





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La infografía como estrategia para mejorar la comprensión de la información periodística en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza” 2018.

**AUTORA:**

Kahan Ocas, Hilda Noemi

**ASESORA METODÓLOGA:**

DRA. Gálvez Carrillo, Rosa Patricia

**ASESOR TEMÁTICO:**

MG. Prado Morales, William

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN GENERAL:**

PROCESOS RELACIONALES Y COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD  
CONTEMPORÁNEA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

PERIODISMO – AUDIOVISUALES

TRUJILLO – PERÚ

2018

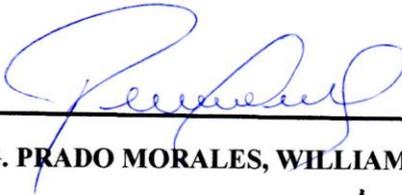
**JURADO CALIFICADOR**



---

**DRA. GÁLVEZ CARRILLO, ROSA PATRICIA**

**PRESIDENTA**



---

**MG. PRADO MORALES, WILLIAM**

**SECRETARIO**



---

**MG. DANIEL OBLITAS PINILLOS**

**VOCAL**

## DEDICATORIA

### **A DIOS:**

Por nunca abandonarme y siempre darme la fortaleza para seguir adelante en cada paso y meta que me he propuesto a lo largo de mi vida.

### **A MI FAMILIA:**

Por su apoyo incondicional, por haberme enseñado buenos valores y virtudes que me ayudarán a ser una buena profesional y un buen ser humano.

### **A MIS MASCOTAS:**

Por ser siempre mi inspiración y fuerza que me ayudado para seguir adelante, por todo su cariño y amor; sin esperar nada a cambio.

## **AGRADECIMIENTO**

Esta tesis ha requerido todo mi esfuerzo y dedicación por varios meses, no hubiese podido llegar a este gran paso sin la cooperación de cada una de las personas que me brindaron su apoyo incondicional, su aporte moral; por ello hago en mención de mi agradecimiento.

En primer lugar, agradezco a Dios, por haberme ayudado en cada paso y meta que me propuesto. Por haberme iluminado con su amor y ponerme siempre a las personas correctas en mi vida.

En segundo lugar, agradezco a mi familia, por ser mi soporte a lo largo de mi vida, por haberme inculcado buenos valores y virtudes que me ayudará a hacer una buena profesional y ser humano.

En tercer lugar, a mi enamorado, por la paciencia, el cariño y el amor que siempre me ha brindado; por estar en los buenos y malos momentos en mi vida.

En cuarto lugar, a mis mascotas, por ser mi inspiración para cumplir todas mis metas, por haberme enseñado que puedo ser mejor cada día y por todo ese amor que siempre me dan, sin esperar nada a cambio.

De igual manera el más sincero agradecimiento a mis asesores, a la directora de escuela de Ciencias de la Comunicación, a quienes les doy mi inmensa gratitud, por los consejos a lo largo de mi vida como estudiante.

Por último, agradezco a la Universidad César Vallejo por haberme acogido durante diez ciclos, por haberme enseñado e inculcado conocimientos y valores que pueda aplicar en vida profesional.

En general, quiero agradecer a todas y cada una de las personas y seres que he mencionado; por haber formado parte de esta gran meta y acompañarme a dar un gran paso para muchas experiencias más.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Noemi Kahan Ocas identificada con DNI 70669742, alumna de pregrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada César Vallejo, autora de la tesis titulada: “La infografía como estrategia para mejorar la comprensión de la información periodística en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza” 2018”, DECLARO QUE:

1. El presente trabajo de investigación, tema de la tesis presentada para la obtención del título de Ciencias de la Comunicación es original, siendo resultado de mi trabajo personal; el cual no es copia de otros trabajos de investigación, ni utilizado sus ideas, fórmulas, ni datos restringidos. Al mismo tiempo cito correctamente los autores de los cuales recaudé información subjetiva para insertar dentro del marco teórico.

Caso contrario, menciono de forma clara y exacta su origen o autor; tanto en el cuerpo del texto, figuras, cuadros, tablas u otros objetos que tengan derechos de autor.

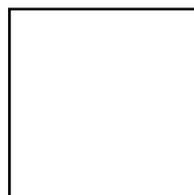
2. Declaro que el trabajo de investigación que pongo en consideración para evaluación, no ha sido presentado anteriormente para obtener algún grado académico o título, ni ha sido publicado en sitio alguno.

Soy consciente del hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, es objeto de sanciones universitarias y/o legales; por lo que asumo cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de irregularidades en la tesis, así como de los derechos.

Asimismo, me hago responsable ante la universidad o terceros de cualquier irregularidad o daño que pueda ocasionar por el incumplimiento de lo declarado.

Trujillo – La Libertad

\_\_\_\_\_  
Firma



## **PRESENTACIÓN**

Estimados señores y miembros del jurado evaluador de tesis:

Pongo a vuestra consideración la tesis titulada: **LA INFOGRAFÍA COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPRENSIÓN DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO “NUEVA ESPERANZA” 2018**. Con la finalidad de, proponer una nueva estrategia para lograr la comprensión de la información periodística en los estudiantes. Esto, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener la titulación de licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El documento consta de ocho capítulos, el mismo que estará sujeto a vuestras consideraciones, opiniones y criterios para su aprobación.

Estoy dispuesta al levantamiento de las observaciones pertinentes.

Autora:

Hilda Noemi Kahan Ocas

Trujillo – La Libertad 2018

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
RESUMEN .....	xi
ABSTRAC .....	xii
I. INTRODUCCIÓN .....	13
1.1. Realidad problemática .....	13
1.2. Trabajos previos.....	17
1.2.1. Antecedentes internacionales .....	17
1.2.2. Antecedentes nacionales.....	19
1.2.3. Antecedente local .....	20
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	21
1.3.1. Teorías de la comunicación.....	21
1.3.1.1. Teoría de usos y gratificaciones .....	21
1.3.1.2. Teoría funcionalista de la comunicación.....	21
1.3.2. Teorías para la investigación.....	22
1.3.2.1. Enfoque Mecanicista .....	22
1.3.2.2. Teoría de la Comunicación estratégica.....	22
1.3.2.3. Teoría del color:.....	22
1.3.3. La infografía periodística.....	23
1.3.3.1. Origen .....	23
1.3.3.2. Definición .....	24
1.3.3.3. La Infografía en diarios impresos .....	25
1.3.3.4. Características.....	25
1.3.3.5. Ventajas .....	25
1.3.3.6. Estructura.....	26
1.3.3.6.1. Titular.....	26
1.3.3.6.2. Texto .....	26
1.3.3.6.3. Cuerpo.....	26
1.3.3.6.4. Fuente.....	26

1.3.3.6.5. Crédito.....	26
1.3.3.7. Etapas de producción.....	27
1.3.3.7.1. Planeamiento.....	27
1.3.3.7.2. Información.....	27
1.3.3.7.3. Organización.....	27
1.3.3.7.4. Ejecución.....	28
1.3.3.7.8. Categorías.....	29
a. Breaking News – Noticias de última hora.....	29
b. Features o reportajes.....	29
c. Specials edition – Edición especial.....	29
1.3.3.7.9. La infografía como estrategia.....	30
a. Estrategia.....	30
b. Estrategia de organización de la información.....	30
1.3.4. Comprensión de la información.....	31
1.3.4.1. Definición.....	32
1.3.4.2. Niveles de comprensión.....	33
1.3.4.2.1. Nivel literal (Textual).....	34
1.3.4.2.2. Nivel inferencial (Interpretativo).....	34
1.3.4.2.3. Nivel crítico – valorativa (Profundo).....	35
1.3.4.3. Importancia de la comprensión.....	36
1.3.4.4 La información periodística.....	36
1.3.4.4.1. Lenguaje periodístico.....	36
a. Concisión.....	36
b. Claridad.....	37
c. Corrección.....	37
1.3.4.4.2. El estilo.....	37
a. Estilo Directo.....	37
1.3.4.4.3. Valores de la información.....	38
a. Actualidad.....	38
b. Novedad.....	38
c. Importancia.....	38
1.3.4.4.4. Obtención de la Información.....	38
a. Fuentes confiables.....	38
1.3.5. Medios de comunicación impresos.....	39

1.3.5.1. Definición .....	39
1.3.5.2 Tipos .....	39
1.3.5.2.1. Periódicos.....	39
1.3.5.2.2 Diarios.....	40
1.3.5.2.3. Revistas .....	40
1.3.5.3. Géneros periodísticos .....	41
1.3.5.3.1. Género Informativo.....	41
a. La noticia .....	41
b. Reportaje .....	41
1.3.6. Diario La República .....	42
1.3.6.1. Historia .....	42
1.3.6.2. Percepciones .....	44
1.4. Formulación del problema .....	44
1.5. Justificación .....	45
1.6. Hipótesis .....	45
1.7. Objetivos.....	46
1.7.1. General:.....	46
1.7.2. Específicos: .....	46
II. MÉTODO.....	47
2.1. Diseño de Investigación.....	47
2.1.1. Enfoque de investigación.....	47
2.1.2. Tipo de Investigación .....	47
2.1.3. Alcance de la investigación.....	47
2.1.4. Esquema de la investigación .....	47
2.2. Variables / Operacionalización .....	48
2.2.1. Variable independiente:.....	48
2.2.2. Variable dependiente:.....	48
2.2.3. Cuadro de operacionalización .....	48
2.3. Población y Muestra .....	52
2.3.1. Población .....	52
2.3.2. Muestreo .....	52
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	52
2.4.1. Técnicas de recolección de datos.....	52
2.4.2. Instrumento de recolección de datos .....	53

2.4.3.	Validez y confiabilidad.....	53
2.5.	Métodos de análisis de datos.....	53
2.6.	Aspectos éticos.....	53
2.7.	Criterios de Selección .....	54
2.7.1.	Criterios de Inclusión.....	54
2.7.2.	Criterios de Exclusión .....	54
III.	RESULTADOS .....	55
IV.	DISCUSIÓN.....	68
V.	CONCLUSIONES .....	70
VI.	RECOMENDACIONES .....	71
VII.	PROPUESTA .....	72
VIII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	82
IX.	ANEXOS .....	86
9.1.	Anexo N° 01: Íconos.....	86
9.2.	Anexo N°02: Viñetas .....	86
9.3.	Anexo N° 03: Ilustraciones.....	86
9.4.	Anexo N° 04: Fotografías .....	87
9.5.	Anexo N° 05: Logotipos y cintillos .....	87
9.6.	Anexo N° 06: Niveles de Comprensión – Según Lozano.....	87
9.7.	Anexo N°07: Prueba de Conocimiento y Rúbrica de Evaluación .....	88
	.....	102
	.....	109
9.8.	Anexo N° 8: Fotografías del Grupo experimental y Grupo de control.....	124

## RESUMEN

El propósito de la presente investigación fue evaluar el nivel de comprensión de información periodística de los estudiantes. Por ello, el principal objetivo es determinar si la infografía mejora la comprensión de la información periodística de las diferentes secciones del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.

Por otro lado, se trabajó con una población de 48 estudiantes de la carrera profesional Computación e Informática del II Ciclo del Instituto de Educación Tecnológico Público “Nueva Esperanza”, los cuales fueron seleccionados mediante un muestreo probabilístico - aleatorio simple.

Además, a esta investigación se le aplicó un diseño de tipo experimento puro, con un alcance explicativo. También se utilizaron técnicas de recolección de datos como la encuesta y la observación, teniendo como instrumentos al cuestionario y rúbrica de evaluación; que se aplicaron a los estudiantes dentro de sus aulas.

Por otro lado, los resultados permitieron explicar las interrogantes hechas durante la investigación, por lo cual arrojó en ambos grupos en la Preprueba un gran porcentaje en la categoría de comprensión regular y comprensión baja.

Por último, las estrategias de las infografías periodísticas aplicadas están realizadas en base a cada tema y el tipo de infografía que más le conviene; por esta razón, servirán para mejorar la comprensión periodística en los estudiantes.

**Palabras claves:** Información periodística, infografía, estrategias.

## ABSTRAC

The purpose of the present investigation was to evaluate the level of understanding of journalistic information of the students. Therefore, the main objective is to determine if the infographic improves the understanding of the journalistic information of the different sections of the newspaper La República in the students of the Higher Institute of Public Technological Education "Nueva Esperanza".

On the other hand, we worked with a population of 48 students of the Computer and Computer Science career of the II Cycle of the Institute of Public Technological Education "Nueva Esperanza", which were selected by a simple random - probabilistic sampling.

In addition, a pure experiment type design with an explanatory scope was applied to this research. Data collection techniques such as survey and observation were also used, using the questionnaire and evaluation rubric as instruments; that were applied to the students within their classrooms.

On the other hand, the results allowed us to explain the questions asked during the investigation, which led to a large percentage in both groups in the Pre-test in the category of regular comprehension and low comprehension.

Finally, the strategies of the applied journalistic infographics are made based on each theme and the type of infographic that suits you best; for this reason, they will serve to improve journalistic understanding in students.

**Keywords:** Journalistic information, infographics, strategies.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

Lamo y Cachán (2010) explican que en los últimos años la llegada de la tecnología y la revolución digital ha abierto un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana y contenidos. Por ello, se ha notado un desarrollo tecnológico en la sociedad. Los medios de comunicación se actualizaron en plataformas virtuales, entre ellos diarios, periódicos y revistas. Sin embargo, también existen algunos diarios impresos que se mantienen, pero con algunas dificultades.

Recordemos que la prensa escrita fue la primera en aparecer en el mundo de las ciencias de la comunicación. Según la Asociación Mundial de Periodistas (2006) los diarios impresos a pesar del crecimiento del internet juegan un papel imparcial como canal de opinión e información en las personas.

En la actualidad, los diarios impresos tienen como función: Investigar noticias y temas de interés público. También, informar sobre noticias locales, nacionales e internacionales con una información confiable, actual y completa.

Por ello, los diarios impresos siguen cumpliendo un papel muy importante en la sociedad. Sin embargo, no son leídos por todas las personas. Nos estamos refiriendo a la falta de consumo de diarios impresos por parte de los jóvenes. Teniendo como consecuencia a una población de jóvenes que no lee y por ende no se informa.

Los jóvenes en la actualidad tienen bajos conocimientos en diferentes temas. Según la Evaluación PISA (2015), reporta que un 53% de jóvenes en Brasil no tienen conocimientos sobre el tema de economía; un 48% en Perú y un 24.7% en España.

Asimismo, según una investigación de la Universitat Jaume I de Castellón (2012) de España, confirma el decaimiento del consumo de prensa escrita por parte de los jóvenes entre 16 y 30 años. Señala que un 28.8% de los jóvenes no leen diarios impresos. También indica que un 77.4% de los jóvenes de la muestra mencionada utiliza las redes sociales para informarse, por medio de las publicaciones de los diarios digitales.

La principal causa de este resultado es la valoración que le dan los jóvenes a las noticias que se encuentran en los diarios digitales. Casero (2012) aconseja a los diarios impresos a buscar nuevas estrategias para volver conectar a los jóvenes con la prensa escrita.

Según la encuesta del Ministerio de Educación (2015) de España explica que en un estudio realizado por el INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) un 58% de jóvenes entre 18 y 34 años no consumen diarios impresos.

En nuestro país, no somos ajenos a esta realidad. Según Ipsos (2014) reporta que jóvenes entre 18 a 24 años no consumen diarios impresos. Asimismo, señala que un 32% de la población nunca ha leído un artículo o columna de algún periodista.

Sin embargo, también existe otro estudio “Hábitos, usos y actitudes hacia la prensa escrita” difundido por Ipsos (2013). Donde explica las preferencias de los jóvenes lectores. Teniendo como resultado al diario el Comercio con un 46% como el más leído en su plataforma digital. Concluyendo que el diario en su versión digital, contiene una información más interactiva, con textos organizados y dinámicos; ayudando así a entender y comprender mejor la información por parte de los jóvenes.

También, es importante mencionar que según el estudio realizado; explica que los jóvenes no consumen diarios impresos debido a que ellos buscan un diario donde se les explique lo que se informa, que sea creativo, que contenga imágenes y fotografías. Además, informa que el quiosco aún continúa siendo el lugar preferido para la compra de diarios. Y el lugar preferido para leerlo, continúa siendo el hogar.

Según las investigaciones mencionadas, sobre la caída del consumo de prensa escrita por parte de los jóvenes; señala que los diarios impresos actuales contienen mucho texto, aburriendo al joven lector. Los jóvenes prefieren una información más dinámica e interactiva, acompañada de imágenes y textos pequeños que ayuden a comprender mejor la información.

En la ciudad de Trujillo, también existe un Estudio de Lectoría de Diarios (2016) realizado por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, donde explica que solo un 35.5% de jóvenes entre 15 y 25 años consumen diarios impresos.

Según el estudio mencionado anteriormente, señala con detalle los nombres de diarios que consumen los jóvenes. Considerando a los diarios serios tenemos al diario La Industria con un 3.2%, La República con un 2.4%, Perú 21 con un 2.0%, Correo con un 1.5% y El Comercio con un 1.7%. En este estudio se puede observar bajos porcentajes sobre el consumo de diarios impresos en jóvenes.

Y específicamente en el distrito de La Esperanza, también se observa esta triste realidad. Los jóvenes no consumen diarios impresos; debido que encuentran noticias complejas con mucho texto, difícil de comprender y acaban aburriendo al joven lector.

Por otro lado; las infografías periodísticas son un recurso interesante, novedoso y original para ayudar a los jóvenes a comprender mejor la información a través de los diarios impresos. Ayuda a la información a presentarse de una manera más interactiva, combinando gráficos, tipografías e imágenes. Logrando obtener como resultado que los jóvenes puedan informarse sobre las noticias que suceden a nuestro alrededor.

Lo correcto es aplicar fórmulas creativas para que los diarios impresos tengan viabilidad; es una tarea complicada, pero no imposible de realizar.

Es importante recalcar, que los diarios impresos además de brindar una información confiable y actual. Es fundamental, que esta información pueda ser entendida y comprendida por todos los jóvenes. Los que ellos desean, es tener un texto interactivo y más fácil de comprender; para que así puedan tomar sus propias decisiones y tener una posición clara ante cualquier tema.

Túñez (2009) explica que sería importante y novedoso cambiar el rol de los periodistas en la obtención de su material y sobre todo en su elaboración (edición). Recordemos que estamos en la era de la imagen, por ello Freire (2004) citado en Aparici, García, Fernández (2006) explica que los comunicadores deberían aprovechar más las imágenes y enseñar analizarlas y comprenderlas.

De una investigación exploratoria realizada en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”, se ha identificado en los estudiantes que el nivel de comprensión de información del diario La República es baja; lo que motiva la presente investigación.

## **1.2. Trabajos previos**

### **1.2.1. Antecedentes internacionales**

Cano (2011) en su investigación “La infografía como un recurso estilístico para facilitar la comprensión de la información periodística”. (Tesis de pregrado). En la Universidad de San Carlos de Guatemala. Teniendo como objetivo general: Definir el uso y el manejo de la infografía como un recurso estilístico para favorecer la comprensión de la información periodística, de los diarios matutinos Prensa Libre, Siglo Veintiuno, Al Día y Nuestro Diario del 01 al 15 de septiembre 2009. Concluyendo que a un 90% de los encuestados, la infografía les facilita la comprensión de las noticias. Las infografías si son aplicadas con el correcto proceso de elaboración: recopilación de datos, fuentes de información y con buena ortografía; además si utilizan los adecuados programas (Illustrator y Photoshop). El matutino Prensa Libre, es el medio escrito que utiliza la infografía con mayor porcentaje en sus noticias.

Condez y Hernández (2000) en su investigación “Propuesta de Estandarización de Diseños Infográficos para el Diario El Nacional apuntando hacia la elaboración de un Manual de Estilo”. En la Universidad Católica Andrés Bello de Venezuela. Teniendo como objetivo general: Realizar una propuesta de estandarización de diseños Infográficos para el diario El Nacional. Concluyendo que en el caso de El Nacional y sus productos (Primicia, Todo el domingo e Internet World), existe una variedad de estilos en cuanto a las infografías que elaboran. Los problemas que influye en la variedad de infografías, es que no hay un consenso en cuanto al tipo de letra para los títulos y contenidos; por ende, no tienen un estilo propio.

Ixcot (2005) en su investigación “Estudio comparativo del uso de la infografía en la noticia de sucesos de los matutinos Prensa Libre y Nuestro Diario”. (Tesis de pregrado). En la Universidad de San Carlos de Guatemala. Teniendo como objetivo general: Analizar el uso y aplicación de la infografía en las noticias de sucesos de los matutinos Prensa Libre y Nuevo Diario. Concluyendo que Prensa Libre no solo emplea el diagrama de animación, sino también realiza gráficos y tablas a diferencia de Nuestro Diario. En la sección de: Nacionales en ambos periódicos si se sigue el adecuado proceso de planificación y elaboración que considera para cada publicación y noticia. Las infografías es un recurso importante en las redacciones de Prensa Libre y Nuestro Diario, porque favorece al lector la comprensión de hechos relevantes y notas de difícil comprensión.

Según Salvatierra (2008) en su investigación “Análisis de la composición gráfica de las infografías periodísticas impresas de las secciones “Internacionales” y “Policiales” del diario “Clarín” en el período de tiempo comprendido entre 1960 y 2008”. (Tesis de pregrado). En la Universidad Abierta Interamericana de la Sede del Rosario – Argentina. Teniendo como objetivo general: Explicar las características de las infografías periodísticas impresas para clarificar su concepto. Concluyendo que la infografía es una importante herramienta informativa, porque ayuda a los pilares básicos de la información periodística. El diseñador debe ser capaz de crear infografías que logre transmitir una información, con un valor estético a través de imágenes. La infografía es una nueva forma de comunicación y en el futuro terminará por sustituir a la presentación lingüística de la información periodística.

Según De Brito y Figuera (2013) en su investigación “Infografías como herramienta didáctica para estimular el hábito de la lectura Caso: E.B.N Concentración 094 en el Municipio Baruta”. (Tesis de pregrado). En la Universidad Nueva Esparta de Caracas - Venezuela. Teniendo como objetivo general: Diseñar infografías como herramientas didácticas para estimular el hábito de la lectura en niños entre nueve y once años.

Concluyendo que la infografía favorece a la comprensión de los mensajes; logrando que los niños de 4to, 5to y 6to Grado interpreten con facilidad los contenidos. Es importante que las infografías abarquen diferentes temas, para que se pueda comprender mejor la información al momento de impartir las clases.

### **1.2.2. Antecedentes nacionales**

Rodríguez, Canchaya y Panta (2013) en su investigación “El uso de la infografía y su influencia en el aprendizaje de la comprensión de lectura en los estudiantes del tercero de secundaria en la Institución Educativa Privada Los Ángeles, Chaclacayo, 2013”. (Tesis de pregrado). En la Universidad Nacional de Educación de Lima, Chosica - Perú. Teniendo como objetivo general: Demostrar la influencia de la infografía en los conocimientos de los niños. Concluyendo que la infografía ayuda en el incremento de los conocimientos de la comprensión lectora. La infografía influyó en el nivel literal, obteniendo el 64% de alumnos notas favorables en los rangos de 17 y 18. La infografía influyó en el nivel inferencial, obteniendo notas favorables de 17 y 18 como rango. La prueba de hipótesis fue comprobada favorablemente.

Gutiérrez (2016) en su investigación “La comprensión lectora inferencial y el aprendizaje significativo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”. (Tesis de maestría). En la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica - Perú. Teniendo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la comprensión lectora inferencial y el aprendizaje significativo de los estudiantes. Concluyendo que existe una relación en los estudiantes en el nivel inferencial y el aprendizaje significativo. Los datos registrados indican que a mayor comprensión inferencial es mayor el aprendizaje; por ello, los estudiantes que tienen un alto nivel de comprensión inferencial han obtenido un alto nivel de aprendizaje (17.3 puntos).

Gutiérrez (2016) en su investigación “La infografía como estrategia didáctica para el aprendizaje de los estudiantes de educación secundaria”. (Tesis de pregrado). En la Universidad Católica Sedes Sapientiae de Lima – Perú. Teniendo como objetivo general: Reconocer el uso de la infografía como estrategia didáctica para el aprendizaje de los estudiantes de educación secundaria. Concluyendo que la infografía, como estrategia didáctica ayuda en el proceso de aprendizaje en los estudiantes de educación secundaria. La infografía como ilustración, ayuda a mejorar la comprensión de los textos en los estudiantes; por medio de imágenes y complementando a los textos. La infografía es un buen recurso para la organización de la información, porque permite asimilar mejor la información de una manera clara, precisa y coherente.

### **1.2.3. Antecedente local**

Mariñas (2014) en su investigación “Diseño de infografías publicadas en el diario La Industria – 2013 como herramienta periodística para consolidar una percepción favorable en el público lector”. (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Estableciendo como objetivo: Explicar cómo el actual diseño de infografías publicadas en el diario La Industria en el año 2013 ha contribuido como herramienta periodística para consolidar una percepción favorable en el público lector. Obteniendo como conclusión que las infografías que se encontraron en el diario La Industria, si favorecen a los lectores en la comprensión de las noticias. Les ayuda a entender mejor los datos creando así más interés por el diario. Los lectores, también consideran que las infografías es una herramienta eficaz en la labor del periodista.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Teorías de la comunicación**

##### 1.3.1.1. Teoría de usos y gratificaciones

Quintero y Campos citado en Martínez (2006), explica que la teoría ayuda a entender el por qué y cuándo las personas deciden buscar rápidamente contenidos para satisfacer sus necesidades. Los medios de comunicación no hacen al público, sino el público hace a los medios de comunicación.

Los principales objetivos de esta teoría son:

- La audiencia se considera totalmente activa.
- Los medios están siempre en competencia con otros medios para satisfacer las necesidades de la audiencia.
- Las personas son conscientes de lo que buscan y necesitan.

Quintero y Campos citado en Martínez (2006), explica que la teoría ayuda al público a elegir a los medios de comunicación de acuerdo a sus diferentes necesidades.

##### 1.3.1.2. Teoría funcionalista de la comunicación

En base a la investigación a Laswell citado en Martínez (2006), esta teoría explica sobre el poder que tiene los medios de comunicación en la sociedad, considera a la audiencia como destino. Utiliza la investigación cuantitativa, nos explica sobre las funciones que tienen los medios de comunicación: informar, interpretar, transmitir la herencia cultural, entretener, movilizar. Por ello Laswell, observa a la comunicación como un desarrollo funcional para el equilibrio, igualdad y el control de la sociedad.

## **1.3.2. Teorías para la investigación**

### 1.3.2.1. Enfoque Mecanicista

(Cuevas y de los Ríos, 2001, p.26) citado en Martínez (2006), explica que la teoría se relaciona con el “Estímulo y Respuesta”. Cuando se estimula crea una respuesta en las personas y estos estímulos puede ser de cualquier sensación. También describe una unidad estadística, en la que resulta una respuesta cuantitativa realizado por el investigador.

Según Torres (2017), explica que Skinner defendía al aprendizaje, porque dependía del modo de ciertas conductas que son el resultado de estímulos. Estos estímulos podían ser agradables o desagradables.

### 1.3.2.2. Teoría de la Comunicación estratégica

Scheinsohn (2010) explica que nace de todo plan de comunicación estratégica, siendo la sección dedicada a publicidad y ventas. También define que la comunicación estratégica propone un nuevo método de gestión para enlazar las comunicaciones tácticas en el cuadro de una estrategia general. Entre algunos ejemplos de comunicaciones de nivel tácticos está: La publicidad, promoción, sponsoring, difusión periodística y relaciones públicas.

### 1.3.2.3. Teoría del color:

Santa (2014) explica que la teoría estudia cómo afectan los colores a las personas por medio de un diseño. La saturación del color puede causar una sensación distinta a comparación de un color bien compuesto. Como colores cálidos se considera al rojo, naranja, amarillo y las variaciones de estos colores. Por ejemplo, el color rojo es caliente, porque se le asocia con el fuego, violencia y guerra; pero también se relaciona con el amor y la pasión. En diseño el rojo es un color poderoso de acento, puede tener un efecto fatigoso si se utiliza demasiado en diseños. Pero también es un color que varía, los tonos claros son más energéticos mientras que los oscuros son más elegantes.

### **1.3.3. La infografía periodística**

#### 1.3.3.1. Origen

Neciosup (2013) lo corrobora con el estudio realizado por De Pablos (1999), citado en Gutiérrez (2016) explica que desde el origen del hombre primitivo ya estaba presente la infografía, ya que era empleado como medio de comunicación entre ellos. En esa época se manifestaba una información; resaltando las imágenes, gráficos, sombras y detalles. No era una infografía definida, pero las imágenes tenían una gran importancia desde el inicio del hombre para enviar mensajes. Al pasar el tiempo, las imágenes antiguas fueron progresando; y al llegar la imprenta el uso de los periódicos, imágenes e información se fue perfeccionando.

Neciosup (2013) citado en Gutiérrez (2016) menciona que la infografía se remota desde el siglo XVII. La publicación de la primera infografía fue en el diario londinense The Times cuya portada fue el 07 de abril de 1806, incluía información visual y era sobre el asesinato de Isacc Blinght. Esta publicación presentó un dibujo donde explica el suceso acontecido en la casa del personaje. Había un plano de la mansión haciendo referencias cómo sucedió el hecho y las manifestaciones del asesino Richard Patch. En los años ochenta reaparece más los gráficos explicativos en la prensa y con la llegada de la televisión los profesionales tuvieron que adaptarse a los cambios de la sociedad.

### 1.3.3.2. Definición

Reswich (1982) explica que el diseño es un trabajo creativo de algo nuevo y útil sin existencia. Según Albers (1998), explica que el diseño es organizar, vincular y ejecutar factores materiales.

Olivares (2016) define infografía a toda información acompañada de gráficos con la finalidad de lograr una mejor comprensión. Su objetivo es alcanzar un entendimiento referente al tema que se está comunicando.

El Manual de Estilo, Diario Clarín (1997) explica que la infografía es la mezcla de elementos visuales aportando un despliegue gráfico de la información. Se usa para brindar información compleja mediante gráficos para lograr sintetizar o hacer más interactiva su comprensión.

Dávila (2003) citado en Gutiérrez (2016) explica que la infografía es un material visual de apoyo periodístico, que ayuda a los lectores a asimilar mejor una mayor cantidad de información y captar con más detalle.

Valero (2001) citado en Gutiérrez (2016) explica que la infografía periodística es un aporte informativo, que facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones, temas de actualidad y puede sustituir al texto. Es un medio que llega al receptor de forma visual e interactiva.

Según Piñuela (1994) en un artículo de la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa explica que la infografía periodística es un tratamiento periodístico que crea gráficos e ilustraciones como parte de un componente informativo.

### 1.3.3.3. La Infografía en diarios impresos

Cano (2011) explica que la infografía en los diarios impresos es la combinación de los elementos acorde a la presentación de la información textual, acoplando gráficos con imágenes. También explica que en Guatemala no existe ningún diario y periódico del ámbito nacional que no utilice infografías en sus notas. Por ello, se considera que la infografía ayuda a reunir una información gráfica, por ser una herramienta útil que facilita al lector a acercarse a la información.

### 1.3.3.4. Características

Valero (2001) citado en Gutiérrez (2016) explica que las infografías periodísticas son importantes en los temas informativos.

El autor toma en cuenta las siguientes características.

- Proporciona información actual, que permita ampliar conocimientos sobre un tema.
- Facilita al lector a comprender rápidamente el mensaje.
- Es plena e independiente.
- Ofrece una sensación estética a través de gráficos, ilustraciones y dibujos; logrando obtener un resultado original.
- Complementa a la información escrita.
- No tiene faltas de concordancia.

### 1.3.3.5. Ventajas

García (2012) toma en cuenta las siguientes ventajas.

- Destaca la información visual: fotografías, dibujos, planos, mapas, etc.
- Es una nueva forma de presentar la información.
- Ordena textos grandes y complejos.
- Facilita integrar el texto con el gráfico.
- Permite al lector comprender la noticia.
- Se puede realizar con cualquier información periodística.

### 1.3.3.6. Estructura

Minervini (2011) citado en Gutiérrez (2016) nos presenta una guía para el diseño de infografías periodísticas.

#### 1.3.3.6.1. Titular

Es el resumen de la información visual y teórica. Debe ser preciso y directo. También se puede agregar una bajada o subtítulo (es opcional).

#### 1.3.3.6.2. Texto

Debe ser breve y brindar al lector una explicación clara para lograr comprender mejor la infografía. Se puede presentar la información en forma de cuadros, etiquetas o palabras descriptivas.

#### 1.3.3.6.3. Cuerpo

Es la información visual: mapas, tortas, gráficos o imágenes. Explica la información sobre el tema en específico que se está planteando. Es la esencia de la infografía.

#### 1.3.3.6.4. Fuente

Es la mención para entender de dónde procede la información de la infografía.

#### 1.3.3.6.5. Crédito

Indica el nombre del autor o autores de la infografía (diseño e investigación).

Nota: Es recomendable indicar la fuente y crédito con una tipografía legible y de menor tamaño; en una ubicación que no distraiga la atención del lector.

### 1.3.3.7. Etapas de producción

La Revista ImasG (2011) toma en cuenta las siguientes etapas para realizar una infografía periodística.

#### 1.3.3.7.1. Planeamiento

Se define los objetivos de la historia. Las herramientas que se utilizará para realizar la infografía dependiendo del contenido. Por ejemplo: El tema es de estadísticas, lo más adecuado sería utilizar diagramas acompañados de fotos.

#### 1.3.3.7.2. Información

Se realiza la recolección de datos y se confirman las fuentes de información. También se realizan pequeños bocetos, para ayudar a la organización de la información.

#### 1.3.3.7.3. Organización

Se define el tipo de presentación que se usará. Se realiza un boceto, para organizar la información antes de que ejecutada.

En esta parte es muy importante los elementos gráficos:

Elementos gráficos:

Según Cano (2011) la infografía se apoya en diferentes elementos visuales, dependiendo del tipo de información que se quiere transmitir. Por ello, es importante seleccionar el elemento gráfico apropiado para que sea más fácil comprenderla.

##### a. Íconos

Es la estilización de una imagen, sin que pierda su forma. La mayoría van en un solo color y son los elementos gráficos más pequeños. Se utiliza cuando existe pocos datos sobre un tema. (Ver anexo N° 01).

b. Viñetas

Se utilizan cuando existe mucho texto para explicar. Son imágenes con mucho color. (Ver anexo N° 02).

c. Ilustraciones

Tiene la función de informar, sin importar el diferente estilo que tengan los diarios. Es recomendable que tenga un buen acabado, que sea fino y descriptivo; ya que es el centro del impacto visual. (Ver anexo N° 03).

d. Fotografías

Es importante realizar una buena selección de fotografías que se utilizaran en la infografía, principalmente sin van a tener un primer plano o se van a utilizar como fotoartes (composición de imágenes para sugerir un concepto distinto). (Ver anexo N° 04).

e. Logotipos y cintillos

Se utilizan para dar un seguimiento a una noticia o evento (olímpicos, juegos deportivos) que se pueden integrar a la infografía. Se recomienda ubicarlos en lugares estratégicos. No tienen mucho protagonismo. (Ver anexo N° 05).

#### 1.3.3.7.4. Ejecución

Una vez realizados los pasos anteriores, teniendo el contenido, los gráficos a utilizar y el storyboard se comienza a realizar la infografía periodística. Utilizando la composición, colores adecuados, calidad de imágenes y sobre todo una tipografía adecuada y entendible.

#### 1.3.3.7.8. Categorías

La Revista ImasG (2011) toma en cuenta las siguientes categorías principales de la infografía periodística.

a. Breaking News – Noticias de última hora

La mayoría de temas, noticias son sobre catástrofes naturales y accidentes. Manejan noticias de actualidad, por el cual necesitan terminar en corto tiempo. Se utilizan gráficos sencillos, sin la necesidad que tengan mucha elaboración.

b. Features o reportajes

Son temas que requieren una investigación previa, no necesariamente pueden ser actuales. La mayoría son temas sobre salud, ciencia, deportes, tecnología, cultura, medio ambiente, economía, etc. Son coberturas planificadas tanto conceptual, gráfico y diseño que se va a utilizar.

c. Specials edition – Edición especial

Son complejos, porque presentan una lista de infografías que cubren temas determinados por ejemplo en posters, colecciones o para páginas. En cuanto al proceso de elaboración, se necesita más tiempo desde la planificación, hasta el desarrollo de las infografías.

### 1.3.3.7.9. La infografía como estrategia

#### a. Estrategia

Carrasco (2004, p. 83) citado en Gutiérrez (2016) explica que el término estrategia está unido desde tiempos ancestrales fundamentalmente en el plano militar, por tratar de encontrar un medio de defensa y ataque.

Gutiérrez (2016) la estrategia es un plan de acciones estructuradas con medios distintos para lograr un objetivo.

Andrews (1980) es un modelo de toma de decisiones que ayuda a determinar objetivos, propósitos y metas para poder cumplir con el objetivo general. También explica que es un sistema de solución a distintos problemas, combinando amenazas y oportunidades del entorno con debilidades y fortalezas.

Entonces aplicado a la investigación, se relaciona a la construcción de objetivos para obtener una solución a la realidad problemática.

#### b. Estrategia de organización de la información

Barriga y Hernández (2012) citado en Gutiérrez (2016) explica que facilita la clasificación de la información. Organiza los conocimientos para que puedan ser asimilados y comprendidos fácilmente por las personas y/o lectores

Ruiz (2013) citado en Gutiérrez (2016) explica que la infografía es un conjunto de enunciados que manifiesta un acontecimiento para darlo a conocer. Por ello, una de las características principales de la infografía es la elaboración y organización de las ideas para que pueda ser entendido y comprendido perfectamente.

Por lo tanto, la infografía ayuda en el desarrollo del proceso de la organización de la información. Favorece al lector y estudiante a asimilar mejor la información.

- Estrategia visual de aprendizaje

Ortega (2014) explica que es una herramienta útil e interesante, porque ayuda a extraer la esencia sobre un tema en concreto. Ayuda a la búsqueda de información, análisis y finalmente síntesis. También apoya a visualización de la información a través de un diseño que explique una historia o tema relevante. Su uso facilita el conocimiento visual, ya que así resulta más fácil de asimilar.

La visualización de imágenes, el uso de gráficos, fotografías, permiten una importante labor para transmitir diferentes conceptos. Permite un mayor dinamismo y flexibilidad para la comprensión de la información.

En conclusión, la infografía como estrategia busca ser un apoyo en el proceso de aprendizaje, basándose principalmente en el diseño de la información de una manera visual. Ayudando a que las personas puedan comprender mejor una información.

#### **1.3.4. Comprensión de la información**

La infografía periodística como estrategia, influye en la comprensión de la información que las personas logran obtener. En esta investigación se enfocará claramente en la información periodística que se encuentra en los diarios impresos. Dado que comprender una información no solo es descodificar palabras y relacionar significados, existe diferentes modelos que explican los procesos que se debe aplicar para una buena comprensión. Estos procesos son calificados por niveles.

Según Langer (1995), explica que para lograr una comprensión correcta implica que el lector pase por todos los niveles de lectura. Así se sabrá si el lector logró comprender favorablemente el tema expuesto.

#### 1.3.4.1. Definición

Según la Real Academia Española, define comprensión como la acción, capacidad o perspicacia para entender y acceder a las cosas.

Pérez y Gardey (2008), explica que la comprensión está relacionada con el verbo comprender para alcanzar el entendimiento de las cosas. Siendo facultad de la inteligencia por medio el cual se logra entender una idea.

Ira (1995) citado en Gutiérrez (2011), explica que la comprensión es un proceso interactivo de la edificación de significado, combina el conocimiento del lector con la información del texto.

Luque (1989) citado en Gutiérrez (2011), explica que comprender es poder asimilar experiencias y aprendizajes nuevos para lograr obtener un propio concepto.

Czinkota y Kotaba (2008), define información como un conjunto de datos que han sido seleccionados para un propósito determinado. Puede ser a través de texto, imagen, reproducir un video o grabar un video; son todas aquellas que se refiere el ingreso y egreso de la información.

Pérez y Gardey (2008), explica que la información está formada por datos ordenados y supervisados; que sirven para la construcción de un mensaje. También ayuda a resolver problemas y a la toma de buenas decisiones.

Dragni (1994), citado por Bracho (2006), explica que la información es una palabra común dentro del ámbito periodístico, este término tiene una significación polisémica. También afirma que la información, similar a la comunicación significa un grupo de actividades con la finalidad de elaborar, transmitir y difundir noticias.

La investigación se enfocará netamente en la comprensión de la información periodística. Por ello, Dragni y Rojel, citado por Bracho (2006), explica que la información periodística es la búsqueda, elaboración, transmisión y recepción de mensajes de interés público, a través de un medio de comunicación.

Además, se puede desempeñar en temas como economía, cultura, política, sucesos nacionales e internacionales, etc.

Por ello, se concluye que comprensión de la información se refiere a la capacidad de entender una idea o un tema que ha sido realizado a través de un trabajo periodístico.

#### 1.3.4.2. Niveles de comprensión

Rodríguez, Canchaya y Panta (2013) explica que los niveles de comprensión es un proceso cognitivo, porque estudia conocimientos que los lectores desarrollan en diferentes contextos e interactúan con el texto; teniendo como resultado entendimiento, interpretación y un mejor análisis.

Existen diferentes criterios en cuanto a los niveles de comprensión:

- Según Sánchez: Creación, valoración, interpretación, inferencia, organización, retención y literalidad.
- Según Barret: Apreciación, crítica, inferencial, reorganización y literal.
- Según Ruffinelli (1968): Informativo, estilístico e ideológico.
- Según Lozano (1989): Nivel literal, nivel inferencial y nivel crítica –valorativa. (Ver anexo N° 06).

Para la investigación, se tomará como modelo los criterios de comprensión según Lozano. El modelo mencionado es el más utilizado por las recientes investigaciones, entre ellas como en el Programa Internacional de Estudiantes (PISA) y el Ministerio de Educación (MINEDU) – Perú.

#### 1.3.4.2.1. Nivel literal (Textual)

Rodríguez, Canchaya y Panta (2013) explica que el nivel literal se demuestra cuando el lector reconoce y logra extraer la información del texto.

Alzamora (2011), explica que es la comprensión directa de las ideas e información que se encuentra explícita en el texto. El lector produce y reconoce los hechos.

Rodríguez, Canchaya y Panta (2013), toma en cuenta las siguientes características:

- Identifica el título.
- Identifica personajes y nombres.
- Identifica el lugar.
- Identifica la idea principal.
- Identifica el orden de la información.
- Identifica sucesos o acciones (causa – efecto).

#### 1.3.4.2.2. Nivel inferencial (Interpretativo)

Rodríguez, Canchaya y Panta (2013) explica que en este nivel se refiere a la información implícita. Este tipo de instrucción exige mayor concentración para poder inferir correctamente. El lector completa el texto con el entrenamiento de su pensamiento, agregando información. La finalidad de este nivel es lograr un nuevo juicio llamado conclusión.

Además, se extiende la comprensión inferencial deductiva que desarrolla desde la idea general a la particular. Y la comprensión inferencial inductiva que desarrolla desde las proposiciones particulares hacia una general.

Rodríguez, Canchaya y Panta (2013) toma en cuenta las siguientes características:

- Infiere las ideas secundarias no presentes explícitamente.
- Realiza conjeturas sobre las causas que indujeron al autor a realizar la información.
- Deduce el mensaje.
- Predice acontecimientos a futuro referente al tema expuesto.
- Formula conclusiones.
- Propone títulos con relación al tema.

#### 1.3.4.2.3. Nivel crítico – valorativa (Profundo)

Rodríguez, Canchaya y Panta (2013) en este nivel exige al lector tomar una posición al respecto. El lector organiza la información, selecciona palabras, emite juicios estructurando su argumentación. Tiene carácter evaluativo, por que interviene la formación del lector, criterio y conocimiento.

Rodríguez, Canchaya y Panta (2013) toma en cuenta las siguientes características:

- Juzga el contenido desde el punto de vista personal.
- Acepta o rechaza una opinión, con fundamento.
- Expresa reacciones que provoca el texto.
- Empieza a analizar el objetivo del autor.

### 1.3.4.3. Importancia de la comprensión

Según Silva (2014), lograr una buena comprensión permite desarrollar una sociedad más crítica; permite ver de una manera creativa y participativa.

Zuazo (2012), la comprensión de los textos es una actividad que se debe desarrollar con eficacia y eficiencia; de esto dependerá que las personas en el futuro sean capaces de comunicarse mejor.

### 1.3.4.4 La información periodística

Según Dragni (1994), explica que es una palabra frecuente en el ámbito periodístico. Es un conjunto de sucesos noticiosos, el cual se realiza a través de una elaboración periodística, informes, fuentes y datos importantes.

Según el autor considera las siguientes características.

#### 1.3.4.4.1. Lenguaje periodístico

Según Iñigo, M y Puebla (2014), explica que se refiere a la forma en la que escribe el periodista. Cada periodista escribe a su manera, pero existen una serie de ideas comunes en todos.

##### a. Concisión

Busca que el mensaje sea lo más breve y preciso posible. Se debe utilizar términos exactos. Se recomienda aplicar las siguientes reglas:

- Utilizar palabras con sentido total.
- Evitar la ambigüedad.
- No utilizar muletillas.
- Rechazar los barbarismos.

## b. Claridad

Significa escribir con sencillez, hacer que el texto se entienda sin realizar grandes esfuerzos. Por ello, es necesario recalcar que la persona quien redacte pueda comprender el hecho y así poder tener las ideas con más claridad. Se recomienda:

- Léxico sencillo.
- Mantener el orden lógico de la frase
- No utilizar extranjerismos.
- No utilizar palabras vulgares.

## c. Corrección

Implica escribir correctamente siguiendo las reglas del diccionario de la Real Academia Española de la Lengua.

- Tener una adecuada ortografía.
- Respetar los signos de puntuación.

### 1.3.4.4.2. El estilo

#### a. Estilo Directo

Relato impersonal: Se escribe en tercera persona, es más objetivo.

- Responde a las seis “W”: Qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué.
- En toda información citar la fuente.
- Lenguaje limpio y sobrio.

#### 1.3.4.4.3. Valores de la información

##### a. Actualidad

- Los hechos deben ser actuales o recientes.

##### b. Novedad

- Ser de interés público.
- Lograr un impacto en la sociedad.
- Temas de relevancia para todos.

##### c. Importancia

- Proximidad geográfica
- Proximidad social
- Preferencias temáticas: Temas más interesantes que otros
- Interés humano, por ejemplo: desastres naturales, conflictos, progreso, etc.

#### 1.3.4.4.4. Obtención de la Información

##### a. Fuentes confiables

- Citar fuentes.
- Comprobar la veracidad de la información.
- Tener datos completos.

## 1.3.5. Medios de comunicación impresos

### 1.3.5.1. Definición

Kidwai (2014), explica que es un término utilizado para referirse a los medios de comunicación que se denominan impresos. Su impresión y distribución se realiza a través de contactos y hasta llegar al lector.

Clasificación de los medios (2014), explica que en este rubro se ubican los periódicos, diarios, revistas y folletos. Tienen como principal objetivo informar a la sociedad. También existen medios impresos que entretienen al lector, como las revistas; que llegan a un público más joven con contenidos de música, deporte, moda, etc.

### 1.3.5.2 Tipos

#### 1.3.5.2.1. Periódicos

Domínguez (2012) explica su objetivo es informar a la sociedad acerca de los hechos más resaltantes. También existen periódicos con temas especializados como: economía, culturales, finanzas, políticos e incluso periódicos sensacionalistas.

Doggie (2008) explica que la mayoría de periódicos tiene varias secciones de interés, por ello le interesa a toda la familia. Algunos lectores prefieren periódicos con más textos mientras a otros le gusta las ilustraciones a color.

Domínguez (2002) toma en cuenta las siguientes características.

- Su objetivo es informar a enormes masas.
- Tiene duración en el tiempo.
- Es netamente informativo.
- Tiene diferentes estilos de redacción, dependiendo el público y tema.

#### 1.3.5.2.2 Diarios

Urcha (2008), explica que a pesar del tiempo se ha mantenido en la sociedad, tienen un estilo más clásico y coloquial a la hora de comunicar los hechos. Reúne noticias locales, nacionales e internacionales.

Según el autor, considera las siguientes características:

- La recopilación de datos y la edición se realiza de manera diaria.
- Pueden ir acompañados de fotografías.
- Es accesible por su bajo costo.

#### 1.3.5.2.3. Revistas

Pérez y Merino (2009), explica que las revistas son publicadas con una periodicidad semanal o hasta mensual. Existen revistas con una variedad de temas como deportivas, espectáculo, culturales, gastronomía, etc.

Domínguez (2002), toma en cuenta las siguientes características.

- Se puede agregar secciones, donde se desarrollen crónicas y noticias.
- Puede llegar a varios públicos específicos.
- Tiene tiempo para su edición.
- Permite una gran variedad de estilos.
- La publicidad se aprecia mejor.

### 1.3.5.3. Géneros periodísticos

#### 1.3.5.3.1. Género Informativo

##### a. La noticia

Según Mapelli (2002), explica que la noticia es un artículo en el cual se informa un hecho verdadero, actual e inédito. Compone un elemento primordial de la información periodística y es el género esencial del periodismo.

Cano (2011), explica que la noticia consiste en una información que afecta a la sociedad y es de interés público.

Según Cano (2011), considera las siguientes características:

- Verdadero.
- Actual.
- Novedoso.
- Interesante.

También es esencial que respondan a las seis preguntas básicas: Qué, Qué sucedió (el hecho) - ¿Quién?, A quién le sucedió (el sujeto) - ¿Cómo? Cómo le sucedió (el sitio) - ¿Cuándo?, Cuándo le sucedió (el tiempo) - ¿Por qué?, Por qué le sucedió (la causa).

##### b. Reportaje

Según el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte (2016), explica que el reportaje es un hecho actual, con una extensión mayor a comparación de una noticia. El periodista profundiza sobre el tema; buscando antecedentes, causas y circunstancias ante lo acontecido. Permite desarrollar un estilo propio, con el principal objetivo de informar.

Según el autor se considera los siguientes elementos:

- Información
- Interpretación y análisis
- Estilo personal
- Descripción

### **1.3.6. Diario La República**

#### 1.3.6.1. Historia

Según El Grupo La República (2012), que administra el diario: La República, explica que este mismo diario fue fundado el 16 de noviembre de 1981. Cuando un empresario con una afectividad social como Gustavo Mohme Llona junto con el periodista y escritor Guillermo Thorndike decidieron emprender un proyecto periodístico. Ambos con el tiempo, invitaron a un grupo de empresarios; quiénes todos juntos fueron enriqueciendo y fortaleciendo al diario. Treinta y un años después, el diario sigue con los mismos ideales con Gustavo Mohme Llona a la cabeza. El diario fue lanzado en formato berlinés y luego a fines de aquellas épocas se redujo al formato tabloide. Luego de unos años después se convierte en el Grupo La República, conformado por los siguientes diarios: La República, El Popular y Líbero.

El diario La República, es peruano de circulación nacional; el cual se edita en Lima. Tiene ediciones regionales en Iquitos, Chiclayo y Arequipa.

Asimismo, el diario en el 2011 empezó a trabajar en la era digital, creando su propia plataforma digital.

El diario La República tiene como objetivo marcar la diferencia, desde la portada. Su propósito no es que solo lo vean, si no que se sienten a leer cada página y así informarse.

Entre sus valores destacan:

- Veracidad: Los contenidos periodísticos deberán ser debidamente investigados.
- Integridad: Las notas periodísticas se manejan teniendo ética.
- Respeto: Todo contenido debe reflejar el respeto de los derechos al ser humano.
- Dedicación: Se esfuerzan por cumplir con su trabajo a tiempo.

El público objetivo del diario La República son personas de ambos sexos y de nivel socio económico medio y alto.

El tiraje a nivel nacional es de martes a viernes (60 000 ejemplares), sábado (70 000 ejemplares), domingo (90 000) y los lunes (110 00 ejemplares).

En la actualidad, el diario La República apuesta por la lectura, por un público que espera una prensa ágil, apasionada y juvenil. El diario sigue el ejemplo del salmón: nada contra la corriente, y apostará siempre por un periodismo de calidad.

Desde sus primeras páginas ofrece noticias, reportajes, opiniones, crónicas e informes de investigación; y siguen trabajando en sus nuevas secciones de servicios, economía, negocios y tiempo libre. Sus páginas de opinión se considera un foro público, porque trabajan con diferentes periodistas de diversas posturas ideológicas y políticas.

También utiliza varios recursos como fotografías e imágenes ayudando a complementar la información.

El reto del diario La República, es que la personas se informen y disfruten al leer lo que ofrece en cada una de las secciones. Buscan brindar una información con investigación profunda, manteniendo el equilibrio y veracidad. Tienen una línea editorial conocida y respaldada por la preferencia de sus lectores. El compromiso que tienen con la lectura es transparente, indican si en algún momento cometen un error, sabrán reconocerlo por que asumen que el periodismo es un servicio, ante todo.

En la actualidad cuentan con 170 mil lectores a nivel nacional.

El diario La República es un medio que acoge a periodistas con posiciones diversas; pero todos con un mismo pensamiento y propósito de fortalecer la democracia. Como un claro ejemplo, se expresa en la sección de opinión. Como columnistas tienen a Mario Vargas Llosa, Fernando Rospigliosi, Rosa María Palacios. Políticos de izquierda como Javier Diez Canseco, Nelson Manrique, Senesio López. En conclusión, existe una variedad de opiniones que cada mañana llegan a miles de lectores.

#### 1.3.6.2. Percepciones

Según Ampuero (2012), el diario La República destaca por su independencia, investigaciones, calidad y la variedad de columnistas y ningún otro diario nacional está a su nivel.

Delgado (2012), explica que en sus 31 años el diario La República se ha posicionado por su carácter serio e independiente.

Castro (2012), explica que siguen manteniendo los mismos principios de su fundador. Y en la actualidad buscan que el lector se incentive a leer y procesar mejor el trabajo periodístico.

### **1.4. Formulación del problema**

¿De qué manera la infografía mejora la comprensión de información de las diferentes secciones del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”?

## 1.5. Justificación

**Teórico:** Desde el punto de vista teórico, esta investigación aporta consultas e indagaciones bibliográficas, así como enfoque y teorías sobre el tema que servirán como referencia a futuros trabajos que se deseen emprender sobre el tema.

**Social:** Esta investigación también presenta una relevancia social, porque enfoca un tema actual de nuestra realidad. En la que se observa que un alto porcentaje de jóvenes no consume diarios impresos por que no comprende la información, debido al abundante texto que contienen. Lo que conlleva que tengan un bajo nivel de comprensión de información; sobre la realidad que se presenta a nivel internacional, nacional y local.

**Práctico:** Desde el punto de vista práctico, se dejará un modelo de infografía periodística; con estructuras listas que servirán para aplicar en el futuro.

**Metodológico:** Y del punto de vista metodológico, se aportará con la construcción de instrumentos que investiguen la mejora de la comprensión de la información de los diarios impresos en los jóvenes. Que podrán ser utilizada en otras investigaciones, ya que serán validadas y confiabilizados.

## 1.6. Hipótesis

$H_1$ : La infografía mejora la comprensión de la información periodística de las diferentes secciones del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.

$H_0$ : La infografía no mejora la comprensión de la información periodística de las diferentes secciones del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.

## **1.7. Objetivos**

### 1.7.1. General:

- Determinar si la infografía mejora la comprensión de la información periodística de las diferentes secciones del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.

### 1.7.2. Específicos:

- Identificar el nivel de comprensión de información periodística en el diario La República en la que se encuentran los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.
- Evaluar la comprensión de la información periodísticas de las diferentes secciones sección Economía del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.

## II. MÉTODO

### 2.1. Diseño de Investigación

#### 2.1.1. Enfoque de investigación

El enfoque de la presente investigación se configura cuantitativo.

#### 2.1.2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación se configura como Experimento puro.

#### 2.1.3. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación se perfila como Explicativo.

#### 2.1.4. Esquema de la investigación

$RG_1$	$0_1$	X	$0_2$
$RG_2$	$0_3$	—	0

$RG_1$  = Grupo experimental.

$RG_2$  = Grupo de control.

$0_1$  = Preprueba al grupo experimental.

X = Tratamiento, estímulo o condición experimental.

$0_2$  = Posprueba al grupo experimental.

$0_3$  = Preprueba al grupo de control.

— = No se aplica estímulo.

$0_2$  = Posprueba al grupo de control

## **2.2. Variables / Operacionalización**

### 2.2.1. Variable independiente:

La infografía periodística

### 2.2.2. Variable dependiente:

Comprensión de la información

### 2.2.3. Cuadro de operacionalización

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
La infografía periodística	<p>La infografía es la mezcla de elementos visuales aportando un despliegue gráfico de la información. Se usa para brindar información compleja mediante gráficos para lograr sintetizar o hacer más interactiva su comprensión.</p> <p>Diario Clarín (1997)</p>	Se diseñará infografías periodísticas a través de las etapas de producción.	Planeamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enfoque</li> <li>- Objetivos</li> <li>- Contenidos</li> <li>- Herramientas</li> </ul>	Cualitativa Nominal
			Información	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuentes de información</li> </ul>	
			Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización de la información.</li> <li>- Se incluye elementos gráficos: iconos, viñetas, ilustraciones, fotografías, logotipos y cintillos.</li> </ul>	
			Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Composición</li> <li>- Uso de colores</li> <li>- Calidad de imágenes</li> <li>- Tipografía adecuada</li> </ul>	

<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
Comprensión de la Información	La comprensión de la información se refiere a la capacidad de entender una idea o un tema que ha sido realizado a través de un trabajo periodístico. Kahan (2017)	Se realizará mediante una encuesta y la observación.	Nivel Literal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifica el título.</li> <li>- Identifica personajes y nombres.</li> <li>- Identifica el lugar.</li> <li>- Identifica la idea principal.</li> <li>- Identifica el orden de la información.</li> <li>- Identifica sucesos o acciones (causa – efecto).</li> </ul>	Cuantitativa Nominal
			Nivel Inferencial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infiere las ideas secundarias no presentes explícitamente.</li> <li>- Realiza conjeturas sobre las causas que indujeron al autor a realizar la información.</li> <li>- Deduce el mensaje.</li> <li>- Predice acontecimientos a futuro referente al tema expuesto.</li> </ul>	

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formula conclusiones.</li> <li>- Propone títulos con relación al tema.</li> </ul>	
			Nivel Crítico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Juzga el contenido desde el punto de vista personal.</li> <li>- Acepta o rechaza una opinión, con fundamento.</li> <li>- Expresa reacciones que provoca el texto.</li> <li>- Empieza a analizar el objetivo del autor.</li> </ul>	

## 2.3. Población y Muestra

### 2.3.1. Población

- Población: 1250 estudiantes de ambos sexos con edades entre 18 y 25 años de edad del Instituto de Educación Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.
- Muestra: Se trabajará con 48 estudiantes de ambos sexos con edades entre 18 y 25 años, de la carrera de Computación e Informática del II Ciclo del Instituto de Educación Tecnológico Público “Nueva Esperanza”  
Grupo experimental: 27 (Sección: A)  
Grupo de control: 21 (Sección: B)

### 2.3.2. Muestreo

Tipo de Muestreo Probabilístico, Aleatorio Simple

Se aplicó la fórmula: Muestreo Aleatorio Simple.

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)N}{E^2 (N - 1) + Z^2 P(1 - P)}$$

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### 2.4.1. Técnicas de recolección de datos

- Encuesta
- Observación

#### 2.4.2. Instrumento de recolección de datos

- Prueba de conocimiento: Es un formato que contiene indicadores desglosables de la variable, el cual nos permitirá obtener y analizar la respuesta de aquellos que desarrollen el instrumento (la muestra), y de esta manera conocer la realidad en la que se encuentran.
- Rúbrica de Evaluación: Es un conjunto de criterios, con una puntuación diferente que se aplicará en una evaluación.

#### 2.4.3. Validez y confiabilidad

Los instrumentos a efectuar serán evaluados a juicio de expertos.

### 2.5. Métodos de análisis de datos

Se empleará el análisis estadístico inferencial y la prueba de comparación T-Student para muestras no relacionadas.

### 2.6. Aspectos éticos

- Se declara la originalidad en el tema de investigación, pues no ha sido desarrollado en el contexto local, nacional e internacional.
- La presente investigación se considera ético por el derecho del autor.
- El instrumento diseñado ha sido desarrollado por el autor, para cumplir con los objetivos planteados.

## **2.7. Criterios de Selección**

### **2.7.1. Criterios de Inclusión**

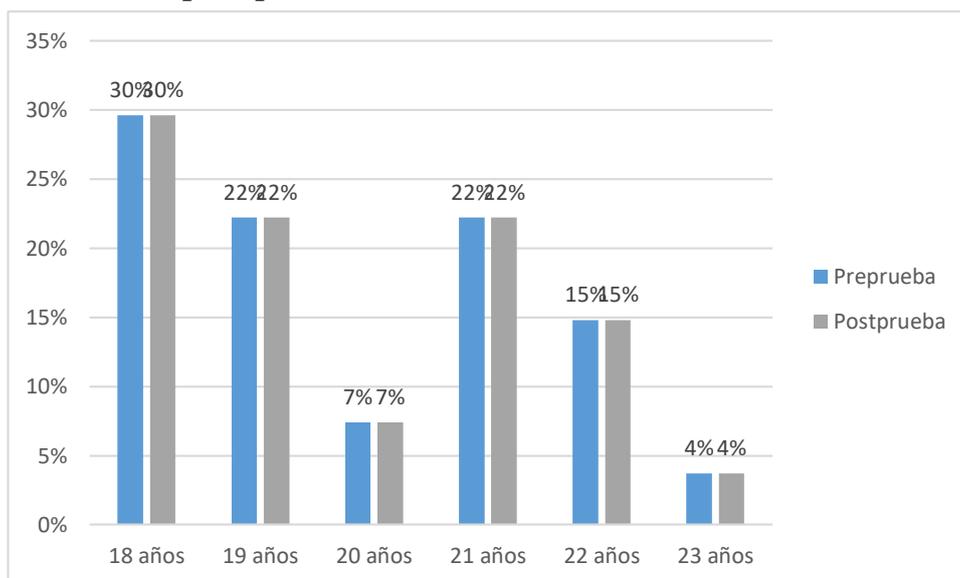
- Estudiantes que pertenezcan al Instituto de Educación Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.
- Estudiantes matriculados en el semestre 2018 – I.
- Estudiantes que pertenezcan a la carrera de Computación e informática.
- Estudiantes del II Ciclo.
- Estudiantes de ambos sexos.
- Estudiantes con edades entre 18 y 25 años de edad.

### **2.7.2. Criterios de Exclusión**

- Estudiantes que no pertenezca al Instituto de Educación Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.
- Estudiantes que no estén matriculados en el Semestre 2018 – I.
- Estudiantes que no pertenezcan a la carrera de Computación e Informática.
- Estudiantes que no pertenezcan al II Ciclo.
- Estudiantes que no tengan entre 18 y 25 años de edad.

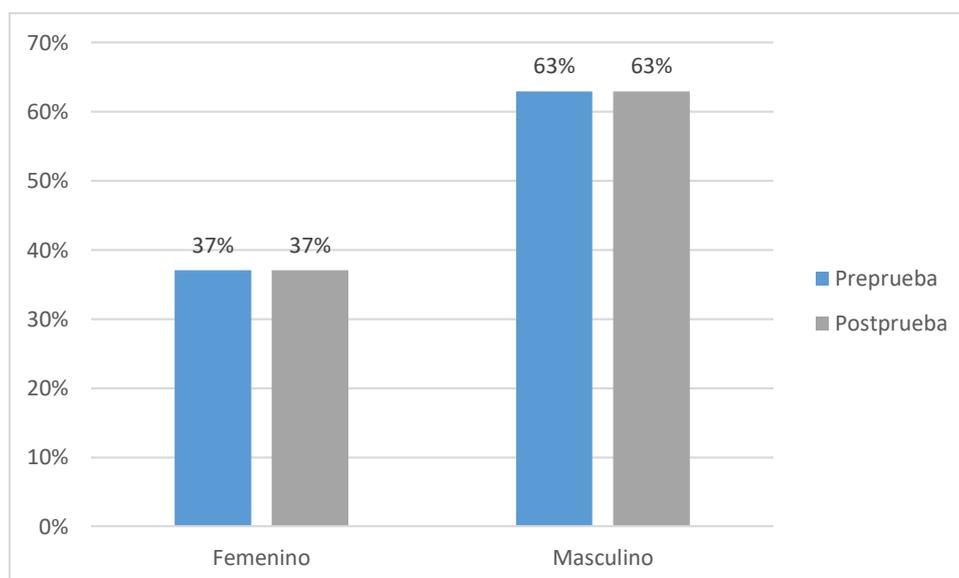
### III. RESULTADOS

#### 3.1 Grupo experimental



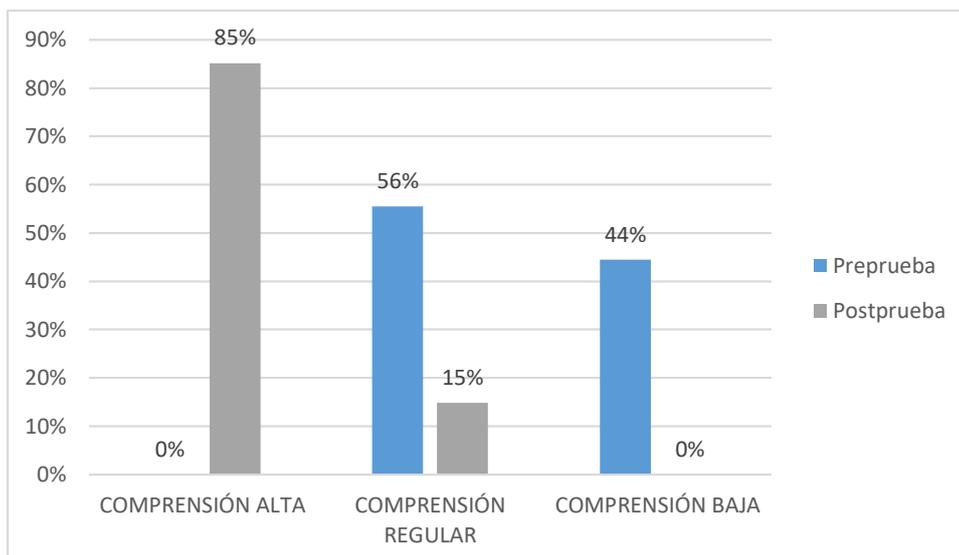
**Gráfico 01: Edades**

**Descripción:** En el gráfico 01, se observa en la Preprueba y Postprueba un 30% de estudiantes de 18 años de edad, un 22% de estudiantes de 19 años de edad, un 7% de estudiantes de 20 años de edad, 22% de estudiantes de 21 años de edad, 15% de estudiantes de 22 años de edad y un 4% de estudiantes de 23 años de edad.



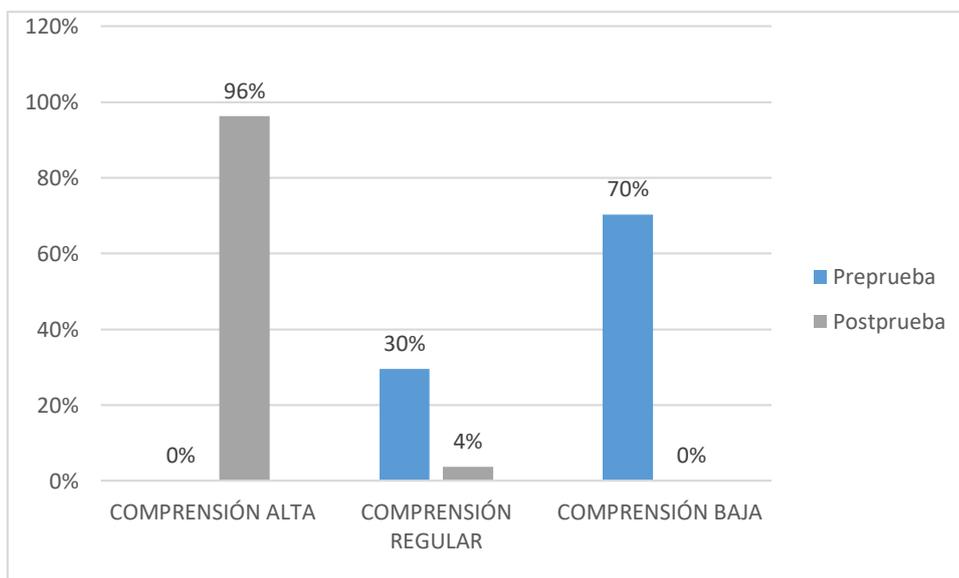
**Gráfico 02: Sexo**

**Descripción:** En el gráfico 02, se observa en la Preprueba y Postprueba un 37% de estudiantes son del sexo femenino y un 63% de estudiantes son del sexo masculino.



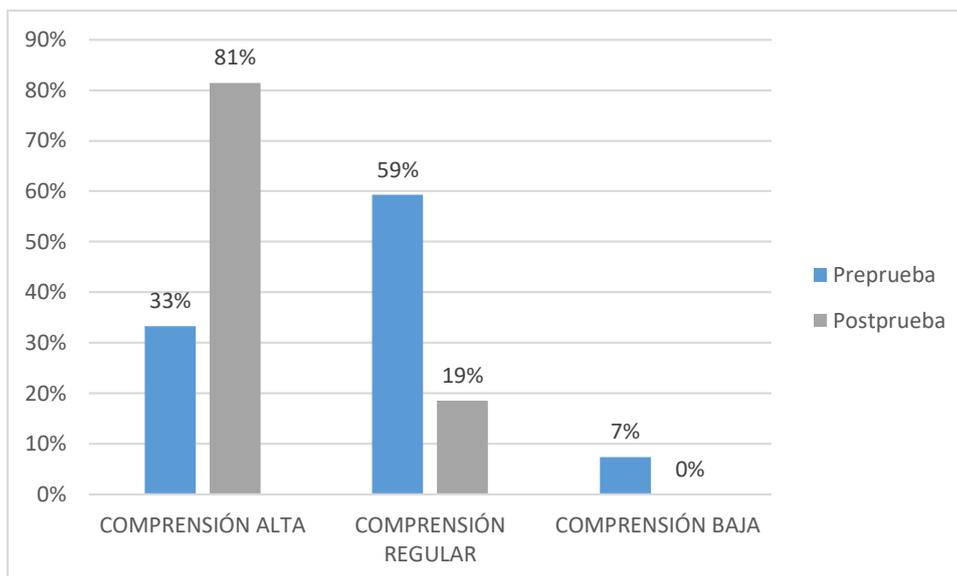
**Gráfico 03: sección Deportes**

**Descripción:** En el gráfico 03, se observa en la sección Deportes en la categoría de comprensión alta presentaron en la Preprueba un 0% y Postprueba un 85%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 56% y en la Postprueba un 15% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 44% y en la Postprueba un 0%.



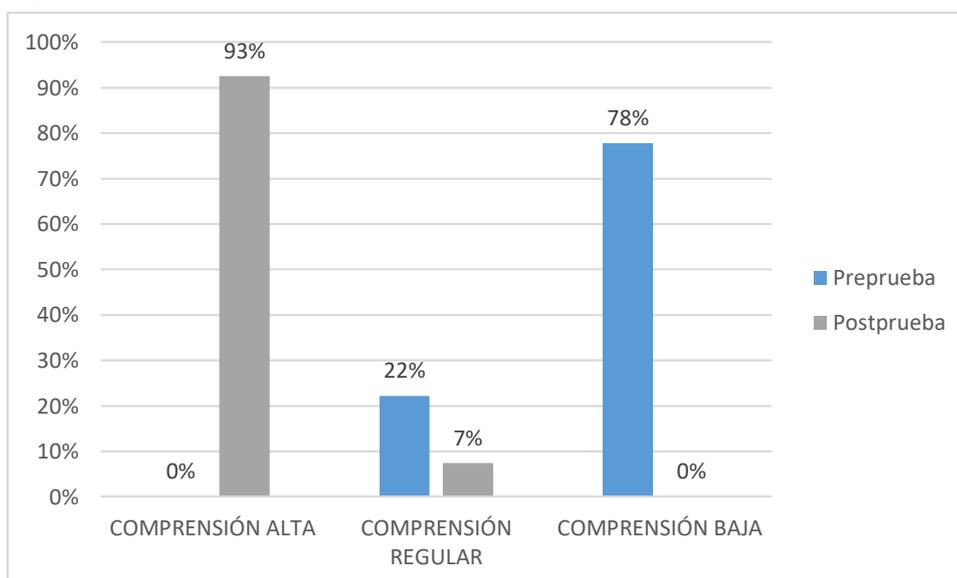
**Gráfico 04: sección Economía**

**Descripción:** En el gráfico 04, se observa en la sección Economía en la categoría de comprensión alta presentaron en la Preprueba un 0% y Postprueba un 96%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 30% y en la Postprueba un 4% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 70% y en la Postprueba un 0%.



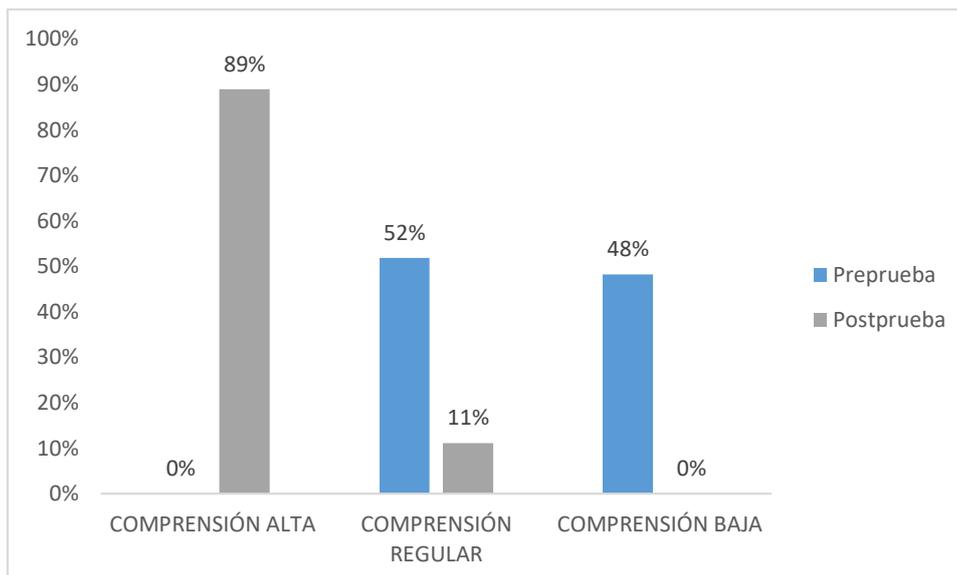
**Gráfico 05: sección Ocio y Cultura**

**Descripción:** En el gráfico 05, se observa en la sección Ocio y Cultura en la categoría de comprensión alta presentaron en la Preprueba un 33% y Postprueba un 81%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 59% y en la Postprueba un 19% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 7% y en la Postprueba un 0%.



**Gráfico 06: Política**

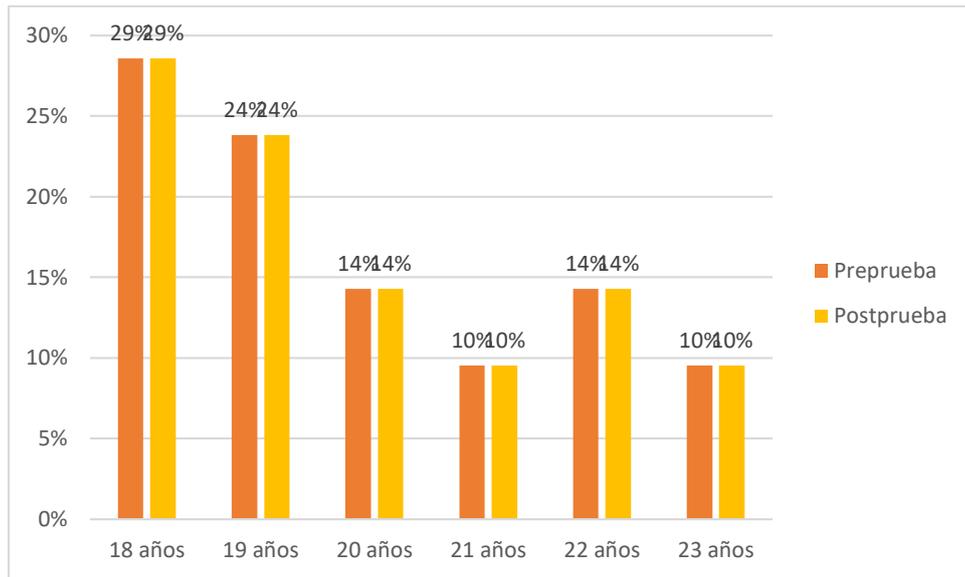
**Descripción:** En el gráfico 07, se observa en la sección Política en la categoría de comprensión alta presentaron en la Preprueba un 0% y Postprueba un 93%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 22% y en la Postprueba un 7% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 78% y en la Postprueba un 0%.



**Gráfico 07: sección Sociedad**

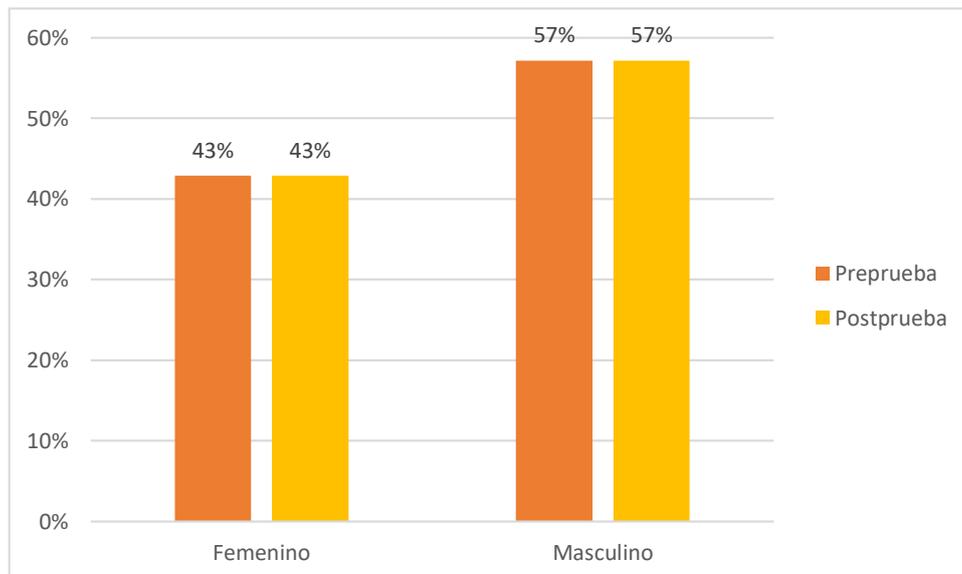
**Descripción:** En el gráfico 07, se observa en la sección Sociedad en la categoría de comprensión alta presentaron en la Preprueba un 0% y Postprueba un 89%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 52% y en la Postprueba un 11% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 48% y en la Postprueba un 0%.

### 3.2 Grupo de control



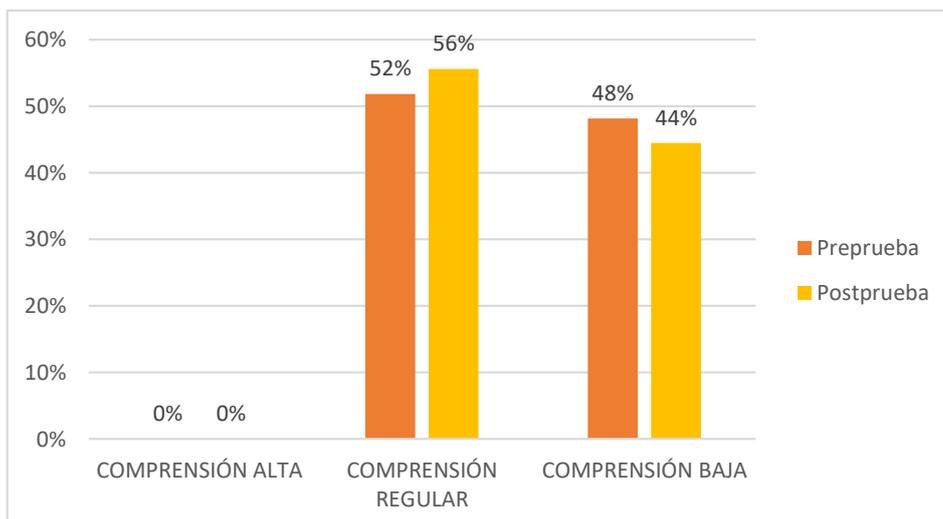
**Gráfico 08: Edades**

**Descripción:** En el gráfico 08, se observa en la Preprueba y Postprueba un 29% de estudiantes de 18 años de edad, un 24% de estudiantes de 19 años de edad, un 14% de estudiantes de 20 años de edad, 10% de estudiantes de 21 años de edad, 14% de estudiantes de 22 años de edad y un 10% de estudiantes de 23 años de edad.



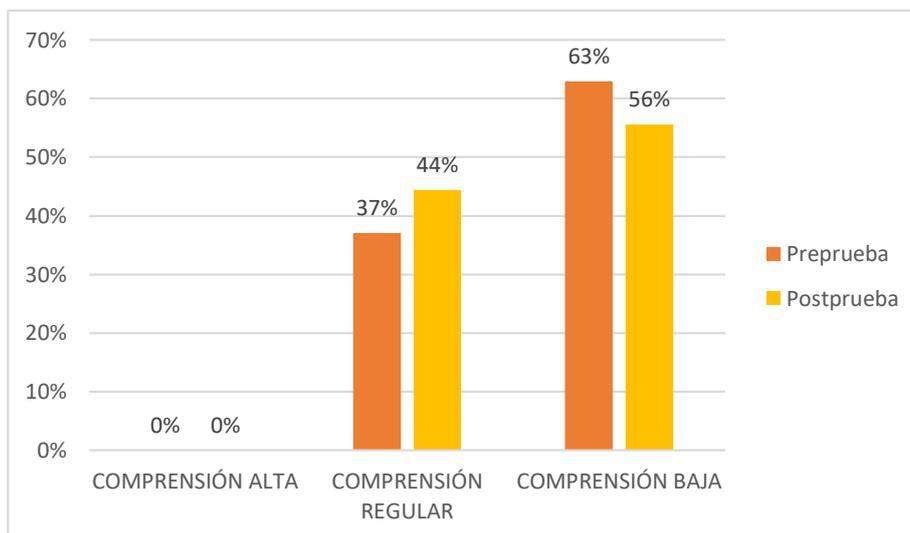
**Gráfico 09: Sexo**

**Descripción:** En el gráfico 09, se observa en la Preprueba y Postprueba un 43% de estudiantes son del sexo femenino y un 57% de estudiantes son del sexo masculino.



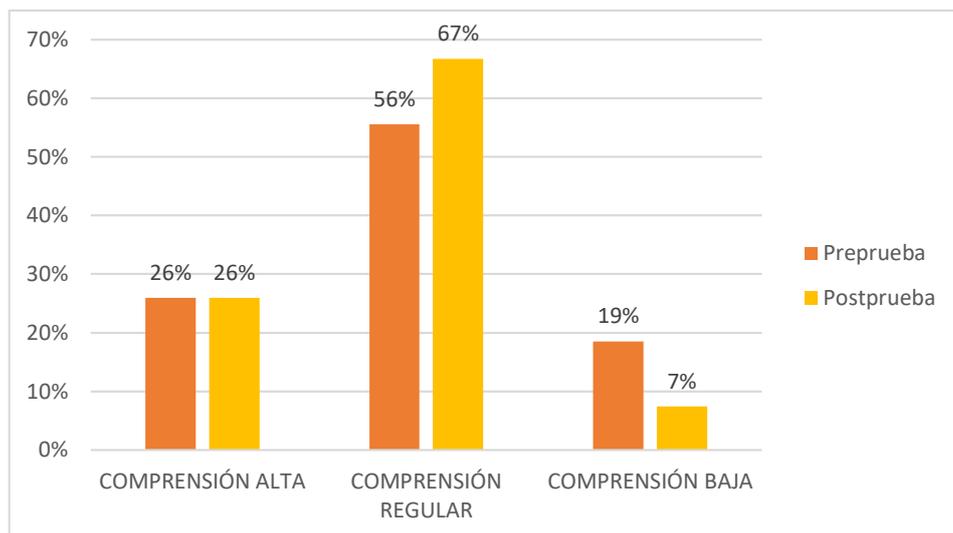
**Gráfico 10: sección Deportes**

**Descripción:** En el gráfico 10, se observa en la sección Deportes en la categoría de comprensión alta en la Preprueba y Postprueba presentaron un 0%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 52% y en la Postprueba un 56% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 48% y en la Postprueba un 44%.



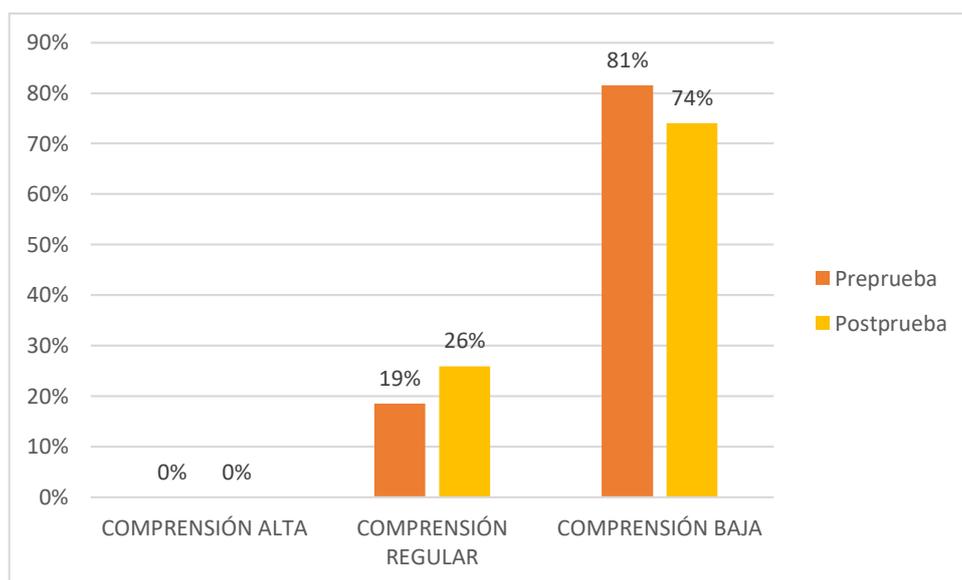
**Gráfico 11: sección Economía**

**Descripción:** En el gráfico 11, se observa en la sección Economía en la categoría de comprensión alta en la Preprueba y Postprueba presentaron un 0%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 37% y en la Postprueba un 44% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 63% y en la Postprueba un 56%.



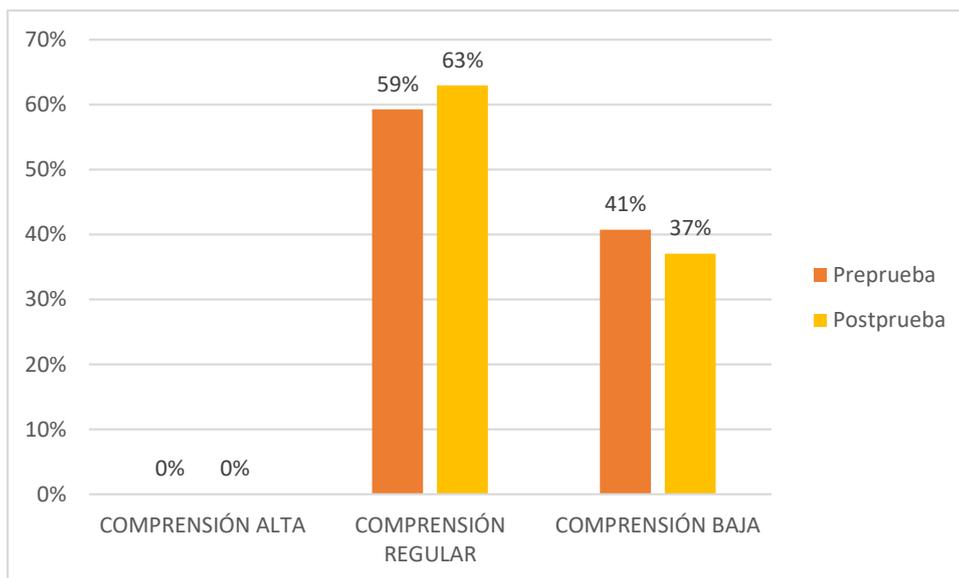
**Gráfico 12: sección: Ocio y Cultura**

**Descripción:** En el gráfico 12, se observa en la sección Ocio y Cultura en la categoría de comprensión alta presentaron en la Preprueba un 26% y en la Postprueba un 26%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 56% y en la Postprueba un 67% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 19% y en la Postprueba un 7%.



**Gráfico 13: sección Política**

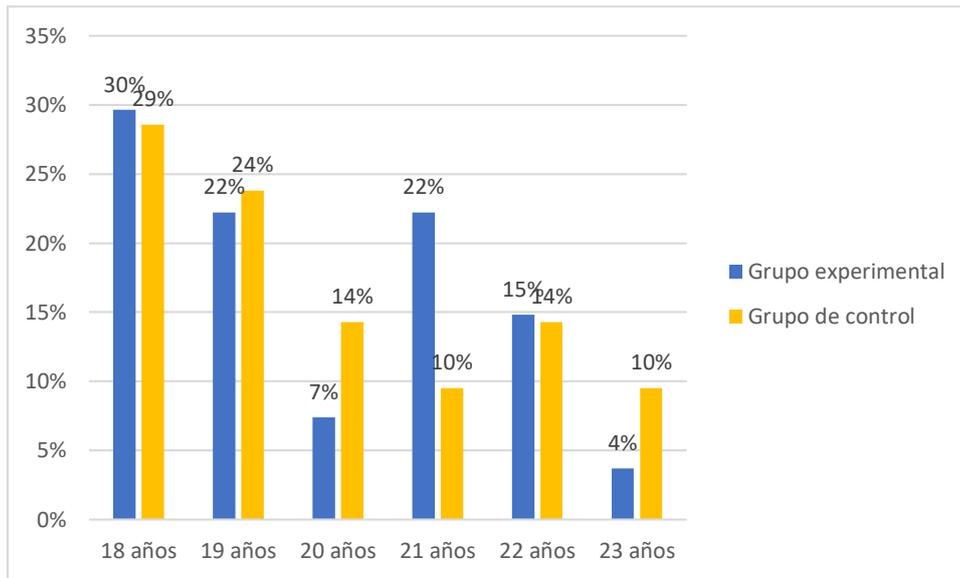
**Descripción:** En el gráfico 13, se observa en la sección Política en la categoría de comprensión alta en la Preprueba y Postprueba presentaron un 0%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 19% y en la Postprueba un 26% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 81% y en la Postprueba un 74%.



**Gráfico 14: Sociedad**

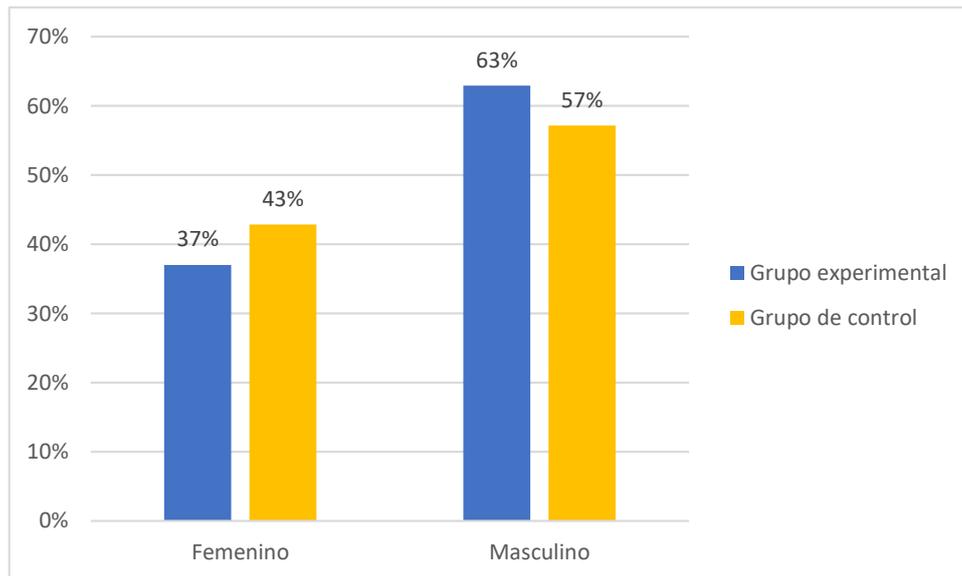
**Descripción:** En el gráfico 14, se observa en la sección Sociedad en la categoría de comprensión alta en la Preprueba y Postprueba presentaron un 0%, en la categoría de comprensión regular presentaron en la Preprueba un 59% y en la Postprueba un 63% y en la categoría de comprensión baja presentaron en la Preprueba un 41% y en la Postprueba un 37%.

### 3.3. Grupo experimental / Grupo de control



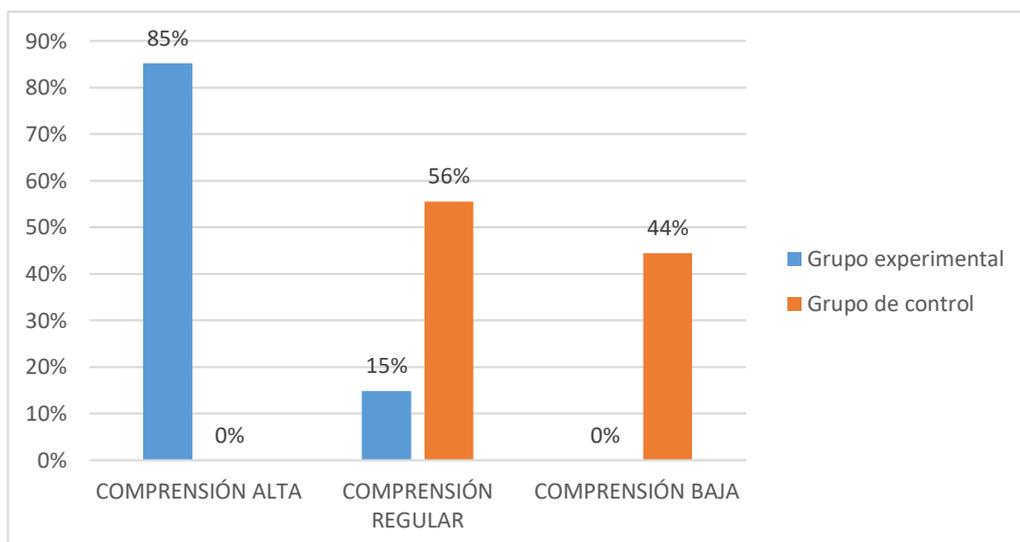
**Gráfico 15: Edades**

**Descripción:** En el gráfico 15, se observa a estudiantes con 18 años de edad en el Grupo experimental un 30% y Grupo de control un 29%; con 19 años de edad en el Grupo experimental un 22% y Grupo de control un 24%; con 20 años de edad en el Grupo experimental un 7% y Grupo de control un 14%; con 21 años de edad en el Grupo experimental un 22% y Grupo de control un 10%, con 22 años de edad en el Grupo experimental un 15% y Grupo de control un 14%; con 23 años de edad en el Grupo experimental un 4% y Grupo de control un 10%.



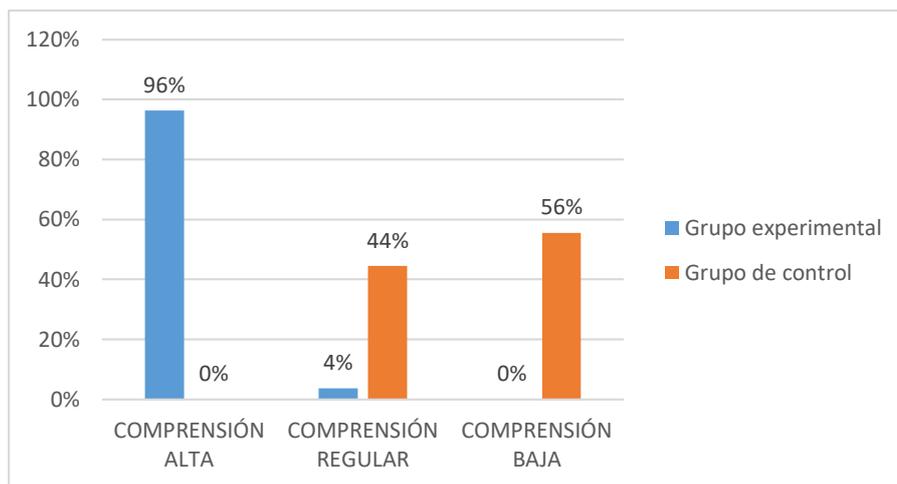
**Gráfico 16: Edades**

**Descripción:** En el gráfico 16, se observa a estudiantes del sexo femenino en el Grupo experimental un 37% y en el Grupo de control un 43%; del sexo masculino en el Grupo experimental un 63% y en el Grupo de control un 57%.



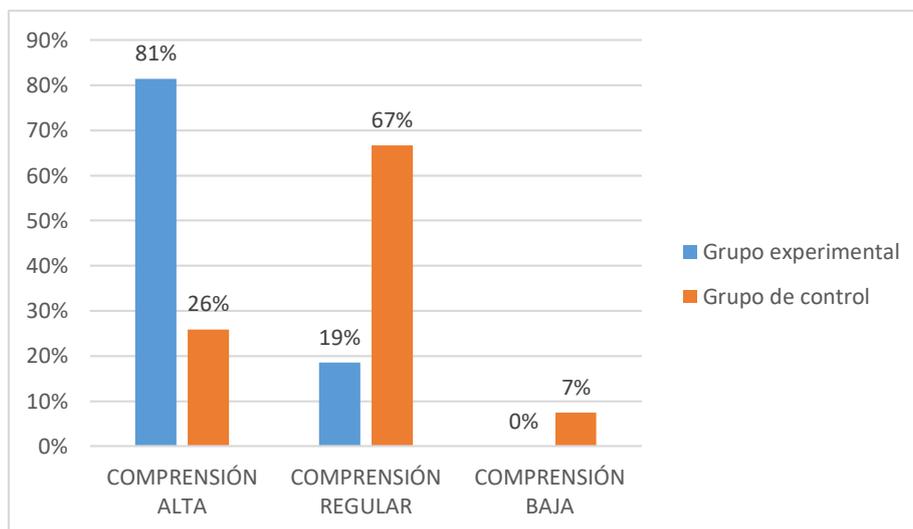
**Gráfico 17: sección Deportes**

**Descripción:** En el gráfico 17, después de haber aplicado el estímulo (las infografías periodísticas, presentaron en la categoría de comprensión alta en el Grupo experimental un 85% y en el Grupo de control un 0%; en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 15% y en el Grupo de control un 56% y en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 0% y en el Grupo de control un 44%.



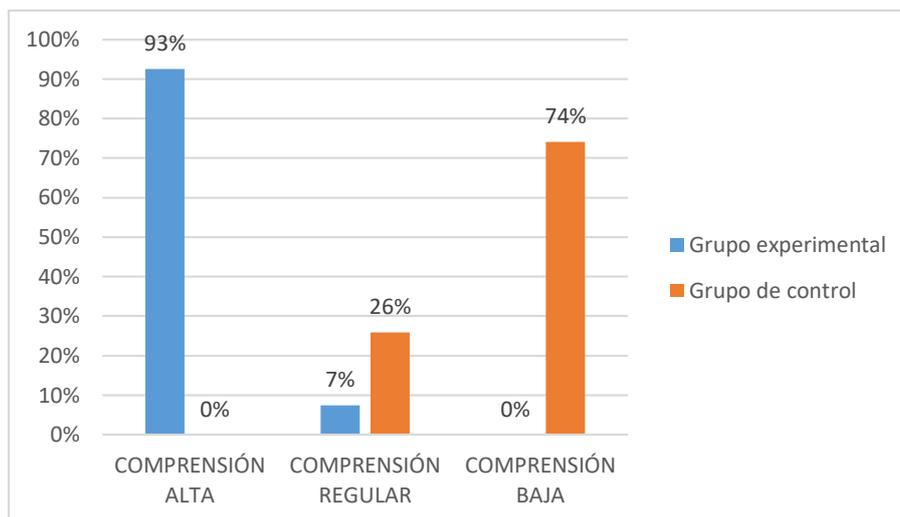
**Gráfico 18: sección Economía**

**Descripción:** En el gráfico 18, después de haber aplicado el estímulo (las infografías periodísticas), presentaron en la categoría de comprensión alta en el Grupo experimental un 96% y en el Grupo de control un 0%; en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 4% y en el Grupo de control un 44% y en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 0% y en el Grupo de control un 56%.



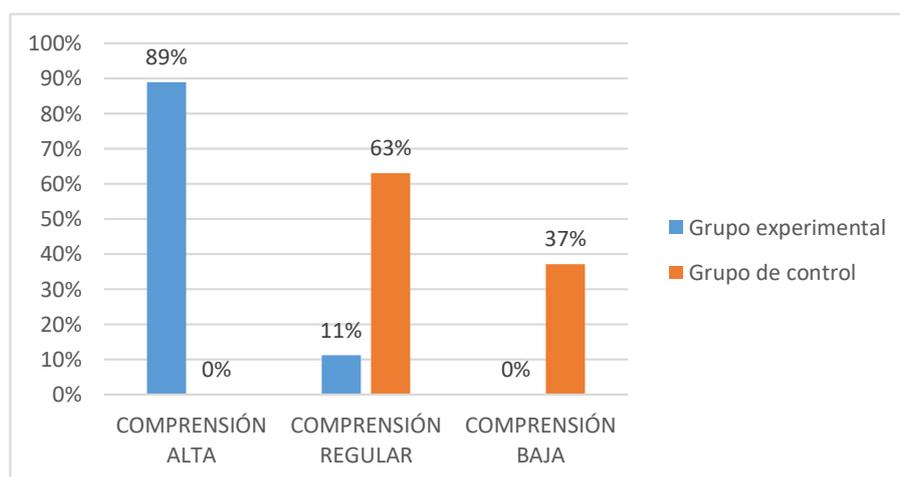
**Gráfico 19: sección Ocio y Cultura**

**Descripción:** En el gráfico 19, después de haber aplicado el estímulo (las infografías periodísticas), presentaron en la categoría de comprensión alta en el Grupo experimental un 81% y en el Grupo de control un 26%; en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 19% y en el Grupo de control un 67% y en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 0% y en el Grupo de control un 7%.



**Gráfico 20: sección Política**

**Descripción:** En el gráfico 20, después de haber aplicado el estímulo (las infografías periodísticas), presentaron en la categoría de comprensión alta en el Grupo experimental un 93% y en el Grupo de control un 0%; en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 7% y en el Grupo de control un 26% y en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 0% y en el Grupo de control un 74%.



**Gráfico 21: sección Sociedad**

**Descripción:** En el gráfico 20, después de haber aplicado el estímulo (las infografías periodísticas), presentaron en la categoría de comprensión alta en el Grupo experimental un 89% y en el Grupo de control un 0%; en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 11% y en el Grupo de control un 63% y en la categoría de comprensión baja presentaron en el Grupo experimental un 0% y en el Grupo de control un 37%.

Prueba de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
DIFERENCIA	0.064	27	,200 <sup>*</sup>	0.993	27	0.999
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.						
a. Corrección de significación de Lilliefors						

### Gráfico 22: Prueba de normalidad

**Descripción:** En el gráfico 22, se observa la prueba de normalidad que se realizó con la finalidad de saber que prueba paramétrica se utilizará; en este caso como resultado se obtuvo que los datos cumplen una distribución normal y por consiguiente se realizara la prueba de T Student.

Prueba de muestras emparejadas									
		Diferencias emparejadas					t	gl	Sig. (bilateral)
		Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
					Inferior	Superior			
Par 1	PREPRUEBA - POSTPRUEBA	-46.815	7.908	1.522	-49.943	-43.686	-30.760	26	0.000

### Gráfico 23: Prueba T Student

**Descripción:** En el gráfico 23, se observa que el resultado de la prueba de T Student es menor ( $P < 0.05$ ), por ello se rechaza la hipótesis 0 y se acepta la hipótesis 1.

#### **IV. DISCUSIÓN**

En la presente tesis, se investigó la infografía como estrategia para mejorar la comprensión de la información periodística en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”, utilizando como base trabajos de investigación, artículos, etc.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados como en la Preprueba y Postprueba en la sección: Deportes del Grupo experimental, arrojan un evidente cambio significativo (Postprueba) con un 85% de estudiantes que presentaron una comprensión alta, esto quiere decir que la infografía como herramienta facilita la comprensión de los temas en los estudiantes con una mejor comunicación de la información; estos resultados se asemejan a Cano quién en su investigación señala que a un 90% de los encuestados, la infografía les facilita la comprensión de noticias y también lo señala como un instrumento favorable para lograr la comprensión de información.

Asimismo, en los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados tanto como la Preprueba y Postprueba en la sección Economía del Grupo experimental, señala que un 96% de los estudiantes presentaron una comprensión alta, esto quiere decir que la infografía a modo de ilustración facilita la comprensión de la información; estos resultados se asemejan a Gutiérrez A. donde señala en su trabajo de investigación que el uso de la infografía como medio didáctico incide favorablemente en el rendimiento académico de los estudiantes y logra evidenciar la mejora de calificaciones.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados tanto como en la Preprueba y Postprueba de la sección: Ocio y Cultura del Grupo experimental se destaca que un 81% de estudiantes presentaron una comprensión alta; estos resultados se asemejan a los reportados por Rodríguez y Panta señalando en su investigación que se evidencia un 13.58% de estudiantes que cambiaron de resultados en cuanto a una comprensión alta y tiene una ventaja significativa comparado al Grupo de control.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados tanto como en la Preprueba y Postprueba en la sección: Política del Grupo experimental demuestra que un 93% de estudiantes presentaron una comprensión alta; estos resultados se asemejan a los reportados por Gutiérrez R. en su trabajo de investigación donde señala que un 21% de los estudiantes universitarios se encuentran en la categoría muy bueno del nivel de comprensión

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados tanto en la Preprueba y Postprueba de la sección: Sociedad se puede decir que un 85% de los estudiantes se encuentran en la categoría de comprensión alta resaltando favorablemente; estos resultados se asemejan a Salvatierra quién asegura en su investigación que la infografía atravesó todo límite en el ámbito del periodismo y hoy en día constituye uno de los pilares básicos sobre el cual se apoya la información periodística.

Y, por último; la prueba de Test Student indica una gran diferencia en la Preprueba y Postprueba del Grupo experimental; ya que al aplicar el estímulo (las infografías periodísticas) se ha observado una gran diferencia en cuanto a la categoría de nivel en el cual destacaron los alumnos (comprensión alta) y en este caso la diferencia más visible es en el Grupo Experimental. Por esta razón se puede afirmar que la hipótesis H0 se rechaza y la H1 se acepta confirmando que la infografía periodística mejora la comprensión de la información periodística de las diferentes secciones del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”.

## V. CONCLUSIONES

- A través de las Pre Pruebas aplicadas en ambos grupos en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”; se puede concluir que los estudiantes se encontraban con un bajo nivel de comprensión de información, referente a las noticias de las diferentes secciones del diario La República. Destacando con un 52% en la categoría de comprensión regular y 48% en la categoría de comprensión baja de la sección Deportes, un 37% en la categoría de comprensión regular y 63% en la categoría de comprensión baja de la sección Economía; un 26% en la categoría de comprensión alta, un 56 % en la categoría de comprensión regular y 19% en la categoría de comprensión baja de la sección Ocio y Cultura; un 19% en la categoría de comprensión regular y 81% en la categoría de comprensión baja de la sección Política; un 59% en la categoría de comprensión regular y 41% en la categoría de comprensión baja de la sección Sociedad.
- La investigación que se emprendió cumplió con todos los objetivos propuestos inicialmente. Cada uno de ellos se fueron desarrollando a medida que avanzó la investigación; y el resultado final es el alto nivel de comprensión de información que alcanzaron los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”, después de haber aplicado como estímulo las infografías periodísticas en las diferentes secciones del diario La República. Destacando con un 85% en la categoría de comprensión alta, 15% en la categoría de comprensión regular y 0% en la categoría de comprensión baja de la sección Deportes, un 96% en la categoría de comprensión alta, 4% en la categoría de comprensión regular y 0% en la categoría de comprensión baja de la sección Economía; un 81% en la categoría de comprensión alta, 19% en la categoría de comprensión regular y 0% en la categoría de comprensión baja de la sección Ocio y Cultura; un 93% en la categoría de comprensión alta, un 7% en la categoría de comprensión regular y 0% en la categoría de comprensión baja de la sección Política; un 89% en la categoría de comprensión alta, un 11% en la categoría de comprensión regular y 0% en la categoría de comprensión baja de la sección Sociedad.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Utilizar el uso de infografías periodísticas como estrategia en los medios impresos ya que ayudará a comprender mejor la información periodística en los jóvenes y público lector en general.
- Incluir en las instituciones educativas, universidades e institutos el uso de infografías como una estrategia didáctica para hacer llegar conocimientos de diferentes temas de las materias hacia los estudiantes; y así lograr familiarizarlos con el uso de infografías, imágenes y una comunicación visual.
- Tomar en cuenta esta investigación como punto de partida para posteriores análisis relacionados al uso de infografías periodísticas en medios impresos; debe servir como guía vital para llevar a cabo propuestas sólidas en cuanto a la mejora de la comprensión periodística.

## VII. PROPUESTA

Las infografías periodísticas aplicadas como estímulo, fueron tomadas como referencia de las noticias del diario La República del día jueves 31 de mayo del 2018.

### SECCIÓN POLÍTICA

8 | País | Política

La República  
Jueves, 31 de mayo del 2018

# Forman colegiado para ver recusación en caso Humala

**APELACIÓN.** La magistrada Inés Villa Bonilla, presidenta de la Sala Penal Nacional, así como los jueces Edita Condori y Otto Verapinto resolverán la recusación que presentó la Fiscalía contra la Segunda Sala Penal de Apelaciones.

César Romero C.

Un colegiado de emergencia, que será encabezado por la presidenta de la Sala Penal Nacional, Inés Villa Bonilla, fue constituido ayer para desahogar el proceso al expresidente Ollanta Humala y Nadine Heredia.

Los otros dos magistrados que integrarán este tribunal son la jueza Edita Condori, única superviviente de la Primera Sala Penal de Apelaciones, y el juez superior Otto Santiago Verapinto Márquez, que integra el colegiado B de la Sala Penal Nacional, que ve casos del Código Procesal Antigo.

En los próximos días, ellos evaluarán la recusación que el fiscal superior y coordinador de las fiscalías de lavado de activos, Rafael Vela Barba, presentó contra los jueces Sonia Torre Muñoz y Rómulo Carcausto Calla.

**RECUSACIÓN**  
El fiscal Vela Barba presentó la recusación por dudar de su imparcialidad en el proceso al expresidente Ollanta Humala y Nadine Heredia por lavado de activos.

**Villa Bonilla, Condori Fernández y Verapinto Márquez resolverán la recusación contra jueces de la Segunda Sala de Apelaciones.**

Torre Muñoz y Carcausto Calla integran, junto a Edita Condori, la Primera Sala Penal Nacional, que por mayoría resolvió que la Segunda Sala Penal Nacional ya no puede seguir viendo el caso Humala-Heredia debido al fallo del Tribunal Constitucional (TC) que anuló la prisión preventiva de ambos.

Según Torre y Carcausto, la sentencia del TC genera una duda real de imparcialidad sobre los magistrados que impusieron esa medida restrictiva de libertad.

Así, a la Primera Sala le correspondía resolver la recusación que la defensa del

**SUSPENSO.** Expresidente Ollanta Humala y Nadine Heredia esperan decisión.

Edita Condori Fernández.

Otto Verapinto Márquez.

**RECUSACIÓN.** Doctora Inés Villa Bonilla presidirá la sala de emergencia que verá la recusación.

**La revisión de la incautación continúa en compás de espera**

La recusación del juez Richard Concepción Carhuanchu y las Salas de Apelaciones han paralizado una serie de diligencias, como la revisión de la resolución judicial que incautó la vivienda del expresidente Ollanta Humala y de Nadine Heredia, que se realizó el 8 de mayo último.

Por eso es importante, para las partes, que se defina la situación de los

Jueces que seguirán viendo este caso, tanto a nivel del Juzgado de Investigación Preparatoria como de la Sala de Apelaciones. Otro tema clave será el control de la anunciada acusación que el fiscal Germán Juárez presentará contra Humala y Heredia, previo al inicio del juicio público. Ambas partes requieren descartar cualquier duda de imparcialidad.

le da la razón a la Fiscalía, Torre y Carcausto quedarán fuera del caso Humala-Heredia. Además, este mismo colegiado resolverá la recusación de Concepción Carhuanchu.

En cambio, si rechazan la recusación, la Segunda Sala Penal Nacional de Apelaciones quedará expedida para resolver la situación del ahora famoso magistrado como juez de investigación preparatoria.

Sin embargo, sea que gane o pierda la Fiscalía, la suerte del juez Concepción Carhuanchu estará decidida. Esto pesa que la Fiscalía presentó la recusación con el objetivo de desahogar la única forma de que el

nuevo colegiado le dé la razón a la Fiscalía es que considere que emitir una resolución genera dudas de imparcialidad y ese es el argumento que la defensa de Humala y Heredia alega para cuestionar a Concepción Carhuanchu.

Además, el colegiado de emergencia deberá tener en cuenta que su decisión es un precedente para otros casos. Fallos del Tribunal Constitucional contra resoluciones de la Sala Penal Nacional son excepcionales, lo más usual es que se den casos como el que se presenta ahora: una sala resolviendo la recusación de otra.

**AUDIENCIA**

El nuevo colegiado de la Sala Penal Nacional notificó a los jueces Sonia Torre y Rómulo Carcausto del recurso presentado por la Fiscalía y les dio un plazo de 24 horas para presentar su opinión.

Ambos jueces pueden señalar su acuerdo o desacuerdo total o parcial con el recurso de la Fiscalía. Por ejemplo, la Primera Sala de Apelaciones se mostró en forma parcial a favor del recurso de Humala-Heredia.

Luego de que emita su opinión, se convocará una audiencia para escuchar la posición de la Fiscalía y probablemente de la defensa de Humala y Heredia. Esto podría suceder el próximo lunes y antes de la siguiente semana habrán resuelto la primera parte de este embrollo y seguidilla de recusaciones.

# CASO: PARTIDO NACIONALISTA SALA DESIGNA A COLEGIADO PARA RESOLVER RECUSACIÓN

**Los jueces:** Otto Verapinto Márquez, Inés Villa Bonilla, y Edita Condori Fernández resolverán la recusación que presentó la fiscalía

## LA RECUSACIÓN

El pedido de recusación fue presentado por la Segunda Fiscalía Superior Nacional Especializada en delitos de lavado de activos y pérdida de dominio, representada por el fiscal Rafael Vela Barba.



La recusación incluye a los magistrados superiores: Sonia Torre Muñoz y Rómulo Carcausto Calla.

El Poder Judicial informó que, tras la recusación presentada contra dos magistrados de la Primera Sala de Apelaciones de la Sala Penal Nacional, en el caso aportes al Partido Nacionalista; se determinó al Colegiado que resolverá dicho pedido.

Según dieron a conocer, el Colegiado a cargo del caso estará integrado por los magistrados:



Otto Verapinto Márquez



Inés Villa Bonilla



Edita Condori Fernández

## LA DEFENSA



César Nakazaki  
ACTUAL ABOGADO DE  
HUMALA Y HEREDIA

## HECHOS:



Infografía: Noemi Kahan

DÓLAR		BOLSAS		BVL Las que más subieron		BVL Las que más bajaron		COMMODITIES		INDICADORES		
COMPRA	VENTA	ANTERIOR	VAR. %	VALOR	VAR. %	VALOR	VAR. %	VALOR	VAR. %	VALOR	VAR. %	
Paralelo	3,260 / 3,290	SP/BVL GEN	+0,33%	US\$ 131,35	+5,27	TELEFBC1	-4,41	Oro Londres	US\$ 1.298,60	-0,31	Inflación (12 meses) a abr. 2018	0,48%
Interbancario	3,267 / 3,272	SP/BVL SEL	+0,36%	S/ 30,00	+4,64	GRAMONC1	-3,81	Oro New York	US\$ 1.301,20	0,03	Tasa de interés de referencia abr. 2018	2,75%
Bancario	3,271 / 3,282	SP/BVL LIM25	-0,56%	S/ 21,00	+3,70	DNT	-3,23	Plata	US\$ 16,49	+0,00	PBI (enero 2017 a febrero 2018)	2,49%
EURO		Dow Jones	+1,26%	US\$ 0,167	+3,09	VOLCABC1	-2,97	Cobre	US\$ 3,102	0,03	UIT	S/4,150
Interbancario	3,760 / 3,892	NASDAQ	+0,89%	US\$ 0,240	+3,00	NUGT	-2,78	Petróleo WTI	US\$ 66,48	-1,48	Remuneración Min. Vital	S/930



DE ROJO Y BLANCO. Emporio comercial Mesa Redonda, donde los comercios despliegan todos los modelos de productos para alentar a la selección.

### Ventas inusuales de televisores

- Mariano Rabanal, director de la división de consumo electrónico de LG, señaló que en los primeros tres meses de este año, el mercado de televisores creció 25% en valor mientras que en unidades un 21%. En tanto que en abril y mayo vienen creciendo 52% y en estos últimos días las cadenas crecen en ventas hasta triple dígito.
- "Esto no se ha visto nunca en el mercado, incluso hay que ver si es que seguimos con inventario porque esto se mantendrá igual todo el mes de junio", indicó.
- Agregó que el 60% de la venta son televisores de 48 pulgadas a más, le sigue un 20% con televisores de 40" y 43", luego están los de 32" que ya dejaron de ser los preferidos.
- Indicó que a la semana, la marca vende hasta 3.500 unidades de TV de 48" y el mercado vende el doble.

# Perú en el Mundial Rusia 2018 dispara ventas en Gamarra y Mesa Redonda

**FIEBRE MUNDIALISTA.** Comerciantes esperan que las ventas en junio sean similares a las de Fiestas Patrias. El emporio comercial de Gamarra vendería entre S/ 2 mil millones y S/ 3 mil millones. En Mesa Redonda estiman un 15% de crecimiento en sus ventas.

Magda Quispe Ch.

De rojo y blanco lucen las calles del Perú a la espera de que empiece el Mundial Rusia 2018 con la participación de la selección peruana, después de

36 años. Y es que la mayoría de hinchas no dejan de comprar algún tipo de merchandising que haga alusión a la bicolor. El deseo de tener una camiseta blanquirroja también se acrecienta luego del triunfo

peruano en partido amistoso a la selección de Escocia. Polos, camisetas, vinchas, llaveros, casacas, poleras, vasos, gorras, matracas, cornetas, máscaras, peluches, son algunos de los productos que

los peruanos encuentran en los diversos emporios comerciales como Mesa Redonda, Gamarra, los centros comerciales e incluso por redes sociales.

La fiebre del mundial generó la reactivación de diversos sectores, como el textil y confecciones que en años anteriores registraban pérdidas, dijo Susana Saldaña, secretaria general de la Coordinadora de Empresarios de Gamarra.

Es por ello que en Gamarra, durante la campaña mundialista, estiman ventas de entre S/ 2 mil millones y S/ 3 mil millones.

"Es la primera vez que vemos esta oportunidad, porque Perú no iba al mundial durante 36 años. La pequeña empresa textil siempre se ve como una debilidad, pero para nosotros esto es una fortaleza porque pudimos responder de un día a otro con los miles de pedidos que tuvimos en confecciones de polos y camisetas", mencionó.

Agregó que para aprovechar la campaña mundialista, las medianas y pequeñas

empresas (mypes) del emporio comercial optaron por crear sus propios diseños y apostar por con una etiqueta oficial que los diferencie de la piratería.

El emporio comercial de Gamarra durante el 2016 facturó más de S/ 6 mil millones mientras que en el 2017 las ventas solo sumaron S/ 5 mil millones, pero con la campaña del mundial las expectativas crecen y esperan que en junio se logre un 40% más de las ventas al año y este 2018 se venda por S/ 6 mil millones.

"En producción, podríamos lograr, solo por el mundial, 10 millones de prendas, muy similar a una campaña de julio", mencionó.

Juan Alberto Cieza, presidente de la Asociación de Empresarios de Mesa Redonda, sostuvo por su parte que los importadores comercializan artículos de vidrio, loza, cerámica, entre otros productos alusivos al deporte.

Cieza indicó que se espera un crecimiento de entre 15% y 20% durante todo lo que

**"Es la primera vez que vemos esta oportunidad porque el Perú no va a un mundial desde hace 36 años y hay que aprovecharla".**

dure el mundial. Asimismo, dijo que dichas ventas vayan de la mano con las Fiestas Patrias en el país.

Esta campaña se inició desde que el Perú empezó con triunfos en las clasificatorias al mundial. "En esta campaña comercial, los importadores están con el ánimo en alto porque a diario venden polos y souvenirs de la selección peruana", manifestó.

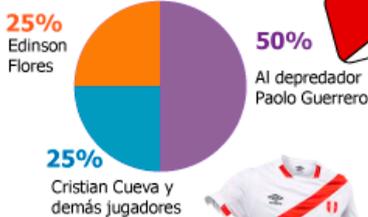
Cieza recalcó que aún se encuentran evaluando las cifras para conocer si es que esta campaña mundialista supera a las clásicas que son por Navidad o el Día de la Madre cuando se registran las mayores ventas en dicho mercado.

# LAS CIFRAS DEL MUNDIAL

**CAMPAÑA MUNDIALISTA:** Gamarra prevé facturar S/.3 mil millones. Y en Mesa Redonda se estima un 15% de crecimiento en sus ventas.

● La mayoría de hinchas no dejan de comprar algún tipo de merchandising que haga alusión a la bicolor.

**Ventas se disparan**  
Polos alusivos:



● Esta campaña se inició desde que el Perú empezó con los triunfos en las clasificatorias al mundial.



● **Gamarra:** Las medianas y pequeñas empresas optaron por crear sus propios diseños y apostar por una etiqueta oficial.

● **Mesa Redonda:** Los importadores comercializan artículos de vidrio, loza, cerámica, entre otros productos alusivos al deporte.

**LCDs**

● Se indica que el 60% de la venta son televisores de 48" pulgadas a más, le sigue un 20% de 43" pulgadas. Y aseguran que los de 32" pulgadas ya dejaron de ser los preferidos.



**Crecimiento**



● FMI eleva proyección de crecimiento de 3.8% a 4% para este 2018.

**Expectativas**



"La fiebre del mundial generó la reactivación de diversos sectores como el de textil y confecciones"

**Susana Saldaña**  
SECRETARIA GENERAL DE EMPRESARIOS DE GAMARRA

**Juan Alberto Cieza**  
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE MESA REDONDA

"En producción podríamos lograr solo por el mundial, 10 millones de prendas; muy similares a una campaña de julio"



"Es la primera vez que vemos esta oportunidad porque el Perú no va a un mundial hace 36 años y hay que aprovecharla"

**Mariano Rabanal**  
DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CONSUMO ELECTRÓNICO DE LG



Infografía: Noemi Kahan

FALTAN **15** DÍAS PARA EL MUNDIAL RUSIA 2018



# Persiguiendo una ilusión

**HINCHADA ESPECIAL.** La selección peruana viajó a Austria en medio de una despedida histórica. Miles de hinchas en el hotel, en las calles y el aeropuerto le dieron aliento. Con ellos, viajamos todos.

**MULTITUD.** Miles de hinchas fueron al aeropuerto para despedir a la selección. En el camino también hubo aliento de personas con camisetas, pancartas y cánticos. Todos somos Perú.

**Marco Coello Peralta**

Con ellos se va nuestra ilusión. En ese avión que tiene como destino Austria, se va un poco de todos nosotros. Si en el Estadio Nacional se despidieron con un triunfo 2-0 ante Escocia, alargando a la mejor racha histórica de la selección peruana, era el momento del hinchas de agradecer, de mostrar el apoyo incondicional.

Por eso el bus no podía salir del Swissotel por la cantidad de hinchas buscando una foto, un saludo. Por eso en todas las calles por donde pasó el bus había gente con celulares, con la camiseta de la selección, con banderas y

pancartas. Se van ellos pero todos a la vez.

En el camino hay un bus lleno de novias, una de las cábalas de Ricardo Gareca para la buena suerte. Suenan las bocinas al ritmo de canciones de estadio. Es el paseo triunfal de una selección que se va con la maleta cargada de ilusiones. No había frío por el calor de la gente, todos alentando como si se jugaran 90 minutos decisivos.

En la avenida La Marina se generó un gran tumulto, en los puentes nadie avanzaban, se quedaban detenidos buscando el selfie perfecto. También cientos de personas cerca del aeropuerto Jorge Chávez,



**UNIÓN.** En el avión se tomaron una foto para el recuerdo.

donde el bus nuevamente no podía avanzar. Antes que se vayan, todos querían verlos, mientras los jugadores tenían la sonrisa tatuada en el rostro.

Era una fiesta, por eso la policía preparó un show criollo con guitarra y cajón, para esa nostalgia precisa, mientras bailaban también marinera, música de la selva. Tampoco se olvidaron del que no está pero que todos quieren que esté: Paolo Guerrero. Cantaron por él, algunos hasta rezando, todos esperando que el Tribunal Suizo juegue para nosotros.

Adentro del mismo aeropuerto sobraba aliento. Las barras oficiales de la selección, como la blanquirroja, estaba

ahí dejando la garganta, mientras los jugadores subían al chárter. "Como no te voy a querer si eres mi Perú querido que me vio nacer", coreaban. Jefferson Farfán, Renato Tapia, Aldo Corzo los grababan y lo subían a sus redes sociales.

Un fenómeno que no pasaba hace casi 36 años, los mismos en los que estuvimos ausentes del Mundial. Pero estamos de regreso.

Son más de doce horas de viaje y luego se empezarán a alistar para el partido de este domingo ante Arabia Saudita en Suiza y luego el 9 ante Suecia, en dicho país. Se fueron como unas estrellas y ahora les toca brillar en el Mundial.

## POSTALES DE LA DESPEDIDA



- 1. CÁBALA.** Decenas de novias fueron al hotel para deseársle buena suerte a Ricardo Gareca.
- 2. ALIENTO.** Los hinchas en el aeropuerto con una bandera gigante.
- 3. BUEN HUMOR.** André Carrillo sube al avión en medio del aliento de la barra La Blanquirroja.



# RUMBO A LA ILUSIÓN

**FIESTA NACIONAL:** La selección peruana recibe histórica despedida por miles de hinchas en el hotel, en el camino y aeropuerto. Con ellos, viajamos todos al mundial Rusia 2018.

## Perú en los mundiales

Uruguay 1930



México 1970



Argentina 1978



España 1982



### Sus viajes

Tiempo en horas desde Perú



### Puestos



## Camino a Rusia 2018



La selección peruana viajará 12.643 kilómetros hasta **Austria**, más de **12 horas**. Luego de su último amistoso se dirigirá al **Mundial Rusia 2018**.

### La despedida



El bus no podía salir del Swissotel por la gran cantidad de hinchas, buscando una foto o saludo.

En el camino se encontraron con un bus lleno de novias, como cábales para Ricardo Gareca.



## Los entrenadores



Francisco Bru



Didi



Marcos Calderón



Elba de Pádua



Ricardo Gareca

Uruguay 1930

México 1970

Argentina 1978

España 1982

Rusia 2018



En el avión, se tomaron una foto para el recuerdo.

Infografía: Noemi Kahan

# Hallan más de una tonelada de droga en fundo, al norte de Lima

**SU DESTINO ERA ESPAÑA.** Capturan a 7 narcos peruanos y 4 colombianos. Cocaína está valorizada en US\$ 45 millones. Estaba con filetes de merluza.

Adecuaron un lugar escondido en un fundo de 30 hectáreas, en Chancay, al norte de Lima, para acopiar y acondicionar la droga que iba a ser llevada hasta el puerto piurano de Paíta, finalmente, a España. En este extenso terreno con cultivos de granadas, fincas y una laguna artificial, propiedad del empresario Fernando Andrés Negrón Quetzola, se encontraron ayer una tonelada con 150 kilos de clorhidrato de cocaína.

Doce integrantes de esta red internacional-ocho peruanos y cuatro colombianos-fueron capturados por agentes de la Dirección Antidrogas.

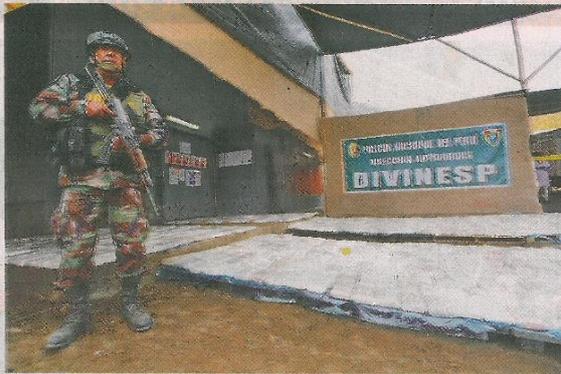
Con este golpe a las finanzas de la mafia, el gobierno

responde a la presión que viene ejerciendo Estados Unidos a la lucha antidrogas.

"Este es un duro golpe al narcotráfico", reveló el presidente de la República, Martín Vizcarra.

El cargamento de droga, cotizado en unos 45 millones de dólares, iba a salir del país, por vía marítima, camuflado con filetes de merluza. Cada bandeja con 30 kilos de ese producto estaba contaminado con seis kilos de cocaína.

El estupefaciente tenía como destino final el puerto español de Algeciras, donde ya se habría identificado a los principales financistas, informó el jefe de la Dirandro, general Héctor Loayza.



EN CHANCAY. Más de una tonelada de cocaína, valorizados en 45 millones de dólares.

## EN CIFRAS

### De 40

mil a 70 mil dólares está el kilo de cocaína en el mercado europeo, actualmente.

### 25

toneladas de droga se han decomisado en lo que va del año, según la Dirandro.

## 'EL CHAPO' Y PABLO ESCOBAR

Según explicó, son 1.150 paquetes tipo 'ladrillo' que tenían identificaciones como los rostros de los narcotraficantes Joaquín 'El Chapo' Guzmán y Pablo 'El Patrón' Escobar Gaviola, líderes de los cárteles de Sinaloa y Medellín, organizaciones ilícitas que enviaban droga a Estados Unidos en grandes magnitudes.

El oficial explicó que estos rostros o sellos-calcomanías en el empaque hacen referencia al productor de la coca. "Son como una marca registrada que le da la garantía al

comprador que es de buena calidad y que es de determinado narco", detalló Loayza.

Los agentes de la Dirandro también se encontraron los símbolos de una reconocida marca de vehículos y de Gold.

"Los sellos o logos muestran el productor, quién es el dueño del cargamento, pero también la zona donde se produce...", señaló el jefe de la Dirandro.

Dijo, además, que un narco puede tener varias marcas, incluso las cambian para evitar ser detectados. Pero en otras ocasiones las heredan".

## 12 NARCOS DETENIDOS

El general Loayza indicó que durante siete días (hasta la tarde del martes) 15 personas se desplegaron cerca del área donde se encontró el centro de acopio. No tenían señal de celular, solo la de la radio.

Solo cuando ruyeron el blanco puesto en la mira, unos 200 efectivos policiales tomaron por asalto el fundo Santa María, ubicado a la altura del kilómetro 94 de la Panamericana Norte.

También se allanaron distintos inmuebles en Miraflores y en Piura que permitieron capturar al cabecilla de esta organización, Fernando Andrés Negrón Quetzola, empresario peruano de 56 años, dueño de la empresa de transporte Negrón.

Asimismo fueron detenidos Dani Edwin Espinoza Rodríguez (39), Edgardo Raúl Abeza Avendaño (41), Rubén Espinoza Jara (42), Daniel Jorge Peraldo Jaramillo (62), Jorge Pérez Garredu Ugarte (61), Rolando Baldodano Cueva (57) y Ricardo José Gómez Chunga (57).

Esta operación, denominada 'Empresarios', culminó con la captura de los colombianos Camilo Andrés Beltrán daza (25), Jhon David Londono Echeverry (40), Alvaro Arzayus Serrano (45) y Mario Andrés Duque Cifuentes, de 32 años de edad.

La República PRESENTA

**LOS ELEGIDOS DEL TIGRE**

Pósters ilustrados con la información que quieres de nuestros seleccionados.

Traen ficha personal de cada jugador, su formación, historial de clubes, habilidades en la cancha, participaciones, goles y aporte a la selección.

Además, adquiere tu portafolios a solo **3.50**

• PÍDELOS GRATIS CON TU DIARIO

COLECCIONA TUS PÓSTERS DE LUNES A SÁBADO GRATIS CON TU DIARIO

La República



# LA RUTA DE LA DROGA

Capturan a 12 narcos. Cocaína se encontraba en filetes de merluza.

## 1. La ruta:



200 efectivos policiales tomaron por asalto el fundo: Santa María, ubicado a la altura del kilómetro 94 en la Panamericana Norte - Chancay. El dueño es Fernando Negrón, quien fue capturado junto a 11 narcos más.

## 2. Los detenidos:

ocho peruanos

(56) Fernando Negrón Carzola	(39) Dani Espinoza Rodríguez	(41) Edgardo Abeza Abendaño	(42) Rubén Espinoza Jara
(62) Daniel Peralta Jaramillo	(61) Jorge Garredo Ugarte	(57) Rolando Baltodano Cueva	(57) Ricardo Gómez Chunga
(25) Camilo Beltrán Daza	(40) Jhon Londoño Echeverry	(45) Alvaro Arzayus Serrano	(32) Mario Duque Cifuentes

cuatro colombianos

La operación se denominó "Empresarios". También registraron en Miraflores y en Piura, permitiendo capturar al cabecilla.

General Héctor Loayza DIRANDRO

## 3. Se incautó:

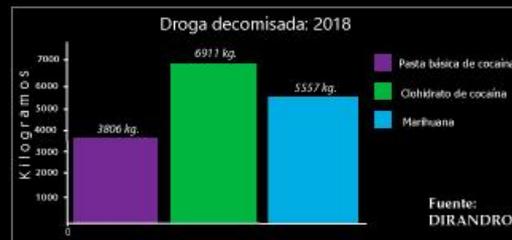
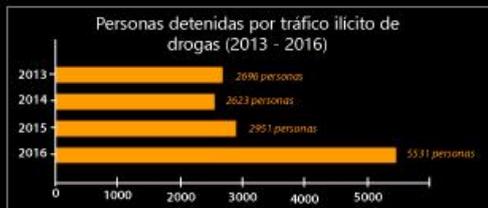
Una tonelada de 150 kilos de clorhidrato de cocaína.

El cargamento fue cotizado en:

45 millones de dólares.

Estaba camuflado con filetes de merluza, cada bandeja con 30 kilos y cada producto con 6 kilos de cocaína.

## 4. Las cifras:



Infografía: Noemi Kahan



## Hoy sepultan al 'Gordo Casaretto'

● Hoy serán sepultados los restos del actor cómico Alejandro Romero Cáceres, más conocido como el 'Gordo Casaretto'. Sus restos son velados en la sala Mochica del Ministerio de Cultura. El sepelio se realizará al mediodía en el cementerio Campo Fe de Puente Piedra.

# EL HUMOR LLEGA AL CIELO

Hoy serán sepultados los restos del actor cómico, **Alejandro Romero Cáceres**, más conocido como el "Gordo Casaretto". Sus restos son velados en la sala Mochica del Ministerio de Cultura. El sepelio se realizará al medio día en el cementerio Campo Fe de Puente Piedra.

## Datos del artista



El sobrenombre de "Gordo Casaretto", se debió al parecido físico con el futbolista peruano Enrique Casaretto



Debutó en el cine en la película peruana "Rosa Chumbe" del director Jonatan Relayze



Su personaje más famoso: "La pirula", está basado en un bailarín amanerado llamado "Curro", vecino de su barrio

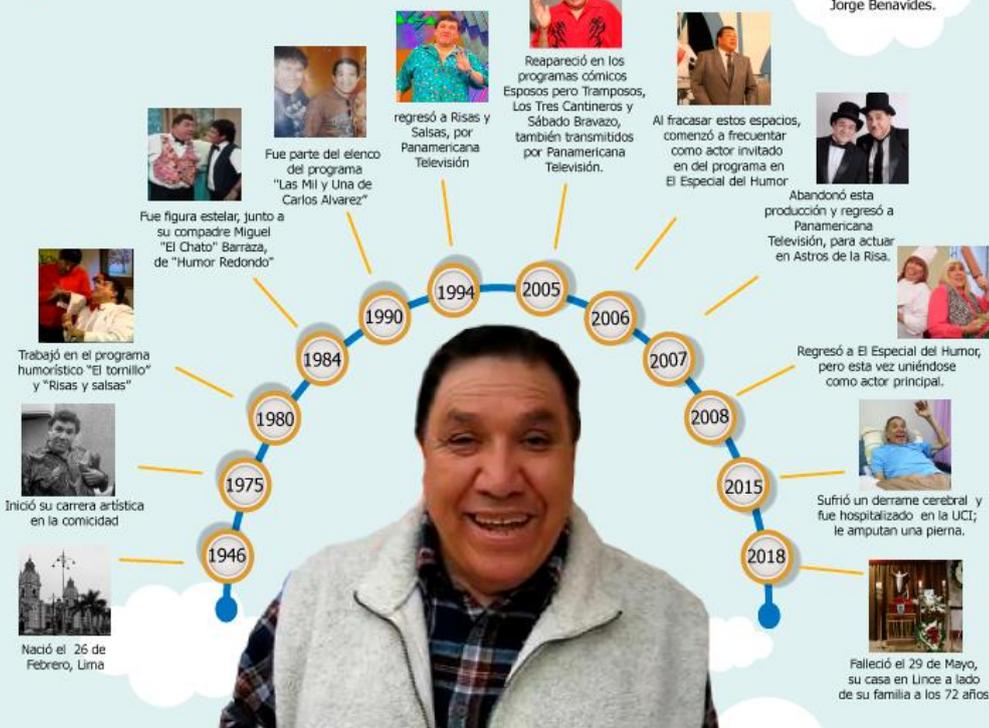


Viuda recordó al Gordo Casaretto como un hombre "muy alegre, entregado al público y responsable"



Su último trabajo en la pantalla chica fue al lado de Jorge Benavides.

## Trayectoria



"GORDO CASARETTO"

ALEJANDRO GUILLERMO ROMERO CÁCERES

Infografía: Noemi Kahan

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación Mundial de Periodistas. (2006). Tendencias mundiales de la prensa: los periódicos siguen teniendo mayor alcance que Internet. Obtenido de World Association of Newspapers and News Publishers. Recuperado de: <http://www.wan-ifra.org/es/press-releases/2011/10/12/tendencias-mundiales-de-la-prensa-los-periodicos-siguen-teniendo-mayor-alc>

Cano, L. (2011). Guatemala. La infografía como un recurso estilístico para facilitar la comprensión de la información periodística.

Condez, A; Hernández, J. (2000). Venezuela. Propuesta de Estandarización de Diseños Infográficos para el Diario El Nacional apuntando hacia la elaboración de un Manual de Estilo.

De Brito, I; Figuera, F. (2013). Venezuela. Infografías como herramienta didáctica para estimular el hábito de la lectura Caso: E.B.N.

Encuesta del Ministerio de Educación. (2015). España. El 37% de la gente lee diarios, libros y revistas. Recuperado de: [https://www.clarin.com/sociedad/37-gente-lee-diarios-libros-revistas\\_0\\_BkU0XdICte.html](https://www.clarin.com/sociedad/37-gente-lee-diarios-libros-revistas_0_BkU0XdICte.html)

Estudio de Lectoría de Diarios. (2016). Perú. Realizado por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública.

Estudio realizado por Ipsos. (2014). Perú. Estos son los hábitos de lectura de la prensa de los limeños. Obtenido del blog: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2013/04/24/peru-estos-son-los-habitos-de-lectura-de-la-prensa-de-los-limenos/>

Evaluación PISA. (2015). Jóvenes reprobados en cultura financiera. Obtenido de: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/jovenes-latinos-no-le-saben-a-las-finanzas.html>

Grupo La República. (2017). Perú. La República, un diario que apuesta por la lectura. Recuperado de: <http://larepublica.pe/sociedad/674192-la-republica-un-diario-que-apuesta-por-la-lectura>

Grupo La República. (2012). Perú. ¿Para qué se fundó La República? Recuperado de: <http://larepublica.pe/politica/1066401-para-que-se-fundo-la-republica>

Gutiérrez, C. (2016). Perú. La comprensión lectora inferencial y el aprendizaje significativo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica.

Gutiérrez, J. (2016). Perú. La infografía como estrategia didáctica para el aprendizaje de los estudiantes de educación secundaria.

Investigación de la Universidad Jaume I de Castellón. (2012). España. Menos de un tercio de los jóvenes lee periódicos 'online' o impresos cada día. Recuperado de : [http://www.tendencias21.net/Menos-de-un-tercio-de-los-jovenes-lee-periodicos-online-o-impresos-cada-dia\\_a14406.html](http://www.tendencias21.net/Menos-de-un-tercio-de-los-jovenes-lee-periodicos-online-o-impresos-cada-dia_a14406.html)

Iñigo, A; Martín, R y Puebla, B. (2014). España. Redacción periodística. Recuperado de: <https://izamorar.com/caracteristicas-de-la-informacion/>

Ixcot, Ana. (2005). Guatemala. Estudio comparativo del uso de la infografía en la noticia de sucesos de los matutinos Prensa Libre y Nuestro Diario.

Lamo, M; Cachán, C. (2010). España. Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=q5UnDwAAQBAJ&pg=PA319&lpg=PA319&dq=En%20los%20C3%BAltimos%20a%C3%B1os%20la%20legada%20de%20la%20tecnolog%C3%ADa%20y%20la%20revoluci%C3%B3n%20digital%20ha%20abierto%20un%20amplio%20abanico%20de%20posibilidades%20a%20la%20comunicaci%C3%B3n%20humana%20y%20contenidos.&source=bl&ots=4fQGX2W3dz&sig=-cny-J5\\_Zm5egpGSBOltG8t7sU&hl=es-](https://books.google.com.pe/books?id=q5UnDwAAQBAJ&pg=PA319&lpg=PA319&dq=En%20los%20C3%BAltimos%20a%C3%B1os%20la%20legada%20de%20la%20tecnolog%C3%ADa%20y%20la%20revoluci%C3%B3n%20digital%20ha%20abierto%20un%20amplio%20abanico%20de%20posibilidades%20a%20la%20comunicaci%C3%B3n%20humana%20y%20contenidos.&source=bl&ots=4fQGX2W3dz&sig=-cny-J5_Zm5egpGSBOltG8t7sU&hl=es-)

[419&sa=X&ved=0ahUKEwjx8K8kdvXAhXSQd8KHZkXCR8Q6AEILzAB#v=onepage&q&f=false](https://www.researchgate.net/publication/312514194/figure/fig/1/figure-pdf?d=419&sa=X&ved=0ahUKEwjx8K8kdvXAhXSQd8KHZkXCR8Q6AEILzAB#v=onepage&q&f=false)

Mariñas, A. (2014). Perú. Diseño de infografías publicadas en el diario La Industria – 2013 como herramienta periodística para consolidar una percepción favorable en el público lector.

Olivares, E. España. (2016). ¿Por qué utilizar infografía? Recuperado de: <https://ernestoolivares.es/por-que-infografia/>

Quintero y Campos citado en Martínez, J. (2006). Venezuela. Teorías de comunicación.

Ortega, P. (2014). España. Necesidades Educativas Especiales. Recuperado de: <http://neducativasespeciales.blogspot.pe/2014/02/infografiaestrategia-visual-de.html>

Revista ImasG. (2011). España. Infoperiodismo. Recuperado de: <https://imasg.wordpress.com/la-infografia/cap-4-infoperiodismo/>

Rodríguez, E; Canchaya, M; Panta, M. (2013). Perú. El uso de la infografía y su influencia en el aprendizaje de la comprensión de lectura en los estudiantes del tercero de secundaria en la Institución Educativa Privada Los Ángeles, Chaclacayo, 2013.

Salvatierra, C. (2008). Argentina. Análisis de la composición gráfica de las infografías periodísticas impresas de las secciones “Internacionales” y “Policiales”.

Scheinson, D. Argentina. (2010). Comunicación Estratégica.

Silva, M. (2014). España. La comprensión lectora es una habilidad para la vida. Recuperado de: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=225396>

Torres, A. (2017). España. Las 10 principales teorías psicológicas. Recuperado de: <https://psicologiamente.net/psicologia/principales-teorias-psicologicas>

Zuazo, N. (2012). La importancia de la comprensión lectora en la organización.

Recuperado

de:

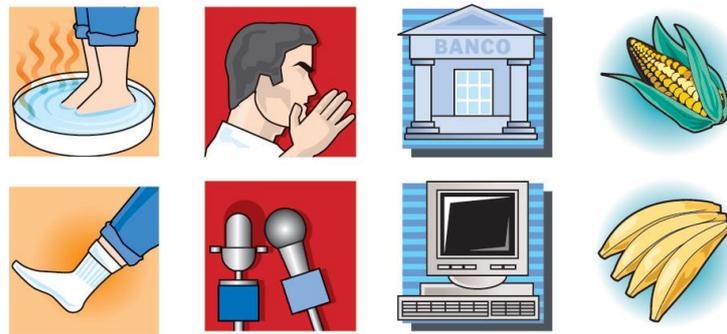
[https://www.academia.edu/7425577/LA\\_IMPORTANCIA\\_DE\\_LA\\_COMPRENSI%C3%93N\\_LECTORA\\_EN\\_LA\\_ORGANIZACI%C3%93N](https://www.academia.edu/7425577/LA_IMPORTANCIA_DE_LA_COMPRENSI%C3%93N_LECTORA_EN_LA_ORGANIZACI%C3%93N)

## IX. ANEXOS

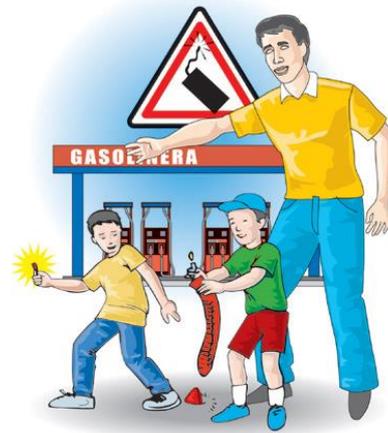
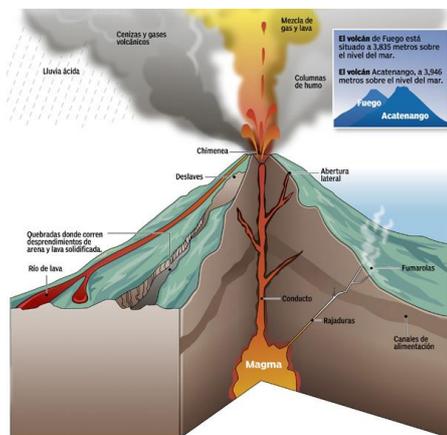
### 9.1. Anexo N° 01: Íconos



### 9.2. Anexo N°02: Viñetas



### 9.3. Anexo N° 03: Ilustraciones



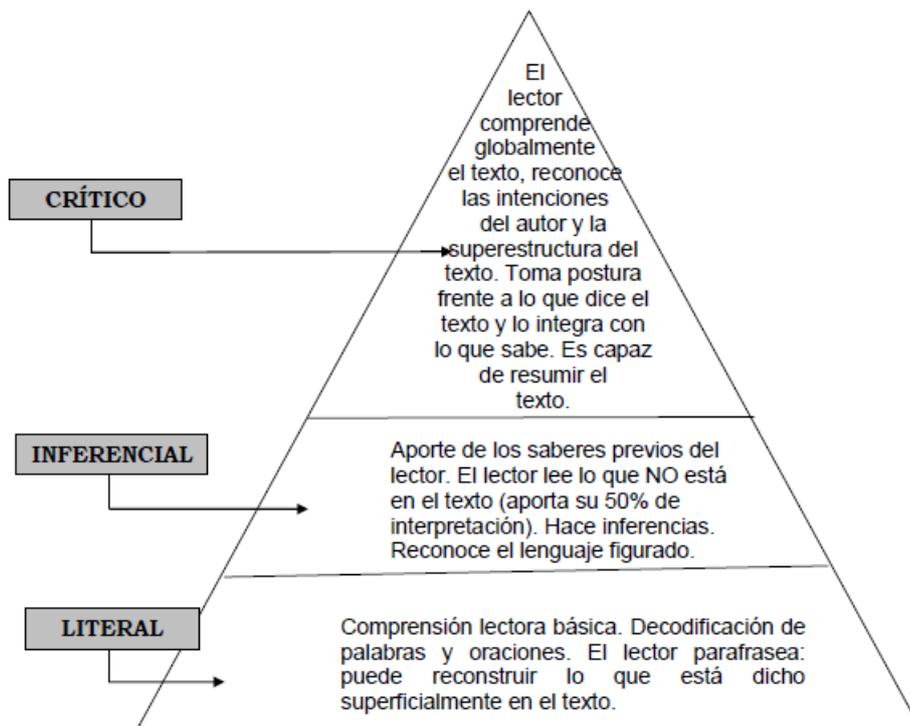
#### 9.4. Anexo N° 04: Fotografías



#### 9.5. Anexo N° 05: Logotipos y cintillos



#### 9.6. Anexo N° 06: Niveles de Comprensión – Según Lozano.



## 9.7. Anexo N°07: Prueba de Conocimiento y Rúbrica de Evaluación

Se tomó como referencia el diario La República del día jueves 31 de mayo, 2018.

### ▪ Sección: Política

#### PRUEBA DE CONOCIMIENTO

El presente instrumento se realiza con el objetivo de: Evaluar si la infografía periodística como estrategia mejora la comprensión de la información de la sección Economía del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza” 2018.

Referencia: Se tomará en cuenta el diario “La República” – sección: Política, Pág. 8

Instrucciones: Por favor responda las siguientes preguntas, con toda sinceridad.

Sexo:

Edad:

1. ¿Cuál es el título de la noticia?
2. ¿Cuáles son las salas penales involucradas en la noticia?
3. ¿Quiénes son los magistrados (jueces) que intervienen en la noticia?
4. ¿Dónde fue el lugar donde se originó la noticia?
5. Escriba la idea principal de la noticia.
6. Escribe el orden en el que se desarrolló la información.
7. ¿Cuál es la causa que originó la noticia?

8. Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿Qué pasará en los próximos días?
9. Escriba dos ideas secundarias de la noticia.
10. Según tu punto de vista, ¿Por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?
11. ¿Cuál es el mensaje de la noticia?
12. Según tu punto de vista, ¿Por qué se realizó la recusación en el caso Humala?
13. Según tu punto de vista, ¿cuáles serían las consecuencias del caso Humala?
14. Formule una conclusión.
15. Proponga un nuevo título.
16. ¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?
17. Desde tu punto de vista, ¿Estás de acuerdo con la recusación que se realizó en el caso Humala? ¿Porqué?

18. Desde tu punto de vista, ¿Crees que los nuevos jueces en el caso Humala realizarán un buen trabajo? ¿Porqué?

19. ¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?

20. ¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?

GRACIAS.

## RÚBRICA DE EVALUACIÓN

**Prueba de conocimiento N°:**

**Edad:**

**Sexo:**

N°	ÍTEMS	CRITERIOS			P
1	¿Cuál es el título de la noticia?	Identifica el título correcto.  <b>(1 punto)</b>	Identifica el título, pero no escribe con claridad.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el título correcto.  <b>(0 puntos)</b>	
2	¿Cuáles son las salas penales involucradas en la noticia?	Identifica a las dos salas penales.  <b>(1 punto)</b>	Identifica una sala penal.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica ninguna sala penal.  <b>(0 puntos)</b>	
3	¿Quiénes son los magistrados (jueces) que intervienen en la noticia?	Identifica a los cinco jueces que intervienen en la noticia.  <b>(1 punto)</b>	Identifica al menos a 3 jueces que intervienen en la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica a los jueces que intervienen en la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
4	¿Dónde fue el lugar donde se originó la noticia?	Identifica el lugar donde se originó la noticia.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad el lugar donde se originó la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el lugar donde se originó la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
5	Escribe la idea principal de la noticia.	Identifica la idea principal.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la idea principal.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica la idea principal.  <b>(0 puntos)</b>	

6	Escribe el orden en el que se desarrolló la información.	Identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información.  <b>(1 punto)</b>	Identifica solamente algunas acciones en el que se desarrolló la información.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información.  <b>(0 puntos)</b>	
7	¿Cuál es la causa que originó la noticia?	Identifica la causa que originó la noticia.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
8	Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿Qué pasará en los próximos días?	Reconoce correctamente lo que pasará en los próximos días.  <b>(1 punto)</b>	Reconoce parcialmente lo que pasará en los próximos días.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica la acción que pasará en los próximos días.  <b>(0 puntos)</b>	
9	Escriba dos ideas secundarias de la noticia.	Identifica dos ideas secundarias de la noticia.  <b>(1 punto)</b>	Identifica solo una idea secundaria de la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica ninguna de las ideas secundarias de la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
10	Según tu punto de vista, ¿por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta.  <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta.  <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta.  <b>(0 puntos)</b>	

11	¿Cuál es el mensaje de la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
12	Según tu punto de vista, ¿Por qué se realizó la recusación en el caso Humala?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
13	Según tu punto de vista, ¿Cuáles serían las consecuencias del caso Humala?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
14	Formule una conclusión.	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
15	Proponga un nuevo título.	Precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0 puntos)</b>	
16	¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	

17	Desde tu punto de vista, ¿Estás de acuerdo con la recusación que se realizó en el caso Humala? ¿Porqué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
18	Desde tu punto de vista, ¿Crees que los nuevos jueces en el caso Humala realizarán un buen trabajo? ¿Porqué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
19	¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
20	¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					

Comprensión alta: 14 – 20

Comprensión regular: 7 – 13

Comprensión baja: 0 - 6

▪ **Sección: Economía**

**PRUEBA DE CONOCIMIENTO**

El presente instrumento se realiza con el objetivo de: Evaluar si la infografía periodística como estrategia mejora la comprensión de la información de la sección Economía del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza” 2018.

Referencia: Se tomará en cuenta el diario “La República” – sección: Economía, Pág. 14

Instrucciones: Por favor responda las siguientes preguntas, con toda sinceridad.

Sexo:

Edad:

1. ¿Cuál es el título de la noticia?
2. ¿Cuáles son las entidades públicas involucradas en la noticia?
3. ¿Quiénes son las personas que intervienen en la noticia?
4. ¿Dónde queda el lugar que se originó la noticia?
5. Escriba la idea principal de la noticia.
6. Escribe el orden en el que se desarrolló la información.
7. ¿Cuál es la causa que originó la noticia?
8. Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿Qué porcentajes subirá en la venta de los comerciantes?

9. Escriba dos ideas secundarias de la noticia.
  
10. Según tu punto de vista, ¿Por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?
  
11. ¿Cuál es el mensaje de la noticia?
  
12. Según tu punto de vista, ¿Cómo crees que la fiebre del Mundial Rusia 2018 ayudará a los comerciantes?
  
13. Según tu punto de vista, ¿Cuáles serían las consecuencias si la economía del país mejora?
  
14. Formule una conclusión.
  
15. Proponga un nuevo título.
  
16. ¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?
  
17. Desde tu punto de vista, ¿Estás de acuerdo que los comerciantes aprovechen la fiebre del Mundial Rusia 2018? ¿Por qué?
  
18. Desde tu punto de vista, ¿Crees que las personas se identifican con el país al comprar varios artículos a los comerciantes con temas del Mundial Rusia 2018? ¿Por qué?

19. ¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?

20. ¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?

GRACIAS.

## RÚBRICA DE EVALUACIÓN

**Prueba de conocimiento N°:**

**Edad:**

**Sexo:**

N°	ÍTEMS	CRITERIOS			P
1	¿Cuál es el título de la noticia?	Identifica el título correcto.  <b>(1 punto)</b>	Identifica el título, pero no escribe con claridad.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el título correcto.  <b>(0 puntos)</b>	
2	¿Cuáles son las entidades públicas involucradas en la noticia?	Identifica a las dos entidades involucradas.  <b>(1 punto)</b>	Identifica una entidad involucrada.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica ninguna de las empresas involucradas.  <b>(0 puntos)</b>	
3	¿Quiénes son las personas que intervienen en la noticia?	Identifica a los tres personajes que intervienen en la noticia.  <b>(1 punto)</b>	Identifica uno o dos personajes que intervienen en la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica a los personajes que intervienen en la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
4	¿Dónde fue el lugar donde se originó el desacuerdo?	Identifica el lugar donde se originó el desacuerdo.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad el lugar donde se originó el desacuerdo.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el lugar donde se originó el desacuerdo.  <b>(0 puntos)</b>	

5	Escriba la idea principal de la noticia.	Identifica la idea principal. <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la idea principal. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica la idea principal. <b>(0 puntos)</b>	
6	Escribe el orden en el que se desarrolló la información.	Identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información. <b>(1 punto)</b>	Identifica solamente algunas acciones en el que se desarrolló la información. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información. <b>(0 puntos)</b>	
7	¿Cuál es la causa que originó la noticia?	Identifica la causa que originó la noticia. <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia. <b>(0 puntos)</b>	
8	Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿Qué porcentajes subirá en la venta de los comerciantes?	Reconoce correctamente los porcentajes (%) que subirá en la venta de los comerciantes <b>(1 punto)</b>	Reconoce parcialmente los porcentajes (%) que subirá en la venta de los comerciantes <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica los porcentajes (%) que subirá en la venta de los comerciantes <b>(0 puntos)</b>	
9	Escriba dos ideas secundarias de la noticia.	Identifica dos ideas secundarias de la noticia. <b>(1 punto)</b>	Identifica solo una idea secundaria de la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica ninguna de las ideas secundarias de la noticia. <b>(0 puntos)</b>	

10	Según tu punto de vista, ¿Por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
11	¿Cuál es el mensaje de la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
12	Según tu punto de vista, ¿Cómo crees que la fiebre del Mundial Rusia 2018 ayudará a los comerciantes?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
13	Según tu punto de vista, ¿Cuáles serían las consecuencias si la economía del país mejora?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
14	Formule una conclusión.	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	

15	Proponga un nuevo título.	Precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0 puntos)</b>	
16	¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
17	Desde tu punto de vista, ¿estás de acuerdo que los comerciantes aprovechen la fiebre del Mundial Rusia 2018? ¿Porqué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
18	Desde tu punto de vista, ¿crees que las personas se identifican con el país al comprar varios artículos a los comerciantes con temas del Mundial Rusia 2018? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	

19	¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
20	¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					

Comprensión alta: 14 – 20

Comprensión regular: 7 – 13

Comprensión baja: 0 - 6

▪ **Sección: Deportes**

**PRUEBA DE CONOCIMIENTO**

El presente instrumento se realiza con el objetivo de: Evaluar si la infografía periodística como estrategia mejora la comprensión de la información de la sección Economía del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza” 2018.

Referencia: Se tomará en cuenta el diario “La República” – sección: Deporte, Pág. 26

Instrucciones: Por favor responda las siguientes preguntas, con toda sinceridad.

Sexo:

Edad:

1. ¿Cuál es el título de la noticia?
2. ¿Quiénes son los personajes de la noticia?
3. ¿Quiénes son las personas que intervienen en la noticia? Menciona a 3
4. ¿Dónde fue el lugar donde se originó la noticia?
5. Escriba la idea principal de la noticia.
6. Escribe el orden en el que se desarrolló la información.
7. ¿Cuál es la causa que originó la noticia?
8. Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿A dónde viajará la selección peruana?

9. Escriba dos ideas secundarias de la noticia.
  
10. Según tu punto de vista, ¿por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?
  
11. ¿Cuál es el mensaje de la noticia?
  
12. Según tu punto de vista, ¿Cómo se sintió la selección peruana con la despedida que tuvo?
  
13. Según tu punto de vista, ¿El bus lleno de novias es una cábala para el entrenador de la selección peruana? ¿Por qué?
  
14. Formule una conclusión.
  
15. Proponga un nuevo título.
  
16. ¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?
  
17. Desde tu punto de vista, ¿Estás de acuerdo con la despedida que realizaron los hinchas a la selección peruana? ¿Por qué?
  
18. Desde tu punto de vista, ¿Crees que la selección peruana realizará un buen papel el mundial Rusia 2018? ¿Por qué?

19. ¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?

20. ¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?

GRACIAS.

## RÚBRICA DE EVALUACIÓN

**Prueba de conocimiento N°:**

**Edad:**

**Sexo:**

N°	ÍTEMS	CRITERIOS			P
1	¿Cuál es el título de la noticia?	Identifica el título correcto.  <b>(1 punto)</b>	Identifica el título, pero no escribe con claridad.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el título correcto.  <b>(0 puntos)</b>	
2	¿Quiénes son los personajes de la noticia?	Identifica a los dos personajes de la noticia.  <b>(1 punto)</b>	Identifica un personaje de la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica ningún personaje de la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
3	¿Quiénes son las personas que intervienen en la noticia? Menciona a 3	Identifica a las tres personas que intervienen en la noticia.  <b>(1 punto)</b>	Identifica uno o dos personas que intervienen en la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica a las personas que intervienen en la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
4	¿Dónde fue el lugar donde se originó la noticia?	Identifica el lugar donde se originó la noticia.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad el lugar donde se originó la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el lugar donde se originó la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
5	Escribe la idea principal de la noticia.	Identifica la idea principal.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la idea principal.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica la idea principal.  <b>(0 puntos)</b>	

6	Escribe el orden en el que se desarrolló la información.	Identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información. <b>(1 punto)</b>	Identifica solamente algunas acciones en el que se desarrolló la información. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información. <b>(0 puntos)</b>	
7	¿Cuál es la causa que originó la noticia?	Identifica la causa que originó la noticia. <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia. <b>(0 puntos)</b>	
8	Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿A dónde viajará la selección peruana?	Reconoce correctamente el destino de la selección peruana. <b>(1 punto)</b>	Reconoce parcialmente el destino de la selección peruana. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el destino de la selección peruana. <b>(0 puntos)</b>	
9	Escriba dos ideas secundarias de la noticia.	Identifica dos ideas secundarias de la noticia. <b>(1 punto)</b>	Identifica solo una idea secundaria de la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica ninguna de las ideas secundarias de la noticia. <b>(0 puntos)</b>	
10	Según tu punto de vista, ¿Por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	

11	¿Cuál es el mensaje de la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
12	Según tu punto de vista, ¿Cómo se sintió la selección peruana con la despedida que tuvo?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
13	Según tu punto de vista, ¿El bus lleno de novias es una cábala para el entrenador de la selección peruana? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
14	Formule una conclusión.	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
15	Proponga un nuevo título.	Precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0 puntos)</b>	
16	¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	

17	Desde tu punto de vista, ¿estás de acuerdo con la despedida que realizaron los hinchas a la selección peruana? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
18	Desde tu punto de vista, ¿crees que la selección peruana realizará un buen papel el mundial Rusia 2018? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
19	¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
20	¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					

Comprensión alta: 14 – 20

Comprensión regular: 7 – 13

Comprensión baja: 0 - 6

▪ **Sección: Sociedad**

**PRUEBA DE CONOCIMIENTO**

El presente instrumento se realiza con el objetivo de: Evaluar si la infografía periodística como estrategia mejora la comprensión de la información de la sección Economía del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza” 2018.

Referencia: Se tomará en cuenta el diario “La República” – sección: Sociedad, Pág. 35

Instrucciones: Por favor responda las siguientes preguntas, con toda sinceridad.

Sexo:

Edad:

1. ¿Cuál es el título de la noticia?
2. ¿Cuáles es la entidad pública involucrada en la noticia?
3. ¿Quiénes son los personajes que intervienen en la noticia?
4. ¿Dónde fue el lugar donde se originó la noticia?
5. Escriba la idea principal de la noticia.
6. Escribe el orden en el que se desarrolló la información.
7. ¿Cuál es la causa que originó la noticia?
8. Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿Cuántos kilos de clorhidrato de cocaína se logró incautar?

9. Escriba dos ideas secundarias de la noticia.
  
10. Según tu punto de vista, ¿Por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?
  
11. ¿Cuál es el mensaje de la noticia?
  
12. Según tu punto de vista, ¿Crees que los narcotraficantes capturados tienen relación con carteles extranjeros?
  
13. Según tu punto de vista, ¿Cuál serían las consecuencias para los narcotraficantes capturados?
  
14. Formule una conclusión.
  
15. Proponga un nuevo título.
  
16. ¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?
  
17. Desde tu punto de vista, ¿Estás de acuerdo que los policías realicen un seguimiento a estos casos, antes de la operación? ¿Por qué?
  
18. Desde tu punto de vista, ¿Crees los policías están realizando un buen trabajo en contra del narcotráfico? ¿Por qué?

19. ¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?

20. ¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?

GRACIAS.

## RÚBRICA DE EVALUACIÓN

**Prueba de conocimiento N°:**

**Edad:**

**Sexo:**

N°	ÍTEMS	CRITERIOS			P
1	¿Cuál es el título de la noticia?	Identifica el título correcto.  <b>(1 punto)</b>	Identifica el título, pero no escribe con claridad.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el título correcto.  <b>(0 puntos)</b>	
2	¿Cuáles es la entidad pública involucrada en la noticia?	Identifica a la entidad pública involucrada en la noticia  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad a la entidad pública involucrada en la noticia  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica a la entidad pública involucrada en la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
3	¿Quiénes son los personajes que intervienen en la noticia?	Identifica a los 12 narcotraficantes capturados y al general del Dirandro.  <b>(1 punto)</b>	Identifica a uno de los personajes que intervienen en la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica a ninguno de los personajes que intervienen en la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
4	¿Dónde fue el lugar donde se originó el desacuerdo?	Identifica el lugar donde se originó el desacuerdo.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad el lugar donde se originó el desacuerdo.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el lugar donde se originó el desacuerdo.  <b>(0 puntos)</b>	

5	Escribe la idea principal de la noticia.	Identifica la idea principal. <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la idea principal. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica la idea principal. <b>(0 puntos)</b>	
6	Escribe el orden en el que se desarrolló la información.	Identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información. <b>(1 punto)</b>	Identifica solamente algunas acciones en el que se desarrolló la información. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información. <b>(0 puntos)</b>	
7	¿Cuál es la causa que originó la noticia?	Identifica la causa que originó la noticia. <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia. <b>(0 puntos)</b>	
8	Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿Cuántos kilos de clorhidrato de cocaína se logró incautar?	Reconoce correctamente los kilos que lograron incautar. <b>(1 punto)</b>	Reconoce parcialmente los kilos que lograron incautar. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica los kilos que lograron incautar. <b>(0 puntos)</b>	
9	Escriba dos ideas secundarias de la noticia.	Identifica dos ideas secundarias de la noticia. <b>(1 punto)</b>	Identifica solo una idea secundaria de la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica ninguna de las ideas secundarias de la noticia. <b>(0 puntos)</b>	

10	Según tu punto de vista, ¿Por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
11	¿Cuál es el mensaje de la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
12	Según tu punto de vista, ¿Crees que los narcotraficantes capturados tienen relación con carteles extranjeros?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
13	Según tu punto de vista, ¿Cuál serían las consecuencias para los narcotraficantes capturados?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
14	Formule una conclusión.	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
15	Proponga un nuevo título.	Precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0 puntos)</b>	

16	¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>
17	Desde tu punto de vista, ¿Estás de acuerdo que los policías realicen un seguimiento a estos casos, antes de la operación? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>
18	Desde tu punto de vista, ¿Crees los policías están realizando un buen trabajo en contra del narcotráfico? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0 puntos)</b>
19	¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>
20	¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>
<b>PUNTAJE TOTAL</b>				

Comprensión alta: 14 – 20

Comprensión regular: 7 – 13

Comprensión baja: 0 - 6

▪ **Sección: Ocio y Cultura**

**PRUEBA DE CONOCIMIENTO**

El presente instrumento se realiza con el objetivo de: Evaluar si la infografía periodística como estrategia mejora la comprensión de la información de la sección Economía del diario La República en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza” 2018.

Referencia: Se tomará en cuenta el diario “La República” – sección: Ocio y Cultura, Pág. 29

Instrucciones: Por favor responda las siguientes preguntas, con toda sinceridad.

Sexo:

Edad:

1. ¿Cuál es el título de la noticia?
2. ¿Cuál es la entidad pública involucrada en la noticia?
3. ¿Quién es la persona que interviene en la noticia?
4. ¿Dónde será el lugar del sepelio?
5. Escriba la idea principal de la noticia.
6. Escribe el orden en el que se desarrolló la información.
7. ¿Cuál es la causa que originó la noticia?
8. Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿Cuándo se realizará el sepelio?

9. Escriba dos ideas secundarias de la noticia.
  
10. Según tu punto de vista, ¿Por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?
  
11. ¿Cuál es el mensaje de la noticia?
  
12. Según tu punto de vista, ¿Por qué falleció el Gordo “Casaretto”?
  
13. Según tu punto de vista, ¿cuáles hubieran sido las consecuencias si el Gordo “Casaretto” hubiera cuidado mejor su salud?
  
14. Formule una conclusión.
  
15. Proponga un nuevo título.
  
16. ¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?
  
17. Desde tu punto de vista, ¿Estás de acuerdo que sus restos sean velados en la sala Mochica de Ministerio de Cultura? ¿Porqué?
  
18. Desde tu punto de vista, ¿Crees el sepelio se debe realizar en el cementerio Campo Fe de Puente Piedra?
  
19. ¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?

20. ¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?

GRACIAS.

## RÚBRICA DE EVALUACIÓN

**Prueba de conocimiento N°:**

**Edad:**

**Sexo:**

N°	ÍTEMS	CRITERIOS			P
1	¿Cuál es el título de la noticia?	Identifica el título correcto.  <b>(1 punto)</b>	Identifica el título, pero no escribe con claridad.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el título correcto.  <b>(0 puntos)</b>	
2	¿Cuál es la entidad pública involucrada en la noticia?	Identifica a la entidad pública involucrada en la noticia.  <b>(1 punto)</b>	Identifica unas palabras de la entidad pública involucrada en la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica a la entidad pública involucrada en la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
3	¿Quién es la persona que interviene en la noticia?	Identifica a la persona que interviene en la noticia  <b>(1 punto)</b>	Identifica solo el nombre o apellido de la persona que interviene en la noticia  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica a la persona que interviene en la noticia  <b>(0 puntos)</b>	
4	¿Dónde será el lugar del sepelio?	Identifica el lugar donde será el sepelio.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad el lugar del sepelio.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el lugar del sepelio.  <b>(0 puntos)</b>	
5	Escribe la idea principal de la noticia.	Identifica la idea principal.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la idea principal.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica la idea principal.  <b>(0 puntos)</b>	

6	Escribe el orden en el que se desarrolló la información.	Identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información.  <b>(1 punto)</b>	Identifica solamente algunas acciones en el que se desarrolló la información.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el orden de las acciones en el que se desarrolló la información.  <b>(0 puntos)</b>	
7	¿Cuál es la causa que originó la noticia?	Identifica la causa que originó la noticia.  <b>(1 punto)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica con claridad la causa que originó la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
8	Según lo que pudo conocer el diario La República, ¿Cuándo se realizará el sepelio?	Reconoce correctamente el día en el cual se desarrollará el sepelio.  <b>(1 punto)</b>	Reconoce parcialmente el día en el cual se desarrollará el sepelio.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica el día en el cual se desarrollará el sepelio.  <b>(0 puntos)</b>	
9	Escriba dos ideas secundarias de la noticia.	Identifica dos ideas secundarias de la noticia.  <b>(1 punto)</b>	Identifica solo una idea secundaria de la noticia.  <b>(0.5 puntos)</b>	No identifica ninguna de las ideas secundarias de la noticia.  <b>(0 puntos)</b>	
10	Según tu punto de vista, ¿Por qué crees que el periodista decidió desarrollar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta.  <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta.  <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta.  <b>(0 puntos)</b>	

11	¿Cuál es el mensaje de la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
12	Según tu punto de vista, ¿Por qué falleció el Gordo “Casaretto”?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
13	Según tu punto de vista, ¿Cuáles hubieran sido las consecuencias si el Gordo “Casaretto” hubiera cuidado mejor su salud?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
14	Formule una conclusión.	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
15	Proponga un nuevo título.	Precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0.5 puntos)</b>	No precisa el sujeto y la acción de la noticia. <b>(0 puntos)</b>	
16	¿Te pareció interesante la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	

17	Desde tu punto de vista, ¿Estás de acuerdo que sus restos sean velados en la sala Mochica de Ministerio de Cultura? ¿Porqué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
18	Desde tu punto de vista, ¿Crees el sepelio se debe realizar en el cementerio Campo Fe de Puente Piedra?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
19	¿Fue fácil comprender la noticia? ¿Por qué?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
20	¿Cuál crees que fue el objetivo del periodista al realizar la noticia?	Argumenta correctamente la respuesta. <b>(1 punto)</b>	Le falta precisión en la respuesta. <b>(0.5 puntos)</b>	No argumenta la respuesta. <b>(0 puntos)</b>	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					

Comprensión alta: 14 – 20

Comprensión regular: 7 – 13

Comprensión baja: 0 - 6

**9.8. Anexo N° 8: Fotografías del Grupo experimental y Grupo de control**





