



El caso Odebrecht en los diarios El Comercio, Gestión y La República

The Odebrecht case in the newspapers El Comercio, Gestión and La República

César Augusto Smith Corrales¹; Mario Buenaventura Castillo Hilario¹

¹ Universidad Privada del Norte, Lima, Perú. Email: cesar.smith@upn.pe

² Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú. Email: mcastillo@lamolina.edu.pe

Recepción: 5/06/2020; Aceptación: 15/11/2020

Resumen

El objetivo de esta investigación fue determinar en qué medida y cómo estuvieron presentes las noticias sobre la corrupción de Odebrecht en los diarios El Comercio, Gestión y La República. Para esto se analizó una muestra conformada por 12 ediciones de cada diario. Se concluyó que El Comercio y Gestión le dieron una menor cobertura al caso Odebrecht que La República. Asimismo, que los tres diarios recurrieron mayormente al género informativo y a las fuentes nacionales.

Palabras claves: corrupción, Odebrecht, El Comercio, La República, Gestión.

Abstract

The objective of this investigation was to determine to what extent and how the news about Odebrecht corruption is present in the newspapers El Comercio, Gestión, and La República. For this, a sample made up of 12 editions of each newspaper was analyzed. It was concluded that El Comercio y Gestión gave less coverage to the Odebrecht case than La República. Also, that the three newspapers used the news genre and national sources mostly.

Keywords: corruption, Odebrecht, El Comercio, La República, Gestión.

1. Introducción

La Constructora Norberto Odebrecht (CNO) fue refundada en 1944, en Salvador de Bahía, Brasil. Empezó como una empresa local y poco a poco pasó a convertirse en una empresa regional, nacional y, después, en una multinacional. Llegó a operar hasta en 12 países.

Su expansión se realizó a partir de dos modelos complementarios: negocios e influencias. El

primer modelo se sustentó en la eficiencia, la entrega oportuna, la descentralización de obras y el pago de bonos a sus empleados. El segundo modelo consistió en mecanismos de captura del Estado (Durán, 2018, pp. 57-60). Su modelo de influencias fue un apoyo importante de su modelo de negocios. Primero lo usó de manera informal y después de manera formal. Desde el 2006 contó con el Departamento de Operaciones Estructuradas (DOE). Desde esta división y la

Forma de citar el artículo: Smith, C.; Castillo, M. 2020. El caso Odebrecht en los diarios El Comercio, Gestión y La República. Revista Tierra Nuestra 14(2):1-8 (2020). <http://dx.doi.org/10.21704/rtn.v14i2.908>

DOI: <http://dx.doi.org/10.21704/rtn.v14i2.908>

Autor de correspondencia (*): Castillo, M. Email: mcastillo@lamolina.edu.pe

© Los autores. Publicado por la Universidad Nacional Agraria La Molina.

El artículo es de acceso abierto y está bajo la licencia CCBY

Caja 2 se financiaban las elecciones políticas, se pagaban por conferencias a expresidentes y exministros o se pagaban en efectivo a través de los *doleiros*. Desde el DOE se hacían transferencias a las cuentas *offshore* en bancos en los paraísos fiscales (Durán, 2018, pp. 93).

El modelo de influencias le servía a Odebrecht para:

Hacer arreglos, ganar favores, comprar políticos y funcionarios, tener conexiones políticas y generar aliados en la sociedad civil, además de contar siempre con una buena prensa; es decir, para lograr un manejo completo de su entorno nacional e internacional que les permitiera perpetuarse sin interrupciones, ganando obra tras obra, fundando o comprando empresas en varios continentes y moviendo sus capitales libremente por los mercados del mundo (Durán, 2018, pp. 57-58).

En el Perú, Odebrecht empezó a operar en 1979. Ese año ejecutó el proyecto hidroeléctrico Charcani V en Arequipa. Diez años después, durante el gobierno de Alberto Fujimori, realizó un total de 30 obras. Durante el gobierno de Alejandro Toledo, inició o ejecutó 11 proyectos. En el segundo gobierno de Alan García realizó 11 proyectos. Y en el gobierno de Ollanta Humala realizó 11 proyectos (Durán, 2018, pp. 1008-116). Según las confesiones de los propios funcionarios de Odebrecht, pagaron más de 45 millones de dólares en sobornos a funcionarios peruanos, entre el 2006 y el 2015, incluyendo a los expresidentes de la República (Ojo Público, 2017).

A medida que se expandía, Odebrecht fue buscando socios locales. En el Perú, su socio más importante fue la empresa de ingeniería Graña y Montero. Por eso, esta y su propietario José Graña fueron involucrados en la megacorrupción de Odebrecht. La Fiscalía los acusa de haber contribuido en el soborno al expresidente Alejandro Toledo, entre otros delitos. En diciembre de 2017, José Graña Miró Quesada y otros funcionarios de la constructora peruana fueron detenidos preventivamente. Permanecieron en prisión hasta marzo de 2018, hasta que el juez cambió por comparecencia.

José Graña Miró Quesada es propietario de la constructora nacional y al mismo tiempo accionista del grupo El Comercio, principal grupo de medios del Perú. Es importante destacar que este grupo empresarial es el más grande del Perú, ya que concentra el 77,86% de la venta de los periódicos a nivel nacional. Este conglomerado de diarios llega a cerca de 4 millones de lectores en un país de 30 millones de habitantes.

José Graña es el accionista individual más importante de El Comercio, pero tiene solo el 4,035 % de participación.

De acuerdo al Documento de información anual 2016 de Empresa Editora El Comercio, la compañía tiene 242 accionistas con derecho a voto; 194 de ellos cuentan con el 7,96%, mientras que los restantes 48 concentran la mayoría de las acciones. De acuerdo con la Superintendencia de Mercado de Valores, solo cuenta con dos accionistas que superan el 4% de participación en la empresa: José Alejandro Graña Miró Quesada –investigado por las posibles vinculaciones de la compañía Graña y Montero con el caso Lava Jato– y Enriqueta Graña Miró Quesada (Godoy, 2019, p.79).

Esta relación entre el Grupo El Comercio y las empresas constructoras Graña y Odebrecht es la que despierta nuestro interés, ya que se sabe que las decisiones de cubrir o no un hecho y la forma de hacerlo dependen de los editores y de los dueños. Asimismo, se conoce que la cobertura y el tratamiento de los hechos periodísticos se evidencian en las publicaciones.

En ese sentido, nos proponemos responder la siguiente pregunta: ¿En qué medida y cómo estuvieron presentes las noticias sobre la corrupción de Odebrecht en los diarios El Comercio, Gestión y La República? La respuesta a la pregunta permitirá corroborar si los intereses de los propietarios definen el contenido informativo de los periódicos.

Definición de conceptos

A continuación, presentamos las definiciones, a fin de que queden claros los conceptos de la variable y las subvariables de estudio.

El contenido informativo (unidades informativas o noticiosas) se define como todos los elementos tratados (hechos de la realidad que han sido convertidos en noticia) por un medio de comunicación, y que cumplen el rol de informar sobre la realidad. El contenido informativo puede evidenciarse de formas lingüísticas, no lingüísticas y paralingüísticas dentro de un diario.

La noticia es un hecho que representa a la sociedad. Alsina (1989) sostiene que la “noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente, que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (p.146). Esta representación reconstruye la sociedad y en la reconstrucción la transforma. Los hechos difundidos generan diversas reacciones en la población, por lo que el cómo y el qué informan son importantes. Es allí donde puede nacer un problema.

Damoni (2013) afirma:

Los medios de comunicación trabajan con la información, entendida ésta como un bien público al que la ciudadanía puede y debe acceder en miras a poder estar informado sobre lo que acontece a su alrededor. Expresarse libremente y estar bien informados constituyen dos condiciones esenciales de la democracia refiriéndonos como constructores de la información (p. 79).

Asimismo, se conceptúan los géneros periodísticos como la forma en que un medio de comunicación (escrito, radial o televisivo) redacta la información. Según Rivas (1999): “la redacción de los textos de agencia obliga a cumplir características concretas, por lo que sugiere que las agencias de prensa también establecen géneros periodísticos propios” (p. 159).

Las fuentes informativas son un aspecto esencial de la actividad informativa, puesto que influyen y condicionan el proceso de producción de las noticias y el resto de productos informativos. En ese sentido, es labor del periodista analizar cada una de ellas y encontrar el equilibrio. La tarea del periodista comienza propiamente con su análisis, puesto que cuando un profesional puede confrontar diferentes fuentes construye su propia interpretación de la realidad (Santamaría, 2010).

Una fuente aporta credibilidad a la información. El empleo correcto de fuentes permite dar voz a las distintas partes de un hecho, aporta riqueza, credibilidad y rigor a los textos informativos, además de ser un filtro para que el público pueda detectar si la información que está leyendo o viendo es un rumor o realmente una noticia (Gómez, 2014).

2. Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo y es de nivel descriptivo. Su diseño es no experimental.

Se han escogido dos diarios del Grupo El Comercio: El Comercio y Gestión, cuyo propietario estuvo involucrado en la corrupción de Odebrecht. El Comercio, porque es el diario más importante del grupo, por los años en el mercado, por su alta lectoría y por su influencia en la política peruana. El diario Gestión porque es un diario especializado en economía y negocios. Es un diario dirigido principalmente a empresarios y ejecutivos. Es importante tomar en cuenta que la corrupción estatal y política tiene una contraparte que son los empresarios, quienes

en diferentes niveles estuvieron comprometidos en las denuncias fiscales.

Para diferenciar el comportamiento de las variables de estudio se ha elegido un diario opuesto: La República. Este es un diario de una tendencia ideológica adversa a El Comercio. Mientras que El Comercio es un diario conservador, La República es un diario de centro izquierda. Asimismo, se ha elegido porque los propietarios de La República no estuvieron involucrados en la corrupción de Odebrecht.

De estos tres diarios, se han considerado las unidades informativas de febrero, marzo y abril de 2018, porque en esos meses el caso ya había adquirido relevancia política y porque entre diciembre de 2017 y abril de 2018 estuvo detenido preventivamente José Graña, uno de los propietarios del Grupo El Comercio. Es necesario precisar: del periodo de tres meses de estudio, se seleccionaron 89 ejemplares, lo que viene ser la población estudiada. De los tres meses (12 semanas) de estudio, se escogió aleatoriamente un ejemplar por cada semana. Así, se eligió una muestra no probabilística conformada por 12 ediciones de cada de cada diario. Es decir, se analizaron 36 ediciones en total. (Ver Tabla 01).

Tabla 01. Fechas establecidas como la muestra

Febrero	Marzo	Abril
09 de febrero de 2018	08 de marzo de 2018	02 de abril del 2018
13 de febrero de 2018	13 de marzo de 2018	05 de abril del 2018
21 de febrero de 2018	22 de marzo de 2018	12 de abril del 2018
26 de febrero de 2018	27 de marzo de 2018	17 de abril del 2018

La variable de estudio es la presencia del contenido informativo del caso Odebrecht en los diarios El comercio, Gestión y La República. Esta variable está conformada por las siguientes subvariables: frecuencia de notas informativas, ubicación de la noticia, género periodístico y fuente informativa.

3. Resultados

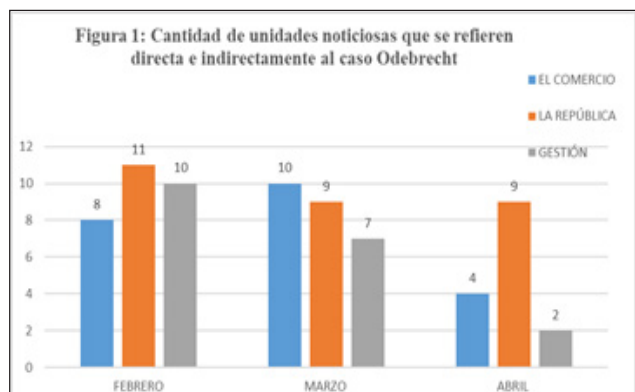
En los tres diarios estudiados, se encontraron 70 unidades noticiosas que están referidas al caso Odebrecht directa o indirectamente. El 41% (29) pertenece al diario La República; el 31% (22), a El Comercio; y el 27% (19), a Gestión.

Frecuencia de unidades informativas

Se observó que en febrero se publicaron más unidades noticiosas (29), luego en marzo (26) y, finalmente, en abril (15). Es posible que esta diferencia se diera porque en febrero estuvo en agenda pública la aplicación del Decreto de Urgencia 003 y los testimonios de Jorge Barata

(ex CEO de Odebrecht) que fueron abordados por los tres medios. En marzo se tocaron diversos tópicos que incluyeron la renuncia del presidente Pedro Pablo Kuczynski, el ex presidente Alejandro Toledo, los aportes al partido de Fuerza Popular, testimonio de Jorge Barata y la exalcaldesa Susana Villarán. Todos estos temas relacionados de alguna manera con Odebrecht. Y finalmente, en abril las unidades informativas enfocaron su atención en personajes como Keiko Fujimori, Kenyi Fujimori, Jorge Barata y el acuerdo de cooperación de Odebrecht, el Decreto de Urgencia 003 y la situación de las empresas que trabajaron con la constructora brasileña.

Con respecto a las publicaciones de cada medio por mes, se puede mencionar que El Comercio publicó 8 unidades informativas en febrero; en marzo, 10; y en abril, 4. En el caso de La República, en febrero publicó 11; en marzo, 9, y en abril, 9. Gestión publicó en febrero 10; en marzo, 7; y en abril, 2 (ver Figura 1).

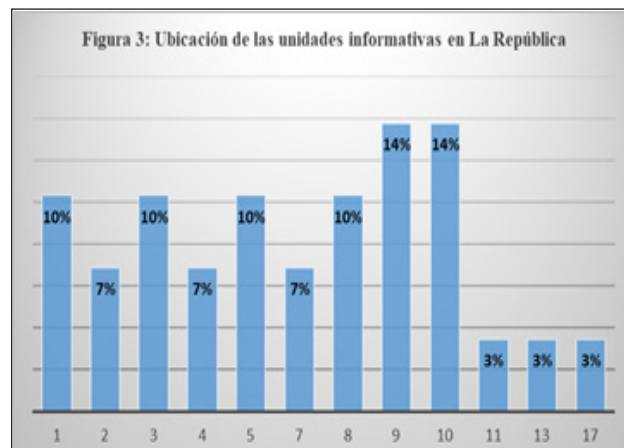


Ubicación de las unidades informativas

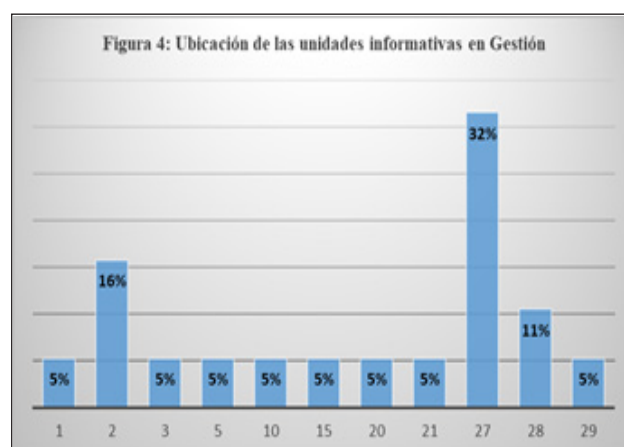
En este punto, se determinó la ubicación de las unidades informativas en los tres medios. En el caso de El Comercio, el 14% de las unidades informativas referidas a Odebrecht se ubicaron mayormente en la página 6; el 9% en las páginas 1, 4, 19, 26 y 30, y el 5% en las páginas 2, 3, 7, 8, 14, 15, 16, 18 y 21 (ver Figura 2).



En La República, el 14% de las unidades informativas referidas a Odebrecht se ubicó en las páginas 9 y 10; el 10% en las páginas 1, 3, 5 y 8; el 7% en las páginas 2, 4 y 7, y el 3% en las páginas 11, 13 y 17 (ver Figura 3).



En el caso de Gestión, el 32% de las unidades informativas referidas a Odebrecht se ubicó en la página 27; el 16% en la página 2; el 11% en la página 28, y el 5% en las páginas 1, 3, 5, 10, 15, 20, 21 y 29 (ver Figura 4).

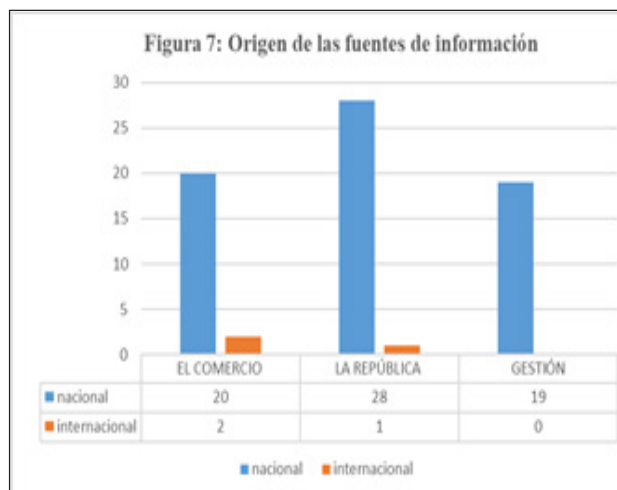
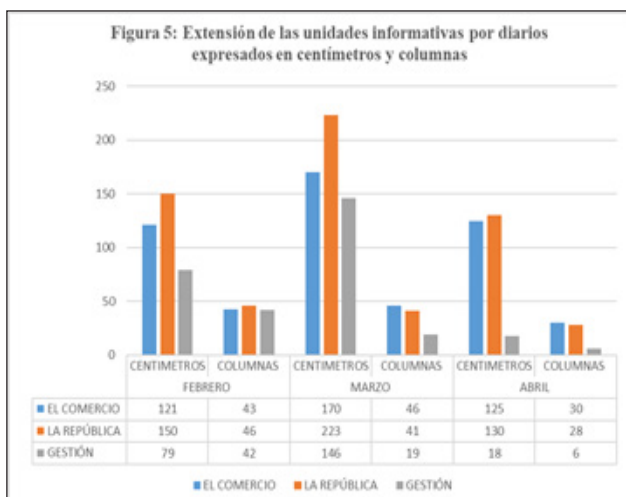


Tamaño de las unidades informativas

Esta subvariable permitió identificar la extensión (espacio) que ha dado cada medio a las unidades informativas referidas al caso Odebrecht. Para determinar el espacio se midió en centímetros por columnas. En El Comercio, las noticias referidas a Odebrecht ocuparon 416 cm x 119 columnas; en La República, 503 cm x 115 columnas, y en Gestión, 243 cm x 67 columnas (ver Tabla 2). Es preciso mencionar que El Comercio tiene un tamaño de formato más grande que el de La República y Gestión.

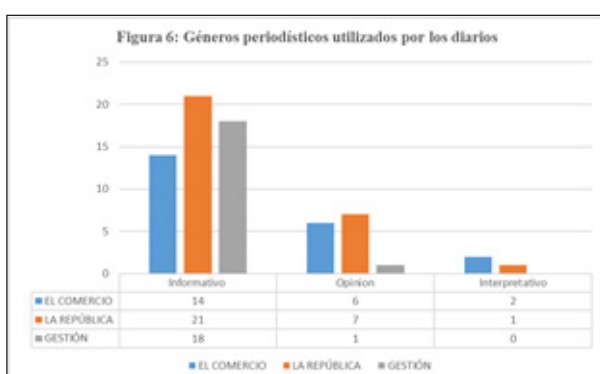
Tabla 2: Espacio que ocuparon las unidades informativas

Diario	Febrero		Marzo		Abril		Total	Total
	Centímetros	Columnas	Centímetros	Columnas	Centímetros	Columnas	Centímetros	Columnas
EL COMERCIO	121	43	170	46	125	30	416	119
LA REPÚBLICA	150	46	223	41	130	28	503	115
GESTIÓN	79	42	146	19	18	6	243	67



Género periodístico

En El Comercio se encontraron 14 unidades informativas del género de informativo; 6 del género de opinión, y 2 del género interpretativo. En La República, se encontraron 21 del género informativo; 7 del género de opinión; y 1 del género interpretativo. En Gestión, se hallaron 18 del género informativo; 1 de opinión y ninguno del género interpretativo (ver Figura 6).



Origen de la fuente informativa

Del total de notas de la muestra, La República utilizó 27 fuentes nacionales y 2 extranjeras; seguida por El Comercio que utilizó 20 fuentes nacionales y 2 extranjeras y, finalmente, Gestión utilizó 19 fuentes nacionales y ninguna extranjera (ver Figura 7).

4. Discusión

La megacorrupción de la constructora Odebrecht es un problema complejo. Ha originado diversos estudios científicos y seguirá despertando aún más el interés de los científicos sociales. El caso puede ser abordado desde distintas disciplinas: la administración, la economía, el derecho, la politología, la sociología, la antropología, la ética y, claro, la “comunicología”. En este artículo, se trató desde la “comunicología”, específicamente desde los estudios del periodismo.

Existen varias teorías que pueden explicar los resultados de nuestra investigación. En la versión ideológica de izquierda, la teoría instrumentalista postula que los medios de comunicación son instrumentos para mantener el capitalismo. Es decir, son herramientas para adoctrinar en un sentido a la población y el periodismo se usa para ese propósito. En el caso de El Comercio, Gestión y La República se utilizaría para mantener sus negocios periodísticos y en otros sectores. Así, si el dueño es acusado de cometer un delito, se usará el medio de comunicación para defenderlo o para ocultarlo.

Los resultados encontrados muestran que El Comercio y Gestión les dieron ligeramente menor cobertura e importancia a los acontecimientos referidos a Odebrecht que La República. La frecuencia de unidades informativas, la ubicación y el espacio dedicado es menor en El Comercio y Gestión que en La República. ¿Por qué? Se infiere que los propietarios del Grupo El Comercio utilizaron los dos diarios para

ocultar la corrupción de Graña y Odebrecht. Sin embargo, es importante reiterar que, aunque menor, El Comercio y Gestión le dieron cobertura e importancia al caso Odebrecht. Consideramos que esto se explica por tres razones.

a) El tipo de propiedad del Grupo El Comercio Godoy (2019), utilizando entrevistas, halló que debido al extremo fraccionamiento de la propiedad del Grupo El Comercio, los propietarios no influyen en la línea editorial ni en los contenidos de los medios de comunicación del grupo. Por lo tanto, los directores tienen autonomía y son los que deciden los contenidos.

El rol del director de El Comercio –o quien ejerce ese papel en la práctica– en la determinación de la línea editorial es el elemento más importante para la conformación de los contenidos de los diarios [...] Todas nuestras fuentes coinciden en señalar que el director periodístico del periódico (o quien asume factualmente como tal) cuenta con un amplio margen de autonomía para determinar los contenidos de las noticias cotidianas, la oportunidad en la que una investigación aparece en las páginas del diario, el ángulo de una portada, el contenido del editorial o, incluso, puede llegar a vetar determinadas notas (Godoy, 2019, p. 366).

Así, José Graña Miró Quesada, con sus 4% de las acciones, no habría tenido la capacidad de evitar la cobertura del caso Odebrecht en los medios del Grupo El Comercio.

b) Los intereses de los propios periodistas

La teoría organizacional postula que el aspecto económico es el factor más importante a la hora de seleccionar las noticias y al establecer la agenda mediática. Para Breed, el contexto profesional-organizativo-burocrático ejerce una influencia decisiva en las elecciones del periodista. Su principal fuente de expectativas, orientaciones y valores profesionales no es el público, sino el grupo de referencias constituido por los colegas y los superiores. El periodista, pues, acaba siendo socializado en la política editorial de la organización a través de una lógica de recompensas y castigos. En otras palabras, se conforman con las normas editoriales, que pasan a ser más importantes que las creencias individuales (Pena, 2006, p. 146).

Es decir, los periodistas asumen la política editorial del medio de comunicación por conservar sus empleos o por ascender. Entonces,

si bien en el caso de El Comercio y Gestión sus directores son autónomos hasta cierto nivel, lo cierto es que ellos no irán en contra de la tradición ni de los intereses del grupo empresarial. Esto puede explicar el hecho de que durante los meses estudiados tanto El Comercio como Gestión le otorgaron menor cobertura al caso Odebrecht que el diario La República.

c) Los nuevos medios de comunicación.

Hoy es difícil ignorar u ocultar los hechos importantes, pese a que son perjudiciales para los propietarios de la empresa, ya que el acceso a las redes sociales permite que circule la información que se quiere esconder. Así, el caso Odebrecht estuvo presente en los diarios El Comercio y Gestión casi tanto como La República, a pesar de que uno de los dueños del Grupo El Comercio estuvo involucrado. Es mucho más difícil en estos tiempos censurar cierta información, ya que se publicarán en otros medios y la reputación de la empresa periodística se vería mellada.

d) Intereses empresariales

El Comercio y Gestión son diarios de una empresa. Su objetivo es la rentabilidad. La marca y la reputación, también tienen un valor. Los diarios del Grupo El Comercio han gozado de una buena reputación. El diario más creíble y serio es El Comercio. Por lo tanto, mostrar objetividad, imparcialidad e interés en los valores periodísticos es una forma de mantener el valor de la marca.

Si bien encontramos que El Comercio y Gestión le dieron cobertura e importancia al caso Odebrecht, sería importante hacer una investigación para determinar cómo trataron estos hechos mediante un análisis de contenido. Puede suponerse que se presentó con un sesgo: la corrupción de Odebrecht es un problema del Estado, los gobiernos y los políticos corruptos, mas no de las empresas privadas eficientes, que pagan impuestos y generan empleos. Esta hipótesis todavía requiere una nueva investigación.

5. Conclusiones

a) Esta investigación no sugiere una nueva teoría, sino corrobora dos teorías del periodismo: la instrumentalista y la organizacional. Se concluye que El Comercio y Gestión, cuyo propietario estuvo involucrado en la corrupción, le dieron menor cobertura e importancia al caso Odebrecht que La República, cuyo propietario no lo estuvo. Esta conclusión se sustenta en el análisis descriptivo de las subvariables que se muestra a continuación.

b) Para informar sobre el caso Odebrecht, los diarios estudiados recurrieron mayormente al género informativo y a las fuentes nacionales.

c) El Comercio publicó 8 unidades informativas en febrero; en marzo, 10, y en abril, 4. La República, en febrero publicó 11; en marzo, 9, y en abril, 9. Y Gestión publicó en febrero 10; en marzo, 7, y en abril, 2.

d) En El Comercio, el 14% de las unidades informativas referidas a Odebrecht se ubicaron mayormente en la página 6; el 9% en las páginas 1, 4, 19, 26 y 30, y el 5% en las páginas 2,3,7,8,14,15,16,18 y 21. En La República, el 14% de las unidades informativas referidas a Odebrecht se ubicó en las páginas 9 y 10; el 10%, en las páginas 1, 3, 5 y 8; el 7%, en las páginas 2, 4 y 7, y el 3%, en las páginas 11, 13 y 17. En el caso de Gestión, el 32% de las unidades informativas referidas a Odebrecht se ubicó en la página 27; el 16%, en la página 2; el 11%, en la página 28, y el 5% en las páginas 1,3,5,10,15,20,21 y 29.

e) En El Comercio, las noticias referidas a Odebrecht ocuparon 416 cm x 119 columnas; en La República, 503 cm x 115 columnas, y en Gestión, 243 cm x 67 columnas.

f) En El Comercio se encontraron 14 unidades informativas del género de informativo, 6 del género de opinión y 2 del género interpretativo. En La República, se encontraron 21 del género informativo, 7 del género de opinión y 1 del género interpretativo. En Gestión, se hallaron 18 del género informativo, 1 de opinión y ninguno del género interpretativo.

g) Del total de notas de la muestra, La República utilizó 27 fuentes nacionales y 2 extranjeras; seguida por El Comercio que utilizó 20 fuentes nacionales y 2 extranjeras y, finalmente, Gestión utilizó 19 fuentes nacionales y ninguna extranjera.

6. Referencias

Alsina, M. R. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Anaya, M.J. (2018). *Odebrecht: Análisis de la calidad informativa del caso de corrupción en Semana y el Tiempo*. Tesis para optar el título de Comunicador Social. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.

Benassini Félix, C. (2013). Exclusiones de las agendas mediáticas. *Revista Mexicana De Comunicación*, 26(136), 11-13.

Castillo, M. (2019). *Fundamentación ética*

y política del lobbying. *Revista Tierra Nueva* 13(2): 46-65.

Catalina-García, B., Sousa, J. P., & Cristina Silva Sousa, L.-C. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*, 18(2), 93–115. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A5>

Crabtree, J. y Durán, F. (2017). *Perú: élites del poder y captura política*. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.

Damoni, M. (2013). *Democracia y mass media: ¿mayor calidad de la información?* Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (45), 79-89. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232013000300007&lng=es&tln=es.

Durán, F. (2018). *Odebrecht. La empresa que capturaba gobiernos*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Primera edición.

_____ (2017). *Los doce apóstoles de la economía peruana. Una mirada social a los grupos de poder limeños y provincianos*. Primera edición. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.

Durán, F. y Campodónico, H. (2010). *Poder empresarial y sociedad civil en Sudamérica. Entre el diálogo y el entendimiento*. DESCO, OXFAM, ALOP, CEDAL. Lima.

Fadul, P. y Tobar, K. (2018). *Análisis de la cobertura periodística y tratamiento de la noticia en el Caso Odebrecht, durante las emisiones del noticiero estelar de TC Televisión de agosto y septiembre del 2017*. Tesis para optar el título de Licenciado en Comunicación y Periodismo. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.

Godoy, J. (2019). *El Comercio y la política peruana del siglo XXI. Pugnas entre liberales y conservadores detrás de las posturas*. Instituto de Estudios Peruanos. Primera edición. Lima.

Gómez-Bueno, Javier. (2014). La rumorología y el uso de las fuentes de información en los medios de comunicación deportivos en España. *Palabra Clave*, 17(2), 456-483. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852014000200009&lng=en&tln=es.

López, F. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*.

- Lozano, J. C. (1994). Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales. Cecilia Cervantes y Enrique Sánchez [c], Investigar la comunicación: propuestas iberoamericanas, México: U de G, CEIC, ALAIC.
- Malavé, N. M. (2013). La aparición de las redes sociales como contenido informativo en los medios tradicionales: análisis comparativo en dos diarios españoles de referencia (2006-2010) Estudios sobre el mensaje periodístico, 19(1), 177-189.
- Martini, S. (miércoles 08 de octubre de 2019). La construcción de la agenda de los medios. En: Voces en el Fénix. Recuperado de: <https://www.vocesenelfenix.com/content/la-construcción-de-la-agenda-de-los-medios-efecto-agenda-setting-en-los-medios-argentinos-en>
- Munizaga, G. (2000). Agenda informativa y ciudadanía. Comunicación y Medios, (12), 14.
- Ojo Público (2017). Los millonarios pagos de Odebrecht. Recuperado: <https://lavajato.ojo-publico.com/articulo/los-pagos-de-odebrecht-en-peru/>
- Pena de Oliveira, F. (2009). Teoría del Periodismo, México DF, México: Alfaomega
- Piñuel, J., Gaitán, J., Lozano, C. (2013). Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Rivas, J. (1999). Géneros periodísticos en las agencias de prensa. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/ESMP9999110159A/12991>
- Rogel, D. R., Larrea, M. P., & Cabrera, D. C. (2013). Agenda setting en medios ecuatorianos. Diarios El Universo, El Mercurio, El Comercio y El Telégrafo. Revista Latina de Comunicación Social, (68), 529-544.
- Santamaría, J. V. G. (2010). Crisis del periodismo de fuentes. Las prácticas del periodismo en España en el accidente de Spanair. Revista Latina de Comunicación Social, (65), 516-537.
- Santin D. M. (2018). La construcción de la agenda informativa y la ética profesional en la prensa. Revista Telos. Fundación Telefónica, Madrid, España. Recuperado: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero090/la-construccion-de-la-agenda-informativa-y-la-etica-profesional-en-la-prensa/>
- Standing, G. (2017). La corrupción del capitalismo. Barcelona: Ediciones del Pasado y del Presente, primera edición.