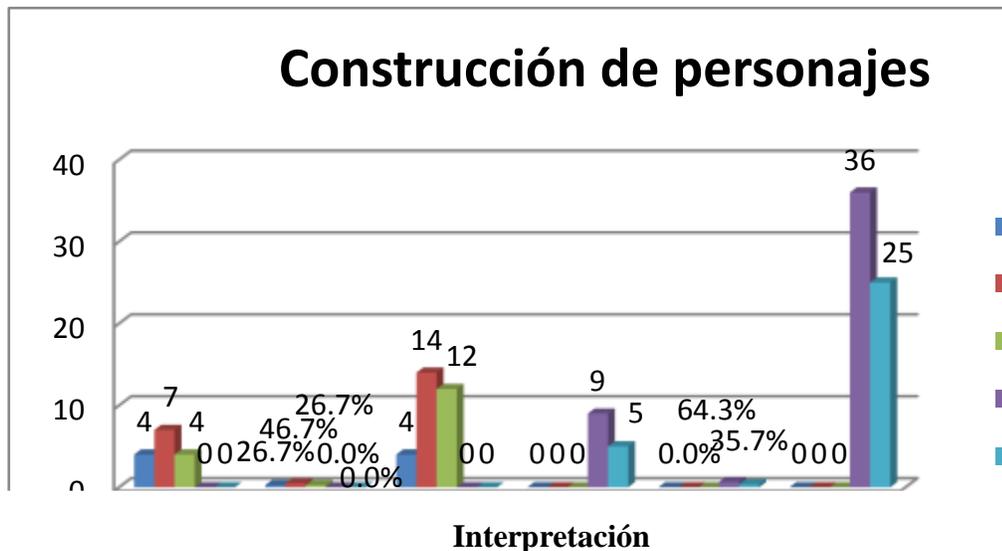
**Resultados del pretest y postest, según construcción del personaje.**

Construcción de personajes	Escala valorativa	Pretest			Postest		
		Cantidad	%	Puntaje	Cantidad	%	Puntaje
Muy malo	1	4	26.7%	4	0	0.0%	0
Malo	2	7	46.7%	14	0	0.0%	0
Regular	3	4	26.7%	12	0	0.0%	0
Bueno	4	0	0.0%	0	9	64.3%	36
Muy bueno	5	0	0.0%	0	5	35.7%	25
Total		15	100%	30	14	100%	61

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 23**

**Resultados del pretest y postest, según construcción del personaje.**



En la tabla 23, gráfico 23, observamos los resultados correspondientes a construcción de los personajes o protagonistas de la información alcanzado por los textos de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo antes y después de aplicar la propuesta pedagógica. En el pretest, la caracterización de

personajes no fue la apropiada, debido a que casi los tres cuartos (73 %) de los textos se ubicó en el nivel de malo y muy malo. En este momento, ningún texto alcanzó los niveles de bueno o muy bueno.

Sin embargo, luego de que se aplicó la propuesta los porcentajes cambiaron significativamente. El 100 % de trabajos se ubican en los niveles de bueno y muy bueno.

Los estudiantes mejoraron su habilidad de describir o caracterizar de manera apropiada a los protagonistas de la información. Esto se evidencia, además, por los puntajes obtenidos en ambos momentos de la investigación.

**TABLA N° 24**

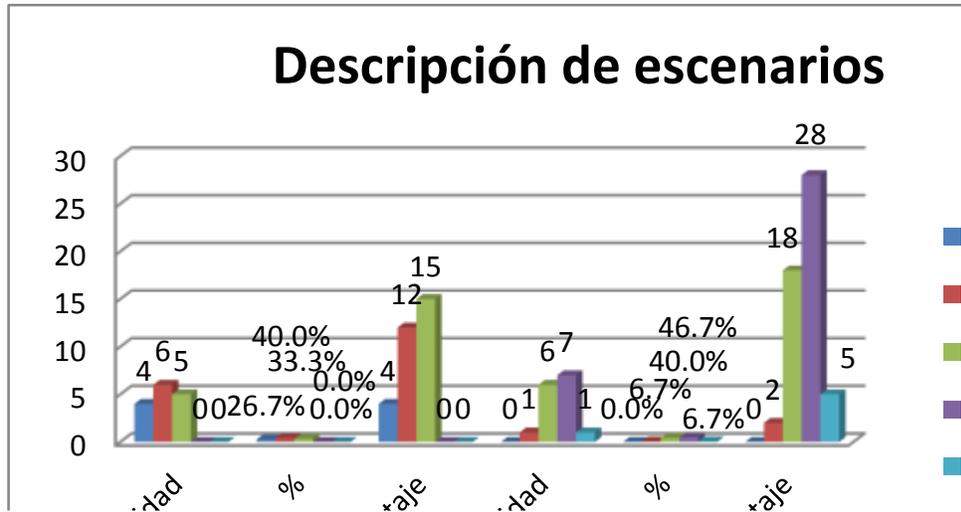
**Resultados del pretest y postest, según descripción de escenarios.**

Descripción de escenarios	Escala valorativa	Pretest			Postest		
		Cantidad	%	Puntaje	Cantidad	%	Puntaje
Muy malo	1	4	26.7%	4	0	0.0%	0
Malo	2	6	40.0%	12	1	6.7%	2
Regular	3	5	33.3%	15	6	40.0%	18
Bueno	4	0	0.0%	0	7	46.7%	28
Muy bueno	5	0	0.0%	0	1	6.7%	5
Total		15	100%	31	15	100%	53

Fuente: investigación propia.

## GRÁFICO N° 24

**Resultados del pretest y postest, según descripción de escenarios.**



### **Interpretación**

En la tabla 24, y gráfico 24, observamos los resultados correspondientes a descripción de escenarios alcanzado por los textos de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo antes y después de aplicar la propuesta pedagógica. El 67 % de textos no ha descrito los espacios de manera aceptable. Solo un 33 % lo hizo de manera regular. Nadie alcanzó los niveles de bueno y muy bueno.

Luego de que se aplicó el programa, solo el 7 % se ubicó en malo, mientras que 53 %, es decir más de la mitad, ascendieron a bueno.

La mejora en la descripción de los espacios donde ocurre el hecho informativo, mejoró como se observa, además, en los puntajes.

**TABLA N° 25**

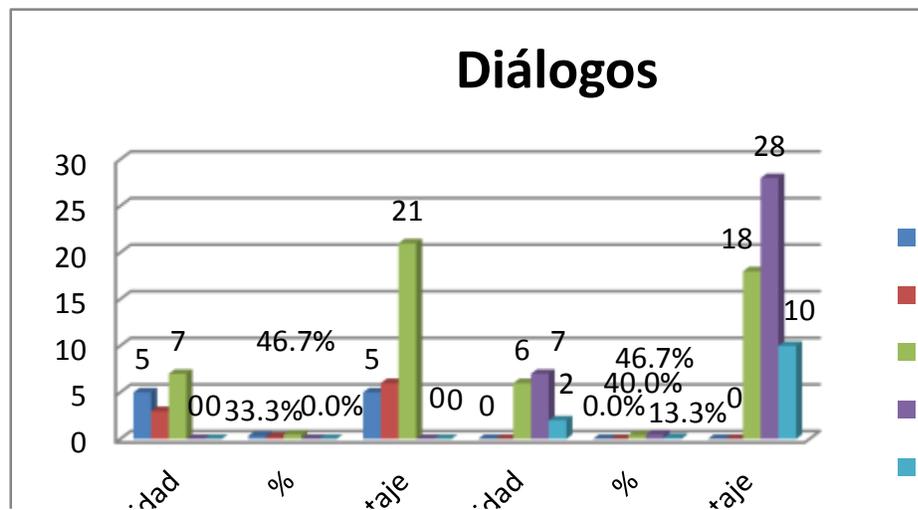
**Resultados del pretest y postest, según uso de diálogos.**

Diálogos	Escala valorativa	Pretest			Postest		
		Cantidad	%	Puntaje	Cantidad	%	Puntaje
Muy malo	1	5	33.3%	5	0	0.0%	0
Malo	2	3	20.0%	6	0	0.0%	0
Regular	3	7	46.7%	21	6	40.0%	18
Bueno	4	0	0.0%	0	7	46.7%	28
Muy bueno	5	0	0.0%	0	2	13.3%	10
Total		15	100%	32	15	100%	56

Fuente: investigación propia.

**GRÁFICO N° 25**

**Resultados del pretest y postest, según uso de diálogos.**



**Interpretación**

En la tabla N° 25, gráfico 25, observamos los resultados correspondientes al empleo de los diálogos en los textos de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo antes y después de aplicar la propuesta pedagógica. En el pretest, más de la mitad de los trabajos no cumplió las exigencias mínimas al

momento de presentar un diálogo. Nadie alcanzó los niveles de bueno y muy bueno. En el postest, los resultados cambiaron significativamente. Esta vez, el 60 % de trabajos alcanzaron los niveles de bueno y muy bueno. En contraposición, ninguno se situó en los niveles de muy malo y regular.

El cambio en la manera de citar las declaraciones de las fuentes se evidenció, además, en los puntajes obtenidos en los dos momentos de la investigación.

**TABLA N° 26**

**Puntajes en el pretest y postest en el desarrollo de habilidades de redacción de periodismo narrativo en los estudiantes del curso de Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de UPAO, 2016-I.**

N°	PRETEST	POSTEST	DIFERENCIA
1	15	25	10
2	12	20	8
3	11	22	11
4	14	24	10
5	10	24	14
6	16	20	4
7	16	25	9
8	22	24	2
9	19	24	5
10	14	22	8
11	8	19	11
12	10	25	15
13	14	25	11
14	16	25	9
15	22	23	1
Promedio	14.6	23.1	8.5

Fuente: investigación propia.

### **Interpretación**

En la tabla N° 26, observamos, los puntajes de los textos presentados por los estudiantes en los dos momentos de la investigación. En el pretest, el puntaje máximo fue de 19 y el promedio de 14.6, en cual se ubica en el límite de los niveles de malo y muy malo. El puntaje más alto de esta parte el instrumento es 7 y el máximo 35. El puntaje medio es 21.

Luego de que se aplicó el programa, los puntajes más altos fueron 25 y el promedio 23.1, el cual se ubica en el nivel de bueno.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN**

Los resultados obtenidos en la prueba de pretest evidencian una lamentable realidad: los estudiantes no han desarrollado la habilidad para escribir textos del periodismo narrativo.

El puntaje promedio alcanzado fue de 14.6, el cual se ubicada en el límite de los niveles malo y muy malo. Se debe considerar que los parámetros están establecidos por el puntaje más bajo, 7, y el más alto, 35, con una media de 21.

Estos resultados de alguna manera reflejan la realidad problemática descrita en el presente trabajo, la cual es que los estudiantes del curso de Introducción al Periodismo evidencian una pésima tildación y puntuación, falta de claridad de sus textos, deficiencias para citar información de las fuentes, abuso de la primera persona, deficiencias en el empleo de los discursos narrativos, descriptivos, diálogos, entre otras características.

Con la aplicación del método Valor Agregado Periodístico (VAP) se concluyó que la mayoría que los textos escritos en la etapa del pretest están lejos de ser considerados como trabajos de calidad.

Esto debido a que, entre otros aspectos, en los indicadores del nivel de selectividad de la noticia, el 100 % de estudiantes eligieron hechos que se vincularon con noticias blandas, es decir “atemporales, las cuales son de interés para una minoría y su publicación no es prioridad en la mayoría de diarios”. (García, Bezunarte y Rodríguez, 2013).

Respecto a los niveles de acceso, se consultaron un número 39 fuentes. La mayoría de estas (30) fueron personales. Se emplearon 9 fuentes documentales y no se citó ninguna información obtenida por otros medios de comunicación. Las fuentes personales sirvieron para obtener, en su mayoría (26) testimonios. Apenas se consultó a un experto. Esta situación desmerece la calidad periodística porque, como dice García, Bezunarte y Rodríguez (2013), el escaso número de fuentes origina los reducidos puntos de vista de los sucesos. Además, la falta de fuentes documentales impide la contextualización de los hechos.

Respecto a los indicadores de equidad, los cuales visualizan el equilibrio informativo, los textos que en su mayoría (73 %) sí personificaron a sus protagonistas. Sin embargo, respecto al antagonista, solo el 27 % lo personificó, el 33 % no lo personificó y el 40 % no definió o presentaba antagonista. Cruz (2011) asegura que muchas veces se deja de lado el abecé fundamental del periodismo: confrontar las fuentes, por ejemplo. “No todo lo que dice una fuente es la verdad revelada. La mayoría de los hechos tienen una, dos, tres, cuatro, cinco miradas distintas y con muchísima frecuencia nos estamos casando con la versión que da una fuente”. (Cruz, 2011).

Respecto a los indicadores de estilo, vinculados al dominio del lenguaje y la creatividad en la construcción de la noticia, la estructura que predominó (47 %) fue la pirámide invertida, la cual no es una estrategia narrativa apropiada para escribir textos de periodismo narrativo. La pirámide invertida esquematiza los textos, los reduce a su sucesión de acontecimientos fríos y a una acumulación de declaraciones, muchas veces, sin contexto. En esta misma línea, Salcedo (2007) compara que en la crónica (especie del periodismo narrativo), a diferencia de la noticia, no existe la camisa de fuerza de la pirámide invertida, que te obliga a introducir lo más importante en la entrada e ir perdiendo fuerza en la medida en que avanza el relato.

Socorro (2007) considera que en el periodismo informativo, donde la pirámide invertida reina y gobierna, el tiempo es un dato, una fecha, una cifra, no existe una trama, solo se desarrollan citas y se enuncian hechos que suceden.

Se emplearon 107 adjetivos calificativos y 78 verbos de atribución o elocutivos. Leñero y Marín (1986) advierten que se debe tener mucho cuidado con el empleo de los adjetivos debido a que proyectan una apreciación personal del periodista [contraria a la objetividad (sic)] o a una falta de precisión en la etapa de recolección de datos. Por su parte, Germán (2008) señala que los redactores inexpertos (y los veteranos) creen que el uso de adjetivos le da mayor énfasis al texto. “Pero en realidad es todo lo contrario. Ello lleva a caer en redundancias como ‘el pasado 11 de este mes’, ‘armar militarmente al país’ o ‘un estruendo ruidosos’...”. (Germán, 2008).

Respecto a los indicadores de contenido, las cuales se definen como los rasgos informativos de contextualización, solo el 27 % de los textos periodísticos escritos por los estudiantes tenían antecedentes; el 73 % no consideraba a los consecuentes como un aspecto importante en su texto y el 47 % no evidenció observación del narrador. El periodismo sirve para hacer entender el mundo y ese objetivo se logra contextualizando los hechos, con antecedentes y consecuentes. Ningún hecho es aislado y todo suceso desencadena más sucesos. Un buen texto periodístico debe evidenciar estas características.

Sobre los indicadores de énfasis —decir si la noticia se basa en datos volcados por el periodista o en juicios u opiniones— el 40 % son textos especulativos, y el enfoque que predomina es el interés humano. Los hechos son sagrados, las opiniones son libres, reza un proverbio del periodismo inglés que debería ser una máxima de la información mundial.

En cuando al manejo de los contornos del lenguaje, el 73 % de los trabajos evidenciaron, en el ámbito sintáctico, serias deficiencias, ya que se ubicaron

en los rangos de malo y muy malo. En el campo semántico, ninguna de las piezas periodísticas obtuvo el nivel de bueno y el 67 % se ubicó en los rangos de malo y muy malo. En el campo ortográfico, más de la mitad (67 %) se situaron en los niveles de malo y muy malo. Quirós, Vera y Gonzales (2007) ponderan que el lenguaje (o lengua) es la herramienta que el periodista va a utilizar a diario y que de la forma cómo la use dependerá su éxito o su fracaso.

En cuanto a la forma como utilizaron la persona-narrador, el 53 % se ubicó en los niveles malos y muy malos. El 40 %, se situó en el nivel regular. Los hallazgos en esta dimensión están vinculados al despropósito en el uso de la primera persona. Caparros (2003) aclara que cuando se habla de primera persona en periodismo narrativo no se está hablando de una opinión del fulano. “No hay que confundir la escritura en primera persona con la escritura sobre la primera persona. Cuando el cronista empieza a hablar más sobre la primera persona que de lo que lo rodea, deja de ser interesante”. (Caparros, 2003).

La caracterización de los personajes no fue la apropiada, debido a que casi los tres cuartos (73 %) de los textos se ubican en el nivel de malo y muy malo. Ningún texto alcanzó los niveles de bueno o muy bueno. En periodismo narrativo los sujetos pierden la frialdad de ser unos simples y distantes entes que brindan información, y se convierten en personas que no solo tienen un nombre, sino una historia digna de ser contada. “Lo periodistas solemos tener fuentes, pero no los vemos como que son personas como nosotros. (...) aparecen y desaparecen de nuestro texto sin que podamos ni verlas, ni olerlas, ni entenderlas. No cuentan, ni recuerdan, no reflexionan” (Herrscher, 2012)

En la dimensión de descripción de espacios, el 67 % no alcanzó a caracterizar de manera aceptable los escenarios donde se realizaron los hechos y solo el 33 % lo hizo de manera regular. Nadie alcanzó los niveles de bueno y muy bueno. “La descripción dota de vida a una noticia, transporta a los lectores al

lugar de los hechos y recrea el ambiente. Puede convertir la noticia más árida e insulta en una historia sabrosa y ser el elemento clave que distinga un reportaje satisfactorio de otro que no lo es”. (Randall, 2008)

En el empleo del diálogo más de la mitad de los trabajos no cumplieron con las exigencias mínimas de su presentación. Nadie alcanzó los niveles de bueno y muy bueno. Los problemas se presentaron de forma, es decir no emplearon con corrección los elementos de puntuación para incrustar las declaraciones, como las comillas o los guiones. Además, los diálogos no respetan la oralidad de los personajes. Wolfe (1976) postula que uno de los procedimientos estilísticos que otorgan verosimilitud a todo relato de no-ficción (o periodismo narrativo), es el empleo correcto del diálogo, el cual consiste –afirma– en reproducir textualmente las palabras del personaje cuando actúa frente a otros personajes. “Reproduce sus interjecciones, redundancias, entonaciones y modismos del lenguaje, buscando retratarlo lo mejor posible”. (Wolfe, 1976).

Esta realidad obligó a diseñar un programa de lectura para mejorar las habilidades de redacción. Ander (1971) afirma que un programa educativo es importante porque permite organizar un plan de actividades de acuerdo a las necesidades encontradas en los alumnos. Asimismo, académicos y destacados periodistas coinciden que la lectura es el mejor y más efectivo camino para aprender o mejorar la escritura. Bejarano (2013) considera que el periodista debe ser un experto en la palabra. “¿Y cómo se vuelve experto en palabras? Pues leyendo. Es imposible pensar en un periodista si no hay una pasión por la lectura”. (Bejarano, 2013).

Los resultados obtenidos luego de aplicar la propuesta, arrojan que los estudiantes sí desarrollaron sus habilidades de redacción de textos.

Esta vez, el puntaje promedio se elevó a 23.1, el cual se ubica en el rango de bueno, porque la media es 21, el puntaje más bajo 7 y el más alto 35.

Gracias al método de Valor Agregado Periodístico se evidenció que la mayoría de los textos analizados mejoraron significativamente y se acercaron a los estándares de calidad que postula este modelo de análisis. En principio, porque en los indicadores de acceso, esta vez, se consultaron 85 fuentes, de las cuales 71 fueron personales, 8 de medios de comunicación y 6 de documentos. La tendencia a utilizar las fuentes personales como testimoniales continúa, pero el cambio sustancial se evidencia en el empleo de fuentes expertas, condición que vigoriza los textos periodísticos, porque, primero, al aumentar el universo de puntos de vista, la información es plural y profunda, y, segundo, la información es relevante. “La misión del periódico, más allá de la calidad literaria de sus reportajes y crónicas, es contar una información verdadera o, al menos, una información contrastada” (Fole, 2012).

Respecto a los indicadores de equidad, que son aquellos que visualizan el equilibrio informativo interno de la información, en el 100 % de los textos se personificó con claridad al protagonista. Esta vez, el antagonista se presenta personificado en la mitad de los trabajos analizados. Solo el 36 % no evidencia antagonista. Aclarar la presencia del protagonista y antagonista es fundamental en el ejercicio periodístico para alcanzar el equilibrio. Bernabé (2007) dice que el equilibrio informativo es la utilización de diversas fuentes que representan a la pluralidad de ideas respecto a una temática. Por su parte, Marín (2007) describe que una noticia equilibrada es aquella que, apegada a la equidad y veracidad, permite al usuario construir su propia realidad sobre un hecho informativo determinado.

Respecto a los indicadores de estilo, vinculados al dominio del lenguaje y la creatividad en la construcción de la noticia, la estructura que más se empleó (53 %) fue la mixta, seguidas de las entrevistas (33 %). Para esta investigación

la estructura mixta es similar a lo que algunas publicaciones definen como estructura libre, y en cuanto a entrevistas, la referencia más cercana es la entrevista de personalidad. En ambas, la estructura se aleja de la pirámide invertida que, como se explicó en la etapa del pretest, es un limitante para la escritura del periodismo narrativo. Herrera (2012) complementa que hay muchas posibilidades para armar una historia, pero lo importante es que se tenga orden. “Hay que pensar en la crónica como una sucesión de imágenes. Elegir los planos y cambiar del general al medio, al americano, al primerísimo plano como en una película”. (Herrera, 2012).

El uso de adjetivos se redujo a 80; en cambio el empleo de verbos de atribución subió a 160. Los estudiantes fueron más medidos con el empleo de los términos que modifican los sustantivos. El Manual de Estilo de El Comercio (2007) recomienda que en un texto periodístico se deben utilizar los adjetivos únicamente cuando tengan pleno sentido, es decir, cuando contribuyan a describir o definir cualidades que enriquezcan la información o los datos en que se sustenta. “Los adjetivos deben servir para explicar mejor los hechos, no para expresar valoraciones”. (El Comercio, 2007)

Respecto a los indicadores de contenido, los cuales son los rasgos informativos de contextualización del hecho, casi la totalidad de trabajos presentaron antecedentes; el 86 %, considerada las consecuencias, y el mismo porcentaje evidenció observación del periodista. Un texto que se preocupa por presentar todos estos componentes se aleja de la superficialidad y busca que el lector conozca a plenitud lo que está pasando. Entonces cumplen lo que dice Kapuscinski (20013) que el periodismo sirve para hacer entender.

Martínez (2007) considera que el lector en general desea una información o un trato a la noticia con mayor profundidad.

El lector quisiera que lo apartes un instante de ese vértigo noticioso actual y le digas: ‘Mira, presta atención a esta historia, esta historia es diferente, esta historia te concierne como ser humano, esto te importa, esto afecta tu vida, esta historia modifica tu forma de ver las cosas, tiene que ver con tu mundo y aquí está’”. (Martínez, 2007).

Esa necesidad la aplaca el periodismo narrativo.

Sobre los indicadores de énfasis –la noticia se basa en datos volcados por el periodista o en juicios u opiniones– el 86 % se basaron en hechos fácticos, es decir en sucesos apegados a la “verdad de los hechos”. Al respecto Guerreiro (2010) cita a Gay Talese: «Escribo no ficción como una forma de escritura creativa. Creativa no quiere decir falsa: no invento nombres, no junto personas para construir personajes, no me tomo libertades con los datos; conozco a gente de verdad a través de la investigación, la confianza y la construcción de relaciones”.

En el indicador del contorno del lenguaje, los resultados, en el aspecto sintáctico cambiaron notoriamente. Un 33 % alcanzaron el nivel de bueno y 53 % se ubican en la escala de regular. En el contorno semántico, los resultados también mejoraron. Esta vez, ningún texto se situó en el nivel de muy malo, los malos bajaron a 27 %, los regulares aumentaron a 47 % y, principalmente, los buenos alcanzaron el 27 %. En el manejo ortográfico el nivel regular creció más de 33 puntos porcentuales. Este contorno es el que menos mejoró luego de aplicada la propuesta. Javier Lascurain, citado por María Cappa (2013) dice que “cuanto mejor maneje el lenguaje un periodista mejor se entenderá su mensaje”.

Respecto al uso del personaje-narrador, el nivel bueno superó el 50 %. Este porcentaje se explica, principalmente, porque los trabajos dejaron de utilizar la primera persona o, como critica Caparros (2013), sobre la primera persona.

Respecto a la construcción de personajes, el 100 % de trabajos se ubican en los niveles de bueno y muy bueno. Los buenos textos narrativos no utilizan a las personas como una mera fuente. “Allí donde el periodismo que llaman ‘tradicional’ busca fuentes o testimonios, el periodismo narrativo encuentra personas con una vida y una historia”. (Guerreiro, 2010).

En la descripción de escenarios, solo el 7 % se ubicó en malo, mientras que 53 %, es decir más de la mitad, ascendieron a bueno. La descripción de escenas es al juicio de Wolfe y Hollowel –citado por Luegas (2012)– la técnica ficticia más importante usada por los nuevos periodistas, y consiste en la construcción de la historia en escenas dramáticas en vez de un resumen de sucesos. Un buen texto de periodismo narrativo lo será si logra condensar –como dice Salcedo (2007)– la esencia de los sucesos y personajes a través de las escenas.

En el empleo de diálogos, el 60 % de trabajos alcanzaron los niveles de bueno y muy bueno. En contraposición, ningún se situó en los niveles de muy malo y regular. Algunos de los textos apuntaron a cumplir la recomendación de Wolfe (1976): “En definitiva, se trata de que el personaje hable a través de él mismo, en su propia voz, como si fuera él quien relata y no el periodista”.

La aplicación de un programa de comprensión lectora para mejorar las habilidades de redacción en los estudiantes de curso Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego cumplió las expectativas, ya que los universitarios mejoraron significativamente la escritura de sus textos.

Después de aplicado el programa se logró que los estudiantes que se ubicaban en el pretest con un puntaje bajo, suban a un nivel alto, lo que evidencia que los estudiantes están predispuestos para mejorar sus habilidades de redacción.

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES**

- 6.1 La aplicación de un programa de comprensión lectora mejoró significativamente, de 14.6 (nivel bajo) a 23.1 (nivel alto), las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego.
- 6.2. Se determinó que antes de la aplicación del programa de comprensión lectora, las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los estudiantes del curso de Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación se encontraban en el nivel de malo.
- 6.3. Se determinó que luego de la aplicación del programa de comprensión, las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los estudiantes del curso de Introducción al Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación se elevaron al nivel de bueno.
- 6.4. Al comparar los resultados del pretest y el postest se determinó que el programa de comprensión lectora sí fue eficaz para mejorar las habilidades de redacción en periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2016.

## **CAPÍTULO VII**

### **RECOMENDACIONES**

- Implementar estrategias activas para fortalecer el desarrollo de las capacidades de producción de textos periodísticos.
- Los docentes de periodismo deben manejar estrategias de comprensión lectora.
- Diseñar programas de capacitación en el uso de estrategias para la producción de textos a los profesores de periodismo.
- Proponer la creación de un club lector exclusivo de textos de periodismo narrativo.
- Los textos periodísticos con los que se trabaje en el programa de comprensión lectora deben ser, de preferencia, del profesor del curso.

## CAPÍTULO VIII

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, L. y otros (1995). *Proyecto Educativo, proyecto curricular y proyecto de aula*. Madrid: Ediciones S.M.
- Ander E. (1971). *Diccionario de pedagogía*. Argentina: Magisterio del Río de la Plata.
- María Angulo (2014) (Coord.) *Crónica y mirada. Aproximaciones al periodismo narrativo*. España (2º. Ed): Editorial Libro del KO.
- Ávila, F. (2003). *Cómo se escribe*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- Bejarano, C. (2013). *Redacción periodística*. Lima: Universidad Alas Peruanas.
- Bernabé, J (2007). *Periodismo Preventivo. Otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*. España. Editorial Catarata,
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ª ed). Bogotá: Pearson Educación.
- Buendía, L., Colás, P. & Hernández, F. (1998). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill/ Interamericana de España
- Cabrera, F. (1994). *El Proceso Lector y su Evaluación*. Barcelona: Alertes.
- Cabrera, L. (2015) Programa basado en la dramatización de cuentos para mejorar la expresión oral en los alumnos del tercer grado de educación primaria de la Institución educativa N° 80006 Nuevo Perú de la ciudad de Trujillo, año 2012. (Tesis de grado). Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Carrión, J. (Ed.) (2012). *Mejor que ficción*. Buenos Aires: Anagrama.
- Chávez, D. (2000). *El Programa, una experiencia de investigación para desarrollar actividades con el propósito de ayudar a obtener un mejoramiento personal de los educandos*. México: Morgan.
- Cruz, J. (2012) *Saber narrar en periodismo*. En *Saber narrar*. México (2º.Ed): Prisa Ediciones.
- El Comercio (2007) *Manual de Estilo*. Lima: El Comercio.
- Egan, L. (2008) *Carlos Monsiváis. Cultura y crónica en el México contemporáneo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- García, T. (2006). La lectura en la construcción de significados para una mejor comprensión lectora del 4to grado de primaria de la escuela de Boston. (Tesis de grado) EE.UU: Universidad de Boston.

- García, M.; Bezunartea, O y Rodríguez, I. (2013). *El Valor Agregado Periodístico, herramienta para el periodismo de calidad*. En: Gómez, Josep Lluís; Gutiérrez, Juan Francisco; Palau, Dolors (eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón y Valencia.
- Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (2014). Informe anual. FNPI. Cartagena de Indias, Colombia.
- Herrscher, R. (2012). *Periodismo narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Hurtado, P. (2013). Sistematización de 10 reportajes escritos sobre hechos de violencia publicados en el Periódico de Guatemala de 2004 a 2011 (Tesis de licenciatura). Guatemala. Universidad Rafael Landívar.
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- King, S. (2000). *En Mientras escribo*. (4º.ed), Colombia: De Bolsillo.
- Leñero, V. y Marín, C. (1986), *Manual de Periodismo*. México. (7º.ed): Editorial Grijalbo.
- Luengas, M. (2012). Gatopardo Como Ejemplo del Nuevo Periodismo en México. (Tesis de maestría) México, DF: Universidad Iberoamericana.
- Llanos, O. (2013). *Nivel de comprensión lectora en estudiantes en el primer ciclo de la carrera universitaria*. (Tesis de maestría) Piura: Universidad de Piura.
- Lujan, W; Hernández, S y Zumarán, C. (2012). *Leer y escribir bien. Bases teóricas*. Trujillo: Universidad César Vallejo.
- Marina, T. (2006). *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona: Anagrama.
- Martínez, T. E. (2004). *Relatoría del Taller de periodismo narrativo*. Santiago, Chile: Fundación Gabriel García Márquez para el Periodismo Iberoamericano.
- MINEDU (2009). Directiva para el programa Movilización Nacional por la comprensión lectora. Lima: MINEDU.
- Meneses, J. (2006) *Un día con Juan Pablo Meneses*. España: Asociación de prensa de Aragón.
- Orbegoso, M. (2000). *Periodismo. Texto de teoría y práctica*. Lima, Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Pinzás, J. (2012). *Leer Pensando. Introducción a la visión contemporánea de la lectura*. (2º.ed) Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Quirós, E., Vera, R. y Gonzales, Carlos. (2007). *Manual de Redacción periodística*. Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Quinteros, A. (1995) *Programa de Intervención para la comprensión de textos*. España: Universidad de Salamanca.
- Rioseco, R.; Ziliani, M. (1998). *Pensamos y aprendemos*. Chile: Editorial Andrés Bello.
- Rivadeneira (1988). *Periodismo: teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. México. Editorial Trillas.
- Salcedo, A. (2007). *La crónica el rostro humano de la noticia*. Colombia: Fundación Gabriel García Márquez para el Periodismo Iberoamericano.
- Socorro, M. (2007). *Relatoría del taller de periodismo narrativo*. Aracatama, Colombia: Fundación Gabriel García Márquez para el Periodismo Iberoamericano.
- Solé, I. (2004): *Estrategias de la lectura. Materiales para la innovación educativa*, (15. ed) Barcelona: ICE de la Universidad de Barcelona- Graó.
- Solórzano, J. y Montero, E. (2011): *Construcción y validación de una prueba de comprensión de lectura mediante el modelo de Rasch*. Revista Actualidades Investigativas en Educación N ° 11. Universidad de Costa Rica.
- Vallés, A. y Vallés, C. (2006). *Comprensión Lectora y Estudio Intervención Psicopedagógica*. Valencia: Promolibro.
- Villanueva, J. (2012) *El que enciende la luz*. En Jaramillo, Dario. (Ed.). *Antología de crónica latinoamericana actual*. Buenos Aires: Alfaguara.
- Wolfe, T. (1976). *El nuevo periodismo*. (3°.Ed) España: Editorial Anagrama.

### **Referencias electrónicas**

- Basterra, Ana (2000). Consultado en julio del 2013 en <http://es.scribd.com/Ana%20Basterra>
- Bullido, E. (2015). *Apuntes de redacción periodística: precisión, claridad y concisión*. Recuperado el 8 de diciembre del 2015 de <http://enriquebullido.com/2015/02/16/apuntes-de-redaccion-periodistica-precision-claridad-y-concision/>.
- Caldeiro, G. (2010). *Evaluación de programas educativos*. Educación: de la práctica a la teoría. Recuperado el 6 de enero del 2016 de <http://educacion.idoneos.com/>

- Colomer, T. (1997). *La enseñanza y el aprendizaje de la comprensión lectora. Teoría y práctica de la educación. Revista Signos*, 20. Recuperado el 8 de octubre de 2015. de: [http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo\\_id=683](http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=683)
- Caparros, M. (20 de diciembre del 2015). *Querer escribir sin leer es como querer tocar la guitarra sin haber escuchado música*. Mundo.es. Recuperado de [http://www.eldiario.es/cultura/martin\\_caparros-lacronica-periodismo\\_0\\_459854516.html](http://www.eldiario.es/cultura/martin_caparros-lacronica-periodismo_0_459854516.html)
- ECE (2014) Evaluación Censal de Estudiantes 2014. Informe del Ministerio de Educación del Perú. Disponible en <http://umc.minedu.gob.pe/?p=2338>
- Fole, X. (2012) Los hechos son sagrados. El fact-checker y la importancia del periodismo. Fronterad. Recuperado el 2 de noviembre del 2016 en <http://www.fronterad.com/?q=hechos-son-sagrados-fact-checker-y-importancia-periodismo>
- García, A. (2015). La Importancia del Manual Como Herramienta de Aprendizaje del Estilo Periodístico. Una propuesta de Guía de Estilo Para los Estudiantes de Periodismo. (Tesis de licenciatura) Universidad de Piura. Recuperado el 6 de enero del 2016, de [http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2268/INF\\_196.pdf?sequence=1](http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2268/INF_196.pdf?sequence=1).
- Germán R. (2008). Los malos usos de adjetivos y adverbios en las notas periodísticas. En el Guardián de la verdad. Recuperado, el 23 de octubre de 2016 de [http://elguardiandelaverdad.blogspot.pe/2008/01/por-ral-germn-b\\_06.html](http://elguardiandelaverdad.blogspot.pe/2008/01/por-ral-germn-b_06.html)
- Guerreiro, L. (2010) *¿Qué el periodismo narrativo?* Revista Anfibia. Recuperado el 14 de octubre del 2014 de: <http://www.revistaanfibia.com/cronica/que-es-el-periodismo-literario/>
- Kramer, M. (2001). *Reglas quebrantables para periodistas literarios*. Recuperado el 7 de octubre del 2012 de [http://www.elmalpensante.com/index.php?doc=display\\_contenido&id=2349](http://www.elmalpensante.com/index.php?doc=display_contenido&id=2349)
- Marín, K. (2007) Equilibrio informativo en los medios de comunicación social: ¿una utopía? (Tesis de maestría). Universidad Católica Andrés Bello. Recuperado el 25 de octubre de 2016 en [http://www.revistalatinacs.org/2008/alma02/95metodo\\_Klibis.pdf](http://www.revistalatinacs.org/2008/alma02/95metodo_Klibis.pdf)
- Margarit, A. (2003) *Un modelo teórico para entender el mundo del escritor*. Colombia. Recuperado el 23 de octubre de 2016 de <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/programa/2003/04/05/un-modelo-teorico-para-entender-el-mundo-del-escriptor-t-base-4/>

- Ochoa, L. (2009). *La lectura y escritura en las tesis de maestría*. Colombia. Recuperado el 10 de diciembre del 2015 de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/formayfuncion/article/view/23762/36060>
- Pino, M. y Rebolledo, X. (2008). El Nuevo Periodismo como cruce entre periodismo y literatura. Un estudio desde el caso Cynthia Cortez. (Tesis de maestría) Valdivia, Chile: Universidad Austral de Chile. Recuperado el 10 de diciembre del 2015 de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2008/ffp662n/doc/ffp662n.pdf>
- PISA (2009). *Programa para la evaluación internacional de los alumnos*. Informe español. Madrid: Ministerio de Educación. Disponible en Internet en: <http://www.educacion.gob.es/dctm/ievaluacion/internacional/pisa-2009-con-escudo.pdf?documentId=0901e72b808ee4fd>
- Randall, D. (2008) *El periodista universal*. (2°. Ed) España: Siglo XXI de España Editores.
- Real Academia Española (2016). [www.rae.es](http://dle.rae.es/?id=GKCiBz2). Recuperado el 29 de noviembre del 2015 de <http://dle.rae.es/?id=GKCiBz2>.
- Reviglio, Cecilia (2016). Reformulación del modelo de escritura. Colombia. Recuperado el 24 de octubre del 2016 de <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/programa/2016/03/28/reformulacion-de-un-modelo/>
- Rodríguez, M. (s.f). *La crónica periodística: un género tan polémico como imprescindible*. [En línea] Cuba. Unión de Periodistas de Cuba en Cienfuegos. Recuperado el 9 de marzo del 2015, de <http://www.gacetadejagua.cu/cronicas/2doencuentro2006/cronicaimpresindible.htm>
- Salas, P. (2012). El Desarrollo de la Comprensión Lectora en los Estudiantes del Tercer Semestre del Nivel Medio Superior de la Universidad de Nuevo León. (Maestría con especialidad en Educación). Universidad Autónoma de Nuevo León, México. Recuperado el 6 de enero del 2016, de <http://eprints.uanl.mx/3230/1/1080256466.pdf>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### PROPUESTA PEDAGÓGICA

##### 1. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Denominación:** Programa de comprensión lectora para mejorar las habilidades de redacción del periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo.
- 1.2. **Institución Educativa:** Universidad Privada Antenor Orrego.
- 1.3. **Facultad:** Ciencias de la Comunicación.
- 1.4. **Escuela:** Ciencias de la Comunicación.
- 1.5. **Nivel Educativo:** Superior.
- 1.6. **Ciclo:** VI ciclo.
- 1.7. **Curso:** Introducción al Periodismo.
- 1.8. **Investigador:** Lic. César Clavijo Arraiza.

##### 2. FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA:

La presente propuesta pedagógica consiste en desarrollar estrategias de comprensión lectora para mejorar las habilidades de redacción de textos periodísticos narrativos. Se considera que la lectura es un pilar fundamental para el desarrollo de la escritura. Lectura y escritura son las dos caras de la misma moneda. Si los estudiantes universitarios comprenden textos al nivel inferencial desarrollarán su memoria activa, la cual es fundamental para la construcción de textos. Para la ejecución de la propuesta se necesita la participación activa del docente y los estudiantes.

La aplicación de la propuesta tiene una duración de tres semanas a partir de la ejecución de aprendizaje en el aula.

- **Los recursos humanos:** participación del docente de aula y los alumnos y del curso.
- **Los recursos materiales:** impresiones, computadora, proyector, plumones.
- **Fuentes de información:** libros, revistas e instrumentos de recojo de información pretest y postest.
- **El tiempo necesario:** seis sesiones de aprendizaje.

### 3. PRINCIPIOS:

Nuestra propuesta ha sido diseñada teniendo en cuenta los siguientes principios:

#### 3.1. Principio de la motivación:

La motivación es fundamental en el proceso de aprendizaje, sin ello el alumno no desarrollará ninguna actividad. La motivación en la universidad es intrínseca y extrínseca, es decir provocado por el mismo estudiante y, también, por el docente.

El alumno requiere de un motivo, interés o intención que active sus actos de atribución de significados a lo que lee. Sin esta motivación, el universitario no se involucra activamente en la construcción del significado y la lectura llegará a convertirse para él en una actividad aburrida y absurda. En ese contexto, el papel del profesor consistirá en activar la motivación del alumno, proyectado y “presentando la tarea lectora de forma interesante, placentera y útil, con el fin de conseguir canalizar las energías de los alumnos para que se mantengan centrados en las tareas y se impliquen activa y emocionalmente” (Quinteros, 1995).

### **3.2. Principio de la comprensión lectora:**

La comprensión lectora es la capacidad que alcanza el estudiante cuando entiende lo que lee en sus distintos niveles. Uno de estos niveles es el inferencial, el cual se evidencia en la significación que se le otorga al estilo que utiliza el narrador para contar un hecho. Se pondera el “cómo” emplea las palabras, “cómo” narra, alude o sugiere.

Es fundamental que el profesor enuncie con claridad y precisión el objetivo que se pretende alcanzar con la lectura. Cuando el estudiante se enfrenta a los textos debe saber qué es lo que debe hacer, qué se espera de él al finalizar la lectura y por qué es importante y útil que adquiere esos aprendizajes de la lectura.

### **3.3. Principio de la producción de textos:**

La producción de textos es poner escrito algo que se pensó, algo que se acordó o algo que se vio. Para ello se debe tener conocimiento de las normas que rigen el empleo de la lengua, además un conocimiento pleno del asunto o tema del cual se escribirá. En el ámbito de periodismo narrativo, se deben considerar, además, que de lo que se escribe debe cumplir con principios estilísticos y deontológicos.

## **4. DISEÑO DE LA PROPUESTA:**

### **4.1. Objetivos:**

#### **4.1.1. General:**

Mejorar las habilidades de redacción de periodismo narrativo de los estudiantes del curso de Introducción al Periodismo de la Escuela de Ciencias de la

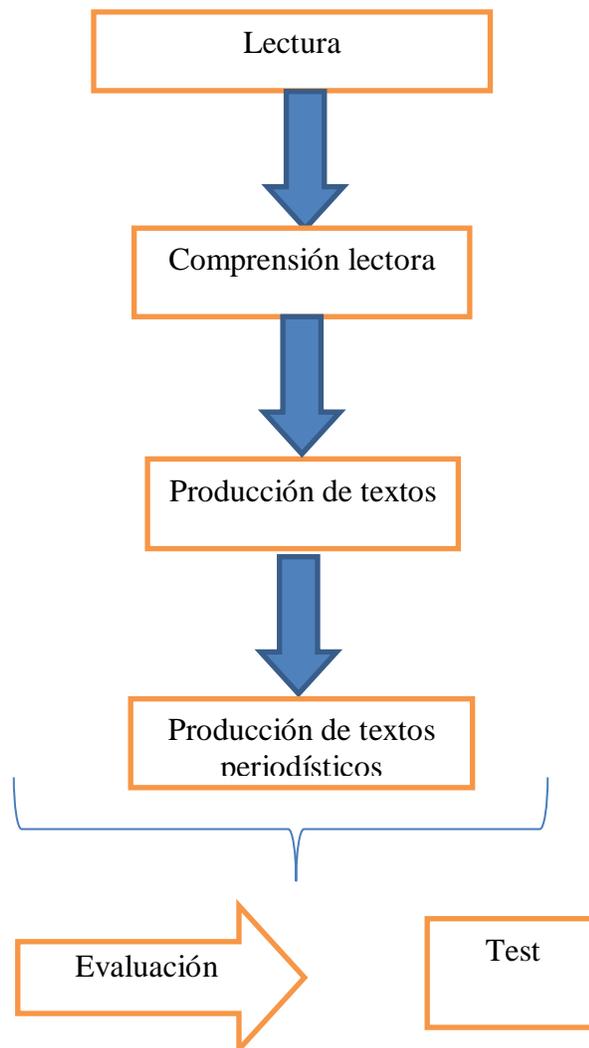
#### **4.1.2. Específicos:**

- Diseñar sesiones de aprendizaje que desarrollen la comprensión lectora orientadas a mejorar las habilidades de redacción de la crónica periodística.
- Proponer estrategias que permitan detectar los errores que se presenten en la producción de textos.
- Plantear algunas técnicas que permitan a los alumnos mejorar el desarrollo de la habilidad de producción de textos periodísticos y lograr buenos resultados.

#### **4.2. Propósitos:**

- Minimizar los problemas de las habilidades de redacción de textos mediante el desarrollo de la comprensión lectora.
- Estimular el valor y el cultivo por el conocimiento del periodismo narrativo.
- Lograr que el estudiante se sienta preparado para redactar sus propios textos periodísticos haciendo uso correcto de los procesos de producción para conseguir resultados satisfactorios en cuanto al manejo del contenido del curso de Introducción al Periodismo.
- Lograr que los estudiantes valoren los resultados y consecuencias de sus producciones periodísticas.

#### 4.3. Diseño:



### 5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

#### 5.1. Denominación:

Programa de comprensión lectora para mejorar las habilidades de redacción de periodismo narrativo de los alumnos del curso de Introducción al Periodismo.

## **5.2. Aplicación del Pretest:**

Para iniciar el desarrollo de la propuesta pedagógica se ha aplicado un test que ha sido elaborado a partir de la operacionalización de las variables, considerando los criterios e indicadores que evidencien la producción de un texto periodístico narrativo. Este instrumento ha sido validado y es confiable.

## **5.3. Organización:**

Considerando que nuestra propuesta tiene cuatro momentos: comprensión lectora, redacción de textos, reescritura y evaluación:

### **Comprensión lectora**

- ✓ El docente aclara los objetivos de la lectura.
- ✓ El docente guía la lectura de los textos periodísticos entregado a los alumnos
- ✓ Los alumnos analizan los textos periodísticos y participan en el coloquio que fomenta el docente. Responden preguntas planteadas por el docente como ¿cuál es el hecho noticioso? ¿qué recursos narrativos utilizó el autor para describir a los personajes y los escenarios? ¿qué valor le da al uso de la persona-narrador? ¿qué recursos narrativos se emplearon en el uso de los diálogos? ¿qué figuras literarias identificó?
- ✓ Participan emitiendo sus respuestas de manera oral.
- ✓ Expresan sus ideas de acuerdo al avance de la lectura.

### **Producción de textos**

- ✓ Escriben sus ideas siguiendo un esquema previo consensuado con el docente (planificación).

- ✓ Producen una crónica o un reportaje en borrador, a partir de la comprensión lectora de textos periodísticos
- ✓ Presentan su borrador al profesor para ser corregido.

### **Reescritura de los textos**

- ✓ Escriben su texto periodístico ya corregido de manera individual.
- ✓ Presenten su texto final.

### **Evaluación**

- ✓ Son evaluados mediante el test de análisis de discurso de textos de periodismo narrativo.

#### **5.4. Contenidos y Actividades:**

El programa contiene 6 actividades, las mismas que están relacionadas con los contenidos del curso de Introducción al Periodismo. Los contenidos y actividades son las siguientes:

<b>CONTENIDOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
Periodismo narrativo	Redacción de textos de periodismo narrativo. Lectura “Las mil y una de Miguel Espinoza”.
Diferencias del periodismo narrativo con el periodismo tradicional.	Lectura “Todos los caminos conducen al cebiche”
Los discursos del periodismo narrativo.	Lectura “En El Porvenir la violencia no es un juego”.
Trabajo de escenas.	Lectura: “No hay cama para tanta gente”

Producción de textos periodísticos. Planificación, investigación y producción.	Lectura: “El imperio de la Inka”, de Daniel Titinger y Marco Avilés.
Revisión de textos	Corrección de textos periodísticos

### **5.1. Aplicación del postest:**

Se aplicó un test para obtener información, analizarla y observar si los estudiantes que participaron en el programa mejoraron sus habilidades de redacción de periodismo narrativo.

### **5.5. Evaluación y retroalimentación**

Se evaluó permanentemente, para ello se utilizó instrumentos como: guía de observación y autoevaluación.

## **Sesión N° 1**

### **I. GENERALIDADES**

**1.1. Título:** Periodismo narrativo

**1.2. Asignatura:** Introducción al Periodismo

**1.3. Ciclo:** VI

**1.4. Carácter:** teórico-práctico

**1.5. N° de horas:** 2

**1.6. Fecha:** 8 de junio del 2016

**1.7. Coordinador de la asignatura:** Lic. César Clavijo Arraiza.

**1.8. Docentes:**

- Teoría y práctica: Lic. César Clavijo Arraiza.

### **II. INFORMACIÓN PEDAGÓGICA GENERAL**

#### **2.1. Contexto**

El periodismo narrativo es una especialidad del periodismo que utiliza las herramientas de la literatura para contar un hecho informativo. Tiene la finalidad de transmitir lo que ocurre en la realidad a través de un lenguaje que ambiciona la estética. Mediante el periodismo narrativo se puede explicar con mayor profundidad hechos de interés colectivo.

Es necesario que el estudiante reconozca la importancia de esta forma de periodismo, porque es una de las expresiones contemporáneas de la redacción informativa y, además, porque su uso es una poderosa arma para salvaguardar el “buen periodismo”, el cual está sitiado por los efectos negativos del periodismo digital.

#### **2.2. Capacidades:**

- a. Identifica características del periodismo narrativo.
- b. Relaciona conceptos sobre periodismo.
- c. Explica estrategias narrativas que se emplean el periodismo narrativo.

### 2.3. Evidencias del aprendizaje:

Redacta un reportaje o crónica.

### 2.4. Contenidos

Contenidos disciplinares	Contenidos vinculados			
	Investigación	Extensión	Proyección	Otros
Periodismo narrativo Definición. Características.				

## III. ACTIVIDADES

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>El docente rescata saberes previos sobre periodismo narrativo</p> <p>El profesor presenta el contexto que determina la importancia del periodismo narrativo</p>	<p>Secuencia didáctica.</p> <p>Estrategias didácticas:</p> <p>El docente usa un organizador gráfico para explicar los conceptos y características del periodismo narrativo.</p> <p>El docente entrega un material a los alumnos, el cual servirá para identificar estrategias narrativas del periodismo narrativo.</p> <p>Actividades</p> <p>a) En la sesión teórica</p> <p>- Lee un texto periodístico.</p> <p>b) En la sesión práctica</p> <p>- Planificación de la producción de textos.</p> <p>Recursos</p> <p>a) Materiales</p> <p>- Pizarra y plumones.</p> <p>b) Equipos</p> <p>- Computadores y proyectos.</p>	<p>Conclusiones.</p> <p>El docente integra y consolida los aportes de los estudiantes.</p> <p>Reflexión sobre lo aprendido.</p>

#### **IV. Evaluación**

Formativa durante toda la sesión

Test.

#### **V. Bibliografía**

Álvarez, L. y otros (1995). *Proyecto Educativo, proyecto curricular y proyecto de aula*. Madrid: Ediciones S.M.

Ander E. (1971). *Diccionario de pedagogía*. Argentina: Magisterio del Río de la Plata.

Carrión, J. (Ed.) (2012). *Mejor que ficción*. Buenos Aires: Anagrama.

Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Leñero, V. y Marín, C. (1986), *Manual de Periodismo*. México. (7°.ed): Editorial Grijalbo.

Luengas, M. (2012). Gatopardo Como Ejemplo del Nuevo Periodismo en México. (Tesis de maestría) México, DF: Universidad Iberoamericana.

## VI. Anexos

### Lectura

**Perfil. Vendedor de colchones, dirigente, periodista deportivo y más.**

## **Las mil y una de Miguel Espinoza**

Llegó a Trujillo caminando desde su natal Ecuador, quiso ser torero y fue acusado de espía en el conflicto con el Ecuador.

César Clavijo Arraiza

Cuando su enamorada le escupió la cara, él se dedicó a estudiar y no paró hasta convertirse en administrador de una tienda de colchones y en uno de los mejores vendedores de Trujillo. Cuando sintió la saliva en el rostro perdió el equilibrio y cayó de la escalera imaginaria a través de la cual subía por la pirámide de las clases sociales.

Ella estaba vestida con su falda azul y su blusa celeste, uniforme que por entonces -los primeros años de la década del 70- engalanaba a las alumnas del colegio Belén, y él con un mameluco. Ella llegó con grupo de amigas. Él la advirtió demasiado cerca y no tuvo tiempo de esconderse, tampoco para disimular que estaba lavando un carro ajeno.

Ella se avergonzó de él. Se sintió engañada. Pensó que estaba de amores con un familiar del dueño de la fábrica de hielo que por entonces operada en el jirón Ayacucho. Pero allí descubrió que Miguel Espinoza Jumbo era un criado, un hombre sin clase y sin dinero. A ella le faltó enterarse de que él llegó a Trujillo desde Ecuador a pie.

“Nunca me preguntó, y pensó que yo también era el dueño de la fábrica de hielo”, recuerda Miguel Espinoza con una risa de oreja a oreja y con palmadas como mono, una noche de setiembre en su clínica de colchones, ubicada en la plazuela El Recreo. Su risa contagia y en algo amilana el frío invernal de este Trujillo que se olvidó de su epíteto de primavera eterna.

Después del escupitajo, él la buscó. Ella se negó más de tres veces. Tiempo después con sus vidas hechas, Miguel le vendió el colchón para su cama matrimonial. Conversaron como si ningún dardo de saliva haya pasado. Nadie tocó el tema. Él sintió que ella fue feliz por volverse a ver.

Cuando el papá de su enamorada en el cantón de Arenilla en su Ecuador natal, lo cogió de la corbata y estaba a punto de ahorcarlo, él se hecho a caminar y no paró hasta llegar a Trujillo.

Tenía 16 años y con toda la osadía de adolescente tierno tocó la puerta de la casa de su Celeste de 13 años. Su papá le abrió y él le pidió la mano de su hija para casarse. El hombre lo agarró de la corbata y lo levantó en peso. Cuando la respiración le faltaba, Celeste salió y lo defendió. Los dos lloraron su amor delante del padre, quien bajó la guardia y les prometió que podían seguir viéndose, pero que el matrimonio era imposible por su juventud.

El padre no cumplió su palabra. Meses después del intento de estrangulación, envió a Celeste a estudiar a una ciudad lejana. En una iglesia y delante de Dios, la pareja se despidió; no sin antes jurarse amor eterno.

Después de sufrir como sólo se sufre por amor, Miguel decidió viajar sin ninguna moneda en sus bolsillos a España, con escala en Perú, para convertirse en torero. Su máximo ídolo era El Cordobés. Vio al arte de enfrentarse a los toros como el trampolín para ganar dinero y fama, y regresar al cantón Arenillas a volver a pedir la mano de Celeste.

Miguel Espinoza aprendió muy bien la clase de historia sobre los trece de la Isla del Gallo. Ese pasaje de la conquista sostiene que Francisco Pizarro trazó una línea en la arena de la isla ecuatoriana y les ofreció a sus hombres volverse ricos si cruzaban la raya con dirección al sur, a Perú, o regresar hacia el norte, a Panamá, donde seguirían pobres. Sólo lo acompañaron trece. “Para el sur ricos, para el norte pobres”, se repitió Miguel Espinoza cuando salió de su pueblo, cuando llegó a la frontera, cuando estuvo en Tumbes y cuando se encontró con dos mochileros quienes lo convencieron de viajar ‘tirando dedo’ a Trujillo.

Con los zapatos sin taco, llegó a nuestra ciudad. Pero su objetivo era partir a España para convertirse en un matador. Uno de los amigos con quien viajó desde Tumbes era Enrique Pretell Cassinelli, hijo del dueño de la fábrica de hielo. Esa familia lo acogió.

El sueño de la tauromaquia lo espantó una tarde que ingresó al Coliseo de Toros y pidió enfrentarse a un novillo. El animal lo embistió y lo revolcó. Santo remedio. Adiós, futuro heredero de El Cordobés. De Trujillo nunca se movió.

Ni él, ni Celeste cumplieron su palabra. Aquella vez en la iglesia del cantón Arenillas, donde se juraron amor eterno, fue la última vez que se vieron.

Cuando en el conflicto con Ecuador en 1981, lo apresaron acusado de espía, Miguel Espinoza amó más al Perú. “Estuve 40 días metido (en la comisaría) como Noé en su arca”, recuerda y su risa invade su pequeña oficina copada de colchones reparados y por reparar. “Salí gordito”, añade y se toca el recuerdo de un abdomen generoso.

Una persona, que él prefiere no identificar, lo denunció ante las autoridades. Logró conseguirse una partida de nacimiento peruana. Ante la ley era un compatriota más. Intentó reclutarse en el Ejército pero por ser pie plano no lo aceptaron y le dieron su libreta militar. Luego, fue miembro de mesa en las elecciones para las

Asamblea Constituyente que presidió Víctor Raúl Haya de La Torre en 1978, y en los comicios que llevaron a Fernando Belaunde a la presidencia desde 1980 hasta 1985.

Un día un amigo policía le contó que lo habían acusado y que tenía que presentarse a seguridad del Estado. Caminó al local de la desaparecida Policía de Investigaciones del Perú (PIP) en San Andrés y se entregó.

Miguel Espinoza negó todos la acusación de espionaje, pero confeso lo de la partida de nacimiento. Lo amenazaron con deportarlo.

Lo que vivió después fue uno de los mayores gestos de solidaridad que jamás sintió. Grupos de trujillanos realizaron marchas por la ciudad pidiendo su liberación.

Por entonces, no sólo tenía su tienda de colchones, sino que había sido presidente de la Liga de Atletismo de Trujillo e incursionado en el periodismo radial. Su primer programa fue Visión Deportiva en Radio Libertad.

“Nunca me sentí como un preso. Los policías me trataron muy bien porque me conocían. Además, nunca dormí en una celda siempre estaba afuera. Parecía un visitante de la comisaría”, evoca.

Los periódicos de la época ocuparon varias de sus páginas con la información de su detención. La presión de la gente y el término del conflicto propiciaron su libertad. En agosto de ese año, **La Industria** ofreció a sus lectores, por capítulos, la vida y obra de Miguel Espinoza, el espacio se llamó Una historia para contarla. “Esas muestras de cariño de los trujillanos me hizo querer más este país”, evoca.

Cuando unos periodistas colombianos lo elogiaron por su estilo para narrar las carreras ciclistas, él amó al periodismo hasta convertirse en uno de los mejores relatores de este deporte en el país.

Radioprogramas del Perú organizaba en la década del 90 La Gran Clásica Nacional, un certamen que se desarrollaba en diversas ciudades del país. La emisora contrataba a periodistas cafeteros para la narración y los comentarios. (Colombia es el país que más ha destacado en ciclismo en Sudamérica). Cuando la competencia llegó a Trujillo, Miguel Espinoza la trasmitió desde la Plaza de Armas para su radio.

Los extranjeros lo escucharon y quedaron fascinados. Lo entrevistaron y dijeron al aire que ya no era necesario que la gente de RPP los traiga desde Colombia para que narren las carreras si con Miguel Espinoza era suficiente.

Al año siguiente la gente de la emisora lo fue a buscar, pero como no tenía permiso de trabajo por su condición de extranjero no lo contrataron (Después de la detención tramitó sus documentos de identidad como ecuatoriano). Miguel ha viajado a casi toda La Libertad y a otras localidades del país a narrar carreras. Por estos días negocia con los organizadores de un gran evento deportivo en

Huamachuco quienes desean que su voz sea la que narre las competencias de ciclismo que se desarrollarán en la tierra de José Faustino Sánchez Carrión.

Miguel Espinoza Jumbo ama tanto al deporte que tuvo la genial idea de congrega voluntades para la creación de la Maratón de la Fe que une la Plaza de Armas de Trujillo con Otuzco, y que se corre en diciembre en honor a la Virgen de La Puerta.

Miguel Espinoza Jumbo quiere tanto a su familia que no deja de hablar de ella. Su esposa Manuela Morán Carbonel está en España con uno de sus hijos: Cristhian Alfredo. Los otros, Miguel Ángel es ingeniero civil, Robinson Adrián es antropólogo, Daniel Alexander cursa estudios de psicología y la única mujer, Estrella Marina estudia arqueología.

Miguel Espinoza Jumbo se siente más peruano que ecuatoriano, a tal punto que ha olvidado que Alberto Fujimori fue uno de los responsables directos que su negocio quiebre y cree que el Perú tiene futuro. Además les ha pedido a sus familiares y amigos que cuando se muera cremen su cuerpo y sus cenizas las esparzan en los ficus de la plazuela El Recreo.

## Sesión N° 2

### **I. GENERALIDADES**

**1.1. Título:** Diferencias del periodismo narrativo con el periodismo tradicional.

**1.2. Asignatura:** Introducción al Periodismo.

**1.3. Ciclo:** VI

**1.4. Carácter:** teórico-práctico

**1.5. N° de horas:** 2

**1.6. Fecha:** 14 de junio del 2016

**1.7. Coordinador de la asignatura:** Lic. César Clavijo Arraiza.

**1.8. Docentes:**

- Teoría y práctica: Lic. César Clavijo Arraiza.

### **II. INFORMACIÓN PEDAGÓGICA GENERAL**

#### **2.1. Contexto**

El periodismo narrativo tiene marcadas diferencias con el periodismo tradicional, el cual utiliza estructuras esquemáticas –algunos autores las llamas camisas de fuerza – para contar un hecho informativo. El periodismo narrativo en cambio busca la libertad como estrategia discursiva. Es importante que el alumno conozca estas desigualdades.

#### **2.2. Capacidades:**

- a. Verbaliza las diferencias del periodismo narrativo del periodismo tradicional.
- b. Identifica estrategias narrativas que emplea el periodismo narrativo

#### **2.3. Evidencias del aprendizaje:**

Cuadro comparativo del periodismo narrativo y periodismo tradicional.

## 2.4. Contenidos

Contenidos disciplinares	Contenidos vinculados			
	Investigación	Extensión	Proyección	Otros
Diferencias del Periodismo narrativo con el periodismo tradicional.				

## III. ACTIVIDADES

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>El docente rescata saberes previos sobre periodismo narrativo.</p> <p>El profesor presenta el contexto que determina las diferencias del periodismo narrativo y el periodismo tradicional.</p>	<p>Secuencia didáctica.</p> <p>Estrategias didácticas:</p> <p>El docente usa un organizador gráfico para explicar las diferencias del periodismo narrativo del periodismo tradicional.</p> <p>El docente motiva a los alumnos sobre la lectura <i>Todos los caminos conducen al cebiche</i> que se entregó la clase anterior.</p> <p>El docente puntualiza los objetivos de la lectura, los cuales están vinculadas a identificar las formas y las maneras que usó el autor del texto para contar un hecho narrativo.</p> <p>El docente guía la lectura. Incide en el respeto a los signos de puntuación.</p> <p>Formula preguntas como: ¿se ha identificado el hecho noticioso? ¿Qué tipo de personaje-narrador se utiliza? ¿cómo uso la descripción?</p>	<p>A. Conclusiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El docente integra y consolida los aportes de los estudiantes.</li> </ul> <p>2. Reflexión sobre lo aprendido.</p>

	<p>Actividades</p> <p>a) En la sesión teórica - Lectura.</p> <p>b) En la sesión práctica - Planificación de la producción de textos.</p> <p>Recursos</p> <p>a) Materiales - Pizarra y plumones.</p> <p>b) Equipos - Computadores y proyectos.</p>	

#### IV. Evaluación

Formativa durante toda la sesión.

#### V. Bibliografía

- Álvarez, L. y otros (1995). *Proyecto Educativo, proyecto curricular y proyecto de aula*. Madrid: Ediciones S.M.
- Ander E. (1971). *Diccionario de pedagogía*. Argentina: Magisterio del Río de la Plata.
- Carrión, J. (Ed.) (2012). *Mejor que ficción*. Buenos Aires: Anagrama.
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Leñero, V. y Marín, C. (1986), *Manual de Periodismo*. México. (7º.ed): Editorial Grijalbo.
- Luengas, M. (2012). Gatopardo Como Ejemplo del Nuevo Periodismo en México. (Tesis de maestría) México, DF: Universidad Iberoamericana.

## VI. Anexos

### Lectura

## **Todos los caminos conducen al cebiche**

Del Ex-Mercado Mayorista al sofisticado S'qualos; del plato preparado por un pescador en alta mar, al elaborado por una cocinero nikkei.

César Clavijo Arraiza

La sal se derrama y uno cree que la fatalidad se asoma. ¿Por qué va ser mala suerte?, refuta Angelita Narro Huamán para que todos quienes están cerca de ella en la sección de pescados del Mercado Zonal Palermo, Ex- Mayorista, la escuchen.

Botar sal siempre ha sido una evidencia de mala suerte. “Aquel que derrama sal despierta a sus enemigos”, reza un proverbio alemán. Hasta Judas Iscariote desparramó el condimento en la última cena. La señora Angelita dice que la sal es una bendición y la recoge para continuar con la preparación de su singular cebiche. Antes que infortunio, ese impase ha sido la antesala de un plato que ha tenido tanta buena suerte que nada lo reemplaza, nada lo destruye: el cebiche de caballa.

La caballa es un pescado de carne negra y sabor intenso. Humilde por donde se le mire. La experiencia dice que hay que salpresarlo para que exacerbar su sabor y antes de cortarlo se le debe desalar. Doña Angelita le empieza a echar limón “pintoncito; ni verde, ni amarillo” y se da cuenta que le falta ajo y un ingrediente que distingue su preparado: la pimienta. La ventaja de estar en un mercado es que todo está a la mano. Camina hasta la esquina y pide a crédito lo que le falta.

Regresa oronda a su mesa de preparación, en medio de los puestos de pescados. Sus compañeros la fastidian porque “saldrá en la televisión”. “Va ser famosa. La gente va venir por el cebiche y no por el pescado”, avizora una mujer que come un cebiche mixto con una mano y, con la otra, revisa su teléfono inteligente.

Doña Angelita sigue imperturbable preparando su cebiche. Pelo corto, raya al costado, carmín que le da un poquito de volumen a su delgada boca y unos aretes de trébol de cuatro hojas apenas distraen su humilde vestir. Ella vendía pescados allí y, también, entregaba en restaurantes, hasta que se animó a preparar cebiche para vender. “Me dijeron ‘está buena la sazón’. Hasta la fecha nunca he tenido una queja”.

Refriega el ají directo en el plato. Prueba. Corrige. Sirve. Cuesta ocho soles y llega acompañado con yuca, cancha y choclo. La pimienta ha penetrado a la caballa y ha tonificado su sabor. Es un estallido de sabor.

Tiene a su cargo dos sobrinos de 21 y 19 años, cuya madre falleció. Doña Angelita nunca se casó, vive para su cocina.

### **Piña acebichada**

Hay jóvenes con camisa manga larga y señores de saco y corbata. Hay mujeres que fotografían con sus *smartphone* todo lo que llega a su mesa. Hay una experta en vinos que recomienda que botella pedir. Hay mozos que le sonrían a todo. Hay un techo ovalado, plantas naturales, pinturas que dimensionan las paredes, manteles blancos, televisores plasma con el mundial y un cebiche con piña que ayuda a la fama del restaurante.

El S'qualos está ubicado en La Merced y es una de los restaurantes más sofisticados de la ciudad. Entre sus platos destaca uno que evidencia la generosidad del encurtido de limón. El cebiche tiene ingredientes elementales pero acepta otros con grandeza y asertividad, como a la piña.

El extracto de la fruta se mezcla con un concentrado de pescado que es la base de este cebiche. El lenguado, conservado a 6 grados centígrados, se corta en presas medianas. Se sirve sobre media piña y se acompaña con una brocheta de mariscos y camote glaseado. Cuando llega a la boca el ácido del limón bailan con lo dulce-agrio de la piña.

La administradora del establecimiento, Elena Rodríguez Castañeda, recuerda que cuando el restaurante se embarcó en la búsqueda de un cebiche propio y exclusivo, las propuestas fueron distintas. “Nos gustó mucho ese encuentro del pescado con la piña, ese acidito”, evoca. El cocinero que creó el plato ya no trabaja con ellos.

El viaje que disfruta el cebiche en el S'qualos es la evidencia de que no hay un solo cebiche en el Perú, sino una familia de platos. Las recetas no son biblias, sino guías para interpretarlas y, el peruano, sabe bastante de esto. ¿Ya llegó el cebiche de mango a Trujillo?

### **Alta mar**

Cristhian Vega Solar ha prometido que su cebiche será “como dice Bart Simpson ‘de lujo’”. Se ha fajado y ha empezado a jalar su red que dejó frente al espigón de Salaverry. El mar es tranquilo, menos para un inexperto en navegación. Los síntomas del mareo propio de altamar son evidentes luego de media hora encima de la pequeña chalana a remo de Cristhian.

Atrapó algunos barbudos, lornas, cachemas y mojarrillas. Pregunta por los ingredientes. Pregunta si han traído Ají-No-Moto. No, le responden. “Vamos a comer como en chacra”, bromea una vez más.

En tierra, Argentina juega contra Nigeria. En el mar, Cristhian está a punto de preparar el famoso cebiche de remo. Una versión fresquísima del plato bandera. La idea es

cortar el pescado que acaba de salir del mar. Lavarlo con esa misma agua, agregarle sal, limón, cortarle ají y... sentir que se hace cebiche a boca.

Se ha dicho hasta el cansancio que una de las condiciones para que el cebiche se disfrute en su real dimensión es la frescura del pescado. Entiéndase frescura como el poco tiempo que lleva el producto fuera del mar. El cebiche a remo venera ese mandato. “Este es el cebiche como debe ser”, vuelve a valorar Cristhian, quien además de tirar su red, se dedica al transporte de pasajeros en el muelle del puerto liberteño, tan golpeado por la erosión.

En el cebiche de remo el sabor del pescado se impone por sobre todos. Es el mar mismo. El limón, el ají y la sal son apenas actores de reparto que cumplen con nobleza su función de hacer más pescado al pescado.

Hoy es el cumpleaños de la mayor de sus tres hijos. Nicole cumple 16 años, y Cristhian, a quien en Salaverry, conocen como Palomilla, está ansioso por volver pronto a casa antes de que ella salga del colegio. Cuenta que la pesca cada vez es más escasa, pero que cuando hay suerte como, capturar un lenguado de unos 5 kilos o pescar unos 20 kilos de chita- se puede ganar bastante dinero.

De vuelta al puerto, en plena remada, cuenta un secreto. “En la comida, primero es la sal, sino le echas sal primero; no sale”.

## **No mentir**

Las presas de barracuda son tan nobles y apetitosas en las manos Luis Romero Bellido, que no parecen de un pescado carnívoro y, bajo ciertas condiciones venenoso para el hombre. Los trozos con transparentes y rotulados con hileras de grasa, una reserva infinita y única de sabor.

Minutos después ya no son presas, sino parte de un plato contundente y honorable de cebiche, que ha respetado la pesca del día y en el que se ha utilizado cinco ingredientes. Además del pescado; limón, cebolla, ají y sal.

Llega en plato hondo secundado con un puré de camote horneado y cubierto ralmente con culantro.

El cocinero Luis Romero Bellido, dueño del Koi Maki Bar, ubicado en la avenida Los Ángeles, en California, cree fielmente que en la preparación de cebiche lo primero que debe respetarse es el octavo mandamiento: “No dirás falsos testimonios ni mentiras”.

Los restaurantes están infectados con esta deshonra y “dan gato por liebre”. He allí lo importante de fomentar la pesca del día como la misión de los establecimientos. Se come lo que el mar brinda, no lo que el hombre sobreexplota. Esta noche hay barracuda, un pescado sabroso y caro, pero alguna vez, será uno humilde, como la pota.

“No hay cebiche malo”, dice Luis Romero, descendiente de japonés, quien ofrece una interpretación genuina de la comida nikkei. “Lo que hay es engaño”, retumba.

Su cebiche ha utilizado un jugo de limón que ha aromatizado con hortalizas, con la finalidad de que sirva como base del pescado. Agregó cebollas –solo sus capas, nada del corazón-, y ají limo. Sobre las cebollas, el cocinero valora que éstas le agregan “el dulzón que equilibra los sabores del resto de ingredientes”. Carlos Herrera cree que la cebolla tiene otra función en el plato nacional. “Todos sabemos que un cebiche no se puede comer solo. Se devora con la pareja, antes o después del amor, o con los amigos, antes o después de la borrachera. Sostengo que ese lazo –erótico o social; en todo caso afectivo– lo establece la cebolla”.

-----

### **Cuatro aciertos**

1. En el pescado, lo más importante mantener en una línea de frío, no se debe sobrepasar los 6 grados centígrados, norma universal de la Organización Mundial de la Salud. Utilizar una cama de frío base de hielo, cortar el pescado en pequeños trozos llevar a un bol de metal colocado en hielo-agua. Siempre se debe guardar el pescado en frío ya que es un producto perecible y muy peligroso para la salud cuando se manipula y se conserva mal.
2. El limón tiene que ser fresco, de cascara verde, blando y perfumado. Esto indica que tiene poco tiempo de cosecha. Aporta una acidez homogénea y no astringencia en el cebiche. Se tiene que cortar en el momento y exprimir en un bol de vidrio limpio, ya que el limón captura sabores de los materiales plásticos, antes usado con algunos productos de limpieza o alimento.
3. El picante. Uno de los problemas más frecuentes en los restaurantes. El cliente tiene la razón cuando pide con o sin ají. En el norte tenemos el ají mochero, emblema de las culturas ancestrales posicionadas en esta región. Tendría que ser usado frecuentemente ya que es aromático y de sabores ácidos. Va bien con el pescado; sin embargo la opción es variada desde la utilización del rocoto, ají limo, arnaucho, escabeche etc. Un ceviche no es ceviche si no pica, dicen los grandes conocedores, ustedes, los clientes, eligen.
4. Los cocineros somos los restauradores de la salud es por eso el nombre de ‘restáurate. Se debe limpiar las zonas de trabajo, sanitas los materiales después de la jornada, cloro o amonio cuaternario solución desinfectante, higienizarse correctamente, no manipular en exceso el pescado.

## **Sesión N° 3**

### **I. GENERALIDADES**

- 1.1. Título:** Los discursos del periodismo narrativo.
- 1.2. Asignatura:** Introducción al Periodismo.
- 1.3. Ciclo:** VI
- 1.4. Carácter:** teórico-práctico
- 1.5. N° de horas:** 2
- 1.6. Fecha:** 15 de junio del 2016
- 1.7. Coordinador de la asignatura:** Lic. César Clavijo Arraiza.
- 1.8. Docentes:**
  - Teoría y práctica Lic. César Clavijo Arraiza.

### **II. INFORMACIÓN PEDAGÓGICA GENERAL**

#### **2.1. Contexto**

El periodismo narrativo necesita de discursos para contar un hecho informativo, entre ellos la narración, descripción, exposición y diálogo. El uso equilibrado y reflexivo de estas, también, llamadas estrategias acercan a un texto a la excelencia. El alumno debe evidenciar un manejo correcto de estos recursos.

#### **2.2. Capacidades:**

- a. Identifica los discursos narrativos empleados en el periodismo narrativo.

#### **2.3. Evidencias del aprendizaje:**

Organizador gráfico de los discursos narrativos.

## 2.4. Contenidos

Contenidos disciplinares	Contenidos vinculados			
	Investigación	Extensión	Proyección	Otros
Discursos narrativos. Tipos. Particularidades.				

## III. ACTIVIDADES

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>El docente rescata saberes previos sobre los discursos narrativos.</p> <p>El docente presenta el contexto que determina la importancia de los discursos narrativos.</p>	<p>Secuencia didáctica.</p> <p>Estrategias didácticas:</p> <p>El docente motiva a los alumnos sobre la lectura <i>En El Porvenir la violencia no es un juego</i> que se entregó la sesión anterior.</p> <p>El docente puntualiza los objetivos de la lectura, los cuales están vinculadas a identificar las formas y las maneras que el autor empleó los discursos narrativos.</p> <p>El docente guía la lectura. Incide en el respeto a los signos de puntuación.</p> <p>Formula preguntas: ¿cómo empleó la descripción? ¿Qué tipo de descripción se usó? ¿cómo se describió a los personas y a los escenarios? ¿Los diálogos caracterizan a los personas?, etc.</p> <p>Actividades a) En la sesión teórica</p>	<p>Conclusiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El docente integra y consolida los aportes de los estudiantes.</li> </ul> <p>Reflexión sobre lo aprendido.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lectura.</li> <li>b) En la sesión práctica <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación de la producción de textos.</li> </ul> </li> </ul> <p>Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Materiales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pizarra y plumones.</li> </ul> </li> <li>b) Equipos <ul style="list-style-type: none"> <li>- Computadores y proyectos.</li> </ul> </li> </ul>	
--	---	--

#### IV. Evaluación

Formativa durante toda la sesión.

#### V. Bibliografía

- Álvarez, L. y otros (1995). *Proyecto Educativo, proyecto curricular y proyecto de aula*. Madrid: Ediciones S.M.
- Ander E. (1971). *Diccionario de pedagogía*. Argentina: Magisterio del Río de la Plata.
- Carrión, J. (Ed.) (2012). *Mejor que ficción*. Buenos Aires: Anagrama.
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Leñero, V. y Marín, C. (1986), *Manual de Periodismo*. México. (7°.ed): Editorial Grijalbo.
- Luengas, M. (2012). Gatopardo Como Ejemplo del Nuevo Periodismo en México. (Tesis de maestría) México, DF: Universidad Iberoamericana.

#### VI. Anexos

# Informe

## Sin escape

El 47,4% de adolescentes, fueron víctimas de violencia psicológica o física en los últimos 12 meses por parte de alumnas/os de la institución educativa.



“Alumnos incentivaban la violencia en su compañeros, para luego grabarlas y subir las a Internet. Esta situación la hemos controlado prohibiendo los celulares”.

**Juan Delgado Ibáñez**  
Director del colegio Indoamericano

## Lugares en donde sufren los escolares

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (Inei) informó que los actos de violencia psicológica o física en la institución educativa contra las/los adolescentes, ocurren mayormente en el salón de clases (80,3%), seguido de patio (30%), fuera del colegio, tras las clases (17,3%), pasillo/escaleras (11,1%) y baño (5,4%), entre otros.

**GOLPEADOS.** SEGÚN EL INEI, LA MITAD DE LOS ESTUDIANTES HAN SUFRIDO MALTRATO EN LOS PLANTELES

# Violencia en los colegios de El Porvenir no es un juego

La delincuencia agobia a los distritos de Trujillo; sin embargo, existen iniciativas que buscan un futuro mejor para los escolares.

FOTOS: HANS LAZARO



**INOCENCIA INTERRUPTA.** Algunos centros educativos del populoso distrito de El Porvenir se han convertido en oasis en el desierto violento al que están sometidos los escolares.

**La represión es fundamental en la lucha contra la delincuencia; pero, también lo son los programas de prevención, esos que no están en la agenda de los políticos, menos de los candidatos presidenciales.**

**César Clavijo Arraiza**  
cesarclavijo@laindustria.pe

“Yo me sentí realizado cuando esa madre me abrazó”, recuerda el profesor encogiéndose todo el cuerpo para volver a sentir ese abrazo.

No era una madre cualquiera. Su hijo no era un alumno cualquiera. El docente José Hilario Vargas, del colegio Indoamericano, —quien tampoco es un profesor cualquiera—, no precisa el porqué la madre e hijo eran distintos; pero es fácil imaginarlo. El

alumno encarnaba la violencia de la que no se pueden escapar los estudiantes en El Porvenir. Esa violencia que los abrumba en el hogar, en la calle y que gotea en la escuela.

Pero ocurrió algo que al escolar y a su madre los hicieron cambiar: un plan diseñado por el Ministerio Público y ejecutado por profesores. El alumno ya no es un alumno-problema, ahora es fiscal escolar. La madre integra un comité que apoya la labor positiva de su hijo, y la manera de contárselo al profesor fue abrazándolo. “Yo me sentí realizado con ese abrazo”, dice el docente y vuelve a encogerse.

### Fiscal prevenido

Antes de llegar al trabajo, el fiscal César Chávez Chávez visitó el hospital. Se ha sometido a un chequeo preventivo. “Felizmente todo bien”, dice en la escalera que lo lleva a su oficina,

en el tercer piso del edificio que el Ministerio Público tiene en el pasaje San Luis. “Siempre he creído que la prevención es fundamental para solucionar los problemas. ¡Precaución antes que reacción!”, enfatiza con la felicidad de quien está sano.



El director agrega emoción a su evocación. “Es una satisfacción porque es algo que se está haciendo por los niños y ellos están respondiendo”.

‘Prevención’ significa antes del evento, y es la medida que se toma de manera anticipada para evitar que ocurra un suceso negativo. La Fiscalía de Prevención del Delito, de la que el doctor César Chávez es jefe del primer despacho en la provincia de Trujillo, tiene esos nobles, titánicos y clarividentes objetivos.

Y cómo se cumplen esas metas en una provincia donde al mes se denuncian 20 casos de extorsión, donde —en el 2015— las autoridades registraron 11.210 delitos, de los cuales 3.202 fueron denuncias por hurto y 1.057 extorsiones; una ciudad, donde uno de los delincuentes más buscado del país, el Chino Malaco —por quien la Policía ha ofrecido una recompensa de cien mil soles— construyó su imperio del crimen; un lugar que embrionó a Gringasho, el delincuente juvenil más mediático del país; donde su alcalde es acusa-

do de liderar un escuadrón que asesina delincuentes y los policías forman parte de las bandas criminales.

“No podemos quedarnos con los brazos cruzados”, dice César Chávez, quien por mandato de la institución que representa; pero, en especial, por su férrea vocación, lidera, desde el 2009, la ejecución del Programa Fисcales Escolares y Fисcales Ambientales, el plan del que habló entusiasta el profesor que recibió un abrazo.

### Transformación

—La alumna me dijo “yoya cambió”—. El director del colegio Indoamericano de El Porvenir, Juan Delgado Ibáñez, recuerda lo que le contó una de las alumnas que participa en el programa fисcales escolares.

El director agrega emoción a su evocación. “Es una satisfacción porque es algo que se está haciendo por los niños y ellos están respondiendo”, comparte, quien el año pasado, unos delincuentes, entre ellos un exalumno y un empleado del mismo colegio, le exigían 20 mil soles para no acabar con su vida, la de sus esposa e hijas.

### La balanza de la vida

El programa de fисcales escolares funciona como un contrapeso. La vida de los menores es una balanza de dos platos. En una de ellas se ubican todas las influencias negativas que, lamentablemente, reciben en casa y luego en el barrio.

Ese peso, en el caso de El Porvenir, está simbolizado por los flujos de violencia. Primero, en sus viviendas —en el 90% de los hogares se vive violencia— y luego en la calle —las autoridades registraron el año pasado unos cuatro delitos por día—.

“Buscamos ofrecer un contrapeso en la vida de estos mu-

## la opinión

**Noemí Vico Fernández**  
Investigadora de la Universidad de Málaga



### Hay gran ilusión.

“Vengo de la Universidad de Málaga, donde estoy haciendo una maestría de igualdad de género. Lo nuestro es un proyecto de prevención del delito en El Porvenir. Hemos ejecutado talleres de inteligencia emocional, estereotipos de género y empezaremos uno de motivación. Hasta ahora la experiencia es muy positiva porque vemos a los chicos muy receptivos, atienden, participan y se involucran. Mi tesis es sobre violencia contra la mujer. La violencia contra la mujer acá (El Porvenir) es evidente, muy perpetuada, y eso es porque los roles son muy marcados y se ven desde que uno entra al distrito. La mujer está sometida. Cuando llegamos al colegio, a las aulas, vemos niños, a quienes los sacas de ese contexto y pueden estar en cualquier aula del mundo. No ves algo que digas ‘viven en violencia’ en drogas’. Ahora, cuando ves a esos niños en sus casas y ves que sus hogares son disfuncionales, que la violencia es pan de cada día, que la droga es más de lo mismo; te choca, porque no dejan de ser niños y están desamparados por un Estado que no hace nada por ellos. Viven en un contexto impensable. Pero, ojo, la violencia que pueden expresar no es todo por la familia; sino también por el barrio, el contexto. Siempre ven lo mismo. Se debe romper ese círculo. Después, son conmovedoras las ganas que tienen, son supereducados, te miran con una gran ilusión”.



**MULTIDISCIPLINARIO.** Voluntarios apoyan a los profesores para combatir los problemas de los escolares.

## el dato

### Colegios que forman parte del programa fисcales escolares

1. Víctor Raúl Haya de la Torre (Mampuesto)
2. Virgen del Carmen (Alto Trujillo)
3. Ramón Castilla (Alto Trujillo)
4. Indoamericano (Río Seco)
5. José Carlos Mariátegui (El Porvenir)
6. José María Arguedas (Miguel Grau)
7. F. Lizaraburu (El Porvenir)
8. José Abelardo Quiñonez (El Porvenir)
9. Santa Rita de Jesús (El Porvenir)
10. Señor de la Misericordia (Río Seco)
11. César Arméstar Valverde (Simbal)



**El docente comprometido es clave para ayudar a los jóvenes**

Un pilar del éxito del programa se sostiene en los profesores que lo ejecutan. No son docentes cualquiera, sino profesionales preocupados por el bienestar de los escolares. “En la actualidad tenemos unos 20 de estos profesores talentosos, que han asumido el programa con un compromiso conmovedor”, destaca el fiscal Chávez. Uno de esos profesores es José Hilario Vargas, un profesor cuya vocación se evidencia a leguas.

650

soles destina el Estado para el Programa Fiscales Escolares en la provincia de Trujillo. ¿Qué se hace con ese dinero? Poco o nada. Por ello, la efectividad del programa se fundamenta en la colaboración de otras instituciones, como las universidades.

12.430

escolares son favorecidos en la actualidad con el programa que promueve el Ministerio Público. En el 2009, la estrategia empezó en el ámbito de toda la provincia: en 84 colegios. Luego, las acciones se focalizaron a los distritos de El Porvenir y Simbal.



**METAS CLARAS.** Parte de los integrantes de los fiscales escolares del colegio Indoamericano.

chachos”, dibuja el fiscal Chávez sobre el proyecto que lidera. Así como tienen influencias negativas, es vital que los estudiantes absorban mensajes positivos, para que la balanza de su vida se equilibre. Las energías positivas se materializan en talleres de inteligencia emocional, de equidad de géneros, de autoestima, habilidades sociales, oratoria, actividades productivas, entre otras. “Así como el abordaje tóxico para estos chicos es precoz, es necesario ofrecerles, a temprana edad, una barrera positiva. De esta forma garantizamos el desarrollo humano integral que es la finalidad de todo proceso

educativo”, continúa el fiscal, que cuando busca papeles en su oficina y nos los encuentra se disculpa por el imperceptible desorden.

**El salón solo**

Un aula sin alumnos es un poema sin emoción. Un aula con un alumno a quien le han encontrado droga es un consultorio tétrico y una imagen del peligro al que están expuestos los escolares. En el colegio Virgen del Carmen en Alto Trujillo, se ha presentado esa situación. El muchacho conversa con una estudiante de psicología, quien está en el plantel gracias al programa de fiscales. El

Perú tiene una ley que obliga al Ministerio de Educación a contratar a una psicóloga en cada colegio; pero no se cumple. “Haremos con él un acompañamiento personalizado, para ayudarlo a superar este problema”, cuenta la tutora Vilma Vidal Vargas.

Otra alumna dice que ya cambió. Es Angie Nieto Marquina y en la actualidad se define como una chica desenvuelta, que ayuda a los demás, que socializa y le encanta trabajar en grupo. “Antes tenía muchos problemas”, recuerda.

Junto a ella, el alcalde del colegio Indoamericano, Paul Paúcar Polo, también dice que “an-



**PLANIFICACIÓN.** Los embarazos precoces son un serio problema.

**más info.**

**Multidisciplinario.**

El programa de Fiscales Escolares es una suma de voluntades. No es un trabajo exclusivo del Ministerio Público. Participan estudiantes de los programas de Antropología, Servicio Social, Ingeniería Química, Educación e Historia, de la Universidad Nacional de Trujillo. Planes como estos, sin una visión multisectorial, son difíciles que se sostengan. Los problemas de educación deben abordarse con una perspectiva colectiva, sino todo se desvanece.

daba de aquí para allá”. “Todo eso lo he cambiado por liderazgo valores actitud y... aptitud”, dice y aprieta los labios para pensar lo que seguirá diciendo.

—Sí hay esperanza—, visiona el fiscal Chávez, quien sabe que la debilidad del programa es su poca o nula efectividad inmediata. Los resultados se conocerán a largo plazo, es decir cuando la paz le gane a la violencia. “El bien es lento porque va cuesta arriba. El mal es rápido porque va cuesta abajo”, escribió el padre de *Los Tres Mosqueteros*, Alejandro Dumas.

“Yo solo sé que no viviré para ver los éxitos”, dice el fiscal Chávez, con una risa que no le sale.

**tenga cuenta.**



**Somos iguales.**

El fiscal escolar es elegido democráticamente, luego de lo cual reciben capacitación en diversos aspectos de la vida; para que, gracias a sus competencias comunicativas, transmitan lo aprendido a sus compañeros. El programa de fiscales cree en la filosofía de educación inter pares, de iguales. La voz, el consejo o el gesto afectivo de alguien igual a un escolar en una situación complicada puede evitar que se cometa un hecho doloso.



**Proyecto de existencia.**

El fiscal Chávez habla del proyecto ético de existencia que tanto se ambiciona en los escolares. “Este concepto obliga a ofrecerles herramientas a los chicos para que desde ahora ya se pregunten y luego sepan qué tipo de ocupación laboral deben ambicionar, en qué clase de barrio deben instalarse, qué tipo de pareja elegir, qué calidad contextual deben darle a sus hijos”.



**MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS**

Mejores decisiones en las agroempresas

Un programa de posgrado ofrecido por las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales e Ingeniería de la Universidad de Piura en alianza con la Universidad de California en Davis y la Universidad Austral de Argentina.

**Presentación de la Maestría 9 de Junio**

Conferencia Magistral: “Tendencias mundiales en los Agronegocios: Oportunidades para el Perú”.

Ernesto Gallo.

MBA IPADE México, MSc & PhD abd Purdue University.

Miembro del directorio de International Food and Agribusiness Management Association (IFAMA). Ex director de Agronegocios EAP Zamorano.

Presentación de la Maestría

Manuel López.

MBA & PhD (c) PAD Escuela de Dirección de la Universidad de Piura.

Director de la Maestría en Agronegocios de la Universidad de Piura.

Lugar:

Hotel Costa del Sol.  
Hora: 7:00 p.m.  
Calle Los Cocoteros 505.  
Urb El Golf.

Informes e Inscripciones:

master.agronegocios@udep.pe  
073 28-4500 Anexo 3387



## Sesión N° 4

### **I. GENERALIDADES**

**1.1. Título:** Trabajo de escenas.

**1.2. Asignatura:** Introducción al Periodismo.

**1.3. Ciclo:** VI

**1.4. Carácter:** teórico-práctico

**1.5. N° de horas:** 2

**1.6. Fecha:** 21 de junio del 2016

**1.7. Coordinador de la asignatura:** Lic. César Clavijo Arraiza.

**1.8. Docentes:**

- Teoría y práctica: Lic. César Clavijo Arraiza.

### **II. INFORMACIÓN PEDAGÓGICA GENERAL**

#### **2.1. Contexto**

El periodismo narrativo es una especialidad del periodismo que utiliza las herramientas de la literatura para contar un hecho informativo. Contar escenas es fundamental para traer al lector. Una escena tiene tiempo, espacio y, casi siempre, un personaje que actúa.

#### **2.2. Capacidades:**

- a. Identifica las características de la narración de una escena en un texto periodístico.
- b. Redacta una escena.

#### **2.3. Evidencias del aprendizaje:**

Lee una crónica y reportaje periodístico.

## 2.4. Contenidos

Contenidos disciplinares	Contenidos vinculados			
	Investigación	Extensión	Proyección	Otros
Escenas. Importancia. Estrategias de narración				

## III. ACTIVIDADES

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>El docente rescata saberes previos sobre la descripción de escenas.</p> <p>El docente presenta el contexto que determina la importancia de la descripción de escenas.</p>	<p>Secuencia didáctica.</p> <p>Estrategias didácticas:</p> <p>El docente motiva a los alumnos sobre la lectura <i>demoliendo hoteles</i> que se entregó la sesión anterior.</p> <p>El docente puntualiza los objetivos de la lectura, los cuales están vinculadas a identificar las formas y las maneras que el autor describió las escenas.</p> <p>El docente guía la lectura. Incide en el respeto a los signos de puntuación.</p> <p>Formula preguntas: ¿</p> <p>Actividades</p> <p>a) En la sesión teórica - Lectura.</p> <p>b) En la sesión práctica - Redacción de una escena.</p> <p>Recursos</p> <p>a) Materiales - Pizarra y plumones.</p> <p>b) Equipos - Computadores y proyectos.</p>	<p>Conclusiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El docente integra y consolida los aportes de los estudiantes. Reflexión sobre lo aprendido.</li> </ul>

#### IV. Evaluación

Reportaje o crónica (descripción de escenas)

#### V. Bibliografía

Álvarez, L. y otros (1995). *Proyecto Educativo, proyecto curricular y proyecto de aula*. Madrid: Ediciones S.M.

Ander E. (1971). *Diccionario de pedagogía*. Argentina: Magisterio del Río de la Plata.

Carrión, J. (Ed.) (2012). *Mejor que ficción*. Buenos Aires: Anagrama.

Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Leñero, V. y Marín, C. (1986), *Manual de Periodismo*. México. (7°.ed): Editorial Grijalbo.

Luengas, M. (2012). Gatopardo Como Ejemplo del Nuevo Periodismo en México. (Tesis de maestría) México, DF: Universidad Iberoamericana.

Ramos, A. S. (2007). *La crónica el rostro humano de la noticia*. Barranquilla: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

## VI. Anexos

### No hay cama para tanta gente

# Demoliendo hoteles

El martes se celebró el Día de la Amor y la Amistad. Ese día por la noche, los hoteles de Trujillo se abarrotaron de amantes con ganas de expresar su amor. Un reportero preso de la soledad se liberó al recorrerlos

César Clavijo Arraiza

El amor de pareja es por naturaleza erótico. Por eso, el último martes, en el Día de los Enamorados, no había “cama para tanta gente” en los hoteles trujillanos que no son visitados por turistas.

Los propietarios de estos establecimientos tienen un calendario especial: su agosto es febrero. El Día de San Valentín es para ellos como la Navidad para quienes venden pavos.

Los enamorados no sólo gastan dinero en flores, tarjetas, chocolates y discoteca; sino, también, en alquilar por horas cuatro paredes y una cama.

Víctima de la soledad en una noche donde no vale ser huérfano de la compañía femenina, busqué algunos cómplices desamparados para que me amparen en un recorrido por hostales y hoteles. Fisgonear las voluntades de quienes tienen al sexo como objetivo, nunca va ser un oficio triste, aunque al verlos entrar ansiosas y salir satisfechos la envidia me carcomió el alma. "Y el hueso del amor / tan roído y tan duro/ brillando en otro plato", compuso la poeta Blanca Varela.

=====

Esta fecha es la adecuada para que las parejas primerizas debuten en los calentamientos corporales, como –tal vez lo son- los adolescentes, que golpean a las 11:45 de la noche la puerta del hostel Otelo, en la prolongación Juan Pablo II.

Tocan con la insistencia del novato y con las ansias de quien va conocer la tierra prometida. Pero como no todo es fácil en la vida, alguien, detrás de la puerta, les dice que el local está lleno. Se marchan igual como llegaron: abrazados, con la cara de entusiasmo y dispuestos a buscar otro lugar.

No sé si es valentía, ingenuidad o poca vergüenza la que los motiva buscar su nido de amor a pie, a merced de las miradas lascivas de quienes como yo, en esta noche de Cupido, no tienen pareja con quien intentar entrar a uno de esos lugares.

En la puerta del Hostal Los Incas, un señor flaco se burla del calor embutido en una chompa de lana. Debe ser el guardián de este establecimiento, ubicado en la avenida Vallejo, porque al lado de él, en un pequeño ambiente, a través de una ventana un hombre, a quien no puedo observar con claridad, me dice que la tarifa es de cinco soles por hora y media. Es más de la medianoche y sí hay habitaciones.

Regreso a la camioneta porque presiento que un cliente va salir. Es una pareja abordo de un Toyota marrón.

En la avenida Federico Villareal se ubica El Remanso. Estamos unos veinte minutos estacionados al frente y cuento el ingreso de quince carros con clientes dispuestos a amarse. Igual número de parejas salen: unas en carro y otras a pie. Otra vez las mismas caras de felicidad, de satisfacción.

Otra vez la misma valentía o poca vergüenza de exponerse a las miradas lujuriosas de una ciudad que por recatada le cortó el pene al Ángel de la libertad de la Plaza de Armas.

El hostel del exministro de Agricultura, José León Rivera, está operativo pero parece que hoy no es su día de suerte. La regla siempre tiene una excepción.

El que sí la rompe esta noche es el legendario Hostal Central en la avenida Ayacucho. Llevamos diez minutos y dos parejas que llegaron por distintos sentidos de la calle se encuentran en la puerta. Ingresan. Este es el lugar elegido para las relaciones al paso, y el preferido por las prostitutas y homosexuales que pululan por esta parte del centro cívico.

Detrás nuestro, en la esquina, está parado un travesti. Nos distraemos con la música de la camioneta, y de pronto un hombre pasa por un costado y detrás de él una mujer de abdomen prolongado, de maquillaje abundante y en minifalda. El fulano se para en la puerta del hostel y toca. Por la otra acera un joven en pantalones cortos camina junto al travesti de la esquina. Las dos parejas se reúnen en la puerta de hostel. Ingresan.

El portugués Alberto Pimenta dice que “hay en las putas una genialidad (no confundir con genitalidad) que consiste en ser capaz de consolar a los inconsolables, sanar a los enfermos y salvar a los que han llegado a extremos de mirar la vida sólo como una carrera donde pasa el fugitivo e irreparable tiempo”. En una noche, donde no vale estar solo, una puta –o travesti-, sirve para menguar el desamparo. A fin de cuentas, quienes practican el oficio más antiguo tienen derecho, también, de pasar un buen día de San Valentín, aunque para ellas eso no guarda relación directa con la cantidad de afecto que reciban, sino con el mayor número de clientes que atiendan.

No me resisto y voy a la puerta. Es de madera y antigua como las casonas coloniales. La cerradura original ya no está, en su lugar existe un hueco por donde se puede mirar el interior. Al fondo en una especie de *hall* el travesti y su pareja esperan las llaves de su habitación. El otro dúo no está por ningún lado.

Una sombra impide la visión. El portero se acerca, y mira por el mismo orificio. ¿Cuánto está la habitación?, le pregunto. Diez soles. ¿Cuánto tiempo? Hasta mañana

si quieres, contesta y abre el portón. ¿Puedo pasar para ver? Acepta con un movimiento de cabeza. En la especie de *hall* donde estaban los homosexuales un hombre sentado delante de una mesa lleva en un cuaderno el control de las habitaciones. Le pido si puedo ver una habitación. Duda en aceptar; pero cede. Llama al portero le entrega una llave. Lo sigo.

Avanzamos por un pasadizo donde al final dos personas sentados en unas destartaladas sillas conversan y mitigan el calor abanicándose con periódicos. No llegamos hasta ellos. Doblamos por un callejón por donde hay que caminar en fila india.

Al final de ese camino, que ningún claustrofóbico soportaría, está el cuarto de muestra. Es un ambiente demasiado pequeño donde sólo entra un viejo catre y una silla. Nada más. Soy pésimo para calcular las medidas pero eso no debe tener más de seis metros cuadrados. Es una ratonera. Las paredes están llenas de lemas de amor, de confesiones, de onomatopeyas y de las más profundas expresiones que afloran en ese momento de éxtasis total, del orgasmo. De la pequeña muerte. *Petite mort*.

=====

En el torneo de los establecimientos para el sexo, los *bungalows* siempre campeonan. Ovalo La Marina. Cerca de la una de la mañana en el Eros no hay sitio para nadie más. La camioneta se detiene en la puerta y toca la bocina. Un empleado abre el portón apenas y saca la cabeza. “Está lleno. A las 4 de la mañana van a estar libres algunos cuartos”, nos grita y sin esperar respuesta cierra.

Media vuelta y hacia el Arei Vip. Un taxi con una pareja a bordo nos lleva la delantera en la trocha que conduce a ese lugar. Le abren la puerta, y nosotros ingresamos sin permiso. El empleado vestido de *sport* elegante nos dice que esperemos un rato. Mira el interior de la camioneta y descubre que somos cuatro varones. Nos observa con pudor y va a atender a la pareja del taxi.

“La habitación cuesta 35 soles, pero como ustedes son cuatro tienen que pagar 70”, dice a su regreso. Le mentimos que venimos de Chimbote y que necesitamos una habitación para bañarnos porque nos esperaban unas amigas en la discoteca La Barra, a pocos metros de allí. “Lo que hagan dentro no nos interesa, sólo tienen que pagar los 70 soles”, replicó y mis acompañantes se sintieron de gustos extraños. No aceptó los 35 soles y nos fuimos.

En la carretera Industrial por el sector Santa Rosa se encuentra La Gruta. Aquí no somos chimbotanos, sino ingenieros de una avícola cercana que necesitan bañarnos.

Nos dejaron entrar sin pedir nada adicional. Esperamos que limpien la habitación. El fragor en ella estaba fresco. En esa espera era fácil de percatarse que todos los *bungalows* estaban ocupados, algunos tenían la luz encendida y otros apagada. El escritor Juan Bonilla defiende el sexo con luz, porque de esta manera se impide el engaño. En cambio Elsa Esparbé le gusta a oscuras. “La luz vulgariza el sexo, en cambio la oscuridad animaliza los sentidos”.

En la habitación abrimos las duchas y dejamos que el agua corra. Prendimos la televisión, y yo de pie mirando una triple X me pregunto ¿cuántas parejas dejaron de ser vírgenes esta noche? ¿Cuántos hombres han estado preocupados porque su órgano funcione y cuántas mujeres han estado nerviosas por el miedo al dolor o al sangrado?

Pienso, también, en cuántas personas fueron felices en honor a San Valentín, patrono de Trujillo, a quien casi nadie visitó en su altar: los enamorados del siglo XXI prefieren otros lugares. A fin de cuentas, el placer físico extremo es un reflejo de la felicidad perfecta. Y todos queremos ser felices.

## **Sesión N° 5**

### **I. GENERALIDADES**

- 1.1. Título:** Producción de textos periodísticos.
- 1.2. Asignatura:** Introducción al Periodismo.
- 1.3. Ciclo:** VI
- 1.4. Carácter:** teórico-práctico
- 1.5. N° de horas:** 2
- 1.6. Fecha:** 22 de junio del 2016
- 1.7. Coordinador de la asignatura:** Lic. César Clavijo Arraiza.
- 1.8. Docentes:**
  - Teoría y práctica: Lic. César Clavijo Arraiza.

### **II. INFORMACIÓN PEDAGÓGICA GENERAL**

#### **2.1. Contexto**

Quienes han logrado la excelencia escribiendo señalan que ha sido la lectura una fuente inagotable de conocimiento para desarrollar esa habilidad. La escritura es un proceso porque implica partes, etapas que están concatenadas. La producción de textos periodísticos es la escritura de un hecho vinculado con la realidad fáctica. El periodista da cuenta de algo que sucedió. El alumno debe entender que el proceso para escribir la realidad tiene etapas bien marcadas y que una manera de hacerlo es aprovechando las herramientas de la literatura.

#### **2.2. Capacidades:**

- a. Identifica las características de las etapas de la producción de textos.
- b. Planifica un texto de periodismo narrativo.

#### **2.3. Evidencias del aprendizaje:**

Esquema de producción de textos.

## 2.4. Contenidos

Contenidos disciplinares	Contenidos vinculados			
	Investigación	Extensión	Proyección	Otros
Escenas. Importancia. Estrategias de narración				

## III. ACTIVIDADES

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>El docente rescata saberes previos sobre la descripción de escenas.</p> <p>El docente presenta el contexto que determina la importancia de la descripción de escenas.</p>	<p>Secuencia didáctica.</p> <p>Estrategias didácticas:</p> <p>El docente motiva a los alumnos sobre la lectura <i>Inka Kola vs. La Coca Cola</i> que se entregó la sesión anterior.</p> <p>El docente puntualiza los objetivos de la lectura, los cuales están vinculadas a identificar las formas y las maneras que el autor describió las escenas.</p> <p>El docente guía la lectura. Incide en el respeto a los signos de puntuación.</p> <p>Formula preguntas: ¿</p> <p>Actividades</p> <p>a) En la sesión teórica - Lectura.</p> <p>b) En la sesión práctica - Redacción de una escena.</p> <p>Recursos</p> <p>a) Materiales - Pizarra y plumones.</p> <p>b) Equipos - Computadores y proyectos.</p>	<p>Conclusiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El docente integra y consolida los aportes de los estudiantes.</li> </ul> <p>Reflexión sobre lo aprendido.</p>

#### IV. Evaluación

Test y formativo durante toda la sesión.

#### V. Bibliografía

- Álvarez, L. y otros (1995). *Proyecto Educativo, proyecto curricular y proyecto de aula*. Madrid: Ediciones S.M.
- Ander E. (1971). *Diccionario de pedagogía*. Argentina: Magisterio del Río de la Plata.
- Carrión, J. (Ed.) (2012). *Mejor que ficción*. Buenos Aires: Anagrama.
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Leñero, V. y Marín, C. (1986), *Manual de Periodismo*. México. (7°.ed): Editorial Grijalbo.
- Luengas, M. (2012). Gatopardo Como Ejemplo del Nuevo Periodismo en México. (Tesis de maestría) México, DF: Universidad Iberoamericana.
- Villoro, J. (2010). *Diseción de un ornitorrinco*. Cartagena de Indias, Colombia: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

## VI. Anexos

# El imperio de la Inca

Por Marco Avilés y Daniel Titingher

Todos hemos sido sedientos de una bebida desde el nacimiento. Pero ni agua ni leche: ésta es la historia sentimental de cómo Inca Kola, una gaseosa amarilla y melosa, derrotó a la Coca-Cola, la negra y arrogante soberana. ¿Cómo una bebida tan dulce puede llegar a ser parte del melodrama nacional?

Color orina y sabor a chicle. Él no lo dijo, pero quizá lo pensó. Muchos lo piensan. En abril de 1999, el recién llegado a Lima presidente del directorio de The Coca-Cola Company, M. Douglas Ivester, tuvo que probar en público —para el público— la gaseosa que los peruanos preferían. Entrevista de rigor. La prensa esperaba el trago definitivo. Él no lo dijo, pero quizá lo pensó: la bebida gaseosa más bebida en todo el mundo había sido derrotada, lejos de casa, por una desconocida. El brindis fue la claudicación: Coca-Cola no podía competir con Inca Kola, así que sacó la billetera y la compró. Perder, comprar, todo depende del envase con que se mire. Lo cierto es que la compañía que había hecho añicos a la Pepsi en Estados Unidos, y que en menos de una semana desbarató el imperio de esta bebida en Venezuela, que facturaba más de diez mil millones de dólares al año, que pudo conquistar el enorme mercado asiático, que auspiciaba en exclusiva los mundiales de fútbol y las olimpiadas, que distribuía botellas etiquetadas en más de ochenta idiomas, que alguna vez hizo de Buenos Aires la ciudad más cocacolera del mundo, que se había adueñado de Columbia Pictures, que estuvo a punto de comprar American Express, que fue publicitada por The Beatles y Marilyn Monroe, y que hacía que el emperador de Etiopía, Haile Selassie, subiera a su avión sólo para ir a comprarla a países vecinos, es decir, la Coca, nunca logró convencer del todo el paladar de un país tercermundista llamado Perú. Primera plana del día siguiente: "Presidente de Coca-Cola brinda con Inca Kola". Goliat arrodillándose ante David luego de la pedrada en la frente.

El gigante maquilló bien la herida. M. Douglas Ivester tomó Inca Kola con una enorme sonrisa: el sabor dulce de la derrota. ¿Dulce? "Demasiado. La gaseosa es horrible, no me

gusta", respondió Gregory Luboz, francés en el Perú, una de las preguntas que lanzamos por Internet. "It's bubble gum. How do you like that thing?", escupió Ingrid, asqueada, desde Alemania. "Una rara avis, por su color y sabor indefinible", escribió el catalán Óscar del Álamo en su estudio *La Fórmula mágica de Inca Kola* para el Institut Internacional de Governabilitat de Catalunya. Pero esa "uncommon cola" sobre la que previene la guía de viajes *South America*, editada en Estados Unidos, despunta con el cincuenta y uno por ciento las estadísticas de preferencia de gaseosas en el Perú. Mientras, Coca-Cola, *always*, más abajo, tiene un treinta y nueve por ciento. Pepsi (y su vergonzoso dos por ciento) no existe. Años atrás, la cadena de comida rápida McDonald's demostró, divorciándose de su eterna compañera, que el Perú sólo tenía ojos para una bebida gaseosa. Surgió el matrimonio Big Mac-Inca Kola. Empezaban los años noventa y los chifas —restaurantes de comida chino-peruana, la de mayor oferta en Lima— tuvieron que cambiar sus contratos de exclusividad en vista de la avalancha amarilla. "Coca-Cola la ve negra", informaba una revista de publicidad de Lima. "Enjoy Coke, but in Peru... Inca Kola is it!", titulaba la Universidad de Harvard un estudio de su Escuela de Administración de Negocios. Cadenas internacionales de televisión, como la CNN, Univisión y Eco, difundían reportajes sobre el fenómeno. Había un obvio ganador.

En el cólico de la desesperación, la transnacional desmanteló dos veces su equipo de márketing en Lima, y un grupo de empresas coreanas encabezado por Hyundai anunciaba su interés por embotellar la "gaseosa color orina" (Maria Johnson, *e-mail* desde Canadá) en su país. 1997 fue el año en que Coca-Cola empezó a negociar la compra de su vencedor. Tenía que apurarse. La familia Lindley, dueña de Inca Kola, ya coqueteaba con Cervecerías Unidas S.A., la mayor cervecera de Chile, y con el grupo Polar de Venezuela. Así que el mandamás de Coca tuvo que pagar doscientos millones de dólares para adueñarse del cincuenta por ciento de Inca Kola y celebrar su propia derrota. Luego, el brindis. "Inca Kola es un tesoro peruano. Vemos que hay buenas posibilidades para ampliarla al mercado internacional", dijo Mr. Goliat elogiando a David. Pero han pasado varios años y el imperio de la Inca sólo se ha expandido unos metros al sur y otros al norte de su frontera original. Lo que M. Douglas Ivester no sabía —y usted está a punto de degustar— es que para exportar Inca Kola hay que exportar primero los sabores excesivos del Perú. Ésa es su fórmula secreta.

**En el tercer piso del Wa Lok, el chifa más** grande de Lima, un grupo de mozos le canta a un cliente el feliz cumpleaños en chino. Los parlantes susurran la balada de una olvidada cantante caribeña, resucitada en chino. La administradora, Liliana Com, descendiente de chinos, coge su teléfono celular y le pregunta a uno de sus empleados, en chino, cuál es la bebida que más se vende en este restaurante. Afiches de dragones. Mantel rojo. Aroma dulce de *kam lu wantan*. Nada hace suponer que afuera existe aún el distrito de Miraflores, la antigua clase alta de Lima despreciándose del almuerzo, el mismo cielo resfriado que sedujo a Herman Melville. Nada, salvo ese amarillo burbujeante que los mozos se apuran a servir en cada mesa. "Siete vasos de Inca Kola por cada tres de otras gaseosas", traduce Com al castellano la inmediata respuesta de su empleado. En los predios del chifa, la Coca-Cola es una forastera. Forasteros. Gonzalo Alfano, *e-mail* de Buenos Aires: "Yo la probé con su chifa, y ni así me gustó". Liliana Com señala entonces la mesa que ocupó uno de sus visitantes más famosos. "Allí estuvo Joaquín Sabina. Claro, él no quiso Inca Kola. Prefirió una cerveza". Quién los entiende. "Yo los entiendo: los extranjeros no están acostumbrados a su sabor", dice la publicista de la agencia Properú que manejó la cuenta de la gaseosa durante veinte años. La construcción de la época dorada. Avisos de radio, televisión, periódicos, paneles: Inca Kola iba con un plato de comida, siempre. Inca Kola y un cebiche. Un lomo saltado, un arroz con pollo, un seco con frejoles, con Inca Kola, siempre. "Lo del chifa fue después, algo no previsto por nosotros, y tuvimos que incluirlo", recuerda con nostalgia la misma publicista, quien ha preferido evitar dar su nombre para hablar de ese pasado. No le conviene. Coca-Cola les quitó la cuenta en 1999. Hay una herida que no cierra. Los artífices del fenómeno fueron desplazados cuando la receta ya estaba bien definida: mesa-comida-Inca Kola. La amarilla era la invitada de honor. La otra, la negra, no tenía lugar en ese banquete.

En el clímax de la efervescencia mediática, incluso las lenguas más sabihondas sucumbían ante la idea de su sabor. "Inca Kola no sólo es buena con la comida peruana, sino que cae bien con todo", se relame el chef *Cucho* La Rosa, uno de los mentores de la cocina novoandina. Humberto Sato, artífice de la comida peruano-japonesa y dueño del Costanera 700 (un restaurante al que Fujimori solía llegar acompañado por otros presidentes), dice que no hay nada mejor que una bebida clara como Inca Kola para

digerir los sabores extremos de su menú. Isabel Álvarez, socióloga de la gastronomía peruana, llevó el brebaje amarillo transparente a un festival gastronómico celebrado en Filipinas para someterlo al paladar extranjero. Ahora, sentada en su restaurante El Señorío de Sulco, recuerda que sólo a algunos orientales les gustó. En la última década del siglo XX, la frase publicitaria "Inca Kola con todo combina" sonaba más en la radio que cualquier *hit* de Ricky Martin. Los dueños de la marca, la familia Lindley, arriesgaron entonces cinco millones de dólares para aumentar la distribución y el márketing de su gaseosa. Pusieron un vaso de la Inca en manos de Carlos Santana y de Fito Páez. Nadie supo si les gustó. La única estrella que opinó en público fue Celia Cruz, la reina del guaguancó. "¡Azúcar!", gritó con suma honestidad. Pero la ambigüedad de su muletilla tampoco sabía a nada. Coca-Cola, desde el exilio del menú, reaccionó con el hígado. Quiso copiar la receta. Lanzó un comercial de comidas que no satisfizo a nadie. Y ese fue el fin. Cifras de consumo en 1995. La amarilla: 32,9 por ciento. La negra: 32 por ciento. Nunca más la superó.

Empiezan a despedirse los comensales del Wa Lok. "Imagínate que la gente que se va al Asia se lleva Inca Kola, aun si pesa mucho", dice Liliana Com sorbiendo té chino de su taza. En sus manos, dos páginas del libro *Los chifas en el Perú*, escrito por la periodista Mariella Balbi. "La Inca Kola reemplazó al té en el chifa peruano", lee Com. Hasta se diría que es buena para la digestión: "Dorada, dulce y con cierto sabor a hierbaluisa". ¿Hierbaluisa? Planta aromática originaria del Perú, de tallo corto y subterráneo. Puede medir hasta dos metros de altura. El neurólogo Fernando Cabieses, especialista en medicina tradicional, escribe en uno de sus libros que la hierbaluisa es digestiva, combate los gases intestinales (pedos) y es antiespasmódica. Bajativo perfecto para la comida peruana: picante, pesada, ácida, deliciosa. Pero no se emocione. La fórmula amarilla es tan secreta como la 7X de Coca-Cola. Se fantasea demasiado sobre el ingrediente oculto que le da el sabor dulzón. La hierbaluisa podría ser o no ser: he ahí el misterio. En todo caso, la empresa tampoco lo ha desmentido. "Podría ser cualquier cosa", sortea Hugo Fuentes, jefe de marca de Inca Kola. El catalán Óscar del Álamo vino al Perú, tomó Inca Kola y sintió allí el sabor de la verbena. ¿Verbena? Planta aromática originaria de Europa mediterránea, de tallos erectos y cuadrados. Rara vez llega al medio metro de altura. A dosis prudentes baja la fiebre. Si se excede la dosis, provoca el vómito. Hicimos la prueba con Inca Kola. Demasiada coincidencia. Los libros advierten: "No

confundir con la hierbaluisa". Hierbaluisa: "Resulta un excelente insecticida y fumigatorio contra moscas y mosquitos". Seguir investigando podría llevarnos por caminos insospechados. Allá vamos.

—¿Hierbaluisa? ¿Verbena? Yo me inclinaría por el plátano —dijo el único de los Lindley que se atrevió a tocar el tema con la condición del anonimato.

Y todos los caminos conducen a Coca-Cola. Preguntando por la Inca se llega a la Coca. Las relaciones públicas de la amarilla en el Perú las ve la negra. "Ni plátano ni nada. El ingrediente no te lo va a dar nadie", se ríe Hernán Lanzara, quien vela por la imagen de Coca-Cola en el imperio de la Inca. Si algo ha cuidado siempre la Coca es la fórmula secreta de sus más de ciento cincuenta bebidas gaseosas en todo el mundo. Coca, por supuesto, encabeza la lista del recelo. La 7X sólo ha corrido peligro una vez. 1985: Pepsi, líder en Estados Unidos. Roberto Goizueta, presidente de Coca-Cola, enloquece de pronto. Cambia el sabor de la gaseosa. La Nueva Coca genera una cruzada nacional de indignación. Un jubilado de Seattle entabla una demanda judicial para que se revele la clásica 7X y así otros puedan fabricarla. Goizueta, arrinconado, resucita la negra de siempre. "No tiene coca, sólo cola de nuez y un saborizante hecho de hoja de coca descocainizada", explica Lanzara. No revela nada nuevo. Su oficina flota en el piso once de un edificio de San Isidro, ese Manhattan limeño de rascacielos enanos. Y desde allí, el fiel escudero desinfla los rumores que siempre han circulado sobre su gaseosa. No tiene coca, repite. Mezclada con aspirina no produce efectos alucinógenos, no derrite filetes, no oxida objetos metálicos, no produce piedras en el estómago, no desatasca desagües, no sirve de espermicida. "Son ataques que se repiten desde hace veinte años y no tienen sustento", dice Lanzara. El hombre termina su taza de café. Con caféina.

Piso once del edificio de San Isidro. En una pared roja de la recepción el logotipo de Coca-Cola ha cedido espacio al de Inca Kola. La entrometida merece un reconocimiento: "Sí, pues, la Inca va bien con las comidas". Tampoco ahora Lanzara revela nada nuevo. Comida. Dos horas antes, el chifa Dragon Express soporta una marea de oficinistas en trance digestivo. Más afiches de dragones. Por allí hay dos reporteros de prensa. Llevan una libreta con preguntas para más tarde. ¿Por qué va bien con las comidas? ¿Por qué no se vende tanto en otros países? Uno de los periodistas elige un tallarín saltado. El otro, un pollo chijaukay. ¿Por qué la publicidad ha sido tan importante? ¿Por qué los peruanos la preferimos? Afuera, dos niños haraposos golpean un teléfono público para robarse

unas monedas. ¿Acaso Coca-Cola la compró para arruinarla? Llegan los platos. Llegan las incakolas abiertas. Lo que en cualquier ciudad del mundo podría considerarse una imposición, en Lima se toma de buena gana. Inca Kola sí o sí. Sólo después nos damos cuenta de lo que acaba de ocurrir: el estómago siempre opina con sinceridad. ¿Por qué Inca Kola? Comemos y respondemos. A uno le encanta el sabor dulce, el gas apenas perceptible, ese amarillo helado que abre el apetito. El otro no sabe por qué la toma. Nunca se había puesto a pensar en ello. ¿Identidad nacional? ¿Lucha contra el imperialismo yanqui? ¿Gastritis? La toma y punto, sin explicaciones. Dos más, heladas. Los niños dejan el teléfono y entran en el chifa. "Invita tu gaseosa, *pe'*", llegan a decir antes de que el mozo los eche a patadas. Ya no hay ganas de comer. La cuenta, por favor. Ahora sí, dos horas después. Frente al edificio de Lanzara acaba de inaugurarse el restaurante La Chapa de Coca-Cola, émulo de La Esquina Coca-Cola en Ciudad de México y en Buenos Aires. Un lugar ideado por la compañía gringa para combinar comidas sólo con la Coca. Afiche en la puerta de entrada: tallarines con huacatay, pan con jamón y cebolla, torta de chocolate, botella de Coca-Cola. Adentro, dos empleados del local comparten su refrigerio en una mesa. Se ven aburridos. Son los únicos comensales.

**Susana Torres es una artista plástica**, salvo cuando insiste en volver a ser la princesa Inca Kola. No habría historia decente sobre la sed amarilla sin citar a su fanática más artística. "Si van a escribir sobre Inca Kola no pueden dejar de hablar con Susana Torres", nos advirtió alguien. Ahora ella pregunta si la queremos como la princesa Inca Kola para la fotografía. Entonces tendría que posar arrodillada, con un vestido largo de figuras de piedra y con las trenzas tan falsas como largas que le darían esa apariencia vaga de medusa incaica. Tendría, además, que elevar una mirada de ñusta embriagada, de princesa cuzqueña, y levantar en la misma dirección una botella de Inca Kola, plena de ella. "Si quieren hacemos así la foto", grita Susana desde alguna parte de su casa. Antecedentes: página completa de la revista *Debate*, editada en Lima. *Full color*. Susana Torres aparece como la princesa Inca Kola en todo su esplendor: ese vestido largo de figuras de piedra, trenzas negras, la botella alzada como si fuera un vaso inca ceremonial. En su casa de Chaclacayo, a una hora de Lima, Susana guarda un ejemplar de esa revista

junto con una colección de botellas históricas de Inca Kola, recortes periodísticos sobre Inca Kola, un álbum editado por Inca Kola, publicidad de Inca Kola, la copia de uno de sus cuadros pop con motivos Inca Kola y una Coca-Cola Diet en el refrigerador.

"Yo era adicta a la Inca Kola hasta que Coca-Cola la compró", reniega la artista plástica. Sigue viendo Incas por todas partes. Llegó a pintar desde Gauguines acompañados por Inca Kola hasta ensayar una historia pop de esta gaseosa en el Tahuantinsuyo. Ahora, rumbo a una nueva exposición, amenaza con resucitar a la princesa Inca Kola disfrazándose de botella. De botella de Inca Kola sin helar. En resumen: Susana Torres está Coca-Cola. Una limeñísima forma de decir que alguien ha perdido la razón.

Ahora la artista plástica está al teléfono. ¿Aló? Su voz es pausada y áspera, sin secuelas de ansiedad. Pudo librarse sentimentalmente de la adicción amarilla hace algunos años, y jura que ya no le hace falta. Desde entonces no se ha vuelto a levantar a las cuatro de la mañana para servirse un trago más, ni se ha desesperado ante la ausencia de una botella en la cocina. Si algunos rastros le han quedado de esa adicción, son las formas y colores que aún desbordan en sus pinturas, y esa obstinación por recolectar todo lo que encuentra sobre Inca Kola o sobre cualquier cosa que se le parezca. Logotipo de la botica El Inca, etiquetas de pinturas Inca, de la librería El Inca, de Incafé. "Lo incaico es, en cierta forma, el paraíso terrenal, y la Inca Kola, su mayor exponente", sentencia Susana Torres. Tenemos que ir a Chaclacayo, donde ella vive. Sobre el piso de la sala, su colección desperdigada de botellas antiguas de Inca Kola forma una especie de laberinto para hormigas. Si a un bicho se le ocurriese atravesar los confines del jardín se estrellaría irremediablemente con incakolas. Sucede lo mismo en tamaño natural. En su casa, por donde uno camina, tropieza con incakolas. En la pared, en los muebles. Amarillo y azul sobre el parqué, en los armarios, hasta en el altar improvisado bajo la chimenea. "Era adicta a la Inca Kola hasta que Coca-Cola la compró". De aquella Susana Torres Inca Kola sólo queda la obra. Las exposiciones que vendrán, las viñetas de estas páginas. La comprobación tardía, según ella, de que la amarilla sabe a chicle. Ahora sí, dice ella: sabe a chicle. Desde que la Coca-Cola la compró, sí.

Antes, su tranquilidad dependía de una dosis de un litro cada tarde y del siguiente pasaje de avión. Así fue. En su juventud, Susana Torres y su esposo se buscaban la vida

en otros países. Y en esos países, buscaban Inca Kola. Y en la Inca Kola Susana buscaba su pasaje de vuelta al Perú. Argentina, Estados Unidos, países de Europa. "Era emocionante encontrar por ahí una lata de Inca Kola", recuerda ahora desde su cercana lejanía de Chaclacayo. Luego desempolva una botella de su colección. Transparente. 1952: Un soberano inca de perfil en alto relieve. Lo que un amigo suyo encontró en la basura ya habría hecho llorar de melancolía a cualquier incakólico. No a ella. Si la guarda es para utilizarla en algún momento bajo la excusa del *pop art*, que no necesita excusas. El mismo fin que tendrán otras botellas bastardas. Gaseosas que han querido parecerse a la original y que ella encuentra en cualquier parte. En un basurero, en un parque, en la puerta de su casa. Cori Kola, Sabor de Oro, Triple Kola. Todas de color amarillo transparente y dulces, pero tristes remedos al fin de la amarilla mayor.

La artista anda ahora tras la búsqueda de la Inga Kola, invento de un peruano en España que, según los enfermos de nostalgia, no es la misma, pero sabe igual. Ya lo dijo un psicólogo en el exilio: Inca Kola, afuera, duplica su valor emocional. Repasemos. Giannina, peruana desde Vancouver, Canadá: "Acá la venden en tres tiendas. A veces no encuentro ni una lata y me desespero". Paola, desde Miami: "Se ha vuelto una necesidad tener que tomarla. Por suerte está en cualquier parte". Brigitte, desde Alemania: "La consigues por Internet a 4,90 euros. Una locura". Sí, ser adicto a la Inca, fuera de su imperio, es una locura. Recuérdese sino a Susana Torres: se volvió Coca-Cola por culpa de la Inca Kola.

***Afuera de la planta embotelladora de*** la Inca, el antiguo distrito del Rímac sobrelleva su rutina castigado por el río inmundo que le da su nombre. Esqueletos de casonas desaliñadas, un puente virreinal a punto de caerse por los orines, una alameda de esculturas ausentes. Sólo los perros caminan tranquilos. Nadie les roba. Se abre la puerta de la fábrica. Olor a caramelo guardado bajo el techo. Bajo esa techumbre, alguien va a contarles la historia de Inca Kola. Visita de rutina. Ernesto Lindley fue militar, pero ahora es jefe de Relaciones Públicas de la empresa. Fusila de aburrimiento al auditorio. Da fechas y más fechas. Hay que tomar asiento. Ernesto Lindley se para frente a la veintena de estudiantes universitarios y su profesor. En escena, lo acompaña una enorme botella amarilla inflada de aire, un puntero láser en su mano derecha, la secretaria

marcando el ritmo de las diapositivas. Discurso de rigor.

Manuscritos. 1910: la familia Lindley muda su vida de la Inglaterra industrial a un Perú en pañales. En un terreno de doscientos metros cuadrados fundan la Fábrica de Aguas Gasificadas Santa Rosa, de José R. Lindley e Hijos. El Rímac era entonces un barrio apacible de calles quietas. Buen lugar para vivir. De vez en cuando, el rumor del río se alteraba por el trote de las mulas cargadas de alimentos. Diapositiva siguiente: las primeras criaturas de Santa Rosa fueron Orange Squash, Lemon Squash, Kola Rosada. Que en paz descansen. Todo se hacía manualmente. Una botella por minuto. Un alumno de la segunda fila bosteza. Lindley no pierde la concentración. En 1918 compran una máquina semiautomática. Quince botellas por minuto. Asume la conducción José R. Lindley hijo. Otro bostezo reprimido por la mirada del profesor. La empresa familiar se transforma en sociedad anónima. El profesor también bosteza. La prehistoria de la Inca Kola, contada por él, suena tan fascinante como la de una fábrica de clavos.

Más fechas y más bostezos. Ernesto Lindley anda ya por la década de 1930. Sería ideal una Coca-Cola con cafeína para despertar al auditorio. Coca-Cola. La negra ya vendía más de treinta millones de galones al año y empezaba a rebalsar su imperio desde Estados Unidos. Honduras, Guatemala, México y Colombia sucumbían en el Tercer Mundo. El Perú aún no la tomaba, pero ya la veía en el cine: Johnny Weissmuller, Tarzán, el Hombre Mono, bebía Coca-Cola. Greta Garbo y Joan Crawford comparaban sus curvas con la botella. Pero en la fábula oficial que Lindley cuenta sobre la Inca Kola ese lobo no existe. El ex militar nunca menciona a la Coca. Diapositiva siguiente: Inca Kola se crea en 1934, pero se lanza un año después. 1935: primera estrategia. La familia aprovecha los bombos y platillos del cuarto centenario de Lima para presentar en sociedad su gaseosa amarilla. Botella verde transparente con un inca de perfil en la etiqueta. Sabor dulce, demasiado dulce. No fue amor a primera lengua: la ciudad estaba acostumbrada a la tradicional chicha de maíz morado.

Nada de esta historia cuenta Ernesto Lindley, empalagado de la historia oficial de la Inca. Segunda estrategia: "Inca Kola ok" fue el eslogan más primitivo. Mínimo, olvidado, gringo, sin personalidad. Insuficiente para resistir la oleada negra de 1939. Ese año, Coca-Cola llegó al Perú y se encontró con una empresa familiar que distribuía su exótica gaseosa amarilla en un camioncito Ford. Insignificante. La Coca llegó con la frase "La bebida que todos conocen". Con Greta Garbo y el Hombre Mono. El cine bebía Coca-

Cola. Los peruanos llenaban los cines. La negra sepultaría a la amarilla hasta la llegada de la televisión.

—Inca Kola comienza a ser bastante popular cuando arranca la televisión —dijo Hernán Lanzara en su otro fortín, el de San Isidro.

Preguntando por Inca Kola se llega a Coca-Cola. Siempre. Pero hubo un tiempo en que la Inca tenía voz propia. Años dorados. Años de The Beatles. La gaseosa de los Lindley derramaba en la pantalla chica su estrategia final: "Inca Kola, la bebida de sabor nacional". Era la frase más celebrada en la púber tanda comercial de ese entonces. De allí en adelante la publicidad ha ensayado seducir con lo mismo, pero de modos diferentes. "Ésa ha sido la magia del producto", recuerda esa anónima publicista de la agencia Properú. Inca Kola, la bebida de sabor nacional. Inca Kola, la bebida del Perú. Mesa-comida-Inca Kola. La fuerza de lo nuestro. Inca Kola es nuestra. Lo nuestro me gusta más. Hasta el eslogan del nuevo siglo responde a la misma variación: "Inca Kola sólo hay una y el Perú sabe por qué". Salvo algunos disparos al aire, la publicidad nunca más cambió su receta.

La clave del éxito de la gaseosa fue haber explotado la televisión con un sabor más local que la Coca-Cola. Lo dice el sociólogo Guillermo Nugent, que (de Inca Kola) sabe bastante. Así, mientras la amarilla husmeaba en fondas y chiringuitos, Washington enviaba al Tercer Mundo al hermano del presidente, Ted Kennedy, para repartir cocacolas. Inca Kola tanteaba la mesa exhibiéndose junto a un plato de cebiche con música criolla de fondo. Coca-Cola, desde sus oficinas de Atlanta, salpicaba al mundo con el comercial de unos niños cantando "*I'd like to buy the world a Coke*". Inca Kola llamaba al almuerzo con el estribillo musical "La hora Inca Kola". Coca-Cola, aún puntera absoluta, decía en ochenta idiomas ser "parte de tu vida". Lomo saltado, música afroperuana: Inca Kola. Popcorn, rock and roll: Coca-Cola. Gladys Arista, la modelo limeña de moda, posaba con la bebida amarilla en almanaques y periódicos. "Está para comérsela", decían los sibaritas. Bill Cosby abrazaba a la negra en todos los países adonde llegaba su show de familia negra y feliz. Inca Kola era la bebida del Perú. Coca-Cola, caído el Muro de Berlín, irrumpía con sus camiones de reparto en Europa Oriental e irritaba a los franceses colocando una máquina expendedora en las patas de la Torre Eiffel. Coca-Cola era para el mundo. Inca Kola apelaba a su país y a la lealtad.

Última diapositiva del expositor y se prenden las luces. La secretaria de Lindley

despierta al auditorio con la promesa de incakolas y panes con jamón. Al peruano le entra todo por la boca. "Ésa es la realidad: sólo podemos ser peruanos a través de un placer tan elemental como la comida", dice el psicólogo Julio Hevia desde su esquina. Y en esa esquina, Julio Hevia, vademécum andante de las fobias y vicios del limeño, asoma detrás de una botella de Coca-Cola. "La Coca es más intelectual. A la Inca déjala para las comidas", arremete sorbiendo el filtro de su quinto cigarrillo. El paisaje es la Universidad de Lima. Una cafetería. Se diría que Hevia es inofensivo hasta que tiene razón: "Nosotros vemos comida por todas partes". Nuestra jerga es casi un menú. Cuando vemos piernas, decimos "yucas". Cuando vemos tetas, pensamos en "melones". Cuando vemos traseros, imaginamos un "queque". Nos hacemos "paltas" —así se llama en Perú al aguacate— cuando estamos en problemas. Metemos un "café" cuando alguien se equivoca. Tiramos "arroz" cuando nos queremos zafar de un compromiso. "Creo que la identidad peruana que posee Inca Kola es equivalente a la que tiene la comida". Hevia ha disparado el tiro de gracia: la mesa ha estado siempre servida y la amarilla sólo se aprovechó de ella. Si la comida ha formado siempre nuestra identidad, a Inca Kola sólo se le ocurrió acompañarla. La publicidad dio en el plato. Hevia tiene que dictar clases. Bebe su último trago de Coca-Cola y chau, nos tira arroz.

**Susana Torres ha bebido más de la cuenta.** Ayer corrió vino en la reunión y se le nota rendida. La Inca Kola no le hubiera dejado esta resaca. A mediodía, el intenso sol de Chaclacayo invita a la siesta. Ella quiere dormir. Abre la puerta. "Quizá sea una tontería, pero creo que Coca-Cola compró Inca Kola para arruinarla", dice la artista despidiéndose. Arruinarla. Brindar con Inca Kola para arruinarla. ¿Salud? Ya Hernán Lanzara nos había asegurado que no era así y le creímos: "Es un gran producto. En cualquier momento podría crecer hacia fuera". Pero los mismos números que muestra lo desaprueban.

Cuando Goliath pagó por David, los veinticinco operadores de Coca-Cola en el mundo recibieron una muestra de Inca Kola para probar sus posibilidades de expansión. M. Douglas Ivester lo había prometido: el imperio de la Inca ya estaba listo para conquistar otros territorios. Botellas en guardia. Se dispara el sabor. El noventa y dos por ciento del planeta se resiste. *Puaj*. Color de orina y sabor a chicle. Sólo el norte de Chile y un pedazo

de Ecuador sucumbieron a la seducción amarilla. Es decir, en un mapa de conquistas, el imperio de la Inca es algo así como el antiguo Tahuantinsuyo. No más. Los mismos límites que los incas jamás pudieron atravesar. Inca Kola tampoco. La negra, sin embargo, ha convertido el mundo en su rayuela. Salta de un país a otro y se apodera de él. Desde México hasta Islandia, mil millones de vasos al día. El mundo bebe Coca-Cola y se embota del *American Way of Life*. Ahora sí, nos entregan el premio consuelo: la única gaseosa que en todo el planeta ha podido derrotar a la negra es peruana y amarilla.

**Pregunta dramática: ¿Podría el Perú** sobrevivir sin la Inca Kola? Le quedaría Machu Picchu, el cebiche, el pisco. Beberíamos más limonada, comeríamos más caramelos. Inca Kola va con todas las comidas, y seríamos menos tolerantes después de cada almuerzo. Y más flacos y quizá más tristes. Orinaríamos menos en las calles. Ojalá. Pero ya no habría Inca Kola para vanagloriarse afuera —o adentro, con los de afuera—, donde a sólo unos cuantos les gusta la Inca Kola. En el extranjero tendríamos más tiempo para añorar menos. Una razón menos para querer regresar. No regresaríamos tanto si no existiera la Inca. Además, nos reconoceríamos menos. Sobreviviría el Perú, pero no seríamos igual de peruanos. ¿Con qué acompañaríamos nuestra comida? Hemos hecho de Inca Kola una bandera gastronómica en un país donde la identidad nacional entra por la boca. Cosa curiosa: nuestra bandera tiene los colores de Coca-Cola, la forastera. Forasteros: el ex parlamentario inglés Matthew Parris vino al Perú, tomó Inca Kola, conoció los Andes y escribió un libro sobre su viaje que ahora es un best seller: *Inca-Kola: Traveler's tale of Peru*. Fue publicado en Inglaterra y ya va por su undécima edición. Paradoja: el libro lleva el nombre de la gaseosa amarilla, y Parris casi ni la menciona. No era necesario. La Inca Kola fue para él —paladar acostumbrado al té y a la Coca-Cola helada— lo más folclórico de su aventura. Lo más exótico de nuestra cultura. Pero hay algo más detrás de esa botella: en el Perú, las familias, los amigos, siguen siendo tribus reunidas alrededor de una mesa. Y en la mesa, la comida. Y con la comida, la amarilla. Un ingrediente de nuestra forma de ser gregarios. Frase para la despedida: en el Perú, Inca Kola te reúne. Afuera, te regresa. -

## Sesión N° 6

### **I. GENERALIDADES**

**1.1. Título:** Revisión de textos

**1.2. Asignatura:** Introducción al Periodismo.

**1.3. Ciclo:** VI

**1.4. Carácter:** teórico-práctico

**1.5. N° de horas:** 2

**1.6. Fecha:** 29 de junio del 2016

**1.7. Coordinador de la asignatura:** Lic. César Clavijo Arraiza.

**1.8. Docentes:**

- Teoría y práctica: Lic. César Clavijo Arraiza.

### **II. INFORMACIÓN PEDAGÓGICA GENERAL**

#### **2.1. Contexto**

La revisión de los textos es una etapa importante dentro de la producción del mismo. En esta instancia se identifica errores de forma y de fondo, con el objetivo de internalizar más el conocimiento sobre las normas que rigen la lengua. Nada es perfecto. Todo está sujeto a mejora. En periodismo, se puede decir, que la corrección es un ponderativo irrenunciable.

El estudiante debe asumir con actitud crítica este momento.

#### **2.2. Capacidades:**

a. Identifica aciertos y errores de su texto periodístico presentado

#### **2.3. Evidencias del aprendizaje:**

Presenta una crónica o un reportaje.

## 2.4. Contenidos

Contenidos disciplinares	Contenidos vinculados			
	Investigación	Extensión	Proyección	Otros
Corrección de textos Importancia.				

## III. ACTIVIDADES

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>El docente presenta el contexto que determina la importancia de la corrección para alcanzar la excelencia en la redacción</p>	<p>Secuencia didáctica.</p> <p>Estrategias didácticas:</p> <p>El docente motiva a los alumnos sobre la importancia de la corrección de textos.</p> <p>Mediante el uso del proyecto, los estudiantes presentan sus trabajos. La corrección es social y participativa.</p> <p>El docente conduce este proceso.</p> <p>Actividades</p> <p>a) En la sesión teórica</p> <p>- Revisa sus textos</p> <p>Recursos</p> <p>a) Materiales</p> <p>- Pizarra y plumones.</p> <p>b) Equipos</p> <p>- Computadores y proyectos.</p>	<p>Conclusiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El docente integra y consolida los aportes de los estudiantes.</li> </ul> <p>Reflexión sobre lo aprendido.</p>

#### **IV. Evaluación**

Test

Formativo

#### **V. Bibliografía**

Álvarez, L. y otros (1995). *Proyecto Educativo, proyecto curricular y proyecto de aula*. Madrid: Ediciones S.M.

Ander E. (1971). *Diccionario de pedagogía*. Argentina: Magisterio del Río de la Plata.

Carrión, J. (Ed.) (2012). *Mejor que ficción*. Buenos Aires: Anagrama.

Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Leñero, V. y Marín, C. (1986), *Manual de Periodismo*. México. (7°.ed): Editorial Grijalbo.

Luengas, M. (2012). Gatopardo Como Ejemplo del Nuevo Periodismo en México. (Tesis de maestría) México, DF: Universidad Iberoamericana.

## Anexo 2

### Análisis de discurso de textos de periodismo narrativo

#### (Valor Agregado Periodístico)

Analista.....

Fecha de registro:..... hora:.....

Alumno:.....

Tema		Evaluación	
<b>A. A. Variables del proceso de selección</b>			
A.1. Indicadores de la selectividad del hecho	Tipo de noticia	Duras	
		Blandas	
	Origen de la información.	Medio	
		De la fuente	
		Reproducción	
		Desconocido	
	Proximidad emocional	Alta	
		Media	
		Baja	
	Proximidad geográfica.	Barrio	
		Distrito	
		Región	
		Internacional	
	Consecuencias de lo narrado.	Local	
Regional			
Nacional			
Internacional			
A.2 Indicadores del nivel de acceso	Número de fuentes documentales.		
	Número de medios citados.		
	Número de fuentes personales.		
	Tipos de fuentes.	Gubernamental	
		Oficial pública	
		Oficial privada	
		Experto	
Testimonial			
No identificada			

A.3. Indicadores de equidad	Presencia del protagonista.	Personificable	
		No personificable	
	Presencia del antagonista.	Personificable	
		No personificable	
		No hay antagonista	
	Pauta informativa.	Política	
		Social	
		Internacional	
		Economía	
Tiempo libre			
	Magacín		
<b>B. Variables del proceso de creación</b>			
b.1. Indicadores de estilo	Estructura	Pirámide invertida	
		Estructura cronológica	
		Estructura mixta	
		Entrevistas	
	Nivel narrativo.	Procesamiento.	
		No moderado	
	Número de adjetivos calificativos.		
	Números de verbos de atribución.		
b.2. Indicadores de contenido	Antecedentes	Tiene	
		No tiene	
		No corresponde	
	Consecuentes	Tiene	
		No tiene	
		No corresponde	
	Observación.	Tiene	
		No tiene	
		No corresponde	
b.3. Indicadores de énfasis	Núcleo de la información.	Fáctico	
		Especulativo	
	Enfoque	Costes/beneficios económicos	
		Conflicto	
		Interés humano	
		Trascendencia.	
		Balance de puntos de vista.	
Contornos del lenguaje	Sintáctico	Muy malo	
		Malo	
		Regular	
		Bueno	
		Muy bueno	

	Semántico	Muy malo	
		Malo	
		Regular	
		Bueno	
		Muy bueno	
	Ortográfico	Muy malo	
		Malo	
		Regular	
		Bueno	
		Muy bueno	
Persona-narrador	Muy malo		
	Malo		
	Regular		
	Bueno		
	Muy bueno		
Construcción de personajes	Muy malo		
	Malo		
	Regular		
	Bueno		
	Muy bueno		
Descripción de escenarios	Muy malo		
	Malo		
	Regular		
	Bueno		
	Muy bueno		
Diálogos	Muy malo		
	Malo		
	Regular		
	Bueno		
	Muy bueno		