

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



Twitter como herramienta del periodismo de declaraciones con mayor incidencia en las noticias políticas de las plataformas online de medios de comunicación: "Caso Kenji Fujimori en 2017 y 2018"

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en
Periodismo que presenta:

Jennifer Andrea Valqui Obregon

Asesor:

Gerardo Alonso Caballero Rojas

Lima, 2022



DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios por darme fuerzas para afrontar cada etapa de mi vida. Asimismo, a mi familia por ser mi inspiración y mi motivación durante estos meses y, en especial, a mis abuelos, Petronila Obregon y Mauro Obregon, quienes fueron unos guerreros en esta pandemia de la COVID-19 y ahora me guían desde el cielo. Mi gratitud y amor está con ellos.



AGRADECIMIENTO

A mi asesor y editor de esta tesis, Gerardo Caballero, por el compromiso y la comprensión durante todo el proceso.

A los comunicadores entrevistados por su tiempo y conocimientos brindados.

Y a todos los que me apoyaron con sus sugerencias y/o comentarios constructivos.

RESUMEN

El presente trabajo analiza la estrategia de comunicación empleada por el entonces congresista de la República Kenji Fujimori en Twitter, así como el uso que los periodistas de medios digitales dieron a sus publicaciones con la mencionada red social.

La investigación encuentra que Twitter se convirtió en el único canal de comunicación de Kenji Fujimori, cuya unidireccionalidad, accesibilidad e inmediatez reforzó el desarrollo de un periodismo de declaraciones.

El trabajo está acotado desde enero del 2017 hasta marzo del 2018, y a las plataformas digitales de *Perú21*, *El Comercio* y *La República*.

En esta tesis, se recurre al análisis de contenido, así como a la entrevista a seis periodistas de las secciones de Política de los referidos medios digitales, quienes brindan detalles sobre la producción de información relacionada a Kenji Fujimori. Asimismo, se entrevistó a Alexei Toledo, quien fue asesor político del ex congresista, para que explique las fases de la estrategia de comunicación en redes sociales.

La conclusión del trabajo de investigación es que Twitter es una herramienta inmediata, coyuntural, conflictiva y actualizada, que alienta y refuerza las prácticas de un periodismo de declaraciones y cierta tendencia de los periodistas a utilizar las tendencias de redes sociales al momento de elegir los temas para informar.

Palabras claves: Twitter, periodismo de declaraciones, comunicación política, producción de noticias, tuits, herramientas de tendencia

ABSTRACT

This research analyzes the communication strategy used by the then Congressman of the Republic Kenji Fujimori on Twitter, as well as the use that digital media journalists gave to their publications with the aforementioned social network.

The investigation finds that Twitter became the only communication channel for Kenji Fujimori, whose unidirectionality, accessibility and immediacy reinforced the development of statement journalism.

Also, it is limited from January 2017 to March 2018, and to the digital platforms of *Perú21*, *El Comercio* and *La República*.

In this thesis, content analysis is used, as well as an interview with six journalists from the Politics sections of the aforementioned digital media, who provide details on the production of information related to Kenji Fujimori. Likewise, Alexei Toledo, who was a political advisor to the former congressman, was interviewed to explain the phases of the communication strategy on social networks.

The conclusion of the research work is that Twitter is an immediate, conjunctural, conflictive and up-to-date tool that encourages and reinforces the practices of statement journalism and a certain tendency for journalists to use social media trends when choosing topics to inform.

Keywords: Twitter, statement journalism, political communication, news production, tweets, trending tools

ÍNDICE

Introducción	i
Capítulo I: Marco Teórico	
1.1. Twitter como herramienta de comunicación política	1
1.1.1. Surgimiento del Twitter	1
1.1.2. Un acercamiento a la comunicación política	2
1.1.3. Herramientas de la comunicación política actual	3
1.1.4. La relación entre Twitter y los políticos	5
1.2. Twitter como fuente y herramienta del periodismo declarativo	6
1.2.1. Introducción al periodismo de declaraciones	6
1.2.1.1. Ventajas de las declaraciones	7
1.2.1.2. Desventajas de las declaraciones	9
1.3. Declaraciones/tuits como fuentes de información política	11
1.3.1. Conceptualizando a “la fuente periodística”	12
1.3.2. Los políticos y sus declaraciones	13
1.3.3. Declaraciones en los medios masivos	14
1.4. Declaraciones/tuits como herramientas del periodismo digital	16
1.4.1. Rutinas y herramientas de periodismo digital	17
1.4.1.1. Google Trends	17
1.4.1.2. Redes sociales	20
1.4.2. Tuits como aliados en la producción de noticias políticas	23
Capítulo II: Metodología	25
Capítulo III: Resultados y Discusión	
3.1. Análisis del objeto de estudio: Caso Kenji Fujimori	27
3.1.1. Introducción: Lo inicios en la esfera política	27

3.1.2. Kenji en Twitter	29
3.1.3. Estrategia de comunicación política ¿efectiva?	30
3.1.3.1. Primera fase del plan estratégico: Los tuits de Kenji	31
3.1.3.2. Segunda fase del plan estratégico: Simbolismos y prensa	37
3.1.3.2.1. Tensión entre Fuerza Popular y los tuits de Kenji: Caso Ley Mordaza	37
3.1.3.2.2. Proceso disciplinario de Fuerza Popular a Kenji ¿por sus tuits? ...	39
3.1.3.2.3. El indulto al líder del Fujimorismo a cambio de no vacar a PPK: ¿Victoria de Kenji?	44
3.1.3.2.4. Desintegración de Fuerza Popular: ¿El fin de la era de Kenji y sus tuits?	49
3.2. Twitter como aliado del periodismo declarativo en 2017-2018	53
3.2.1. Los tuits de Kenji como herramienta del periodismo declarativo	55
3.2.1.1. Twitter para los periodistas web de <i>Perú21</i> , <i>El Comercio</i> y <i>La República</i>	55
3.2.1.2. Los tuits de Kenji como noticia	59
3.2.1.2.1. Criterios de elección del tema: Caso Kenji Fujimori	59
a) Herramientas de Google	59
b) Herramienta de Twitter: “Tendencias para ti”	62
3.2.1.2.2. Los tuits como fuentes del periodismo de declaraciones: Caso Kenji Fujimori	64
a) Sanción disciplinaria contra Kenji	64
b) Nuevo proceso disciplinario para Kenji	70
c) Indulto a Alberto Fujimori	75
d) Expulsión de Fuerza Popular y formación de los ‘ <i>Avengers</i> ’	83

e) Los <i>Kenjivideos</i>	92
Conclusiones y recomendaciones	102
Bibliografía	108
Anexos	120



Lista de Gráfico y Tablas

Gráfico 1. <i>Características del periodismo digital y el periodismo declarativo</i>	54
Tabla 1. <i>Características del Twitter, según los periodistas entrevistados</i>	59
Tabla 2. <i>Características de las noticias con tuits de los casos más destacados de Kenji</i>	97



Lista de Figuras

Figura 1. <i>Tuit de Biden contra Putin</i>	8
Figura 2. <i>La relación de Biden y Putin reflejada en los medios</i>	8
Figura 3. <i>Nota de Willax sobre la Gran Marcha por la vacancia</i>	10
Figura 4. <i>Nota sobre la decisión de América TV frente a la proclamación de Castillo</i>	11
Figura 5. <i>Tuits de Oscar Ugarte y Kenji Fujimori en los noticieros televisivos</i>	15
Figura 6. <i>Resultado de búsqueda en Google Trends</i>	18
Figura 7. <i>Medios americanos informando sobre el terremoto ocurrido en California</i>	19
Figura 8. <i>Secciones de tendencias en Twitter y Facebook</i>	21
Figura 9. <i>Tuit de Kenji sobre caso Sodalicio</i>	33
Figura 10. <i>Encuesta de aprobación de Kenji Fujimori</i>	35
Figura 11. <i>Primeros avatares de Kenji Fujimori en Twitter</i>	36
Figura 12. <i>Tuit de Kenji sobre caso Ley Mordaza</i>	38
Figura 13. <i>Tuit de respuesta tras proceso disciplinario</i>	40
Figura 14. <i>Siguientes respuestas de Kenji tras el proceso disciplinario</i>	41
Figura 15. <i>Caricatura sobre Kenji y sus tuits</i>	41
Figura 16. <i>Última respuesta de Kenji tras el proceso disciplinario</i>	43
Figura 17. <i>Kenji le responde a su bancada con un avatar</i>	44
Figura 18. <i>Respuesta de Kenji tras no vacar a PPK</i>	45
Figura 19. <i>Tuits de Kenji tras el indulto de su padre</i>	47
Figura 20. <i>Estadística de aprobación de Kenji y de Keiko, entre 2017 y marzo de 2018</i>	47
Figura 21. <i>Tuit sobre los objetivos de Kenji en el 2017 y 2018</i>	48
Figura 22. <i>Tuit de renuncia de Kenji a Fuerza Popular</i>	50
Figura 23. <i>Los avatares de Los Avengers</i>	51
Figura 24. <i>Aprobación comparativa entre Kenji y Keiko del primer trimestre de 2018</i>	53

Figura 25. <i>Tendencia de búsqueda entre Keiko y Kenji</i>	60
Figura 26. <i>Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 16-22 de julio de 2017</i>	64
Figura 27. <i>Video de respuesta de Twitter ante la sanción disciplinaria</i>	65
Figura 28. <i>Noticia sobre la suspensión de Kenji en Perú21</i>	66
Figura 29. <i>Noticia sobre la suspensión de Kenji en El Comercio</i>	67
Figura 30. <i>Noticia sobre la suspensión de Kenji en La República</i>	68
Figura 31. <i>Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 24-30 de septiembre de 2017</i>	70
Figura 32. <i>Tuits de Kenji como respuesta al nuevo proceso disciplinario</i>	71
Figura 33. <i>Noticia sobre el nuevo proceso contra Kenji en Perú21</i>	72
Figura 34. <i>Noticia sobre el nuevo proceso contra Kenji en El Comercio</i>	73
Figura 35. <i>Noticia sobre el nuevo proceso contra Kenji en La República</i>	74
Figura 36. <i>Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 24-30 de diciembre de 2017</i>	75
Figura 37. <i>Tuits de Kenji tras el indulto de Alberto Fujimori</i>	76
Figura 38. <i>Noticias sobre el indulto y la respuesta de Kenji en Perú21</i>	77
Figura 39. <i>Noticias sobre el indulto y la respuesta de Kenji en El Comercio</i>	79
Figura 40. <i>Noticias sobre el indulto y la respuesta de Kenji en La República</i>	81
Figura 41. <i>Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 28 de enero -3 de febrero de 2018</i>	83
Figura 42. <i>Tuits de Kenji sobre el nuevo grupo “Los Avengers”</i>	83
Figura 43. <i>Noticia sobre los Avengers en Perú21</i>	85
Figura 44. <i>Noticia sobre los Avengers en El Comercio</i>	88
Figura 45. <i>Noticia sobre los Avengers en La República</i>	91

Figura 46. Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 18-24 de marzo de 2018	92
Figura 47. Único tuit tras los Kenjivideos	92
Figura 48. Noticia sobre Cambio 21 y los Kenjivideos en Perú21	93
Figura 49. Noticia sobre Cambio 21 y los Kenjivideos en El Comercio	95
Figura 50. Noticia sobre Cambio 21 y los Kenjivideos en La República	96
Figura 51. Las declaraciones de Kenji Fujimori en las noticias de Perú21, El Comercio y La República	100
Figura 52. Las declaraciones en redes sociales de Kenji Fujimori	101



Lista de Anexos

Anexo I. <i>Matriz de declaraciones de Kenji Fujimori en los diarios Perú21, El Comercio y La República</i>	120
Anexo II. <i>Guía de entrevista para los periodistas de los diarios Perú21, El Comercio y La República</i>	158
Anexo III. <i>Guía de entrevista para el asesor político de Kenji Fujimori entre 2017-2018</i>	159



Introducción

1. Estado de la cuestión

Ante una nueva era digital, muchos medios de comunicación tenían que adaptarse a otro formato. Así aparece la comunicación digital. Como señalan Gómez, Ortiz y Concepción (2011), “la utilización de estos nuevos medios es una realidad que no se puede negar ante el avance tecnológico y el manejo cada vez más amplio en los países desarrollados”. Un claro ejemplo es el de Estados Unidos, en 1992, donde los diarios *Los Angeles Times*, *Newsday*, *The New York Times*, *Le Monde*, *Today*, *The Washington Post*, *USA* y *The Examiner* crearon un sitio web y, un par de años después, lograron que sean muy leídos en la web (Sánchez, 2007, citado en Díaz, 2017). En contraste, el cambio en Latinoamérica demoró en notarse.

Centrándonos en el caso peruano, los periodistas no optaron por la nueva modalidad hasta 1995, cuando la revista *Caretas* llegó a un acuerdo con la Red Científica Peruana (RCP). El resultado fue positivo, ya que no solo los usuales lectores de la revista accedieron a ella, sino también los miles de ciudadanos peruanos residentes en el extranjero. Este gran alcance llamó la atención de otros medios peruanos como *La República*¹, “la cual incorporó también una versión digital que llegó a ser el primer periódico peruano en elaborar una edición en internet” (Yezer'ska, 2008). Los diarios *El Peruano* y *El Comercio* se unieron meses después.

Con el surgimiento de las redes sociales en el siglo XXI, no solo los periodistas, sino el estilo de vida del resto de las personas cambió, creando y fortaleciendo nuevas relaciones. Esa tecnología aplicada a la comunicación modificó “el modo de hablar, de consumir, de trabajar, de acceder a la información y de pensar” (D’Adamo, 2007, citado por Gómez, Ortiz y Concepción, 2011). Con el paso del tiempo y el uso masivo de estas redes, nace el interés por indagar sobre ellas y su relación con otros campos académicos, como la política.

¹ Se unió el 15 de mayo de 1996.

Uno de ellos es el estudio elaborado por la agencia de comunicación *Apple Tree Communications* (2011), el cual señala que “en la mayoría de los casos, el uso de Twitter [fue] claramente electoralista” (citado por Mancera y Pano, 2013). El caso más investigado fue el de Barack Obama², quien empleó las redes sociales, principalmente Twitter, en el ámbito de la comunicación política, para su campaña y logró la victoria en el 2008 (Castells, 2009).

Otro tema fue realizado por Omar Rincón (2011), el cual trata sobre la campaña presidencial del 2010 en Colombia. El autor analizó la campaña en medios sociales de Antanas Mockus, destacando que “fue Twitter su escenario predilecto para plantear temas y conocer qué pensaban sus seguidores [...] El impacto estaba en que sus seguidores masificaban su mensaje y los medios de comunicación lo retomaban” (p. 81). “Sin gastar mucho dinero, la campaña puso a disposición de sus seguidores afiches y materiales propagandísticos en la red, donde, además, sus amigos suben canciones y videos”, informó Salazar (2010) en la BBC. Este caso permite visibilizar la relación existente entre el Twitter, el político, los seguidores y los medios de comunicación.

No obstante, existe un estudio que contextualiza el uso de Twitter más allá de la fase electoral. Este fue realizado por Justel, Fernández, Victoria y Lacasa (2018), quienes explican cómo las declaraciones realizadas a través de Twitter por el ex presidente de Estados Unidos, Donald Trump, durante el primer año de legislatura, son utilizadas como fuente por los periodistas del diario *The New York Times*.

El alcance de este medio social ha crecido no solo en Estados Unidos y Colombia, sino también en el resto del mundo. Aquí, en Perú, Twitter también se ha vinculado a la política, permitiendo que algunos se vuelvan líderes políticos. Está el caso de las elecciones municipales por la

² Él es también el usuario con mayores seguidores en el mundo, pues supo posicionarse no solo políticamente, sino también digitalmente.

alcaldía de Lima en el año 2010, donde Susana Villarán y Lourdes Flores se enfrentaban. Si bien, ambas optaron por usar las mismas redes sociales; es decir, no solo el Twitter, sino también el Facebook como parte de su campaña, la gestión de ellas las diferenció totalmente.

Según la periodista Esther Vargas:

“las cuentas de Susana Villarán eran muy cercanas y coloquiales. Incluso twitteaba con sus potenciales regidores, demostrando un trabajo en equipo. Mientras que las de Lourdes Flores eran lejanas, frías, sosas, sin sustento y aburridas, además que careció de comunicación permanente. Todo ello generó como consecuencia el abandono de las redes sociales al término de la contienda y la derrota electoral” (citado por Pérez, 2012).

Este resultado coincide con lo señalado por Mancera y Pano (2013), quienes consideran “fundamental que los políticos abran perfiles en Twitter, ya que dicho canal les permite interactuar con los ciudadanos y acercarse a ellos, ofreciendo una imagen positiva”. En el mismo estudio, además, se introduce “el discurso político” que cada personaje político muestra a través de las redes sociales, y en este caso el Twitter. Esto sucede con Kenji Fujimori, quien es conocido no solo por ser uno de los congresistas que usa Twitter con gran frecuencia, sino también que genera polémica a los ciudadanos y, sobre todo, a los medios de comunicación – mediante la *agenda setting*, que determina lo importante del país y del mundo- con los tuits que publica.

Estas características de fácil acceso al Twitter e incertidumbre por un acontecimiento importante llaman la atención nuevamente de los medios peruanos de comunicación. Así sucedió con la campaña ciudadana digital “Adopta un congresista”, la cual exigía a los congresistas que informen públicamente sus gastos operativos. Asimismo, está la protesta contra la fábrica de helados D’Onofrio, manifestada a través de las redes sociales Facebook y

Twitter. Un tercer caso fue el del “incendio que afectó a cientos de familias de la comunidad shipiba de Cantagallo en la capital peruana” (Agencia Andina, 2016, citado por Pichihua, 2017). Gracias a la difusión de los vecinos y autoridades municipales por Twitter, los medios de comunicación lograron transmitirlo. Tanto los primeros dos ejemplos mencionados por Chauca (2012), como el tercero consiguieron una presencia significativa en los medios en nuestro país.

Sin embargo, existieron hechos que llegaron a ser noticia internacional. Uno de ellos es la marcha “Ni una menos”, una protesta en contra de la violencia a la mujer. Esta noticia se conoció gracias a los hashtags creados por los usuarios, los cuales también se volvieron tendencia.

Existen más situaciones que muestran al Twitter como un aliado de la información, ya sea para noticias sociales, deportivas, de entretenimiento, y hasta políticas (sección en la que se centra esta investigación), no obstante, de todos los casos que se acaban de mostrar, está claro que son las declaraciones a través de esa red las que estructuran nuevos formatos y permiten que los periodistas, o incluso la ciudadanía, sean testigos y sigan informando.

Especialistas como el catedrático Andreu Casero Ripollés (2012), consideran esto como un periodismo “preminentemente declarativo”, pues replicar o compartir las declaraciones de líderes de opinión, como algunos políticos, se convierte “en el ingrediente principal de esta práctica informativa”. Si bien, la práctica tradicional de repreguntar en una entrevista cambia, la predominancia de las noticias políticas asciende y los periodistas tendrían un trabajo constante ahí. Incluso con ello, estos actores imponen, de cierta forma, “su agenda temática a los periodistas y que se incremente el peso de la autorreferencialidad” (p. 40).

Si bien es una práctica poco hablada hoy en día, o algunos periodistas prefieren obviar el término, esto viene desde el siglo XX, época en que los contenidos eran replicados “en los

medios impresos y audiovisuales, y [...] en las plataformas digitales desde los primeros años de este siglo (XXI)” (Vásquez, 2006, p. 11, citado por Munive, 2016, p. 43). Fue gracias a las herramientas de la tecnología que se han experimentado nuevas opciones para la profesión periodística, específicamente, aunque autores como Lecheler y Kruikeimeier (2016³), señalen, en su estudio “*Re-evaluating journalistic routines in a digital age*”, que así las redes sociales sean usadas en las noticias, no impactan en la agenda periodística como se desea (citado en Pichihua, 2017, p.18). En esta investigación se demostrará que eso está cambiando y que incluso ha permitido que el periodismo de declaraciones siga creciendo.

1.1. Problemática del estudio

La presente investigación explicará cómo el Twitter no solo se convirtió en una fuente de información, como varios estudios lo han confirmado, sino que se volvió la herramienta ideal para una estrategia de comunicación política que terminó alentando un tipo de práctica periodística “lineal”, en los diarios con más noticias políticas online leídas del país.

El estudio tiene como principal fuente de análisis el trabajo de los periodistas o redactores web de las noticias de *Perú21*, *El Comercio* y *La República*, tanto en lo referido al contenido, como en lo referido a las rutinas. Estos diarios son los que presentan mayor cantidad de noticias sobre Kenji Fujimori en las que usan la cuenta de Twitter del ex congresista (@KenjiFujimoriH), entre el año 2017, período en que ascendió su aprobación como líder político, hasta marzo del año 2018, cuando fue acusado por la aparición de los *Kenjivideos*, significando una caída social y política. Durante este período, hubo varios casos del ex congresista Kenji Fujimori que

³ Lecheler, S. y Kruikeimeier, S. (2016). Re-evaluating journalistic routines in a digital age: A review of research on the use of online sources. *New Media & Society* 18, (1), 156 –171.

destacaron en la agenda mediática de los diarios mencionados y también en la esfera política, los cuales serán expuestos y analizados, a través de imágenes⁴, en la metodología de esta tesis.

1.2. Pregunta de investigación

La investigación gira en torno a la siguiente pregunta:

¿Cómo los periodistas digitales de la sección Política de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República* reforzaron al periodismo de declaraciones utilizando con mucha frecuencia los tuits de Kenji Fujimori como fuente de noticias en la cobertura 2017-2018?

1.3. Hipótesis

La hipótesis central de esta investigación es que los periodistas de la sección Política de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República* usaron los tuits de Kenji Fujimori como una fuente de información inmediata, coyuntural, conflictiva y actualizada alentando y reforzando las prácticas de un periodismo de declaraciones.

Las hipótesis secundarias son las siguientes: La creación de la estrategia de comunicación política de Kenji Fujimori permitió que los tuits se conviertan en su herramienta principal de información para los periodistas y ciudadanía.

Y, por último, los periodistas seguían y usaban las secciones de “tendencias” de Twitter y Google Trends para la elaboración de la agenda mediática y las noticias sobre Kenji Fujimori.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo central

⁴ Se trata de capturas de pantalla de las noticias publicadas sobre los casos más destacados de Kenji Fujimori, así como los tuits que respaldan la producción de estas y la creación de la estrategia de comunicación política.

El objetivo central de esta investigación es describir cómo se elaboraron las noticias basadas en declaraciones o tuits como una fuente de información que reforzaba el periodismo de declaraciones por parte de los periodistas digitales de la sección Política de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República*.

1.4.2. Objetivos secundarios

Los objetivos secundarios son los siguientes:

- i. Explicar el proceso de elaboración de la estrategia de comunicación política de Kenji Fujimori que permitió a los periodistas digitales de la sección Política de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República* realizar constantemente las prácticas de un periodismo de declaración.
- ii. Analizar el uso de “las tendencias” de Twitter y Google Trends, por parte de los periodistas digitales de la sección Política de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República*, para la elaboración de la agenda mediática y las noticias sobre Kenji Fujimori.

1.5. Justificación de la investigación:

Con respecto a la justificación, se decidió indagar este tema por dos motivos: En primer lugar, se decidió investigar la cuenta de Twitter, ya que, al paso del tiempo, esta plataforma ha logrado ser un instrumento eficiente para tomar presencia en la esfera pública del país. Casos como el de Estados Unidos y otros países más donde no solo el Twitter, sino también otros medios digitales han cambiado la vida social y política. Actualmente, eso continúa, pero ya no solo con fines electorales, sino también para opinar, por ejemplo, el caso del actual presidente Donald Trump, quien usaba el twitter para manifestarse y mostrar su poder. Kenji también tiene su propio objetivo, pues sabe que aquella plataforma social se ha convertido en una herramienta

estratégica en la comunicación política y eso repercute en los medios de comunicación. Los casos más destacados del ex legislador serán analizados en los siguientes capítulos.

Como segundo motivo, es necesario recalcar que casi el 90% de las fuentes documentales (Rincón, 2011; Pérez, 2012; Mancera y Pano, 2013; López, García y Femenia, 2013; Bustos y Ruiz, 2016); es decir, los estudios revisados con respecto al Twitter están vinculados a las elecciones presidenciales, y regionales en algunos casos, o a la red mencionada como fuente de información para las secciones Social y Deporte. Existen tesis similares a la última mencionada, pero en política (Pichihua, 2017); sin embargo, se tratan de temas desactualizados, máximo hasta 2015, o actualizadas pero referida a otro país (Justel, Fernández, Victoria y Lacasa, 2018). Asimismo, hay escasos estudios sobre la práctica del periodismo de declaraciones en la esfera digital. Es por ello que sería interesante realizar un proyecto sobre la influencia de dicha plataforma en las redacciones de noticias, específicamente en la sección Política, más actualizada y ocurrida en nuestro país, que reforzaron nuevas prácticas periodísticas.

En el siguiente capítulo se explicarán y analizarán los principales conceptos que componen el marco teórico de la investigación. Se trata de información actualizada y respaldada académicamente acerca del Twitter, el periodismo de declaraciones y la comunicación política en medios peruanos de comunicación.

Capítulo I: Marco Teórico

1.1. Twitter como herramienta de comunicación política

1.1.1. Surgimiento del Twitter

Tras dos años después del lanzamiento de la plataforma con mayor audiencia; es decir, Facebook⁵, aparece Twitter, antes conocido como *twtr*, gracias a su creador Jack Dorsey. Twitter empezó siendo una plataforma de mensajes SMS, pero, debido a la gran audiencia que ganaba anualmente, se convirtió en un *microblogging* en tiempo real (Mansoor, 2020).

De acuerdo a Villanueva (2015), esta red social es -en un lenguaje técnico- “un sistema que reúne una serie de conexiones que funcionan colectivamente; es decir, si mencionamos una “red telefónica”, nos referimos al aparato telefónico, a la central telefónica y a la conexión entre ellas” (p.7). En cambio, para la comunicación social, se trata de “la colección de conexiones entre personas que participan de intercambios con fines” (Wellman, 1999⁶, citado en Villanueva, 2015, p.7). Entonces nos preguntamos cuál es exactamente su función.

Clay Shirky (2011) responde a través de su libro *Here Comes Everybody. The power of organizing without organizations* que son muchas; es decir, Twitter es como “nuestro ornitorrinco, una especie mediática híbrida que rompe los esquemas y no sabemos bien cómo clasificar”. A ello se suma que es una red social de libre acceso, pues no se necesita enviar una solicitud para leer y/o estar pendiente de las publicaciones constantes de un usuario, a menos que este decida bloquear o privatizar su cuenta. Esta plataforma es similar a un correo, pero más limitado y con mayor interactividad.

⁵ Facebook se fundó en el año 2004.

⁶ Wellman, B. (1999). The Network community: an introduction. En: Wellman, B. (Ed.). *Networks in the global village: life in contemporary communities*. Colorado, USA: Boulder, CO

Con el paso del tiempo, no solo ha permitido a los usuarios comunicarse cada segundo⁷, sino también a informar, como lo señala Laura Gómez, responsable de la internacionalización de Twitter (Martínez, 2011). Esta característica interesó a varios personajes públicos, entre ellos, los políticos, brindándole al Twitter un nuevo valor en la comunicación política.

1.1.2. Un acercamiento a la comunicación política

Antes de hablar de la relación medios-políticos, es pertinente entender qué es comunicación política. Es un concepto relativamente nuevo; el vocablo se empezó a utilizar en la década de los cincuenta; no obstante, sus antecedentes se manifiestan desde que el hombre comenzó a vivir en grupo y se presentaron relaciones de poder en la convivencia (Reyes et al., 2011). Por ello, afirma Wolton (1998) que la política es muy antigua, pues nace con los primeros intercambios que los hombres tienen entre sí en la organización, consolidación y desarrollo de la ciudad. Desde ese tiempo, “la comunicación y la política han sido elementos fundamentales para el desarrollo del hombre, ya que ambas han ayudado a la organización del Estado y al desarrollo de sus potencialidades políticas, económicas y sociales” (Reyes et al., 2011, p. 86).

El campo de la comunicación política se ha ido desarrollando de una manera bastante rápida en el tiempo, lo cual ha originado un incremento de definiciones (Paniagua, 2003). Dan Nimmo & K. Sanders (1987) la señalan como “uno de los tres procesos (junto con liderazgo político y las estructuras del grupo) de intervención por medio del cual se movilizan y transmiten las influencias políticas entre unas instituciones gubernamentales formales y el ciudadano-votante”⁸ (como se cita en Paniagua, 2003). Estos autores ven a la comunicación política como un proceso mediador entre las instituciones gubernamentales y la ciudadanía. Sin embargo, para Jorge Acevedo (2012), ese proceso ha evolucionado con el surgimiento de la tecnología y

⁷ En promedio, se tuitean alrededor de 6,000 *tweets* por segundo: <https://www.internetlivestats.com/twitter-statistics/>

⁸ Nimmo, D. & Sanders, K. (1987). *Handbook of Political Communication*. London, UK: Sage.

globalización, apareciendo así el término de *massmediatización*, el cual es considerado “como una etapa en la cual los medios imponen sus propias lógicas de funcionamiento y lenguaje en la construcción de la realidad política, y los actores se someten a ellas” (Acevedo, 2012).

Los políticos se convierten en actores que, a través de la mediatización, construyen un nuevo escenario donde también interactúan los ciudadanos. Es así que la relación entre ambos se fortalece con la nueva comunicación política. Esto demuestra que se cumple con la nueva característica de la comunicación, la cual cita Martínez (2012) y se trata de la bidireccionalidad. La comunicación se rige por este sistema, donde el concepto clave es la conversación; es decir, uno ya no solo escucha, sino que también habla. Por ello, el papel de los políticos cambia notablemente, lo cual obliga a los políticos a adaptarse (Ureña, 2011⁹, citado en Martínez, 2012). Esta interacción, explícitamente, se percibe en los medios de comunicación. Aquí ingresa un nuevo actor: el periodista. Ambos crean una nueva relación, importante para “la construcción de la realidad social, para la articulación de las preocupaciones y prioridades ciudadanas y para la estructuración de la opinión pública en las sociedades actuales” (Casero, 2008, p.1).

1.1.3. Herramientas de la comunicación política actual

Es imposible no hablar de “estrategias o herramientas” en la política, ya que se trata de un proceso competitivo. Sin embargo, como se mencionó párrafos anteriores, casi todos los estudios realizados muestran un contexto de elecciones, donde tienen a las conferencias de prensa y mítines (International Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2006), como parte de sus estrategias durante las campañas.

Al tratarse de una etapa digital, las herramientas más efectivas son las redes sociales, ya que

⁹ Ureña, D. (2011). Decálogo para un candidato 2.0. *Cuadernos de Comunicación Evoca*, 4, 30-33. Recuperado

“constituyen un medio de preferencia para que las instituciones gubernamentales informen a la ciudadanía las actividades que realizan, para generar presencia y un espacio de comunicación bidireccional con los ciudadanos activos políticamente” (Puertas, Mora y Carpio, 2018).

El mejor ejemplo para explicar es el de Barack Obama, quien no solo usó las redes sociales como herramienta para su campaña, sino que continúa haciéndolo hasta el momento para seguir presente tanto social como políticamente. Se trata de un usuario muy activo, quien en sus tuits se refiere a todos: niños, jóvenes y adultos. Siempre comenta u opina sobre lo acontecido en su país y en el mundo, y en la mayoría de casos hasta graba un video emitiendo un mensaje donde también se involucre; es decir, “nosotros” en vez de “ustedes”.

Sin embargo, existe otro presidente norteamericano que siguió sus pasos y no necesariamente en un contexto electoral. Nos referimos a Donald Trump, quien informó a los medios sobre la intención de atacar a Siria, a través de un tuit, ya que “considera esa red social como el mejor canal para comunicarlo” (Justel, Fernández, Victoria y Lacasa, 2018, p. 985).

Como señala Guerrero-Solé y Mas-Manchón (2017), es claro que “la comunicación política siempre ha sido pionera en el uso e implementación de los nuevos medios y tecnologías de comunicación” (p. 806). De acuerdo a ello podemos considerar a estos medios como parte de las estrategias políticas. A todo esto, Marín, Simancas y Berzosa (2019) lo denominan “ciberpolítica”. Asimismo, destaca que, de esos nuevos medios, es “Twitter el que se ha convertido en una de las redes sociales con más relevancia para la clase política y periodística” (p. 132). No obstante, Marín y Díaz (2016) destacan un punto importante en el uso de esta red social. En su estudio concluyen que los políticos “conciben el uso de Twitter como un elemento coyuntural en sus estrategias de comunicación más que como una herramienta en la que basar su campaña comunicativa”. En ese sentido, Twitter si sería una herramienta política a largo plazo, abriendo así un nuevo enfoque de investigación.

1.1.4. La relación entre Twitter y los políticos

Según Acevedo (2019), “en las últimas décadas, los medios y redes digitales de comunicación se han convertido en la principal arena de la política contemporánea (...) y son un complejo espacio para la interacción entre políticos, autoridades, periodistas, líderes de opinión y ciudadanos” (p.9).

El poder de los medios y redes sociales está probado. Un caso claro son las elecciones presidenciales de Estados Unidos en el 2008. Contexto en el que se enfrentaban Barack Obama y Hillary Clinton. El primero decidió usar el discurso político y los medios digitales como estrategia política, mientras que la segunda prefirió conformarse con ideas tradicionales o poco innovadoras. El resultado fue a favor de Obama, el cual sorprendió a su opositora. Según López, García y Femenia (2013), “no solo ella subestimó Internet como medio de comunicación, sino que jamás imaginó el poder de Internet para conseguir fondos de campaña e involucrar a la gente” (p.820).

Para Congosto, Fernández y Moro (2011), en *Evoca Comunicación e Imagen*, el “Twitter, como fuente de información, permite segmentar a los usuarios, descubrir cómo los ciudadanos participan en el debate político y como se agrupan por afinidad ideológica.” (p.12). En el caso peruano, se ve reflejado cuando se habla de partidos o bancadas políticas, o en general, cuando se trata de poderes (Ejecutivo, Legislativo y Judicial). Cada grupo tiene varios seguidores que defienden la idea, generando así un nuevo debate, pero de eso se hablará en el siguiente punto. Centrándonos en el rol del político, surge la siguiente pregunta: ¿por qué usan el Twitter?

El Twitter es usado principalmente porque significa “hablar en voz alta para que todo el mundo lo oiga” (Congosto, Fernández y Moro, 2011). De algún modo, es la herramienta perfecta para manifestar una idea e influir en la opinión de los usuarios. Kenji Fujimori, a través de sus estrategias de comunicación política, informa, con un tono irónico en algunos casos, lo que

piensa y siente, o incluso anuncia lo que podría pasar, generando incertidumbre. En efecto, “se le atribuye al Twitter la fortaleza de inmediata, flexible y democrática” (Fainholc, 2011). Es por todas esas razones que se considera al Twitter como “la preferida por toda la casta política” (Martínez, 2014).

1.2. Twitter como fuente y herramienta del periodismo declarativo

1.2.1. Introducción al periodismo de declaraciones

Antes de explicar la presencia de las declaraciones en la política, es pertinente entender en qué se centra un periodismo de declaraciones. Estamos de acuerdo en que los medios varían y sus técnicas también.

Para Miguel Vázquez (2009), las nuevas fuentes están “controlando el flujo y la cadena de suministro de información, mientras que el periodista solo se limita a reproducir” (p. 9). Esto es lo que Casero (2012) considera un periodismo de declaraciones.

“Se trata de una modalidad discursiva que no demanda reportería en profundidad y tampoco exige mayores recursos dado que se nutre de los dichos de figuras dotadas de notoriedad e influencia. Su finalidad consiste en trasladar al público comentarios que pueden ser reacciones frente a un hecho de actualidad o ante una declaración controversial” (Munive, 2016).

Debido a esta tendencia o hechos de actualidad, el uso de las declaraciones se ha reforzado constantemente en la práctica periodística, en los últimos años. Y es ahí que surgen varias preguntas, entre ellas, el motivo principal del uso. Andreu Casero Ripollés (2012) responde a través de su estudio *El periodismo político en España: algunas características definitorias*, el cual expone el caso del país mencionado. El periodismo de declaraciones se ha consolidado allá por tres razones (p. 37): Primero está “la enseñanza y transmisión de las nuevas rutinas en

la formación de los periodistas”. La frecuencia de buscar el “qué dice” un político, economista u otro profesional, ha normalizado esta práctica. El segundo motivo es “la profundización de la profesionalización de la comunicación política que ha llevado a una proliferación de gabinetes de prensa y comunicación en las instituciones y partidos” (p. 37). Y, por último, “la falta de recursos materiales y humanos de las empresas periodísticas que hace más fácil y barato reproducir las manifestaciones de los actores” (p. 37). Y acá en Perú, ¿por qué ocurre? Es una interrogante que será resuelta en los siguientes capítulos.

Como resumen de esta primera parte, para algunos especialistas, las declaraciones son consideradas herramientas de sumo potencial en el periodismo, pero, para otros, como un periodista entrevistado en el estudio *Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos*, ha llegado a ser visto como “un periodista invisible, ya que, muchas veces, aquello que los entrevistados no declaran frente a una grabadora, lo terminan haciendo por este medio” (Cobos, 2010, p. 20).

El periodismo declarativo o de declaraciones continúa siendo parte de un debate. Las ganas de “sobrevivir” en el mundo digital es la gran responsabilidad de los actuales periodistas. Pero, ¿es correcto o no utilizar las declaraciones? Aquí presentaremos los puntos a favor y en contra de este periodismo.

1.2.1.1. Ventajas de las declaraciones

Según De La Torre y Dillon (2012), un primer punto positivo de las declaraciones es “la inmediatez”, y, para ello, Twitter interviene. Realizar noticias con las declaraciones de los políticos, a través de tuits, es un gran ahorro de tiempo.

Ejemplificando con un caso internacional, el actual presidente de Estados Unidos, Joe Biden, constantemente, expone sus ideas y críticas políticas a través de Twitter, característica similar a la del ex presidente Donald Trump. Claro está que, por tratarse de una autoridad de sumo

poder, los periodistas estén pendientes a los mínimos detalles para su réplica, como este tuit (Ver Figura 1) que reafirma la compleja relación vivida entre EEUU y Rusia.

Figura 1. Tuit de Biden contra Putin.



Fuente: Twitter de Joe Biden.

El tuit fue escrito cuando Biden se encontraba en la primera fase de las elecciones presidenciales; es decir, había sido seleccionado como el aspirante que respaldaría a su condado o Partido Demócrata. Antes de ser presidente, el izquierdista Biden ya estaba enfrentándose al derechista y presidente ruso, Vladimir Putin, y lo expresaba a través de esta red social. Los periodistas sabían que, si Biden era elegido, este tema sería muy tratado, y no se equivocaron. Cualquier detalle, como la primera reunión de ambos, iba a ser noticia (Ver Figura 2).

Figura 2. La relación de Biden y Putin reflejada en los medios.



Fuente: El Mundo (2021) y búsqueda general en Google

Actualmente, si uno busca información en Google sobre ambos políticos notaremos que la mayoría de las noticias se basan en la tensión entre ambos. Cabe resaltar que Biden, incluso, tiene dos cuentas en Twitter: i) uso personal, donde expresaba sus ideas y críticas, y ii) uso laboral; es decir, como presidente de EE. UU, donde informa la situación del país, entre ellas, las medidas contra la COVID-19.

Otro punto a favor del uso de las declaraciones en las noticias políticas es que se trataría de información “actualizada”, como se demuestra con el caso anterior (Ver Figura 2), ya que por los beneficios que brinda Twitter, los políticos nunca se cansarían de publicar sus pensamientos; es decir, así el tema elegido se mantenga a corto o mediano plazo, seguiría causando un gran impacto en la esfera pública, lo que también se denominaría “coyuntural”. Estos datos se confirman con las búsquedas en las herramientas de Google (Ver Figura 2).

El siguiente punto positivo es más dirigido a los políticos y es que ellos pueden declarar “sin intermediarios y sin la incomodidad de la repregunta” (Di Doménica, 2019, p. 9). Basta ver las noticias para darse cuenta que muchos políticos desearían no responder algunas preguntas realizadas por la prensa. Incluso en las conferencias de prensa, no saben cómo evadirlas y prefieren reaccionar a través de gestos. No existiendo ese periodista como intermediario, los políticos o líderes de opinión podrían declarar lo que deseen, así sea para atacar. Ellos buscan mayormente “dirigirse a otro político, con la intención, además, de conseguir levantar una polémica y así garantizar que sus nombres volverán a los titulares” (Bezunartea, 1998, p. 241). Esta escena es lo que favorecen a los medios, ya que la polémica es un plus en la política. Un reportero entrevistado por Márquez (2012) lo confirma “(...) las declaraciones y los pleitos son lo que venden, es el escándalo, es el morbo” (p. 105). Está claro que, con este periodismo de declaraciones, la audiencia estaría conectada a los medios.

1.2.1.2. Desventajas de las declaraciones

Como se mencionó en un primer momento, no todos los medios optan por usar las declaraciones en sus noticias. Existen dos razones importantes para dudar de su función. El último punto a favor de los políticos, explicado en el párrafo anterior, es cuestionado por los periodistas. Al no repreguntar, existe una limitación de fuentes e información. Es imposible señalar que hubo una profunda investigación para redactar la noticia. Del Corral (2017), periodista de la BBC, lo cataloga como “un daño (que) hace al buen periodismo y a la credibilidad del periodista” (párr. 2).

El segundo punto en contra es que los periodistas se vuelven “exclusivos” al momento de elegir sus fuentes; es decir, “recojamos solo las de influyentes o poderosos, los que tienen la habilidad o el asesoramiento necesario para organizarse” (Gallego-Díaz, 1994, párr. 20). El periodista debe ser “la voz” de todos, no solo de una fracción. El redactor jefe de la sección Economía del diario El País, entre 1982 y 2012, Andreu Missé (párr. 13), agrega en el artículo “Periodismo de declaraciones” que se trataría de un trabajo mecánico, el cual debe evitarse urgentemente. Un ejemplo claro es visto también por las preferencias o posturas políticas de los periodistas o medios de comunicación, como Willax y América Televisión (Ver Figura 3 e Figura 4), que muestran claramente su postura en contra del actual gobierno de Pedro Castillo.

Figura 3. Nota de Willax sobre la Gran Marcha por la vacancia



Fuente: Willax.

Figura 4. Nota sobre la decisión de América TV frente a la proclamación de Castillo.



Fuente: Líbero.

En conclusión, el periodismo de declaraciones está posicionándose cada vez más, a pesar de las críticas. Incluso, las redes sociales, como Twitter, están reforzando dicho trabajo, de tal modo que los periodistas no pueden ignorar, solo aceptar y adaptarse si desean “sobrevivir” en la era digital.

Hasta aquí la idea es clara. Twitter es esencial en el periodismo, como señala Orihuela en el artículo de Buades (2011). “Es una herramienta de monitorización de fuentes, de detección de tendencias y de descubrimiento de temas o asuntos emergentes, además de lo que es propiamente ‘*Breaking News*’” (párr. 7). No obstante, surge una nueva pregunta: ¿Cuál es el principal objetivo de los tuits en las redacciones web de noticias?

1.3. Declaraciones/tuits como fuentes de información política

Como se ha explicado en párrafos anteriores, las declaraciones han adaptado muchas funciones, pero la principal para los periodistas es que ha sido una vía de información; es decir, una fuente

y herramienta para el trabajo periodístico. Por ello, antes de exponer el rol de las declaraciones en el contexto político, será necesario introducir el rol de una fuente periodística.

1.3.1. Conceptualizando a “la fuente periodística”

Para un periodista, incluso cualquier investigador, un leal aliado son las fuentes. De acuerdo a Mar de Fontcuberta (1980), estas son “quienes facilitan la información que necesitan los medios para suministrar noticias. Pueden ser personas, instituciones y organismos de toda índole” (p.58). Javier Mayoral (2005), si bien está de acuerdo con la definición anterior, agrega que “las fuentes no solo ofrecen información, sino que, además, con mucha (y creciente) frecuencia, esperan (...) influir más intensa y directamente en el relato de lo ocurrido” (p. 94). Como diría Pérez (2005), brindan datos que los favorezcan y omiten los que les perjudican (p. 16). Con estos muchos puntos de vista es que se crean las historias y noticias.

Sin embargo, no todos pueden considerarse una fuente. Están los testigos directos de los hechos, a quienes García (2010) denomina “fuentes primarias”, y los informes, documentos, estadísticas u otros datos que refuercen la noticia; es decir, “fuentes secundarias” (p.516). Estas fuentes contactadas u obtenidas a través de entrevistas, llamadas telefónicas, búsquedas bibliográficas, etc., son las que Elena y Gómez (2015) conocen como “las fuentes tradicionales del periodismo” (p. 132).

Casos peruanos de suma relevancia han sido informados gracias a estas fuentes. Por ejemplo, considerado como “la captura del año”, está el de Abimael Guzmán, líder de Sendero Luminoso en la década de los 70, 80 y 90. Fue transmitido “en vivo” por los canales de televisión. Los reportajes fueron elaborados con fuentes tradicionales, como archivos bibliográficos y testimonios. Asimismo, sucedió con las denuncias a Alberto Fujimori y la captura de su asesor Vladimir Montesinos en el año 2001. El caso fue tratado por los periodistas de canales de

televisión como *Frecuencia Latina*¹⁰, *América Televisión*, *Panamericana*, *ATV*, y de los diarios *El Comercio* y *La República*, principalmente. Así como estos, existen otros más en donde los ciudadanos podían conocer todo el proceso gracias únicamente a estos medios tradicionales.

Estas fuentes han persistido mucho tiempo y siguen haciéndolo en la actualidad. “En su quehacer diario, los profesionales de la información compatibilizan las nuevas posibilidades comunicativas con las vías más convencionales o tradicionales” (Ufarte, 2013, p. 144). Sin embargo, con el Internet las rutinas periodísticas han variado considerablemente.

1.3.2. Los políticos y sus declaraciones

Como señala Casero (2012), las declaraciones son “el ingrediente principal de esta práctica informativa”. Pero, ¿quiénes son los principales actores en este periodismo declarativo? Anteriormente, ya se pudo adelantar la respuesta a la interrogante. Las figuras más notorias en este escenario son los políticos, quienes solo emiten una opinión o “descargo” todos los días, ya sea por una entrevista o conferencia, o también “tuitean” sus ideas, pensamientos, discursos o declaraciones, que, en muchos casos, terminan siendo parte de las noticias, ya sea de manera directa o interpretada.

Cabe resaltar que ya no solo sucede en las etapas electorales, pues, con el paso de los años y “con la llegada de más y nuevos actores políticos al escenario de debate, (...) la confrontación estéril y el conflicto se multiplicaron y viralizaron a través de un periodismo declarativo” (Márquez, 2012, p. 106). Es decir, ha tomado fuerza y presencia, ya que cumple con los puntos claves de la política.

Tras este “plus conflictivo y novedoso” que caracteriza a la sección política, los periodistas, principalmente, los digitales, deben y han ido presentando las noticias de acuerdo a una

¹⁰ Actualmente conocida como Latina Televisión.

estructura que podría asegurar la aceptación de los lectores. Frente a esto, Bezunartea (1998) comparte algunas técnicas de la redacción de noticias con declaraciones: Las declaraciones deben usarse en los titulares para generar un mayor impacto o, en otras palabras, la primera impresión hacia estos lectores. Para ello, se debe respetar los tres grados de intencionalidad; es decir, “sin intencionalidad” (grado 0), “con intencionalidad débil” (grado 1) e “intencionalidad fuerte” (grado 2). Los periodistas deben reconocer y elegir uno de ellos para redactar la noticia siguiendo los verbos correctos respectivamente: “decir, anunciar o considerar; alegar, reconocer u opinar; y acusar, advertir o amenazar” (p. 242). Esto también debe estar sustentado por un buen contenido o cuerpo de la noticia.

1.3.3. Declaraciones en los medios masivos

Este tipo de periodismo continúa en ascenso en muchos países como España y Estados Unidos, pero principalmente en Latinoamérica. Bastenier (2009) enumera a los diarios impresos que en su momento utilizaron muchas declaraciones en sus noticias: Clarín (Argentina), El Tiempo (Colombia), El Comercio (Perú), El Mercurio y La Tercera (Chile) y La Nación (Costa Rica). Sin embargo, las declaraciones también pueden aparecer o ser reconocidas “en los noticieros de radio y en las plataformas digitales” (citado en Munive, 2016, p. 48). Está claro que el periodismo declarativo ya existía desde hace más de diez años. Durante este tiempo, muchos periodistas han decidido seguir apostando por ello, pero otros prefieren no arriesgar.

Hasta el día de hoy, los medios de comunicación televisivos y radiales continúan transmitiendo declaraciones. Según Ortells-Badenes (2009), en su estudio *La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión*, son implementados cuando se trata de breves noticias, por ejemplo, en *breaking news* (Ver Figura 5), como el caso peruano del ex ministro de Salud, Óscar Ugarte, quien le respondió al ex candidato presidencial, Rafael López Aliaga, por cuestionar la efectividad de la vacuna Sinopharm. En otro contexto, más vinculado

al estudio de esta tesis, está la declaración de Kenji Fujimori frente a la anulación del indulto de su padre. Ambos eran casos relevantes y valía la muestra de los tuits “en vivo”: El primero por referirse a una urgencia frente al contexto de la pandemia y, el otro, por tratarse de personajes políticos destacados del país. Asimismo, todo esto permite “aportar más variedad a la escaleta. Si necesitan reforzarse con un testimonio se utiliza una pastilla o noticia con declaraciones que entra inmediatamente después de que termine el plató sin mediación por parte del presentador” (p. 8).

Figura 5. Tuits de Oscar Ugarte y Kenji Fujimori en los noticieros televisivos



Fuente: TV Perú (2021) y América Televisión (2018).

Incluso, en los reportajes de investigación, se puede observar que los periodistas, en la postproducción, incluyen más declaraciones y/o testimonios de testigos, políticos u otras autoridades para “profundizar más en las noticias” (p. 8). Frente a esto, Ortells-Badenes (2009) confirma que [las declaraciones] pesan más que la narración o voz en off en esos materiales

audiovisuales, de tal modo que llegan a convertirse en “el elemento vertebrador la noticia”.

En los medios escritos y digitales también sucede ello. Samia Benaissa (2018) señala en su estudio *Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española* (*‘El País’, ‘El Mundo’, ‘La Vanguardia’ y ‘ABC’*) que se trata de ganar al lector con un buen “cuerpo de la noticia” que impacte más visualmente que por hiperenlaces; es decir, “aprovechar la información brindada por las redes sociales”. Para ello, Ortells-Badenes (2009) confirma la versión de la autora anterior y expone que se debe utilizar las declaraciones del político de manera independiente y no en secciones breves, con el fin de generar mayor tendencia.

El medio de transmisión puede variar, pero la finalidad del uso de las declaraciones continúa siendo la misma, o incluso se fortalece con las nuevas opciones que brinda la era digital, las cuales serán expuesta a continuación.

1.4. Declaraciones/tuits como herramientas del periodismo digital

Se trata de hacer periodismo en un espacio distinto. Como señala Yezers’ka¹¹ (2008), “existen cuatro características principales dentro de este nuevo periodismo: la hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y frecuencia de actualización” (citado en Díaz, 2017, p.24). En definitiva, es una oportunidad para la nueva generación de esta profesión, pero un gran reto para los periodistas tradicionales, quienes solo necesitaban un lapicero y un papel o un micrófono o una grabadora para entrevistar e informar una noticia.

Queda claro en qué consiste este periodismo digital, no obstante, continuamos en la interrogante de cómo surgió. Gómez (2015) responde afirmando que:

¹¹ Yezers’ka, L. (2008). *Ciberperiodismo en el Perú. Análisis de los diarios digitales*. Lima: Editorial San Marcos y Universidad de Piura.

“el Internet no marcó el nacimiento de un nuevo periodismo. Más bien, lo que sucedió es que abrió la posibilidad de que otras voces entraran en escena y pudieran tomar cuerpo y fuerza para dialogar de igual a igual con los grandes medios tradicionales, con todas las implicaciones del nuevo orden en las interacciones con la información” (p. 19)

Es cierto, el internet es como una vitrina de oportunidades para los periodistas que están en continuo aprendizaje digital. Incluso en pleno año 2020, debido a la gran cobertura de la pandemia, la prensa está muy activa en los medios, empleándose las herramientas digitales que brinda el internet en las rutinas de trabajo. Cabe resaltar que “hasta la forma de consumir las noticias ha cambiado con la llegada de Internet, que es actualmente una de las fuentes más habituales para acceder a la información” (Iglesias-García y Codina, 2016, p. 930).

1.4.1. Rutinas y herramientas de periodismo digital

Con una amplia gama de búsqueda de fuentes, las rutinas de trabajo de este periodismo digital se han transformado. “La búsqueda de material, la recogida de informaciones para complementar las noticias y el contacto con las fuentes han sido alterados. Y la integración de aplicaciones online ha acelerado el proceso de producción de noticias” (Canavilhas e Ivars-Nicolás, 2012, p. 64). Sin embargo, este proceso no podría realizarse sin el implemento de ciertas herramientas, cuyo uso continúa en ascenso. Nos referimos a Google Trends y a las redes sociales, considerados por Lopezosa, Codina, Díaz-Noci y Ontalba (2020) como técnicas claves para “identificar tendencias de última hora y plasmarlas en forma de noticias” (p. 69).

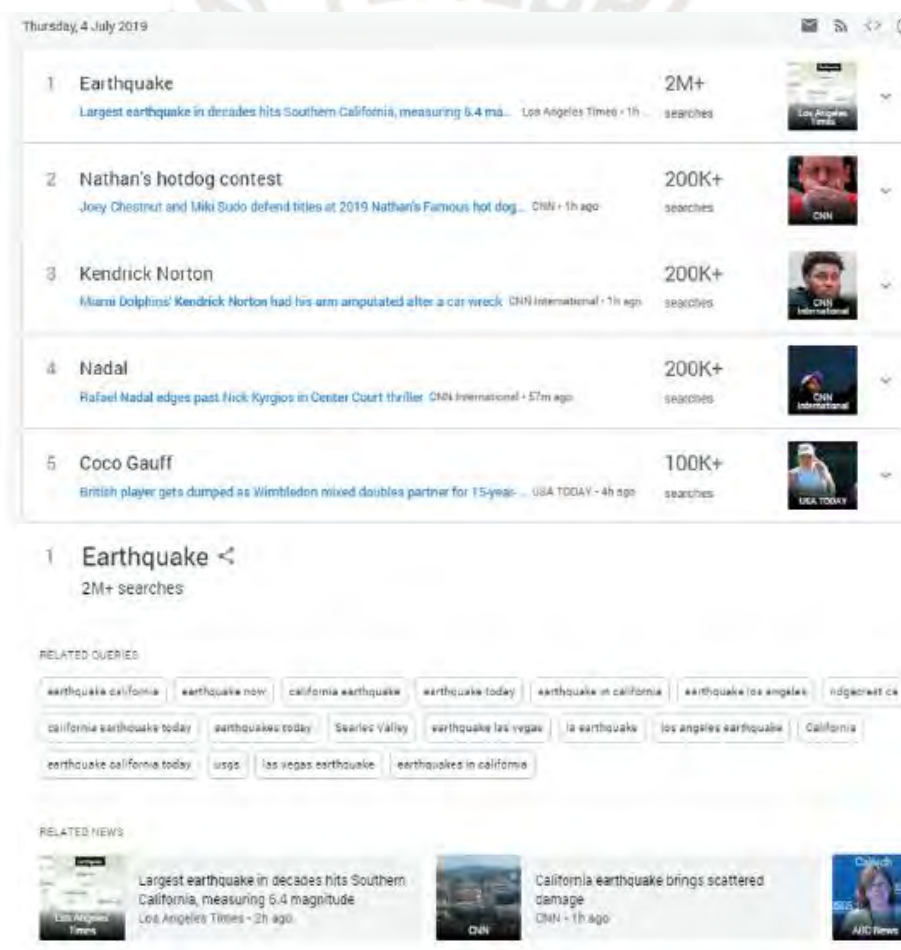
1.4.1.1. Google Trends

De acuerdo a la definición técnica, es una herramienta de acceso libre y gratuita brindada por Google, desde el 2006. Esta nos permite identificar y analizar el nivel de popularidad de

ciertos términos, los cuales conocemos como palabras claves o *keywords*. ¿Y esto cómo ayuda a los periodistas en la elaboración de noticias? La respuesta la explicaremos con el siguiente ejemplo.

Orduña-Malea (2019) expone un caso en Estados Unidos, mostrando las tendencias de los términos más buscados al día 4 de julio de 2019. A pesar de ser el día del aniversario 243 de la independencia americana, “el término con más búsquedas (más de 2 millones) corresponde a ‘*Earthquake*’, debido al terremoto que sacudió la zona de California” (p. 10). (Ver Figura 6)

Figura 6. Resultado de búsqueda en Google Trends.

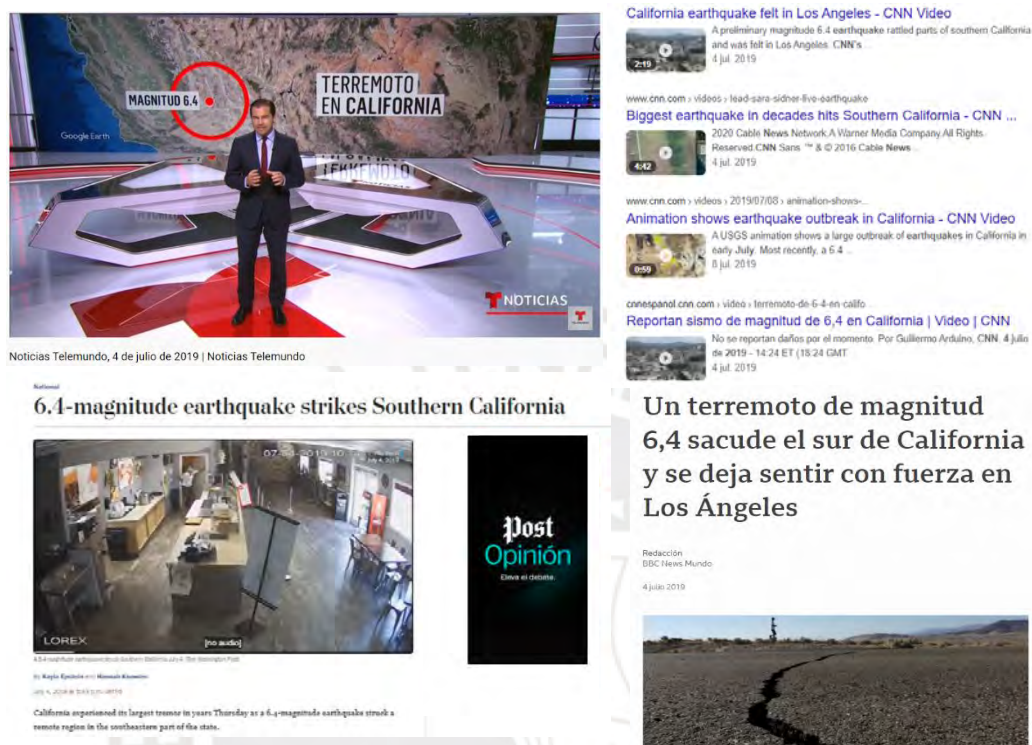


Fuente: Orduña-Malea (2019) en Google Trends.

Teniendo en cuenta la alta demanda de búsqueda de los usuarios, los periodistas continúan produciendo noticias relacionadas al terremoto de California, ya sea en medios digitales y

transmisiones en vivo (noticieros) (ver Figura 7). Al publicarse muchas noticias, surge una nueva competencia por ganar mayores lectores o espectadores.

Figura 7. Medios americanos informando sobre el terremoto ocurrido en California.



Fuentes: Telemundo (2019), Epstein & Knowles (2019), “Un terremoto de magnitud 6,4 sacude el sur de California y se deja sentir con fuerza en Los Ángeles” (2019) y CNN (2019).

Frente a esto, surge otra interrogante: ¿Cómo destacar frente a tantas noticias de varios medios? En muchos casos, y especialmente en medios digitales, se están empleando las técnicas SEO (Search Engine Optimization)¹² para que las noticias logren obtener mayor visibilidad, es decir, no solo bastaría agregar imágenes o videos al contenido, sino saber cómo enriquecerla totalmente.

“Los periodistas reconocen la importancia del SEO dentro de las redacciones como estrategia para captar lectores. Deben crear titulares atractivos teniendo en cuenta las palabras clave a posicionar (aquellas palabras consultadas por los

¹² Es una estrategia de posicionamiento web.

usuarios en los buscadores) (...) y realizar un buen enlazado interno entre noticias con esas palabras que sean tendencia del día (...) y las etiquetas en las imágenes” (Lopezosa, Codina, Díaz-Noci y Ontalba, 2020, pp. 69-70).

Con el caso explicado, entendemos que publicar una noticia en una plataforma digital es un reto y que con este avance tecnológico la competencia es notoria: “Quien recibe más *clicks* gana”. Es así que los redactores necesitan aprender estrategias básicas de posicionamiento o, en otro caso, buscar un experto en el área que trabaje junto al editor antes de su publicación, como recomiendan los autores (2020).

Por otro lado, una ventaja adicional de Google Trends no es que solo sea una fuente de información de gran utilidad para reconocer las tendencias del día y redactar las noticias, sino que también es una herramienta de acercamiento a la audiencia. Tal y como señala Orduña-Malea (2019), con la búsqueda de los términos podemos conocer “cuáles son los intereses, las preocupaciones (...) o afinidades políticas de los usuarios” (p.2). Con ese resultado o “revelación de la audiencia”, como lo denomina Keila Guimaraes, curadora de datos del News Lab de Google en Brasil, en el artículo de Miriam Estrada (2020) los periodistas ganarían una mejor noción de qué noticias redactar para captar la total atención de los lectores.

Por último, es pertinente aclarar que *Google Trends* no es un análisis de datos, sino una herramienta para realizar ello junto a una profunda investigación. Para esto, Lopezosa *et. al.* (2020) sugieren también la valoración de los comentarios en plataformas digitales de los medios y hasta los hashtags en las redes sociales, los cuales serán explicados a continuación.

1.4.1.2. Redes sociales

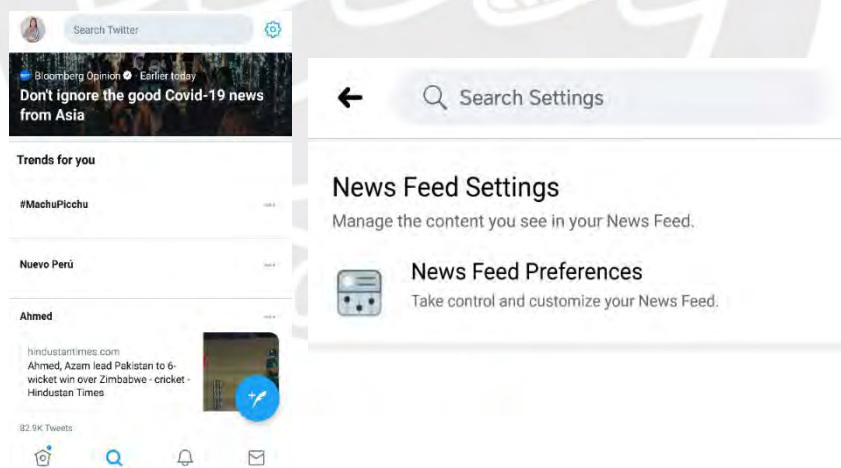
Han sido y continúan siendo muy utilizadas por los periodistas para expandir la noticia y generar mayor lectoría del medio, pero, sobre todo, para crear un vínculo más directo con los

usuarios. Sin embargo, en los últimos años, las redes sociales adquirieron una nueva función en el periodismo digital: La elección de los temas para la agenda mediática.

Del mismo modo que sucede con *Google Trends*, las redes brindan o facilitan la búsqueda de los temas más vistos o hablados por los usuarios, los que conocemos como “tendencias”. Para ello, Rost (2011) destaca a las dos redes o “herramientas” que no fueron creadas para los periodistas, pero hoy son sumamente esenciales para ellos: Facebook y Twitter. Raimondo y Bertone (2013) lo confirman denominando a las redes sociales mencionadas como “los nuevos medios que están poniendo en tensión la lógica de funcionamiento en la que hasta hace poco se asentaba el sistema de medios” (p. 91).

Desde hace años, tanto Twitter como Facebook han facilitado la búsqueda de las noticias o temas más relevantes y comentados por los usuarios con la creación de secciones que muestran los “*trending topics*” o tendencias (ver Figura 8).

Figura 8. Secciones de tendencias en Twitter y Facebook.



Fuente: Twitter y Facebook (2020).

En Facebook, los usuarios deben ir a “Configuración” y señalar qué páginas, temas, lugares, etc., desean seguir para recibir noticias específicas. Es más exclusiva, a comparación de Twitter, la cual expone temas destacados a nivel mundial desde un primer momento y así los

usuarios se enteran de lo sucedido en tiempo real. También se ofrecen filtros para delimitar la información recolectada. Eso depende de cada uno. Para todo ello, esta red brinda palabras claves acompañadas por un hashtag (#) que conectan las publicaciones, creando interacciones entre los usuarios y nuevas ideas a los redactores.

¿Cómo crear una noticia con estos *trending topics*? Antes de redactarlas, los periodistas deben establecer una agenda; sin embargo, con la tecnología, ese proceso también presentó cambios, los cuales expone Ana Bernal (2015):

“Antes de la llegada de las redes sociales, la agenda de los medios de comunicación era construida únicamente en función de lo que los periodistas consideraban noticiable. Por lo tanto, el lector solo podía acceder a esa agenda única (el medio no ofrece sino esa versión, una versión de la realidad según su línea editorial), pasiva, cerrada (no permite participación en la elección de temas), limitada (ofrece una única visión, es una fuente como medio), y mediante las redes sociales ha transitado a una agenda múltiple (tantas opciones como usuarios que tengan un perfil en la red y elijan a quien seguir), activa (el usuario elige y participa), abierta (pueden participar incluso personas que no sean seguidas) y colaborativa (como consecuencia de la participación y de la opción de compartir contenidos)” (p. 200).

Con esta extensa explicación, podemos responder que la agenda de hoy depende mucho de los *trending topics*, “a pesar de algunos patrocinios”, como asegura la autora anterior, quien confirma la información brindada por Orihuela en una entrevista a Cristian Buades (2011). “Los *'Trending Topics'* (TT) se han convertido en una agenda social distribuida que los medios están comenzando a valorar, a analizar, a monitorizar e incluso a incorporar dentro de su propia agenda” (párr. 6).

Por otro lado, a pesar de que Facebook sea una aplicación muy usada, Twitter sigue siendo el canal elegido para publicar ideas y obtener información en tiempo real. “Es una red de primicias: de casi todo nos enteramos antes en Twitter. (...) Es una red de alertas y plataforma de acción” (Rost, 2011, p. 17).

Por último, similar a lo ocurrido con los periodistas y Google Trends, en cuestión de redes sociales, se debe pensar en nuevas formas de trabajo y la organización del equipo periodístico. Por ejemplo, sucede con los principales medios argentinos, como *Clarín*, *La Nación*, *Página 12*, *Perfil*, *La Voz del Interior* y *Cronista Comercial*, donde “ya hay periodistas asignados específicamente a cubrir lo que ocurre en Twitter; (...) cada periodista tiene asignado el seguimiento de un determinado personaje (...) incluso incorporaron secciones destinadas específicamente a informar las novedades referidas a esta red social” (De La Torre y Dillon, 2012, p. 67). Sin duda, los medios digitales de todo el mundo tienen una responsabilidad ilimitada.

1.4.2. Tuits como aliados en la producción de noticias políticas

Retomando lo expuesto en el capítulo de medios tradicionales, existen dos tipos de fuentes, siendo estas divididas en muchas otras más, como “las institucionales y las oficiales, o bien las estables y las provisionales, las activas y las pasivas, y las centrales y territoriales” (Wolton, 1998). Todas son igual de importantes, pero diferentes en su uso. En el periodismo escrito, televisivo o radial, se entrevista a la fuente personal, se investiga y analiza a la fuente documental, pero con el periodismo digital “aparecen nuevas exigencias” (Díaz, 2017, p.22).

La periodista Isabel Gómez señala que “Internet se ha convertido en una fuente permanente de consulta para los periodistas, (...) por el gran volumen de información disponible, la facilidad y la velocidad de acceso” (Ufarte, 2013). Es decir, los contenidos de libros, revistas, u otros documentos, fueron trasladados a plataformas virtuales.

Con el surgimiento de las redes sociales, se descubrían más puntos favorables para el periodismo digital. Para Rost (2011), incluso “las redes sociales aceleran el pulso noticioso, (...) y el periodista no puede perder ese pulso” (p.16). De todas las existentes es Twitter el que “se ha convertido en un ritmo conveniente, barato y efectivo para los periodistas en busca de noticias e información. Los reporteros de hoy agregan cada vez más información en línea y la integran en el discurso periodístico” (Broersma, 2013).

Un caso donde Twitter se mostró claramente como una fuente de información fue en Ecuador con el Golpe de Estado al presidente Rafael Correa. Los datos eran obtenidos a través de los hashtags que se convirtieron en *trending topic* durante la cobertura: “#30s”, “#sublevación policial Ecuador”, #policiaEc “#revuelta policial Ecuador”, “#rafael correa”, “#golpe de Estado”, y “#militares Ecuador” (Valdez, 2020). Ese día, los medios tradicionales cumplían su trabajo; sin embargo, la red social estaba en ventaja, ya que las fuentes oficiales *posteaban* en “tiempo real” todo lo que sucedía, por lo que al final terminaron acudiendo a ella.

En la actualidad, no solo en Ecuador, sino también en Perú y cualquier otra parte del mundo, basta que los políticos “posteen con 140 caracteres o *abrir un hilo*¹³ y así producir una noticia” (Díaz, 2017, p.44). Los casos más frecuentes son los mensajes o respuestas de los presidentes, ministros o congresistas. Sin embargo, cabe resaltar que a pesar de “que Twitter pueda ser usado como fuente de información no quiere decir que todo el contenido sea noticioso” (Pichihua, 2017, p.40). Ese es un reto para el periodista digital, quien también debe verificar los datos antes de publicarlos. La información puede ser noticiosa, pero eso no garantiza que sea considerada como relevante o que “rebote”. Para ello, el equipo periodístico necesita organizar una buena estrategia y crear temáticas, de acuerdo a acontecimientos o a personas que intervienen en ellos.

¹³ Se refiere a la continuidad de las publicaciones vistas como comentarios.

Capítulo II: Metodología

2.1. Método para la investigación de Twitter como fuente informativa

En este capítulo se explica el método y el diseño de la investigación, incluyendo los detalles de la muestra y las técnicas de recolección de información que responden a cada uno de los objetivos del estudio. Se justifica el uso de la muestra y se determinan los mecanismos aplicados para su análisis. Este método puede ser usado en futuras investigaciones que incluye el análisis de la producción de noticias con información de Twitter.

2.1.1. Diseño y enfoque de la investigación

Se realizará una investigación con un enfoque metodológico mixto, con un nivel exploratorio y descriptivo que permitirá examinar cómo el Twitter se convirtió en una herramienta valiosa e incidente que alentó la práctica de un periodismo declarativo en los redactores web de la sección Política, quienes cubrieron el caso de Kenji Fujimori, de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *la República*.

2.1.2. Precisiones sobre el estudio

El universo del estudio está conformado por un grupo de periodistas de la sección política de tres diarios, un especialista en comunicación y marketing político, y un conjunto de noticias web. La muestra está integrada por seis (6) redactores web de la sección Política de *Perú21*, *El Comercio* y *La República*; es decir, dos de cada diario, quienes redactaron las noticias sobre Kenji Fujimori entre el 2017 y el primer trimestre del 2018. Asimismo, está el ex asesor político del ex congresista Kenji Fujimori, Alexei Toledo, quien estuvo a cargo de guiarlo en el área comunicativa, como la estrategia política y digital usada en dicho contexto. Por último, están las 506 noticias seleccionadas y enfocadas en el ex legislador.

Todos los actores mencionados fueron entrevistados, mientras que, por otro lado, se hizo un análisis de contenido para comprobar que las declaraciones o tuits del ex congresista fujimorista estuvieron presentes en la mayoría de las noticias redactadas en el período señalado anteriormente, reforzando la tesis planteada del periodismo de declaraciones o declarativo. Asimismo, se seleccionaron los casos más destacados del ex congresista fujimorista en la agenda mediática y en el espacio político que serán analizados en los siguientes capítulos, a través de capturas de pantalla de las noticias y de los tuits que reforzaron la estrategia de comunicación política.



Capítulo III: Resultados y Discusión

3.1. Análisis del objeto de estudio: Caso Kenji Fujimori

En este capítulo se realizó un análisis del perfil político y digital del ex legislador Kenji Fujimori Higuchi, así como también de su estrategia de comunicación. El método de explicación fue cronológico, siguiendo las categorías planteadas en el marco teórico y el enfoque de la investigación. Además, la autora de la tesis expondrá datos de encuestas y declaraciones del entrevistado Alexei Toledo, con el fin de corroborar los resultados.

3.1.1. Introducción: Lo inicios en la esfera política

Kenji Fujimori es el menor de la familia Fujimori Higuchi y, desde temprana edad, ganó popularidad en la esfera pública, no solo por ser hijo del ex presidente Alberto Fujimori, sino también por el perfil que mostraba frente a la prensa en esa época.

Era muy participativo en los viajes de ayuda social de su padre, lo cual reforzaba el vínculo padre-hijo por años. Bastaba ver los archivos (videos de la prensa y/o grabados por él mismo) para notar la excesiva alegría de Kenji mientras viajaba en helicópteros, o cuando de pronto realizaba sus pasos de lucha, pues él era fanático de ello y del baile. “En aquella época, nadie hubiera imaginado que este muchacho tuviera algún día aspiraciones políticas. Cualquiera hubiese creído que el futuro de Kenji estaba en la danza clásica, en el deporte, en una veterinaria o en una facultad de Filosofía” (Panorama, 2011).

Ya habían pasado diez años del gobierno fujimorista y las oportunidades para los hijos ascendían; sin embargo, tras una siguiente elección presidencial, donde volvería a ganar,

sospechosamente, Fujimori, aparecería una cadena de crisis no solo familiares, sino políticas¹⁴ que provocaron la detención del padre en Chile, en el 2005¹⁵, y el fin de esta gran era fujimorista. Desde ese momento, Keiko y Kenji “llevarían la batuta” en la esfera política.

Se venían las elecciones presidenciales 2006 y no podía faltar un postulante fujimorista. Keiko junto a otros fujimoristas formaron el partido ‘Alianza por el Futuro’, en el que Martha Chávez sería la líder y la candidata a la presidencia. Kenji, quien postuló sin éxito a las elecciones regionales de ese año, los apoyó en la campaña, al igual que su hermana Sachi y su cuñado Mark Vitto. El resultado fue negativo y Alan García sería el presidente.

Pasaron los cinco (5) años de gobierno y empezaban las siguientes elecciones con el partido ‘Fuerza 2011’. Esa vez, Keiko postuló como líder y Kenji nuevamente apoyó. Fracasaron por segunda vez y Ollanta Humala sería el presidente. A pesar de ello, Kenji no consideró que sea un mal momento para avanzar en la política. El 1 de junio, él recibió las credenciales de congresista por primera vez en su carrera política y juraría en el Congreso un mes después.

En el 2012, los hermanos Fujimori Higuchi presentarían los primeros pedidos de indulto humanitario a favor de su padre, Alberto Fujimori, pero serían rechazados. Seguirían intentando en los años posteriores sin éxito alguno.

Mientras Keiko se posicionaba en la política liderando su nueva bancada Fuerza Popular (FP), Kenji asistía a programas de espectáculos, como ‘El Gran Show’, para cumplir retos de baile y ayudar en casos sociales, los cuales fueron una arista importante durante el gobierno de su padre.

¹⁴ Los casos de homicidio calificado con alevosía y secuestro (caso de Barrios Altos y La Cantuta, y los secuestros del periodista Gustavo Gorriti y del empresario Samuel Dyer tras el autogolpe de Estado de 1992), delitos de corrupción y espionaje, caso de los diarios “chicha”, entre otros más.

¹⁵ En el 2007, inició el juicio donde la primera sentencia se dictó el 11 de diciembre. Pero es el 7 de abril del 2009, donde se le condena a 25 años de prisión.

El 2 de diciembre del 2013, en una sesión de la Comisión de Ética del Congreso, Kenji Fujimori ya enfrentaba un caso por haber impedido que miembros de seguridad del INPE frustraran un enlace telefónico a través del cual su padre, Alberto Fujimori, brindó una entrevista desde el penal de Barbadillo. Kenji seguía fiel a su padre, aunque arriesgaba su posición en la política. Continuó con sus actividades. Todo se volvió una rutina. Hasta el 2016, año en que decidió experimentar su vida política con una herramienta tecnológica de tendencia: El Twitter.

3.1.2. Kenji en Twitter

Kenji inició su vida tecnológica en el Twitter como @KenjiFujimoriH el 1 de febrero del 2016. Para él, las redes sociales eran un soporte en la esfera pública y política. El cuarto hijo de la familia Fujimori Higuchi sabía que “la política era cuestión de comunicación o gran parte de la política necesita de la comunicación” (como se cita en Juárez, 2015).

Las elecciones presidenciales 2016 estaban por empezar, los hermanos se apoyaron en las campañas. Realizaron maratones, bicicleteadas, mítines, entre otras más. Pero por tercera vez, Keiko volvió a fracasar, Pedro Pablo Kuczynski ganaría el puesto de Jefe de Estado y Kenji Fujimori sería el congresista más votado y asumiría como miembro de la Mesa Directiva de la Junta Preparatoria, tomando luego juramento de los nuevos legisladores.

La tensión aumentaba para Keiko, quien desapareció un tiempo de las noticias, mientras que su hermano empezaba a causar polémica por sus opiniones en Twitter. Hacemos énfasis en “empezaba”, ya que el proceso demandaba mucho tiempo y compromiso para lograrlo. Por ello, Kenji tomó la decisión de buscar un asesor político que lo ayude a mejorar su perfil político y a cumplir sus principales objetivos, también políticos. Él sería Alexei Toledo, quien fue entrevistado por la autora de esta tesis, con el fin de conocer y exponer el proceso de creación y uso de la estrategia de comunicación en la vida política de Kenji Fujimori.

Toledo ya trabajaba la parte comunicativa con los 36 congresistas de la bancada Fuerza Popular, en ese momento. Sin embargo, cuando recibió la propuesta de Kenji, sabía que *“definitivamente era un personaje mediático que me iba a permitir a nivel profesional”*. Además, que *“al tener el apellido Fujimori, se dio cuenta que podía tener una posición distinta”*. y *“evidentemente pues para mí era mucho más atractivo”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Esos motivos lo impulsaron a aceptar la tarea, muy aparte de los años de confianza que mantenían ambos, pero no fue hasta las anécdotas desafortunadas que vivió Kenji en programas televisivos, como el de Beto Ortiz, que confirmaron la decisión de empezar a trabajar inmediatamente con el plan de comunicación. Conociendo la plataforma que manejan en aquel programa, *“cada vez que él (Kenji) estaba hablando entre palabra y palabra, le ponían la música de un Grillo, o sea “cri cri cri” ¿por qué? Porque no hablaba bien las palabras. Entonces, todas esas cosas se las mostré y le dije “mira, no vamos a salir en medios”*, señalaba Toledo (comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021), introduciendo lo que sería la primera fase del plan.

3.1.3. Estrategia de comunicación política ¿efectiva?

Alexei explicó que, para crear una estrategia, es necesario conocer bien el perfil del personaje político, y esos detalles observó muy bien en Kenji.

“Cada uno debe construir y tener claro su propósito, qué es lo que quiere. En el caso de él, por ejemplo, algo que quería, y creo que todo el mundo sabía, era que salga su papá de donde estaba. Creo que eso quedó clarísimo, lo dijo, o sea, nunca mintió en ese asunto. “Mi objetivo era eso” y yo le respondí “Si este es tu objetivo, así como estas, no lo vas a lograr, tienes que estar mucho más sólido, la gente tiene que sentir de que estás mejor posicionado”, entonces ahí ya había un horizonte y había un propósito, era presente identificarlo y sobre eso trazar la

estrategia y las tácticas, digamos de lo que vemos y cómo íbamos a ir avanzando en las etapas y las fases” (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

3.1.3.1. Primera fase del plan estratégico: *Los tuits de Kenji*

Con las primeras ideas más claras, plantearon dividir este proceso en dos fases. Como mencionó Toledo párrafos anteriores, Kenji no iba a salir en medios hasta que se encuentre listo o más preparado. *“Vamos a trabajar todos esos temas de la adicción, trabajar con un media training que era importante, trabajar sobre líneas de trabajo que él conoce, comenzó a escribir sobre temas que les interesaban: temas de Agricultura, por ejemplo, de siembra y cosecha de agua, que eran temas que a él le gustaba”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Para el ex congresista, era una excelente oportunidad de mejora, pero, para los periodistas, la situación se convertiría en un gran reto, pues no iba a ser fácil acceder a sus declaraciones.

Toledo y Fujimori seguían trabajando, incluso como la parte *“motivacional”* de la estrategia, viajaron a Cusco, en la ciudad de Tinta, donde nació Túpac Amaru, aprendieron a hablar quechua y ayudaron a los damnificados del fenómeno del Niño, ocasionado en el año 2017. Tras estas actividades, Kenji iba ganando confianza en sí mismo, al viajar y ayudar también la ciudadanía lo conocía más; es decir, la cercanía con los peruanos era más frecuente. Punto a su favor.

Tras notarse los primeros resultados positivos, Alexei consideró que esto permitiría que *“luego él tuviera la posibilidad de mostrar sus puntos de vista”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021), pues el perfil de Kenji era así. Siempre tenía una opinión para cada tema y, a comparación de años anteriores y de los otros congresistas de la bancada, ahora él

“*tenía un espíritu crítico*” (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021). Y, nuevamente, el apellido le iba a favorecer.

Para no perder el ritmo, Kenji empezó a brindar su opinión a través de columnas en diarios como *El Comercio*, *El Correo*, *Hildebrandt en sus 13*, *La República*, *La mula*, entre otro más. Sin embargo, consideraron que era el momento de experimentar con nueva herramienta que sería Twitter. Cabe resaltar que Kenji ya usaba esta red desde el 2016, pero no con tanta frecuencia como lo haría desde fines de ese año en adelante. “*No es la red más grande porque por encima de Twitter está Facebook, incluso ahora está TikTok y hasta Instagram, pero sí es un espacio en el cual la noticia llega rápido, directamente a los líderes de opinión. Esa era la forma cómo nosotros podríamos ejercer presión en temas políticos. Por eso, se eligió, en ese momento, Twitter*”, señaló el ex asesor político (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Así fue que empezó la actividad recurrente de Kenji en Twitter. El primer caso que mostró a un nuevo Kenji fue con respecto a Sodalicio (Ver Figura 9). “*Recuerdo que estaba buscando una comisión para que se investigue este tema ya que Fuerza Popular estaba en contra. Kenji firmó el documento para que se cree (la comisión) y, un buen día estábamos en el despacho, nos llamaron y nos dijeron que se archivaría el tema, y él, claro, estaba molesto porque había firmado ese documento para que se investigue. Entonces ahí comenzó un tema fuerte a nivel de redes sociales, en ese momento, y fue el primer tuit que envié*” (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Figura 9. Tuit de Kenji sobre caso Sodalicio.



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Efectivamente, fue el primer tuit (Figura 9) con mayor alcance y polémica de Kenji Fujimori. Incluso etiquetó a la cuenta de Fuerza Popular y así demostrar que sería directo al opinar. Este tuit fue publicado el 08 de marzo de 2017. Tuvo 1091 “me gusta”, 574 *retweets* y fue 383 veces citado por otros usuarios. Gracias a los puntos que ganó anteriormente con su desarrollo, tuvo mucho apoyo en la red y *“los puso contra la pared a los del partido [...] Y, el resultado fue buenísimo porque el mismo día se tiraron para atrás, y no llegaron a archivar el tema. Entonces ya en ese momento nos dimos cuenta de que el tema de redes sociales era importante, pues podía hacer cambiar la decisión, y dónde podríamos expresar la opinión que teníamos sin ninguna restricción, sin ningún problema, y, claro, estamos hablando también de un tipo de comunicación unidireccional, donde él escribía y no necesariamente respondía preguntas sobre el tema”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021). Este era el reto de los medios que anteriormente se mencionó. La información partió y fue compartida por redes sociales, pero no por entrevistas o conferencias, en las que los periodistas puedan repreguntar. Por ello, tenían que usar los tuits sí o sí, pero antes le dejaban *“un mensaje en el WhatsApp, porque nosotros necesitábamos esa constancia ante cualquier, digamos, negativa,*

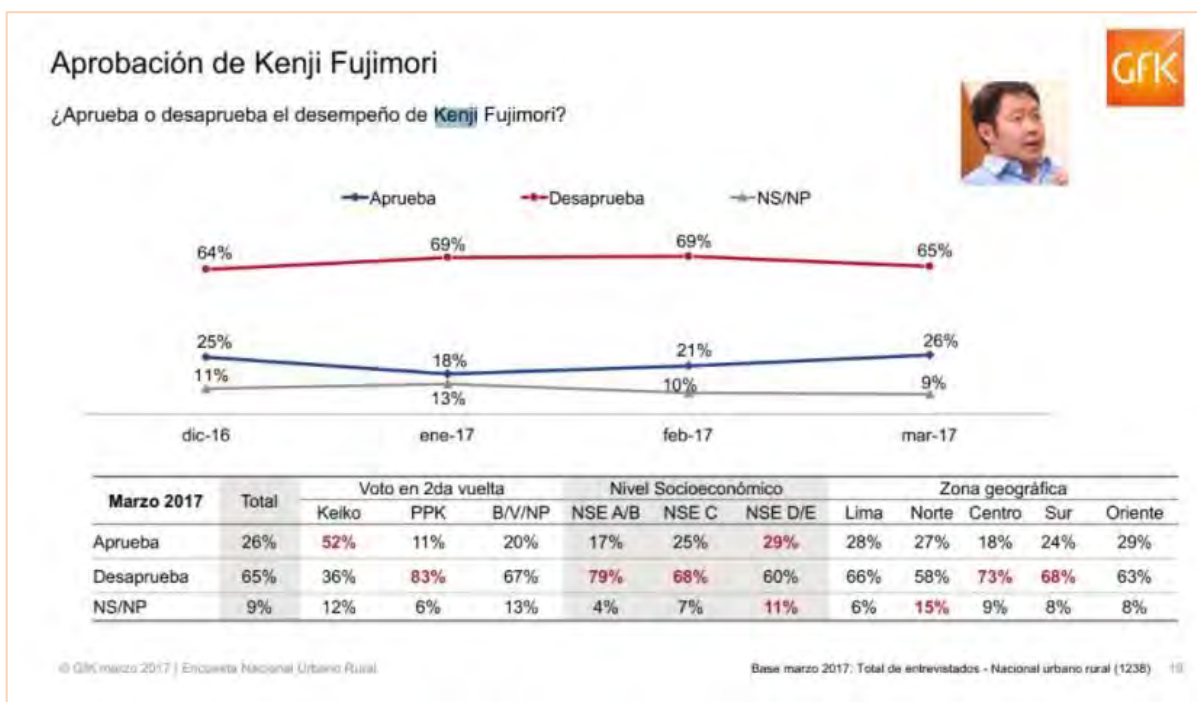
y ponte que publicaron la noticia y nos decían, “pero no he dicho nada o porque no intentaron llamar o mensajear”, entonces nosotros siempre dejamos esa constancia para que no haya una queja”, señaló uno de los periodistas entrevistados para esta tesis (M. Machacuay, comunicación telefónica, 21 de septiembre de 2021).

Y aquí surge un detalle que Alexei cuestiona hasta hoy.

Frente a las críticas de varios periodistas sobre la nula posibilidad de contactar a Kenji por una llamada o presencialmente para brindar sus declaraciones, el ex asesor político de Fujimori precisó que lo más importante era que los periodistas *“traten de brindarle a la audiencia la información que están buscando, en ese momento, del entrevistado”* y *“no buscar brillar más que él (entrevistado)”*, pues así solo consiguen que *“se distorsione un poco la entrevista”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021). Tras ello es que Toledo, como asesor y especialista en el área, decidió *“trabajar en una comunicación unidireccional, además, evidentemente estábamos llegando a nuevos públicos. Para mí era importante, claro. [...] salir en redes sociales y luego con el tema de marketing digital que aplicamos era llegar a ese público. Y creo que eso fue muy favorable también en ese entonces”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021). Uno de los periodistas entrevistados para esta tesis estuvo de acuerdo con el ex asesor, pues *“(Kenji) tenía la intención de “llegar a un público joven y no fujimorista”. [...] Él quería presentar una postura más progresista en algunos aspectos y más liberal en otros. [...] Y creo que, en esa medida o contexto, empieza a tener también una comunicación política que apuntaba más a ese sector”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Y estos resultados favorables se estaban reflejando muy bien en las primeras encuestas realizadas a la ciudadanía (Ver Figura 10):

Figura 10. Encuesta de aprobación de Kenji Fujimori.



Fuente: GfK Conecta S.A.C (2017).

La aprobación de Kenji iba aumentando lentamente (Figura 10), así que la estrategia política estaba resultando muy bien. Y eso que aún seguían en la primera fase. Además, los medios replicaron la declaración y una captura de pantalla del tuit completo para informar sobre lo sucedido. Incluso, cuando redactaban notas sobre las opiniones o “descargos” que otros políticos brindaban también añadían el tuit de Kenji para contextualizar y reforzar la información; muy aparte de compartir la noticia por redes sociales.

Algunos meses después, nuevamente, Kenji fue tema de conversación y discusión política cuando presentó un avatar de él mismo (Ver Figura 11). Y lo hizo cambiando la foto de su perfil en Twitter. Fue polémico porque la tensión en la bancada se sentía y notaba más. Desde ese momento, empezó a adecuar los avatares a la coyuntura. Por ello, al revisar su cuenta de Twitter, encontraremos varios diseños presentados entre los años 2017-2018, período seleccionado para esta tesis.

Figura 11. *Primeros avatares de Kenji Fujimori en Twitter.*



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Alexei confirma que “definitivamente esa fue la estrategia de llegar a un público nuevo, especialmente jóvenes, con lo cual rompíamos la burbuja del tema de la esfera política. Donde estábamos arrinconados y podríamos llegar, pues desde públicos [...] esa imagen digital llegó a trascender”. Este trabajo tuvo suma relevancia ya que era “la primera vez que alguien utilizaba caricaturas para temas políticos” (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021). Hasta el momento de la entrevista con la autora de la tesis¹⁶, el ex asesor señaló no conocer un caso similar al de Fujimori.

Haciendo un resumen de lo explicado hasta aquí, la estrategia de comunicación política de Kenji era declarar, no por medios de comunicación, sino a través de Twitter con imágenes y/o diseños de avatares en su contenido que reforzaban el mensaje. Este avance ha resultado favorable para el ex congresista Fujimori también por su cercanía y ligera aprobación de algunos peruanos como si vio en la encuesta. Cabe resaltar que en el período de pausa que tuvo; es decir, cuando no declaraba sobre política por ninguna vía, él se dedicó a publicar por Twitter las ayudas sociales que brindaba para su conocimiento y seguimiento. Mostraba ese perfil que

¹⁶ La entrevista fue realizada el 03 de noviembre de 2021.

le recordaba a Alberto Fujimori cuando gobernaba, punto que destacarían los seguidores de su padre y verían reflejado en el hijo.

3.1.3.2. Segunda fase del plan estratégico: Simbolismos y prensa

Si bien Kenji Fujimori seguía publicando sus ideas a través de Twitter, empezó a responder a las preguntas de la prensa, aunque seguía siendo muy breve. La estrategia iba “*escalando*”, como enfatizaba Alexei Toledo, pues fue “*primero, comunicación autodireccional y luego empezaba a salir poco a poco hasta llegar a ir al programa Juliana, o sea, sí llegó a ir...*” (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

A Fujimori se le veía más seguro al responder, incluso para los sarcasmos que utilizaba a veces frente a la prensa. Aquí surge un detalle muy importante en su comunicación y es “el simbolismo”. Para explicarlo claramente, se expondrán las situaciones más destacadas en el período seleccionado para esta tesis; es decir, 2017-2018:

3.1.3.2.1. Tensión entre Fuerza Popular y los tuits de Kenji: Caso Ley Mordaza

Desde el minuto que Kenji declaraba con frecuencia por Twitter, algunos congresistas de su bancada estaban disgustados, pues lo señalaba como “rebeldía” o le solicitaban que se retracte; no obstante, la situación se iba agravando ya que Kenji seguía con la misma estrategia. Uno de los primeros casos es la Ley Mordaza (Ver Figura 12):

Figura 12. Tuit de Kenji sobre caso Ley Mordaza.



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Este tuit fue publicado por Fujimori durante la sesión en el Pleno del Congreso, donde se estaba discutiendo el caso. Fue ahí cuando solicitó su intervención para declarar y pasó lo que crearía un debate mayor. “[Kenji] Pidió un minuto de réplica en el Congreso. Y en ese minuto se paró, se puso un parche y decidió estar en silencio. No pasaron ni 20 segundos y el presidente del Congreso le quería quitar la palabra, pero cómo le iba a quitar la palabra si no estaba hablando y estaba su derecho de estar un minuto. Igual le interrumpieron a los 27 o 28 segundos, le quitaron la palabra, o sea, cuando debieron haberlo dejado el minuto completo y en silencio, porque ese era su derecho. Al final yo pido la palabra y para mí era un símbolo”, explicó Alexei (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021), quien lo consideró un acto de valentía. Incluso, luego Fujimori le confesó que fue “una de las cosas más difíciles que me tocó hacer”. “Kenji era un personaje que se lanzaba a hacer las cosas” y eso facilitó que la estrategia siga funcionando, agregó su ex asesor (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Si bien la mayoría de los congresistas no entendieron el mensaje y, más bien, pensaron que era una actitud inadecuada, Fujimori tuvo apoyo en redes, nuevamente, por parte de la ciudadanía en redes sociales. Y no solo eso, también sirvió de ejemplo para otros políticos. El simbolismo de esa acción *“fue tan fuerte, ya que a las dos semanas hicieron lo mismo en un Parlamento de Colombia. [...] justo unos amigos que estaban estudiando en Colombia me decían “oye, se ha copiado”. Ese tipo de acciones que llaman mucho la atención y te hacen pensar, porque claro, “ese es un payaso que se pone un parche en la boca”, pero al final estaba en su derecho, o sea, es una ley mordaza, me pongo el parche y quiero estar en el minuto de silencio, pero hay que tener bastante coraje y valor para hacer eso, es bien difícil”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Lamentablemente, para Kenji, eso impulsó a los congresistas de Fuerza Popular a abrirle un proceso disciplinario.

3.1.3.2.2. Proceso disciplinario de Fuerza Popular a Kenji ¿por sus tuits?

El jueves 28 de septiembre, la bancada fujimorista anunció oficialmente la decisión de dar la primera “llamada de atención” al ex congresista Kenji Fujimori por las siguientes razones: Haber criticado al partido a través de una columna de opinión “¿Cuándo se entronizó la intolerancia en Fuerza Popular?” en el semanario ‘Hildebrandt en sus trece’, el 21 de julio de 2017, y a través de una declaración en Twitter. Luego por también acusarlos, por el mismo medio, de su suspensión ante el ‘caso Sodalicio’. Se añade lo ocurrido el 14 de septiembre por el ‘caso Ley Mordaza’; es decir, el tuit (Ver Figura 12) y el parche en la boca. Y, finalmente, por este tuit (Ver Figura 13) publicado al día siguiente:

Figura 13. Tuit de respuesta tras proceso disciplinario

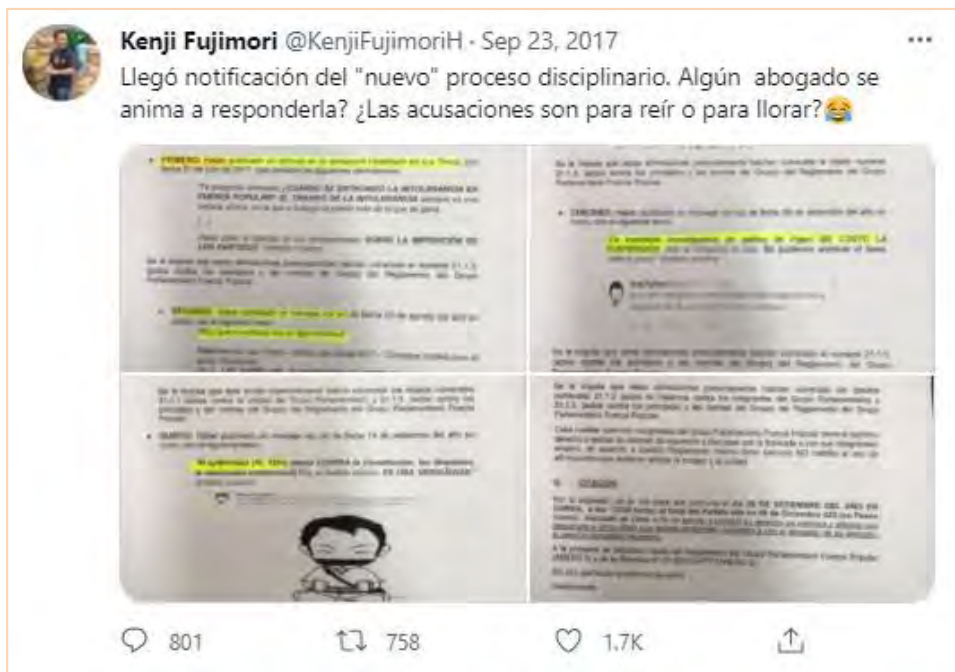


Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

De por sí, con solo mencionar el apellido Montesinos se está recordando la caída del Fujimorismo que resultó con la detención del padre, Alberto Fujimori. La historia la conocemos todos.

Ahora, si hacemos un resumen de las acusaciones contra Kenji, concluimos que las declaraciones realizadas por Twitter fueron mayormente el problema. Incluso, en los documentos enviados al menor de los Fujimori (Ver Figura 14), cinco (5) días antes del anuncio oficial, se puede observar las capturas de pantalla de esos tuits:

Figura 14. Siguintes respuestas de Kenji tras el proceso disciplinario.



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Es por ello que en las noticias web y redes sociales se compartían hasta memes o gráficos sobre la situación de Kenji. Tenemos el ejemplo de Carlos Dávila ‘Lavida’, artista gráfico nacional, quien publicó esta caricatura en el diario *Gestión* (Ver Figura 15), el 30 de noviembre de 2017. Esta imagen es significativa y demuestra el contexto político de aquel año, en que Kenji y sus tuits eran noticia diaria.

Figura 15. Caricatura sobre Kenji y sus tuits



Fuente: Diario *Gestión* (2017)

Como afirmaba Alexei Toledo, *“Kenji Fujimori era un personaje que te permitía poder llegar a causar revuelvo y noticia”* (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021) y sumándole la herramienta del Twitter y sus características de inmediatez, flexibilidad y democrática (Fainholc, 2011), se lograba construir un perfil fuerte a nivel político, simbólico y digital. Incluso, algunos de los periodistas entrevistados para esta tesis, quienes serán presentados en el siguiente capítulo, reconocieron que el ex legislador, su ex asesor político y el diseñador formaron *“un equipo dedicado exclusivamente a trabajar la parte comunicativa, de su perfil y se dedicaba mucho a tuitear. A nivel de comunicación política, estaba bien y les funcionó, finalmente, para que los medios puedan rebotarlo, y también se ahorran, de paso, esto de exponerse ante un periodista, tal vez en un set de televisión y ofrecer entrevistas. Entonces, claro, me imagino que para su equipo si funcionó”*, enfatizó la periodista del diario La República¹⁷ (*“redactora LR 2”*, comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021) sobre la estrategia de comunicación de Kenji. Asimismo, el periodista de El Comercio agregó que, aparte del plan comunicativo, *“en todo este enfrentamiento con Keiko Fujimori y la bancada de Fuerza Popular, la mayoría de sus conocimientos fueron por Twitter y sí ameritaba hacer una nota, no a todos, porque habían caricaturas que no lo merecían, pero a la mayoría de sus tuits sí ameritaba porque eran temas de coyuntura”* (S. Ortiz, comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021).

Volviendo al caso, ¿qué pasó con estas acusaciones? ¿Qué respondió Kenji? Siguiendo la línea de la interpretación, no tuvo mejor idea que doblar los documentos dándole forma a un avión para que cumpla su función; es decir, “volar”, lo que significaría “no me importa” (Ver Figura 16). Un detalle aquí es que el tuit no mostró una imagen del fujimorista con el avión de papel

¹⁷ La periodista decidió que se reserven sus datos.

en mano o solo las declaraciones, sino fue más directo al grabar un video y agradecer a los usuarios que lo seguían.

Figura 16. *Última respuesta de Kenji tras el proceso disciplinario.*



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Sin duda, esto incrementaría el nivel de tensión en la bancada. Ninguna de las dos partes iba a “dar un paso al costado” y conciliar. Cada uno, y principalmente el nuevo perfil de Kenji, mantenía firme su postura. Más del 50% del partido estaba en su contra y la decisión que tomarán terminaría perjudicando radicalmente a Kenji. Y fue así.

Casi un mes después, el comité de Fuerza Popular decidió suspender al legislador, en ese entonces, Kenji Fujimori por 120 días, por las razones expuestas párrafos anteriores. Cabe resaltar que en julio ya había recibido su primera amonestación con la suspensión de 60 días por sus inadecuadas conductas al expresarse de sus colegas y las faltas o ausencias injustificadas en las reuniones del partido.

¿Cuál fue la respuesta del hermano de Keiko? Sí, otra vez, un tuit con el avatar de su personaje en modo “guerra” (Ver Figura 17), el cual sí demostraba fuertemente las disputas entre ambas partes.

Figura 17. Kenji le responde a su bancada con un avatar.



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Ahí, menciona al pueblo, sabiendo que está ganando su confianza y eso era parte de su estrategia. Brevemente, podemos decir que el partido de Fuerza Popular ya se encontraba dividido y que Kenji no se quedaría “de brazos cruzados” ante lo acontecido.

3.1.3.2.3. El indulto al líder del Fujimorismo a cambio de no vacar a PPK: ¿Victoria de Kenji?

Fue el caso más polémico en la etapa contemporánea de la política, donde gobernaba Pedro Pablo Kuczynski (PPK). Faltaban tres días para navidad. Los congresistas votarían. Se necesitaba 87 votos para vacarlo; sin embargo, se consiguió 79, dándole así una oportunidad más a Kuczynski. La polémica se creó al saber quiénes marcaron en contra o en abstención. Diez congresistas de la bancada opositora decidieron dar su voto amarillo (abstención), dentro de ellos estaba Kenji Fujimori, quien otra vez causó polémica con una declaración en Twitter (Ver Figura 18):

“No solamente fue el tema digital, pues algo que también nos dio muchos éxitos fue, por ejemplo, este espacio de películas que tuvimos cuando sucedió la votación de Kuczynski. Recuerdo que subimos un spot del Rey León (el momento en el que asciende a tomar el poder), ya que era un tema súper creativo [...], pues ya lo tenía preparado. Kenji sube y tuitea ese final del Rey León. Entonces la gente, en ese momento, estaba súper emotiva y evidentemente no olvida. Estamos hablando de una película que todo el mundo conocía”, cuenta el especialista en marketing, Alexei (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Figura 18. Respuesta de Kenji tras no vacar a PPK.



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Pero ¿qué significaba realmente? Tres palabras con tres puntos que uno(a) coloca como “continuará” y un video de toma de poder solo significaban “victoria”. Para el ex presidente PPK sí lo sería, pero ¿para Kenji? Otra vez estaríamos en un caso simbólico, pero más difícil de tener una respuesta como en anteriores ocasiones. Ahora, no solo se trataba del menor de los Fujimori, sino de otros nueve (9) políticos más de la bancada naranja; es decir, el grupo a favor de Kenji estaba creciendo. ¿Estrategia?

“Ya había un trabajo justamente digital, un trabajo en redes sociales, su trabajo de escribir en los diarios, en haber salido ya en algunos medios de comunicación, que les permitía a esas 9 personas, que se estaban alejando (de Fuerza Popular), encontrar un liderazgo en Kenji y tener la confianza para seguirlo. Por eso, fue un momento muy interesante, muy fuerte y muy emocionante. Y ya luego vinieron las demás cosas, los problemas con la bancada y, bueno, terminó el tema más complicado. Pero en ese momento, gracias al perfil que se llegó a construir se logró también pues tener esta decisión que se dio en una bancada que era la más cohesionada”, enfatizó Toledo (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Nadie entendía qué pasaba tras la decisión de los diez (10) legisladores y el tuit de Kenji hasta que un 24 de diciembre, a horas de celebrarse la navidad en el país, el ex presidente PPK le concedió el indulto humanitario a Alberto Fujimori. Se sabía gracias a los medios de comunicación y a los tuits de Kenji (Ver Figura 19) que, por años, los hermanos Fujimori Higuchi buscaban el indulto de su padre, ya que se encontraba en una situación complicada de salud. Ese momento había llegado.

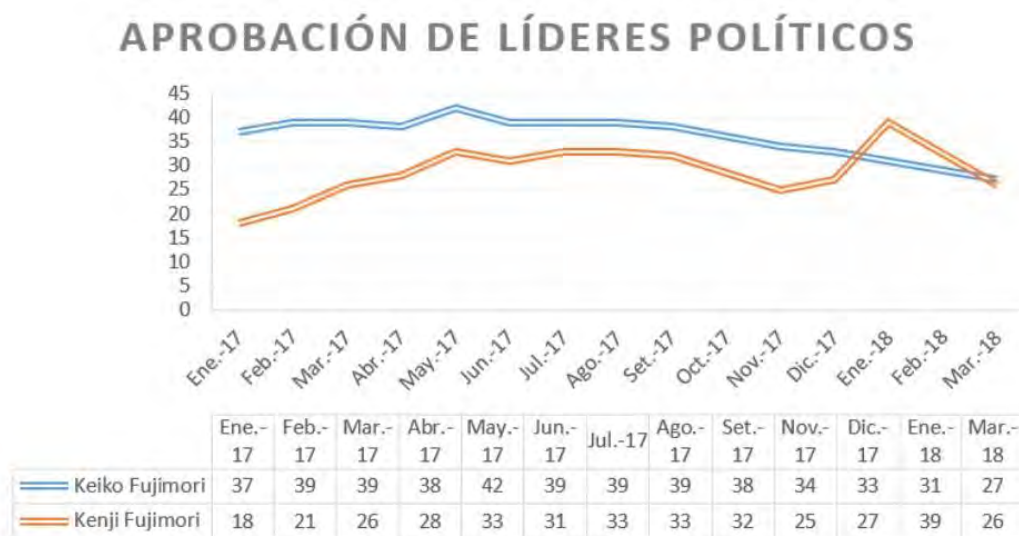
Figura 19. *Tuits de Kenji tras el indulto de su padre.*



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Los medios de comunicación consideraron el caso como una victoria para Kenji Fujimori tras haber negociado con el ahora ex presidente Kuczynski, y posteriormente haber logrado la liberación absoluta de su padre. Esto aumentó la aprobación de Kenji, superando, por primera vez, a su hermana después de tiempo. "Kenji es el más popular de la dinastía Fujimori según las últimas encuestas", comenta Riepl para el diario BBC Mundo.

Figura 20. *Estadística de aprobación de Kenji y de Keiko, entre 2017 y marzo de 2018.*



Fuente: Elaboración propia a partir de GFK Conecta S.A.C (2017).

“Al cierre del 2017, una encuesta de El Comercio-Ipsos reveló que el menor de los Fujimori Higuchi alcanzó un 33% de aprobación, cuatro puntos porcentuales por encima de su hermana Keiko” (El Comercio, 2018). Sin duda, Kenji estaba en su mejor etapa política (Ver Figura 20). Nuevamente, se veía en redes sociales al padre y al hijo juntos como hace años. Kenji fue reservado en sus planes, pero también muy astuto para llevarlos a cabo. Keiko fracasó una ocasión más.

Como destacaba el ex asesor político de Kenji, se trataba de personaje que tenía claro su principal objetivo y sus tuits lo mostraban (Ver Figura 21):

Figura 21. Tuit sobre los objetivos de Kenji en el 2017 y 2018.



Fuente: Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Si bien Keiko, como hija de Alberto Fujimori, también quería la liberación del ex presidente del Perú, no lo manifestaba frecuentemente en el Twitter como su hermano Kenji. La relación entre hermanos se estaba estancando y, para variar, Kenji anunciaría su deseo de postular a la

presidencia en el siguiente periodo 2021, y, según las encuestas, sí tenía probabilidades de lograrlo.

A pesar de todo, Keiko pudo aceptar el resultado tranquilamente priorizando la salida de su padre; no obstante, la división en Fuerza Popular crecería más, lo cual es ilógico habiendo obtenido un logro para el fujimorismo.

3.1.3.2.4. Desintegración de Fuerza Popular: ¿El fin de la era de Kenji y sus tuits?

Desde que Kenji Fujimori no votó por su hermana en las elecciones del 2016, la tensión entre ambos hermanos ya había empezado, aunque lo negaron en su momento, pues “sin peros” ni miedo, este opinaba de su bancada por cualquier caso que se presentaba. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, tras el indulto de su padre, la relación empeoró.

Ya era un nuevo año (2018), Kenji tenía más aprobación que Keiko y, desafortunadamente, para esta última, los medios de comunicación publicaron las acusaciones contra ella por estar involucrada en el caso Odebrecht.

Días después, Kenji volvió a ser noticia no solo en medios nacionales, sino también internacionales, tras su renuncia del partido Fuerza Popular, liderado por Keiko Fujimori, quien estaba viviendo una difícil etapa política. Él seguía negando los problemas con su hermana y afirmaba seguir confiando en ella, pero no en la bancada, motivo que lo llevó a tomar esa decisión. Los medios supieron de este anuncio oficial tras un tuit (Ver Figura 22):

Figura 22. Tuit de renuncia de Kenji a Fuerza Popular.



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Fiel a su estilo, mostró al avatar de su personaje retirándose del escenario y siguiendo un nuevo camino. La pregunta sería: ¿solo o con otros políticos más? Y es ahí que surge la idea de formar un nuevo grupo. Lo creó y denominó como *Los Avengers*. Kenji Fujimori, Guillermo Bocángel, Estelita Bustos, Sonia Echevarría, Clayton Galván, Maritza García, Marita Herrera, José Marvin Palma, Bienvenido Ramírez y Lizbeth Robles conformarían el grupo. La presentación fue por Twitter (Ver Figura 23):

Figura 23. Los avatares de Los Avengers.



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Los avatares aparecen con fuerza y creatividad. ¿Cómo nació esta idea?

El nombre de los Avengers fue parte de la estrategia planteada por Alexei Toledo. *“Como ya venía con el tema de las caricaturas y (el tema) había escalado bastante, lo que estábamos pensando en ese momento era construir una narrativa entre buenos y malos. Ya de alguna forma, en los tweets anteriores al tema de Avengers, ya habíamos estado utilizando, el personaje de Thor, especialmente cuando tenía unas complicaciones con su hermana. Poníamos a Thor y a la hermana, era la película de ese momento (no recuerdo el nombre de la película de Thor exactamente), pero ya lo habíamos puesto con ese héroe. Entonces cuando sucede ese tema de que se separan los 10, ahí lo pensamos. La idea era construir esa narrativa de buenos y malos, para aprovechar lo que estaba ocurriendo en ese momento y creo que llegó*

a funcionar” (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021). Con esta explicación a detalle de parte de Toledo, confirmamos, por un lado, los problemas entre Kenji y Keiko Fujimori; por otro lado, la intención de ser una nueva bancada y postular en el 2021 iban en serio. Claro está que también pensaban adaptarse al plan de comunicación de Kenji para ganarse a los peruanos, ya que algunos de ellos declaraban también por Twitter y/o compartían los avatares creados. Además, también lo hacían frente a la prensa, ya que el objetivo era que todos conociéramos su plan de trabajo, por todas las vías posibles, y así confiemos en ellos.

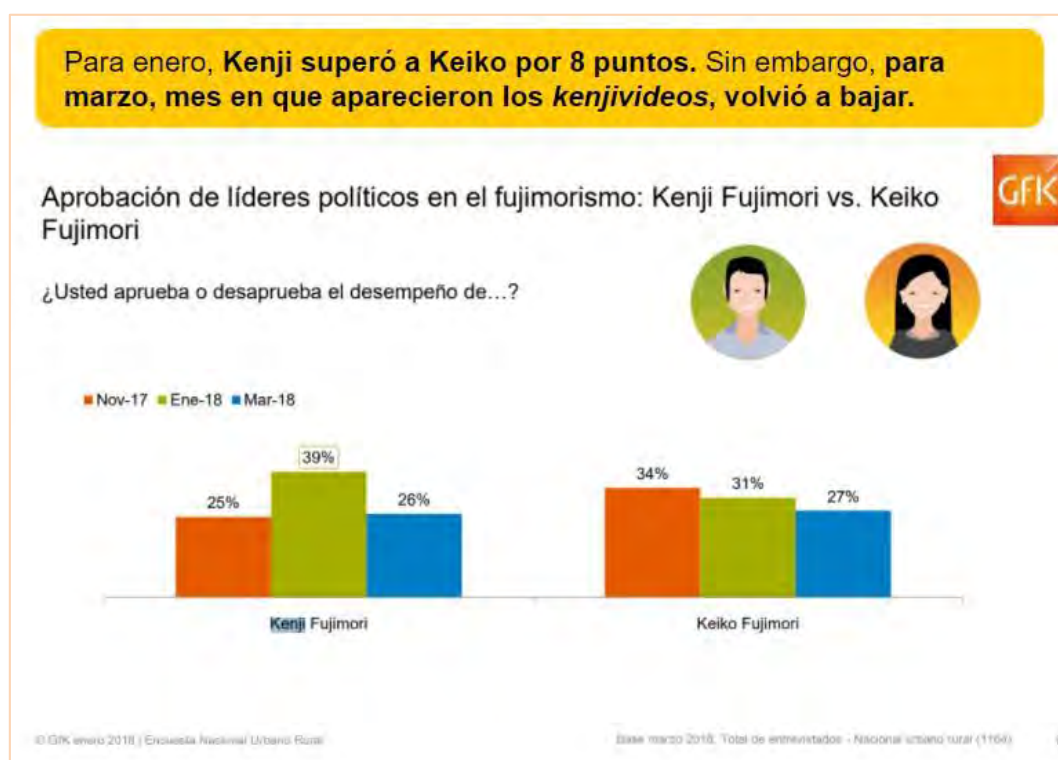
El grupo se reunía constantemente, publicaban sus avances, algunas veces usaban hashtags como #ModoAvenger, #InfinityWar o #AdefenderlaDemocracia para llamar la atención de sus seguidores. Todo marchaba bien hasta que, en marzo, el hoy fallecido¹⁸ parlamentario, Moisés Mamani, presentó a la bancada de Fuerza Popular cuatro (4) videos que mostraban a Kenji Fujimori negociando con otros políticos y tratando de obtener el voto del fujimorista Mamani, a fin de no vacar a Pedro Pablo Kuczynski en la segunda moción de vacancia interpuesta. Lamentablemente, Fujimori no consideró la posibilidad de traición a su confianza que terminó siendo acusado por el caso denominado “*Kenjivideos*”, muy similar a los “*Vladivideos*”. Sin duda, el nombre habrá sido de total desagrado para Kenji, ya que anteriormente él manifestaba su rechazo a Montesinos, a través de sus tuits. Antes esto, el menor de los Fujimori, por fin, no ocultó sus diferencias con su hermana y habló en una conferencia de prensa. El no haberlo hecho por Twitter demostró su desesperación y nerviosismo por esa crisis política que vivía. "Lamento muchísimo las bajezas de las actitudes delincuenciales de Fuerza Popular y de mi hermana Keiko al operar con esas actitudes de forma oculta y tergiversando información", declaró.

¹⁸ Moisés Mamani falleció el 14 de agosto de 2020 a causa de la COVID-19.

Nada se pudo hacer. Al final, PPK no tuvo otra opción que renunciar a su cargo, cediendo el poder a Martín Vizcarra, y Kenji terminó siendo investigado y con el declive de su éxito político. Los Avengers pasarían a alejarse de la realidad y solo ser un buen episodio.

La era de Kenji finalizó y las encuestas lo confirmaban (Ver Figura 24):

Figura 24. Aprobación comparativa entre Kenji y Keiko del primer trimestre de 2018.



Fuente: GfK Conecta S.A.C (2017).

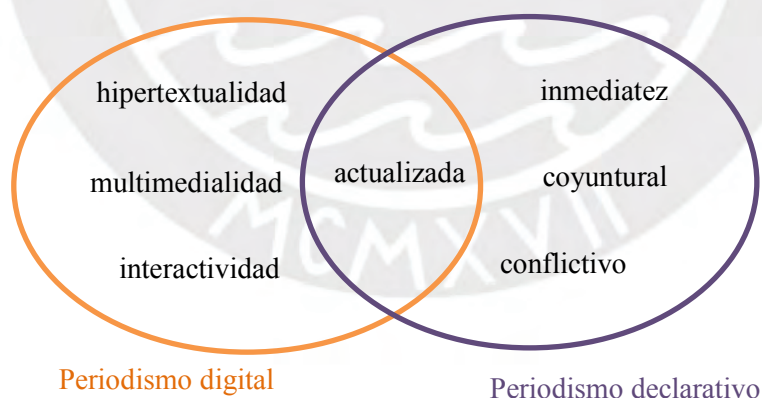
Alexei Toledo dejó de ser el asesor político de Kenji Fujimori en ese año 2018. “No hay ningún vínculo laboral, sí somos amigos, [...], pero bueno ya está haciendo sus cosas, se ha metido en el tema privado, yo también en mi tema comunicacional, sigo con mi rubro y mis cosas a futuro” (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021), declaró concluyendo así con la entrevista para esta tesis.

3.2. Twitter como aliado del periodismo declarativo en 2017-2018

Como señala Samia Benaissa (2018) en su estudio *Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española* ('El País', 'El Mundo', 'La Vanguardia' y 'ABC'), los periodistas consideran que "Twitter aporta un valor añadido a sus técnicas de investigación, además de proporcionarles declaraciones de fuentes muy útiles y atractivas", lo que para la autora de esta tesis sería un reforzamiento al periodismo de declaraciones. Para explicarlo, en este capítulo se expondrán los puntos de vista y experiencia de seis (6) periodistas de la sección política de los diarios *La República*, *El Comercio* y *Perú21*, quienes cubrieron el caso de Kenji Fujimori y su estrategia de comunicación política entre el 2017-2018.

De acuerdo al marco teórico de esta tesis, el periodismo digital y el periodismo de declaraciones o declarativo presentan las siguientes características (Ver Gráfico 1). Lo que buscamos es comprobar que los tuits de Kenji, como herramienta del periodismo digital, han reforzado el periodismo de declaraciones en las redacciones web de los diarios mencionados anteriormente.

Gráfico 1. Características del periodismo digital y el periodismo declarativo.



Fuente: Elaboración propia a partir de Díaz (2017, p.24) y De La Torre y Dillon (2012)

Con respecto a los periodistas entrevistados, está Michael Machacuay y “redactora LR 2”¹⁹, ambos han sido redactores web de la sección política del diario *La República* en el período 2017-2018. Luego, Sebastián Ortiz y Paulo Rosas, actual redactor y ex redactor web de la sección política del diario *El Comercio* en el período 2017-2018, respectivamente. Por último, Iván Atilano y Fabiana Sánchez, ex redactores web de la sección política del diario *Perú21* en el período 2017-2018.

3.2.1. Los tuits de Kenji como herramienta del periodismo declarativo

Para la primera parte, se expondrá las ventajas de las herramientas del periodismo digital como el Twitter; además, se confirmará a los tuits como fuente de información en las noticias de Kenji Fujimori, caso elegido para esta tesis.

3.2.1.1. Twitter para los periodistas web de *Perú21*, *El Comercio* y *La República*

Antes de que la autora de la tesis se enfoque en la red seleccionada para este estudio, se preguntó por el papel que cumplían las redes sociales en su trabajo de elaboración de notas periodísticas:

Para “redactora LR 2”, *“definitivamente, las redes sociales son una fuente de información importante para elaborar notas periodísticas. Y creo que no solo notas periodísticas, sino cualquier tipo de artículo, siempre se van a poder encontrar elementos útiles para este tipo de informes, entrevistas y cualquier artículo que se vaya a elaborar”* (comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021). Su colega, Michael Machacuay, en ese entonces, confirmaba la declaración y agregaba que también eran *“insumos para poder elaborar una determinada*

¹⁹ La periodista decidió que sus datos sean confidenciales, por lo que será considerada “redactora LR 2” en la tesis.

información ya sea para un reportaje periodístico, una entrevista” (M. Machacuay, comunicación telefónica, 21 de septiembre de 2021).

Con respecto a los periodistas de *El Comercio* (2017-2018), Sebastián Ortiz fue más directo al señalar que “[...] *Las redes sociales se convierten en uno de los pilares de las fuentes de información para los medios de comunicación sobre todo con aquellos personajes que no suelen declarar la prensa y que tampoco suelen brindar digamos entrevistas a determinados medios de comunicación ni siquiera al canal del Estado*” (S. Ortiz, comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021). Mientras que Paulo Rosas diferenció las funciones entre ese período y la actualidad. *“En la época que yo estaba trabajando, o sea 2018 (...) claramente en ese momento me parece que las redes sociales quizás cumplían un rol, se podría decir, similar al de ahora. Quizás ahora está un poco más desarrollado el tema de la interacción, mientras que en ese momento (2018) estaba más enfocado en la difusión. [...] se podría decir también, que era un canal más unívoco; es decir, difundimos, pero no esperábamos una interacción. No era que nos tuiteen, nos likeen o ganar seguidores. No había mucha intención de un grado de reciprocidad en la información”* (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021).

Para los redactores del diario *Perú21* (2017-2018), en el caso de Iván Atilano, era *“un poco como la TV, lo uso para saber qué está pasando y de qué están hablando las personas, la gente básicamente no uso mucho los comentarios, sino más. [...] cuando dan cosas concretas o algo que pueda utilizar en mi trabajo, pero mayormente si es sólo para saber de la coyuntura y que está sucediendo como una tele”* (I. Atilano, comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021). A comparación de los otros cinco (5) periodistas, para Fabiana Sánchez sí fue un cambio significativo. Ella redactaba sobre Economía, pero cuando pasó a Política, las redes fueron importantes para ella. *“[...] cuando empecé a hacer política y, te estoy hablando del 2017, más o menos, antes de eso no utilizaba tanto las redes sociales, a raíz de eso me ayudó como una*

especie de fuente de información, ojo, no como algo a lo “que se dice ahí es”, sino como un apoyo para ver qué se está hablando, qué están diciendo los políticos, porque casi todos los congresistas, los ministros o los funcionarios, en este caso relacionados con la política, tenían su Twitter. Entonces a mí me servía como una especie de fuente y como un impulso para ver algún tema, para de repente sacar por ahí alguna nota, después obviamente llamando a la persona, pero sí me ha servido” (F. Sánchez, comunicación telefónica, 28 de septiembre de 2021).

Queda claro, hasta aquí, que las redes sociales se han convertido en una herramienta relevante en el periodismo web y político. Los periodistas entrevistados las usan más para su área laboral que para uso personal. Ahora, con el avance tecnológico de los últimos años, existen muchas redes sociales, pero ¿cuál es la favorita o la más frecuente para ellos? Todos respondieron directamente “Twitter” y algunos de ellos detallaron más las respuestas. Aquí, algunas de ellas:

“Como fuente y como referencia: Twitter” (M. Machacuay, comunicación telefónica, 21 de septiembre de 2021).

“[...] después, en el 2017 que empecé a hacer política, la red que usaba era el Twitter. Esta es la red que más utilizo para materia laboral” (F. Sánchez, comunicación telefónica, 28 de septiembre de 2021).

“La red social más política es Twitter. Yo lo uso más, porque la mayoría de los pronunciamientos políticos fuertes son a través de esa red. Es la (red) que más usamos en el diario para guiarnos como fuente de información de políticos que no solamente declaran a la prensa” (S. Ortiz, comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021).

Los motivos de sus preferencias por Twitter se deben a que son considerados fuentes y/o herramientas de información para las redacciones que elaboran en los diarios. Pero ¿por qué

Twitter y no otras redes? Aquí destacan las características que le brindan los periodistas entrevistados:

1. *“Lo principal es su **inmediatez**. [...] Se resalta más que todo por eso, porque siempre va a servir para recoger alguna declaración que de pronto no se pueda obtener haciendo una llamada. Es una fuente rápida”* (“redactora LR 2”, comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021)
2. *“Es una fuente inmediata y accesible para mí; o sea **inmediato**, porque podrías sentarte y conectarte, revisar y tener ahí a la mano cualquier tuit de cualquier político; y es **accesible**, en el sentido de que me imagino que por el tema de la conectividad”* (M. Machacuay, comunicación telefónica, 21 de septiembre de 2021)
3. *“Es **actualizada** pero no sé si del lado de los políticos. En lo personal, sigo a bastantes periodistas que se especializan en distintas ramas (congreso, ejecutivo, poder judicial, etc.) y hay muchas cosas que las que yo me entero por Twitter antes de enterarme por la radio o la televisión. Entonces sí me parece que es **inmediata** pero también hay que ver a qué personas seguir y también a los políticos”* (S. Ortiz, comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021)
4. *“Es una red social súper **accesible**, [...] creo que cualquier persona podría usar Twitter sin mucha dificultad. Para los periodistas es igual, porque aparte de ser sencilla de usar puedes acceder a información importante”* (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021).
5. *“Es **coyuntural** [...] es una gran herramienta para medir lo que está pasando en el día a día”* (I. Atilano, comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021)
6. *“Lo describiría como una herramienta, para un periodista, para hacer una investigación, para analizar y para conocer qué es lo piensa o pensaba en su momento algún político, o de repente algún candidato a la alcaldía o un candidato presidencial*

[...] *Sí (es **accesible**), pero también puede ser un arma de doble filo*” (F. Sánchez, comunicación telefónica, 28 de septiembre de 2021)

En ese caso, las características destacadas (Ver Tabla 1) por los redactores entrevistados son las siguientes:

Tabla 1. *Características del Twitter, según los periodistas entrevistados.*

Características de Twitter	N ^a menciones
Inmediata	3
Accesible	3
Actualizada	1
Coyuntural	1

Fuente: Elaboración propia a partir de los entrevistados.

Teniendo en cuenta las características del periodismo digital, se puede notar que Twitter presenta similitudes con ellas. Está claro que sí es una herramienta digital de gran valor para los periodistas entrevistados en la elaboración de notas periodísticas, pero ¿también será útil para la selección de los temas de las redacciones? Para responder a esta interrogante, nos enfocaremos en las herramientas de tendencia a través del caso Kenji Fujimori (2017-2018).

3.2.1.2. Los tuits de Kenji como noticia

3.2.1.2.1. Criterios de elección del tema: Caso Kenji Fujimori

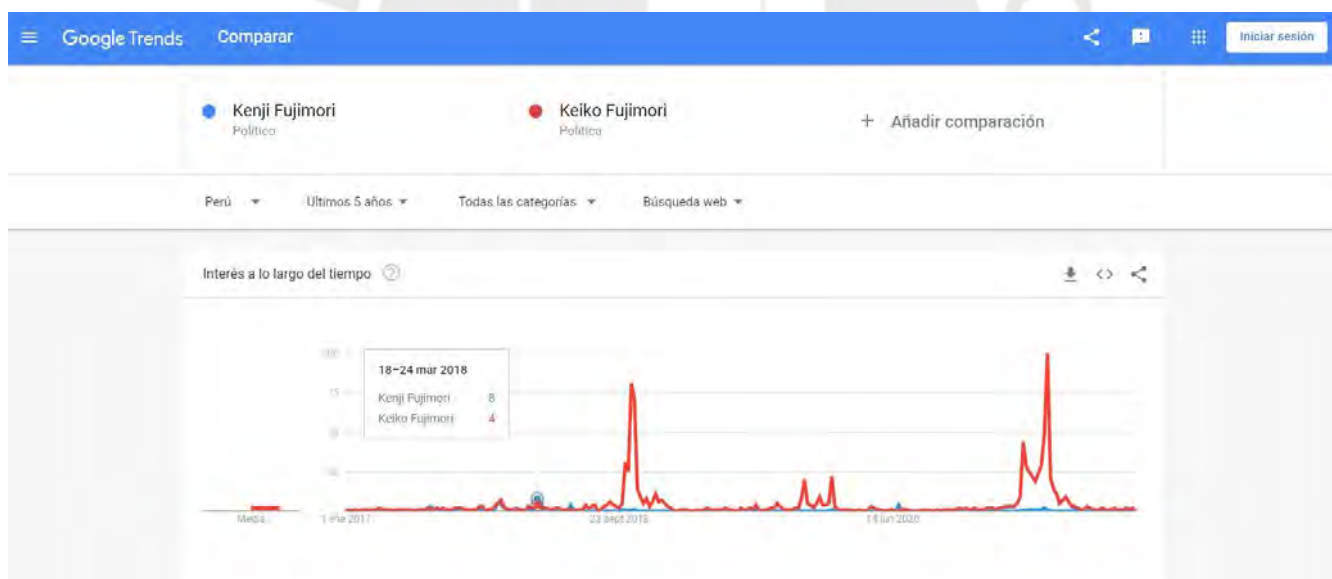
Para esta parte se seleccionó a las herramientas de tendencia mencionadas en el marco teórico, a fin de comprobar que también hayan sido utilizadas por los redactores web entrevistados.

a) Herramientas de Google

Para los redactores web de la sección política de La República en 2017-2018:

Según “redactora LR 2”, “cuando trabajas en web es importante utilizar esta herramienta de **Google Trends** para poder elaborar notas en base a las tendencias. De repente en el impreso no tanto, pero cuando trabajas en web sí”. Machacuay lo confirma y añade otras opciones más como “Hootsuite, me parece que también nos enseñaron a usar Google Más (aunque creo que ya no existe) y Style, que era otra herramienta que se habilitaba a los redactores para poder ver qué tema están ‘tendiendo’ en las secciones que cada uno hacía (política, social, tendencias, etc.)” (comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021). Aquí, una muestra de cómo sería con el tema de Kenji Fujimori (Ver Figura 25). En la gráfica podemos visibilizar los meses en qué más fue tendencia:

Figura 25. Tendencia de búsqueda entre Keiko y Kenji.



Fuente: Google Trends

Para los redactores web de la sección política de El Comercio en 2017-2018:

A comparación del diario anterior, aquí no mencionaron a Google Trends, pues “en el diario tenemos un programa que se llama Chartbeat, que es como un Google Analytics en tiempo real, que te permite ver dentro de la redacción cuáles son las notas más leídas y que tienen

mayor tiempo de duración. Entonces ahí nos damos cuenta de si el tema está pegando y si la gente quiere más información sobre ese tema según la evolución”, explica Sebastián Ortiz (comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021). A pesar de que su colega Paulo Rosas sí menciona a la herramienta de Google, lo hace para aclarar que eso funciona mejor en una sección como entretenimiento, donde “por ser temas más generales y/o “banales más o menos serias” y queríamos lectores, sí usábamos Google Trends para ver sobre qué temas se estaban hablando y a partir de eso hacíamos notas, pues era ver qué artistas o músicas estaban de moda. Y pues ahí sí funcionaba esta lógica de ver primero Trends para luego decidir sobre qué escribir” (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021). No obstante, para la sección política sí era distinto y más si se trata de “un medio muy grande. Normalmente nuestro criterio era mucho más “serio”. Nosotros no escribíamos porque algo estaba de moda, sino porque sea necesario o la coyuntura lo mande. [...]Y a si eso se vuelve tendencia en redes y en Google Trends (tráfico), enhorabuena. A nosotros nos capacitaron en redacción SEO y nosotros lo hemos hecho en todas nuestras notas tanto en las que sabíamos que podía tener tanta apegada como en las más serios o de escasa interés. Aplicábamos estas herramientas SEO para que salgan las notas de El Comercio primero en las búsquedas de Google. [...] En sí, el criterio en política en El Comercio era no tanto ver la tendencia, sino ver lo necesario.”, afirmó (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021).

Para los redactores web de la sección política de Perú21 en 2017-2018:

También sí usaron también Google Trends, pero no los redactores, sino los editores. Más bien, en el caso de Iván Atilano, manejaba su propia herramienta. “Como reportero y redactor [...] usaba Google Analytics, para ver sobre qué tema la gente estaba entrando y se puede sacar más notas al respecto” (I. Atilano, comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021). Mientras que, para Fabiana Sánchez, fue su coordinadora Patricia quien la guio en el proceso.

Si estaba en la redacción le decía *“Fabiana, la web necesita rebotes de este tema porque dice que está pegando, que se está moviendo en redes y quiero moverlo más”*, entonces mandamos, por ejemplo, de un solo tema relacionado con renuncia, o, mandaba tres o cuatro notas de diferentes congresistas, cada declaración de un congresista, una nota, porque siempre estaba moviendo en las redes sociales” (F. Sánchez, comunicación telefónica, 28 de septiembre de 2021).

En resumen, los tres diarios manejan un proceso diferente, pero efectivo. No obstante, sabemos que Twitter tiene una sección noticias o temas en tendencia. La interrogante sería ¿fueron útiles para los periodistas también?

b) Herramienta de Twitter: “Tendencias para ti”

Aquí las respuestas son más breves, pero claras, por lo que la autora de la tesis colocará las declaraciones de los periodistas entrevistados:

“Sirve más que para ubicar...puede ser como una fuente de información [...] Pero quizás también para ver qué tema es importante” (“redactora LR 2”, comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021)

“Me parece que en algunas ocasiones sí, por ejemplo, en el tiempo de elecciones cuando un partido quería promocionar a sus candidatos, creaban sus propios hashtags y nosotros simplemente para hacer el seguimiento entrábamos ahí para ver cómo se estaba moviendo sus candidatos, qué propuestos daban, usando como referencias sus propios hashtags que nos daban incluso un punto de partida” (M. Machacuay, comunicación telefónica, 21 de septiembre de 2021).

“Yo no, lo que pasa es que el diario tiene un núcleo de redacción que se encarga de leer lo que son breaking news y los otros periodistas que se encargan de hacer informes más propios

con sus firmas. En mi caso, no suelo guiarme mucho de la tendencia de twitter” (S. Ortiz, comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021).

“Los temas políticos para que sean tendencia tenían que ser “fuertes”. [...] Y eso que siendo Twitter una red social muy política, diría que a veces cuando había temas políticos como tendencia se trataba, pero no porque estuviera ahí sino yo creo que lo normal era que nosotros empezamos a tratar un tema y cuando se volvía tendencia era porque justamente ya se estaba tratando. [...] La categoría “tendencia” ya depende de cuánta gente lo vea o consuma en Twitter” (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021)

“Pueden servir para ver un poco y saber cuál es el tema del que están hablando, pero es muy superficial, es como tomarle la temperatura sobre lo que más está hablando la gente. Es como para mapear nada más” (I. Atilano, comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021).

“Sí, sí, sí, bueno, a mí incluso me sirve a veces o me ha servido para ver qué están opinando algunos congresistas también del tema. En ese momento me servía bastante y con analistas también, podías ubicar o estar fuera del país y te dicen “ya revísalo en tu trabajo ahí de su Twitter, porque de repente ha estado hablando sobre este tema” y sí pues te das cuenta las tendencias y que sí hay gente que no pensabas que estaba hablando de eso. Te sirve para complementar tu nota” (F. Sánchez, comunicación telefónica, 28 de septiembre de 2021).

Con las declaraciones de los periodistas, vemos que solo dos periodistas lo consideran un insumo adicional para la búsqueda de los temas que tratarían para sus notas o para cubrir noticias en campañas electorales, pero para el resto no era tan útil. Es así que la autora de la tesis llega a la conclusión de que Twitter funciona más como fuente de información que como insumo o herramienta en la búsqueda de temas.

3.2.1.2.2. Los tuits como fuentes del periodismo de declaraciones: Caso Kenji Fujimori

Para esta sección, se han analizado 506 notas periodísticas sobre el ex legislador, Kenji Fujimori Higuchi, publicadas en los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República*, entre los años 2017 y 2018, específicamente hasta fines del mes de marzo. Las tablas creadas por la autora de esta tesis se encuentran en la parte Anexos. Para responder a la pregunta de esta investigación, explicaré los cinco casos más destacados de Kenji Fujimori, periodísticamente hablando.

a) Sanción disciplinaria contra Kenji

Figura 26. Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 16-22 de julio de 2017



Fuente: Google Trends.

En la semana del 16 al 22 de julio (Ver Figura 26) sucedió el primer caso destacado de Kenji Fujimori, pues se llevó a cabo la sanción disciplinaria por parte de la bancada de Fuerza Popular. Las razones se deben a “mensajes en Twitter y distintos pronunciamientos de Fujimori, los que estaban “afectando a la unidad del grupo”, señalado por Carlos Tubino en Canal N. Tras esta decisión, Kenji respondió con un video en Twitter (Ver Figura 27):

Figura 27. Video de respuesta de Twitter ante la sanción disciplinaria



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Incluso usó el hashtag de #ÚltimoMinuto, al mismo estilo que los periodistas, como si se tratará de una noticia de suma urgencia e importancia nacional.

Tras esta polémica respuesta, inmediatamente, los redactores web de la sección política de los tres diarios seleccionados por la autora redactaron la noticia (Ver Figura 28, Figura 29 y Figura 30) citando el tuit del Fujimorista -por las razones que serán expuestas más adelante- y colocando el enlace directo a su cuenta, pues el caso estaba siendo muy coyuntural y era imposible no informarlo en su totalidad.

La única repuesta de Kenji fue un video y por tratarse de una declaración relevante fue la fuente de información de la nota periodística. Se trataba del final de una película *El club de los poetas muertos*, “donde los alumnos lo traicionan y al final el profesor se está yendo, y esa es una antesala a lo que pasó. [...] Esta parte de la película la subimos cuando botan a Kenji de la bancada, lo sacan la mayoría de la bancada. Entonces, yo subo el último vídeo, que es cuando se está yendo el profesor y unos alumnos se paran en la carpeta. ¿Por qué? Porque sabíamos que había gente en la bancada que lo quería a él, pero que en ese momento no podía expresarlo. Lo subimos y la gente lo entendió, y, después, a los meses, aparece este asunto de los 10 que estarán los Avengers y ahí, bueno, tuve una relación del tema, o sea que hay,

digamos, una narrativa real, de lo que estaba pasando con lo que estamos comunicando”, explicó Alexei (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021).

Figura 28. *Noticia sobre la suspensión de Kenji en Perú21*

Perú21

Así reaccionó Kenji Fujimori tras enterarse de su suspensión por 60 días [VIDEO]

El legislador utilizó sus cuenta de Twitter para publicar un fragmento de la película 'El club de los poetas muertos'.

Así reaccionó Kenji Fujimori tras enterarse de su suspensión por 60 días. (USI)

REDACCIÓN PERÚ21
redaccionp21@peru21.pe Actualizado el 18/07/2017 11:10 p.m.

Con su peculiar e irreverente estilo, el congresista de Fuerza Popular [Kenji Fujimori](#) utilizó la última parte de la película 'La sociedad de los poetas muertos', protagonizada por el fallecido Robin Williams para describir el momento de la sanción.

[#UltimoMinuto](#) El momento de la sanción.
<https://t.co/OEF8hCailw> — Kenji Fujimori (@KenjiFujimoriH) 19 de julio de 2017

En el vídeo se observa como los alumnos del profesor 'Keating' se suben a sus carpetas y repiten la frase '¡Oh, Capitán! ¡Mi Capitán!', poema de Walt Whitman, como gesto para decirle que su enseñanza valió la pena.

Fuente: Perú21.

Para elaborar esta nota en Perú21 (Ver Figura 28), el periodista Iván Atilano señaló que se intentó “*contactarlo directamente, pero él simplemente no respondía o no te daba la cara, por eso, tú tratas de buscar a la bancada y a los congresistas que puedan conocerlo, o a los asesores. Igualmente, luego se citaba lo que él decía en su Twitter porque era su único medio de comunicación*”. La colega Fabiana Sánchez, confirmó la misma experiencia laboral. “*Muy pocas veces ha brindado entrevistas relacionadas con temas políticos y si lo ha dado ha sido más por su vida personal. Incluso cuando querías contactar al asesor, en ese entonces era Alexei Toledo, y te decía “ya, voy a tratar, vamos viendo”, cosas así, pero no era muy factible, o sea, incluso, te digo, [...] yo iba al Congreso de lunes a jueves y a veces todos los días y era*

muy difícil de cruzártelo en alguna comisión, entonces de dónde te podrías guiar era del Twitter y como él tuitea bastante, te daba esos insumos, te ayudaba con eso” (I. Atilano, comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021).

Figura 29. *Noticia sobre la suspensión de Kenji en El Comercio.*

The image shows a screenshot of a news article from the website 'El Comercio'. The main headline reads 'Fuerza Popular suspendió a Kenji Fujimori por 60 días'. Below the headline is a photograph of Kenji Fujimori. To the right of the photo, there is a red rectangular box highlighting a paragraph of text. The text in the box reads: 'Antes de dar declaraciones públicas, y solo minutos después de una confirmación la suspensión, Kenji Fujimori habló un instante en video y sus breves palabras dieron a los "El momento de la suspensión". La escena que comparte es una de las más famosas de la política "La soledad de las puertas cerradas"'. The rest of the article text is partially visible and slightly faded.

Fuente: El Comercio.

En el caso de *El Comercio* (Ver Figura 29), también era *“puntual. Usualmente se ponía lo que decía, sí es que se ha involucrado a otra persona o algún tipo de proyectos...ahí se indagaba, se buscaba, se investigaba. No todos los tuits son noticias, entonces no todo se publica”*, señaló Sebastián Ortiz (comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021).

Para Paulo Rosas, Kenji era considerado como *“una fuente no muy accesible. De hecho, conseguir una declaración directa de él era complicado. Recuerdo que hubo pocos medios que lo entrevistaron. Incluso, un amigo colega iba a entrevistarle y eso fue importante porque era*

“una entrevista a KF”, sobre alguien que normalmente se comunicaba por redes sociales u otra vía, pero él no daba entrevistas normalmente. Y las entrevistas sobre él eran realmente importantes” (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021).

Figura 30. Noticia sobre la suspensión de Kenji en La República

The image shows a screenshot of a news article from the website 'La República'. The main headline is 'Kenji Fujimori respondió con un video YouTube tras suspensión de 60 días'. The article text discusses the suspension of Kenji Fujimori by the Fuerza Popular and his subsequent response via a YouTube video. A sidebar on the right lists 'Lo más visto de Espectáculos' and features an advertisement for 'COMPROMISO CHEVROLET'. A tweet from Kenji Fujimori is also visible, showing a video player and the text '#UltimoMinuto El momento de la sanción.'.

Fuente: La República.

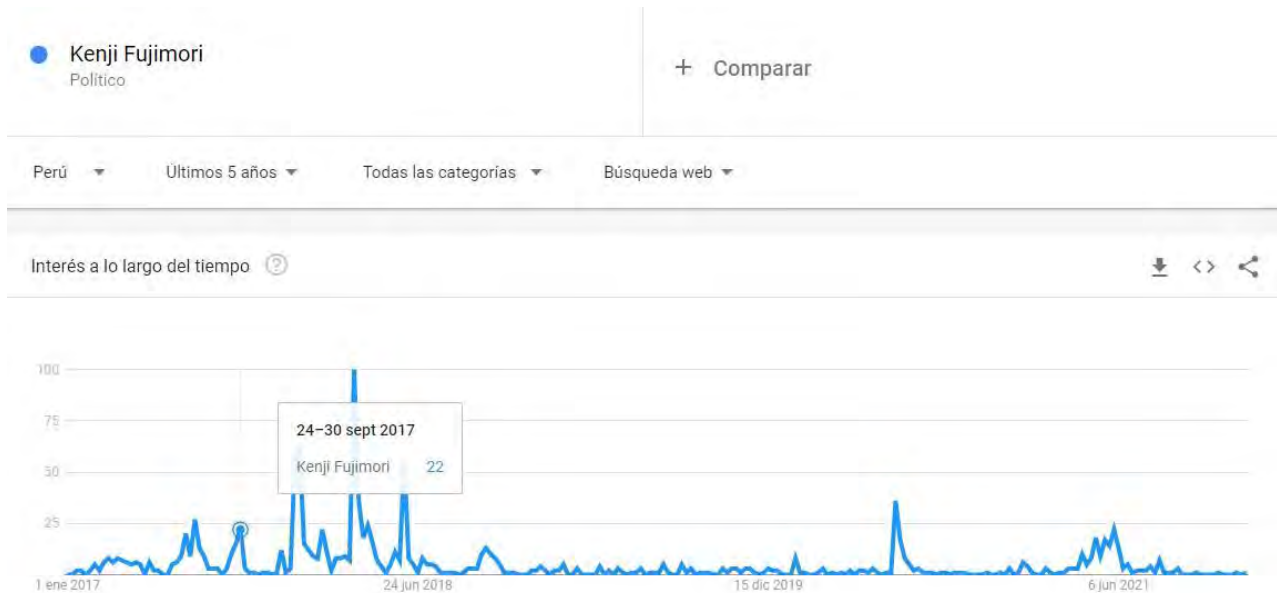
Y para el diario La República (Ver Figura 30), los periodistas citaron los tuits de Kenji para elaborar las noticias. La “redactora LR 2” comentó que “básicamente no teníamos mucho acceso a hablar con él, porque el trabajo era digital. (...) lo que se hacía en esa época era llamar a algunos congresistas, quizás ahí también se recogía mucho lo que se declara en otros

medios. En la web, se hacían ese tipo de coberturas” (comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021). Machacuay, redactor de la primera notada mostrada recordó los inconvenientes que tuvo para contactarse con Kenji: “En el período 2017 y 2018 había un tema ahí con KF y su hermana y su bancada, porque era una era un político o más bien era la oveja negra de la familia Fujimori y también de la bancada, porque era una persona que políticamente no era bien vista por sus propios compañeros. Entonces en ese momento todo lo que decía KF era visto como polémico porque así también se lo vendía a nosotros y a los demás medios. Cuando uno quería buscarlo para obtener una entrevista, que era mejor, de él o una declaración por teléfono que tenerla por Twitter...pero cuando uno lo buscaba a través de sus asesores no te contestaba las llamadas, era casi imposible obtener una entrevista con él entonces. Ese problema nos llevó a revisar constantemente sus redes sociales y me parece que él explotó y su equipo de comunicaciones explotó más ese lado y se dio cuenta que vendían más a través de las publicaciones que hacía, de los diseños que hacía también para incomodar a sus contrincantes políticos y trabajaron más ese lado y se dieron cuenta de que hay medios que le hacían caso y que publicaba lo que decía para mandar mensajes subliminales, mensajes políticos a su hermana y a sus compañeros de bancada. Entonces nosotros adoptamos ahí este criterio de deber que también era noticioso para sacar de él en ese momento, lo que publicaba, a quién se refería. Y generaba tráfico en la red que era también un punto importante para nosotros, para las noticias, para los lectores que ingresaban a leer nuestras notas” (M. Machacuay, comunicación telefónica, 21 de septiembre de 2021).

Para este primer caso, usar las declaraciones de Kenji fue una salida **inmediata**, ya que no había otra vía de comunicación con él. Y, como mencioné anteriormente, la noticia era tan **coyuntural y polémica** que era imposible de obviarla en las redacciones.

b) Nuevo proceso disciplinario para Kenji

Figura 31. Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 24-30 de septiembre de 2017



Fuente: Google Trends.

En la semana del 24 al 30 de septiembre (Ver Figura 31), se dio el nuevo proceso disciplinario a Kenji Fujimori por parte de la bancada de Fuerza Popular. Las razones principales se debían a sus tuits “conflictivos” que critican a su bancada, así como el hecho de colocarse un parche en la boca durante la sesión del pleno (Ley Mordaza), entre otros puntos más que fueron explicados en el capítulo anterior. Las respuestas de Kenji (Ver Figura 32), a continuación:

Figura 32. Tuits de Kenji como respuesta al nuevo proceso disciplinario.

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Sep 25, 2017

La inversión masiva necesita seguridad jurídica, la Bicameralidad es la herramienta, @BankadaFP debe entenderla 🤔 kenjifujimori.pe/wp-content/Upi...

240 186 560

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Sep 27, 2017

La confrontación política q tanto daño le hace al país se encapsularía entre diputados y senadores. Menos hostilidad Congreso-Ejecutivo. 🤔

242 218 679

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Sep 27, 2017

La Bicameralidad es una deuda del fujimorismo con el pueblo peruano #PeruBicentenario.



elcomercio.pe
Luz para la bicameralidad, por Kenji Fujimori
"Cuando el Perú adoptó la unicameralidad en 1993, había poderosas razones para ello. Esas razones ya no existen."

182 165 396

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Sep 28, 2017

Mi respuesta al comité de procesos disciplinarios de @BankadaFP



246 438 823

Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Esta información de suma relevancia e interés público tenía que ser difundida. Los tres diarios decidieron hacerlo de la siguiente forma:

Figura 33. Noticia sobre el nuevo proceso contra Kenji en Perú21.

The image shows a news article from Perú21 and two tweets by Kenji Fujimori. The article title is "Kenji Fujimori: 'La Bicameralidad es una deuda del fujimorismo con el Perú'". The article text states: "En su cuenta de Twitter, el legislador dijo que la confrontación política que 'tanto daño le hace al país se encapsularía entre diputados y senadores' y, por lo tanto, habría 'menos hostilidad Congreso-Ejecutivo'." The article is dated 27/09/2017 12:23 a.m. and is from the 'REDACCIÓN PERÚ21'.

The first tweet by Kenji Fujimori (@KenjiFujimori) says: "La confrontación política q tanto daño le hace al país se encapsularía entre diputados y senadores. Menos hostilidad Congreso-Ejecutivo." It is dated 12:14 p. m. - 27 sept. 2017 and has 679 likes and 242 replies.

The second tweet by Kenji Fujimori (@KenjiFujimori) says: "La Bicameralidad es una deuda del fujimorismo con el pueblo peruano #PeruBicentenario." It includes a photo of the Peruvian Congress and is dated 10:33 a. m. - 27 sept. 2017, with 396 likes and 132 replies.

Fuente: Perú21.

A diferencia del primer caso, aquí en Perú21 (Ver Figura 33), el titular fue explícito y textual. La declaración quedó clara y eso *“depende bastante del impacto o de lo que dice y también dependerá del espacio”*, enfatizó Atilano (comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021) De alguna manera, *“sí”*, esto facilitaba las redacciones, pero *“no creo que sea lo ideal como congresista y, en general, como persona pública. Debería ser más abierto o, en este caso como congresista, trabajar un poco más y asistir a las comisiones, pero como era la única manera de saber qué pensaba, qué opinaba, qué estaba haciendo, pues servía, para nosotros...era*

perfecto, qué es lo que él hiciera y que tuitee si es posible a cada rato, para que nos sirva a nosotros, porque no había otra forma de comunicarse por ese lado”, agregó Sánchez (comunicación telefónica, 28 de septiembre de 2021). Con respecto al cuerpo de la noticia, también se citaron los tuits de Kenji.

Figura 34. *Noticia sobre el nuevo proceso contra Kenji en El Comercio*



Fuente: El Comercio.

Para *El Comercio* (Ver Figura 34), la declaración realizada a través de un tuit facilitó “*el acceso a tener suposición sobre determinados temas, eso sí. La redacción ya depende del periodista que haga la nota, ahí tienes que contextualizar más los datos, por ejemplo, cuando se cuestionaba varias veces a Keiko Fujimori. Ahí había que contextualizar por qué*” (S. Ortiz, comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021). Y en el turno de Kenji no sería la

excepción. “Depende de la calidad de las notas periodísticas. Lo ideal es añadir contexto o un contrapunto. Por lo general, en *El Comercio* tratamos que la calidad de las notas sea un poco más que solo replicar el tuit en tres párrafos. Si era algo muy fuerte sacábamos por ahí titular, foto, bajada y primer párrafo y la nota de “Ampliaremos en breve”. Claro eso significaba añadir texto, hacer una llamada, añadir la opinión de alguien...era todo eso. Pero el titular sí era lo que se informaba, un tuit seguramente” (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021).

Figura 35. Noticia sobre el nuevo proceso contra Kenji en La República.

La República

ÚLTIMAS NOTICIAS | POLÍTICA | ECONOMÍA | SOCIEDAD | MUNDO | DEPORTES | ESPECTÁCULOS | REDES SOCIALES | PERÚ | DÓLAR | SUSCRÍBETE

POLÍTICA

Al anunciar proyecto de bicameralidad, Kenji Fujimori vuelve a desafiar a FP

Redacción LR @larepublica.pe 25 Set 2017 Actualizado el 28 de Mayo 2019 | 1:21 h

Estrategia. Hijo de Alberto Fujimori plantea restablecer el Senado que su padre cerró en 1992. Voceros de Fuerza Popular ya no se muestran confrontacionales con el hermano de Keiko.

Un proyecto de ley que plantea la restitución de la bicameralidad anunció el congresista Kenji Fujimori, lo que ha desatado una serie de especulaciones acerca de sus reales intenciones, pues se cree que también pretende mostrarse nuevamente como alguien que disiente de la postura de Keiko Fujimori y su bancada.

En Twitter, el hijo menor de Alberto Fujimori, quien cerró el senado en 1992, aseguró que su proyecto ayudará a la “inversión masiva que necesita seguridad jurídica”. En ese sentido, instó a su bancada “a entender su propuesta” ya que, en su lógica, es la herramienta para el desarrollo.

Lo más visto de Espectáculos

Habacilar: ¿a qué se dedica 'La Momia', recordado personaje de TV?

Tula Rodríguez funica tras recibir regalo de Maja Mantilla: “Eso no se hace”

¿Qué es de la vida de Andy V, expareja de Lourdes Sacín y Susy Díaz?

Milena Zárate: “Las mujeres debemos aprender a aceptarnos tal como somos”

Fuente: La República.

Para La República (Ver Figura 35), como dice el primer párrafo de la nota periodística, “estrategia”, no solo en la política, sino también digital. “Sobre todo para nosotros era más

inmediato porque trabajábamos para la web. Creo que no sólo en La República, así no esté en otros diarios también. Por lo mismo que se necesitaba publicar rápido una nota y era un mensaje relevante, lo que más vendía para el lector era poner inmediatamente lo que él (KF) decía como titular. Y que toda la nota se base en el tweet publicado. Eso es lo que jala más visita o lo más inmediato de trabajar”, afirmó “redactora LR 2” (comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021).

c) Indulto a Alberto Fujimori

Figura 36. Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 24-30 de diciembre de 2017



Fuente: Google Trends.

En la semana del 24 al 30 de diciembre (Ver Figura 36), el ex presidente Pedro Pablo Kuczynski (PPK) le otorgó el indulto humanitario a Alberto Fujimori, el cual era uno, por no decir el principal objetivo del ex legislador. Como respuestas, no solo escribió un texto o solo grabó un video, sino que incluyó a su padre en sus diseños de avatares (Ver Figura 37), como se muestra a continuación:

Figura 37. Tuits de Kenji tras el indulto de Alberto Fujimori.

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Dec 24, 2017
Con mi papá, no puedo controlar la emoción de alegría. Ahora solo quiero aprovechar el tiempo con él.



1K 1.2K 6.5K

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Dec 24, 2017
Quiero agradecer en nombre de la familia Fujimori al Presidente Pedro Pablo Kuczynski por el noble y magnánimo gesto de brindarle el indulto humanitario a mi padre @AlbertoFujimori. Estamos eternamente agradecidos con Ud. Presidente @ppkamigo. Dios lo ilumine.

27K 4.3K 11K

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Dec 24, 2017
Al momento de recibir la noticia...



0:50 234.8K views

1.1K 2.7K 8.1K

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Dec 24, 2017
Mi papá continuará en la unidad de cuidados intensivos, UCI, hasta su total recuperación...en unos días disfrutará de la libertad que se merece. Y les hace llegar sus mejores deseos en esta navidad.

908 901 4.6K

Kenji Fujimori
2,731 Tweets
Seguir



164.6K views 0:01 / 0:09

1K 1.2K 5.8K

Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2017)

Este tercer caso presenta la segunda curva más alta en el tráfico de Google (Ver Figura 36).

Los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República* lo presentaron así:

Figura 38. Noticias sobre el indulto y la respuesta de Kenji en Perú21.

Perú21

Kenji Fujimori: "Estamos eternamente agradecidos con usted, presidente"

El menor de los Fujimori expresó su eterno agradecimiento al mandatario Pedro Pablo Kuczynski tras indultar a su padre.



Kenji Fujimori

REDACCIÓN PERÚ21
redaccion21@peru21.pe

Actualizado el 24/12/2017 07:31 a.m.

El congresista [Kenji Fujimori](#) utilizó su cuenta de Twitter para agradecerle al presidente, Pedro Pablo Kuczynski, que le haya otorgado el indulto a su padre Alberto Fujimori.

"Quiero agradecer en nombre de la familia Fujimori al Presidente Pedro Pablo Kuczynski por el noble y magnánimo gesto de brindarle el indulto humanitario a mi padre @albertofujimori. Estamos eternamente agradecidos con Ud. Presidente @ppkamigo. Dios lo ilumine", escribió el congresista.

Alberto Fujimori se encuentra internado en la clínica Centenario desde la tarde del sábado por presentar un fuerte cuadro de hipotensión y arritmias.



CON UNA MONARK TU MUNDO CRECE

MIRAGE ADVANCED
ARG 20
PRECIO: S/1,099



STORMY
ARG 20
PRECIO: S/899

ÚLTIMAS NOTICIAS

Conflicto en Las Barrabas podría reanudarse por decisión de la PCM

[Entrevista] Robe Chizara: "El proceso Castillo sigue en medio sindical"

Estos son los cortos de hoy Lunes 27 de diciembre de 2017

Perú21

Kenji Fujimori publicó caricatura junto a su padre tras indulto humanitario

El menor de la familia Fujimori indicó que quiere aprovechar el tiempo junto al ex mandatario.



Kenji Fujimori vuelve a mostrar un gesto de acercamiento al presidente Pedro Pablo Kuczynski.

REDACCIÓN PERÚ21
redaccion21@peru21.pe

Actualizado el 24/12/2017 09:06 a.m.

Luego que el presidente [Pedro Pablo Kuczynski](#) oficializara el indulto humanitario al ex mandatario [Alberto Fujimori](#), el menor de sus hijos, [Kenji Fujimori](#), utilizó las redes sociales para dar a conocer su alegría por la decisión del Jefe de Estado.

"Quiero agradecer en nombre de la familia Fujimori al Presidente Pedro Pablo Kuczynski por el noble y magnánimo gesto de brindarle el indulto humanitario a mi padre Alberto Fujimori. Estamos eternamente agradecidos con Ud. presidente. Dios lo ilumine", escribió a penas se dio a conocer la noticia.

Una hora después, el menor de los Fujimori publicó en Twitter una caricatura donde se le observa junto a su padre, ambos pescando.



CON UNA MONARK TU MUNDO CRECE

MIRAGE ADVANCED
ARG 20
PRECIO: S/1,099



STORMY
ARG 20
PRECIO: S/899

ÚLTIMAS NOTICIAS

Conflicto en Las Barrabas podría reanudarse por decisión de la PCM

[Entrevista] Robe Chizara: "El presidente Castillo sigue en medio sindical"

Estos son los cortos de hoy Lunes 27 de diciembre de 2017

Perú21

Kenji Fujimori anunció que su padre permanecerá en clínica hasta que se recupere

El menor de los Fujimori confirmó que su padre regresará a su casa tras mantenerse estable.



Kenji Fujimori

REDACCIÓN PERÚ21
redaccion21@peru21.pe

Actualizado el 24/12/2017 09:22 a.m.

El congresista [Kenji Fujimori](#), anunció a través de sus redes sociales, que su padre [Alberto Fujimori](#), quien acaba de recibir el indulto humanitario, permanecerá en la Unidad de Cuidados Intensivos para su completa recuperación.

"Mi papá continuará en la unidad de cuidados intensivos, UCI, hasta su total recuperación...en unos días disfrutará de la libertad que se merece. Y les hace llegar sus mejores deseos en esta navidad", escribió en su red social.

Kenji Fujimori también agradeció al mandatario Pedro Pablo Kuczynski que calificó el indulto de "noble y magnánimo gesto".

"Quiero agradecer en nombre de la familia Fujimori al Presidente Pedro Pablo Kuczynski por el noble y magnánimo gesto de brindarle el indulto humanitario a mi padre @AlbertoFujimori. Estamos eternamente agradecidos con Ud. Presidente @ppkamigo. Dios lo ilumine", escribió Kenji en su primer tuit.



CON UNA MONARK TU MUNDO CRECE

MIRAGE ADVANCED
ARG 20
PRECIO: S/1,099



STORMY
ARG 20
PRECIO: S/899

ÚLTIMAS NOTICIAS

Conflicto en Las Barrabas podría reanudarse por decisión de la PCM

[Entrevista] Robe Chizara: "El presidente Castillo sigue en medio sindical"

Estos son los cortos de hoy Lunes 27 de diciembre de 2017

LOS SÍNTOMAS DE UN ACV SON SEÑALES PARA ESTIMULAR EL PENSAMIENTO

Fuente: Perú21.

Para que Perú21 publique tres notas seguidas solo con el tuit de Kenji Fujimori (Ver Figura 38), siendo una de ellas una declaración textual como titular, demuestra el nivel de relevancia de este caso y la necesidad de ser los primeros en informar. Incluso la mención de los avatares con su padre también fueron parte de estas líneas, ya que era un punto fuerte de su estrategia política. Sin duda, como señala el periodista Atilano, los tuits facilitaron la elaboración de estas noticias: *“Esta pelea con su hermana, los tuits de KF tenían más cobertura, eran la atención directa que tenía con su hermana por su papá y por todo este problema que como consiguió el indulto y todo eso”*, afirmó (I. Atilano, comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021). Además, otro punto a destacar de este Fujimorista es que tuvo una gran presencia mediática *“no solo en campaña. Creo que, para funcionarios, congresistas, alcaldes, etc., es como una plataforma de comunicación”*, agregó “redactora LR 2” (comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021). Rosas estuvo de acuerdo con la colega, pues *“en las campañas está la función de comunicar y difundir tu propuesta o discurso, pero de hecho Twitter en esos años se volvió [...] una herramienta de comunicación política”*. (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021)

Figura 39. Noticias sobre el indulto y la respuesta de Kenji en El Comercio.

Kenji afirma que indulto es "noble y magnánimo gesto" de PPK
El hijo del ex mandatario Alberto Fujimori agradeció a Kuczynski por adoptar dicha decisión. "Dios lo Blessante", escribió.

Fujimori: el momento en el que lee comunicado sobre indulto
Kenji Fujimori difundió un video en el que aparece con su padre leyendo el comunicado de Presidencia de la República

El congresista de la fuerza popular Kenji Fujimori agradeció al presidente de la República, Pedro Pablo Kuczynski (PPK), por otorgar el indulto humanitario a su padre, Alberto Fujimori.

A través de su cuenta de Twitter, el hijo menor de Fujimori agradeció en febrero al ex fiscal jefe del Estado y ex primer vicepresidente "noble y magnánimo gesto".

Fujimori agradeció en una video a través de la familia Fujimori al presidente Pedro Pablo Kuczynski por el noble y magnánimo gesto de otorgar el indulto humanitario a su padre y a Alberto Fujimori. La noticia se dio a conocer el 23 de diciembre de 2017.

"Quiero agradecer en nombre de la familia Fujimori al presidente Pedro Pablo Kuczynski por el noble y magnánimo gesto de otorgar el indulto humanitario a mi padre Alberto Fujimori. Deseo eternamente agradecerle con todos, presidente, Dios lo Blessante", escribió Kenji Fujimori.

En otros mensajes, el legislador señaló: "Dios en papá, no puedo olvidar la emoción de saberlo. Ahora solo quiero aprovechar el momento".

Una página de su perfil en Twitter publicó el momento en el que el hijo menor de Fujimori, Kenji, se abrazó a su padre en un momento de emoción.

Cabe señalar que el legislador marxista, junto a otros nueve miembros de su bancada, votaron en abstracción al pedido de vacancia presidencial contra PPK el pasado jueves. Dicho voto involucra que el mencionado proceso parlamentario cesara.

El congresista Kenji Fujimori difundió un video en el que aparece con su padre, el ex presidente Alberto Fujimori, en la clínica donde este permanece desde el último sábado a causa de la caída de su presión arterial y una arritmia cardíaca.

En las imágenes se aprecia el momento en el que padre e hijo leen el comunicado de Presidencia de la República, en donde se dio cuenta inicialmente de que el mandatario Pedro Pablo Kuczynski (PPK) concedió el indulto humanitario al ex jefe de Estado, quien cumplía una pena de 25 años de prisión por los casos La Cantuta y Barrios Altos.

El video muestra Alberto Fujimori portando un celular y leyendo el comunicado del gobierno de PPK junto a su hijo Kenji.

Culminada la lectura, un sonriente Alberto Fujimori acaricia a su hijo. Este le responde con otro gesto de cariño y además con un beso en la frente.

Indultado Alberto Fujimori envió saludo por Navidad
Fue a través de un video publicado por su hijo Kenji Fujimori en Twitter

había concedido el indulto humanitario, el ex mandatario Alberto Fujimori envió un saludo por Navidad.

Fue a través de un video en el que aparece con su hijo, el congresista Kenji Fujimori, quien publicó las imágenes a través de Twitter pasada la medianoche.

"Con libertad, mucho mejor. Feliz Navidad", se le escucha decir a Alberto Fujimori, quien desde la tarde del sábado permanece en una clínica local a causa de una caída de su presión arterial y una arritmia cardíaca, según informó ese día su médico de cabecera y ex congresista Alejandro Aguinaga.

El ex presidente se encontraba cumpliendo una condena de 25 años de prisión en el penal de la Diroes por delitos de violación a los derechos humanos por los crímenes de Barrios Altos y La Cantuta. Además, también ha sido sentenciado por otros delitos.

Fuente: El Comercio.


Similar al diario anterior (Ver Figura 39), El Comercio publicó tres noticias seguidas sobre el indulto de Fujimori y, en el primer titular, se usaron algunos términos textuales del tuit de Kenji. *“En El Comercio, en la web, teníamos distintos formatos. Una nota periodística puntual que podía ser con una sola fuente o quizás contrastaba con otra en algún punto, pero en el que el titular, la bajada y el primer párrafo era una fuente o un sujeto que informa algo (ya sea el presidente, ya sea Kenji o Keiko Fujimori). En tanto sea una nota periodística de esa manera, obviamente el titular va a ser una declaración, pero eso cumplía una función específica en sí misma (en la nota). Quizás esa nota luego iba a ser insumo para ser un informe sobre las disputas sobre la bancada opositora y ahí obviamente se acudía a otras fuentes. Y quizás el mismo periodista que hacía estas notas de declaración era el que hacía luego el informe. Pero nosotros sacamos esta nota de declaración no por un tema de facilismo; es decir, solo replicar lo que un político dice sino porque la gente o público en general se informaba mucho de esa manera”*, explicó Paulo Rosas (comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021).

Figura 40. Noticias sobre el indulto y la respuesta de Kenji en La República.

La República

POLÍTICA

Kenji Fujimori sobre indulto: "Estoy eternamente agradecido con PPK"



Leonela Ludena @larepublica_pe Actualizado el 28 de Mayo 2019 | 5:21 h

El congresista de Fuerza Popular, Kenji Fujimori, se pronunció luego que se confirmara el indulto humanitario a favor de su padre, el expresidente Alberto Fujimori.

El congresista de Fuerza Popular, Kenji Fujimori, se pronunció y saludó que el presidente Pedro Pablo Kuczynski (PPK) haya otorgado el indulto humanitario a favor de su padre, el expresidente Alberto Fujimori.

"Quiero agradecer en nombre de la familia Fujimori al Presidente Pedro Pablo Kuczynski por el noble y magnánimo gesto de brindarle el indulto humanitario a mi padre Alberto Fujimori. Estamos eternamente agradecidos con Ud. Presidente. Dios lo ilumine", escribió Kenji Fujimori en Twitter.

PUÉDES VER [Alberto Fujimori libre: PPK le otorgó el indulto al exdictador](#)

La República

POLÍTICA

Alberto Fujimori recibe indulto y Kenji muestra el preciso instante [VIDEO]



Melina Coollo @larepublica_pe Actualizado el 28 de Mayo 2019 | 5:23 h


Kenji Fujimori, hijo del exdictador, publicó un video en Twitter del momento en que Alberto Fujimori se entera que PPK le dio el indulto humanitario y el derecho de gracia.


A través de Twitter, Kenji Fujimori dio a conocer la reacción que tuvo su padre Alberto Fujimori tras enterarse de que el presidente de la República, Pedro Pablo Kuczynski, le había concedido el indulto humanitario y el derecho de gracia.


En el video, el exdictador, aparentemente convalciente en la Clínica Peruano Japonesa Centenario de Pueblo Libre, escucha atento la lectura de la carta enviada por la Presidencia que el menor de sus hijos le lee.

PUÉDES VER [Kenji Fujimori sobre indulto: "Estoy eternamente agradecido con PPK"](#)

Kenji Fujimori también publicó un video en donde su padre y él deseaban una Feliz Navidad.







La República

ÚLTIMAS NOTICIAS | POLÍTICA | ECONOMÍA | SOCIEDAD | MUNDO | DEPORTES | ESPECTÁCULOS | REDES SOCIALES | PERÚ | DÓLAR | SUSCRÍBETE

POLÍTICA

Kenji acusa a asesores de Keiko de "conspirar" contra libertad de Alberto Fujimori



Michael Machacuay
@michaelmachacuay
Actualizado el 26 de Mayo 2019 | 5:23 h

Congresista señaló que ambos personajes "continúan atentando contra la gobernabilidad del país". Reiteró que **Fuerza Popular** debe entrar en un proceso de "reestructuración".

El parlamentario **Kenji Fujimori** (Fuerza Popular) nuevamente enfiló críticas contra los asesores de su hermana Keiko, Pier Figari y Ana Hertz, de quienes dijo han "conspirado" contra la libertad de su padre, el exmandatario **Alberto Fujimori**.

Mediante una publicación en Twitter, el parlamentario señaló que ambos personajes continúan hoy en la sombra, "atentando contra la gobernabilidad" del país. En este sentido ratificó su deseo de que el partido naranja ingrese a un proceso de reestructuración.

PUEDES VER: [Exprocurador afirma que la Corte IDH anulará el indulto a Fujimori](#)

"Los señores Figari y Ana Hertz de Vega han conspirado por años, sistemáticamente, contra la libertad de @AlbertoFujimori. Hoy, ambos en la sombra continúan atentando contra la gobernabilidad del país. Ellos son el problema. Reconciliación = Reestructuración", dijo.

WeTransfer Pro

Customize your file sending experience

Learn More

Lo más visto de Espectáculos



Hobacillar: ¿qué pasó con 'La Momia', recordado personaje del programa de Raúl Romero?

Lunes 27 de diciembre: ¿por qué hoy es día no laborable para los peruanos?

Jaime Saavedra: "Es la peor crisis de educación de los últimos 100 años en el Perú"

Samahara Lobatón agradeció a su familia por respetar reglas que puso sobre los regalos a su hija

LR

"Los señores Figari y Ana Hertz de Vega han conspirado por años, sistemáticamente, contra la libertad de @AlbertoFujimori. Hoy, ambos en la sombra continúan atentando contra la gobernabilidad del país. Ellos son el problema. Reconciliación = Reestructuración", dijo.

Kenji Fujimori
@KenjiFujimori

Los señores Figari y Ana Hertz de Vega han conspirado por años, sistemáticamente, contra la libertad de @AlbertoFujimori. Hoy, ambos en la sombra continúan atentando contra la gobernabilidad del país. Ellos son el problema. Reconciliación = Reestructuración



3:22 p. m. · 27 dic. 2017

3.9 mil · Responder · Compartir este Tweet

Leer 1.3 mil respuestas

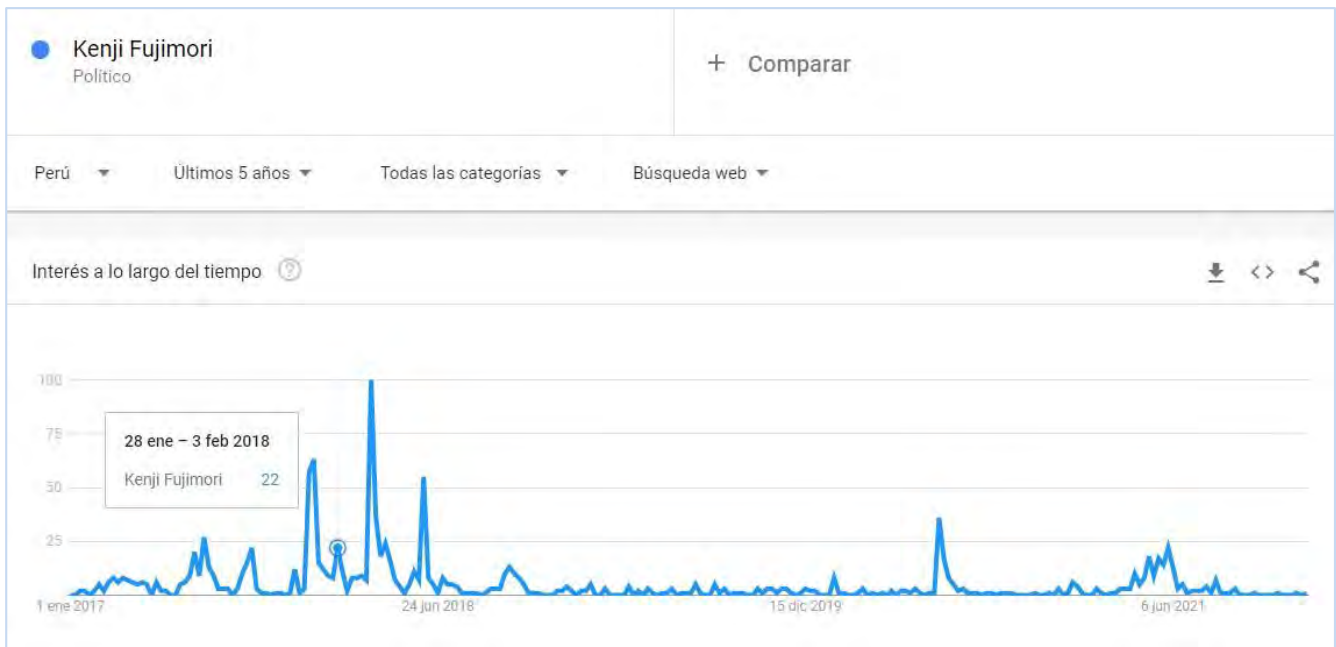
Cabe recordar que en junio pasado, la congresista Patricia Donayre reveló algunas luces del poder que tenían dentro de la bancada naranja Hertz y Figari sobre los demás parlamentarios fujimoristas.

Fuente: La República.

Con las noticias publicadas por La República (Ver Figura 40) confirmamos que la declaración de agradecimiento de Kenji a PPK por el indulto humanitario fue "la noticia del momento" que merecía la textualidad en sus titulares, porque, como señalaban los periodistas entrevistados, solo los que tenían un grado alto de relevancia merecían ser redactados de esa manera. Y este fue el caso. Incluso, fue difundido también en medios internacionales ya que se trataba de la libertad del líder del Fujimorismo.

d) Expulsión de Fuerza Popular y formación de los ‘Avengers’

Figura 41. Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 28 de enero-3 de febrero de 2018



Fuente: Google Trends.

En la semana del 28 de enero al 03 de febrero (Ver Figura 41), ocurrieron dos hechos interesantes: Por un lado, está la expulsión de Kenji del partido naranja y, posterior a ello, la presentación del que sería su nuevo equipo político; es decir, los *Avengers*, marcando así la división política total entre los hermanos Fujimori Higuchi. Para emitir el anuncio decidió, fiel a su estilo, tuitear así (Ver Figura 42):

Figura 42. Tuits de Kenji sobre el nuevo grupo “Los Avengers”



Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Jan 30, 2018

Mientras tanto, en algún lugar de Asgard...
 "Uno para todos y todos para uno". #AdefenderiaDemocracia #LaLibertadieganaráalmiedo #InfinityWar #ModoAvenger #LaResistencia



818 797 1.9K

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Feb 2, 2018

Estamos formando el Grupo Parlamentario Mixto en base al numeral 6 del artículo 37 del Reglamento del Congreso, incorporado el 15 de septiembre de 2017. La creación de la bancada mixta no genera gastos adicionales al @CongresoPeru.



200 206 598

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Jan 31, 2018

La libertad vencerá al miedo! #ModoAvenger



Maritza García J. and 7 others

562 406 1.7K

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Jan 31, 2018

Muy bien 'ojo de halcón' @GalvanClayton @MavilaHuertasC 🤩



141 70 372

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Feb 3, 2018

Una nueva #Avenger nos protegerá con su campo de fuerza. 🤖 para qué más, el amor de mamá es único. 🤗🤗🤗🤗



Maritza García J. and 7 others

618 448 1.7K

Kenji Fujimori @KenjiFujimoriH · Feb 2, 2018

Excelente gestión @soniechevarria!



Sonia Echevarría

71 69 244

Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2018)

Los detalles más destacados de estos tuits son los avatares, que como Alexei Toledo enfatizó - en el capítulo anterior- fueron creados para mostrar ese espacio entre bueno y malos; los hashtags y personajes, los cuales están referidos a los términos de “Avengers” y hasta de la película que iba a estrenarse en abril de 2018: “*Avengers: Infinity War*”; y, finalmente, la imagen materna de la Sra. Susana Higuchi, personaje fuerte para el equipo.

Los medios seleccionados lo informaron así (Ver Figura 43, Figura 44 y Figura 45):

Figura 43. Noticia sobre los Avengers en Perú21

The image shows a screenshot of a news article from Perú21. The main headline is "Kenji Fujimori fue expulsado de Fuerza Popular". Below it, a sub-headline reads "Kenji Fujimori confirma renuncia colectiva de legisladores a Fuerza Popular (FOTOS)". The article text states that the Disciplinary Committee of Fuerza Popular decided by unanimity to expel the congressman and his brother, Keiko Fujimori. It also mentions that seven other parliamentarians are joining the expelled group, including Bienvenido Ramírez and Maritza García. A photograph shows a group of people in a meeting room. Another photograph shows a group of people standing together. A tweet from Kenji Fujimori is included, with the text: "Mientras tanto, en algún lugar de Asgard... 'Uno para todos y todos para uno'. #AdefenderlaDemocracia #LaLibertadLe Ganará al Miedo #InfinityWar #ModoAvenger #LaResistencia". A Samsung advertisement is also visible, promoting a promotion where users can win one of 40 national destinations by using Samsung during the Christmas season. The article is dated 31/01/2018 10:20 pm.

'Kenjistas' formarán su propia bancada mixta

A través de un documento informaron que Kenji Fujimori será el vocero principal de dicho grupo parlamentario mixto.



REDACCIÓN PERÚ21 Actualizado el 01/09/2018 a las 11:35 p.m.

El congresista **Kenji Fujimori** envió un oficio a Luis Gallameta, presidente del Congreso, informando la decisión de sus correligionarios de conformar un grupo parlamentario mixto, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 6 del artículo 37 del Reglamento del Congreso.

Dicho documento está firmado por los diez legisladores que renunciaron a Fuerza Popular (FP): Kenji Fujimori, Maritza García, Guillermo Bocángel, Bienvenido Ramírez, Sonia Echevarría, Estelita Bustos, Marvin Palma, Marisa Herrera, Lizbeth Robles y Clayton Galván.

Asimismo, se informa que el vocero titular de dicha bancada mixta será el menor de la familia Fujimori: "Agradecemos proceder con lo solicitado en aplicación de los principios de proporcionalidad y pluralismo".

ÚLTIMAS NOTICIAS

- Se aprobó la Ley de Presupuesto para el 2019
- El ex presidente de la OEA, José María Argüelles, falleció
- El ex presidente de la OEA, José María Argüelles, falleció
- El ex presidente de la OEA, José María Argüelles, falleció



Cabe precisar que la creación de bancada mixta no genera gastos adicionales al Congreso de la República. La misiva ingresó a Presidencia el día de hoy, a las 9:35 a.m.



Kenji Fujimori: Los 'Avengers de la Democracia' tienen una nueva integrante ¿de quién se trata?

El ex parlamentario de Fuerza Popular presentó a Susana Higuchi, su madre, como el nuevo miembro de su equipo.



Susana Higuchi es la nueva integrante 'Kenji' Fujimori

REDACCIÓN PERÚ21 Actualizado el 01/09/2018 a las 11:35 p.m.

Kenji Fujimori se ha caracterizado por informar, a través de sus redes sociales, sus actividades utilizando curiosas caricaturas.

Luego de presentar a los **Avengers de la Democracia**, el menor de los Fujimori ha utilizado esta metáfora para graficar diferentes circunstancias del contexto político, siendo el más reciente su expulsión del partido de **Fuerza Popular**.

Ahora, Kenji volvió a tuitear una nueva gráfica, presentando a un nuevo integrante de los vengadores.

Se trata de su madre, Susana Higuchi, quien en esta ocasión representa a 'La Mujer Invisible' de los Cuatro Fantásticos. ¿Será que el menor de los hijos ha puesto a su madre en contra de Keiko Fujimori?

"Una nueva Avenger nos protegerá con su campo de fuerza, para qué más, el amor de mamá es único", suscribió en la foto.



Podemos notar que los tuits de Kenji (Ver Figura 42) ayudaron a elaborar las notas periodísticas en *Perú21* (Ver Figura 43). Incluso, dos fotografías publicadas en los tuits fueron usadas para las imágenes de las notas web, de las cuales la última (foto) llamó más la atención, ya que muestra a los avatares del equipo, pero también de la madre de los Fujimori Higuchi; es decir, Susana Higuchi, quien años anteriores había acusado a Alberto y a su hija Keiko de malos tratos hacia ella en los períodos de gobierno. Si bien fue parte del pasado, los peruanos no olvidan. Kenji sabía que la participación e inclusión de su madre en los tuits iban a ser noticia. Y no se equivocó. Por último, es importante mencionar la denominación de “Kenjistas” a los diez (10) legisladores, pues ya no son más “los Fujimoristas”, resaltando así la tensión entre Fuerza Popular y Kenji.

Todos esos datos mejoraban la redacción. Como contaba Fabiana Sánchez en la entrevista, *“cuando él crea este grupo con un conjunto de congresistas, que también renunciaron a Fuerza Popular, y se creen, pues, los superhéroes del Congreso...sí, efectivamente, el primer gráfico que saca es de él y sí jala. [...] Wow, el tema de la controversia, en sí de las peleas internas en FP, teniendo en cuenta que era el partido más grande, pues sí te generaba y ahí sí había que hacerle seguimiento o hacer la nota. [...]. El dibujo o gráfico te jala el ojo en la web. A la gente le parece curioso, le parece divertido y empieza a haber la interacción que hay (bueno, yo lo veía cuando entraba al Facebook como un tema social veía lo que publicaba Perú 21 y también otros medios de los dibujitos)”* (F. Sánchez, comunicación telefónica, 28 de septiembre de 2021).

Figura 44. Noticia sobre los Avengers en El Comercio.

El Comercio

Kenji Fujimori: comité resuelve expulsarlo de la bancada

El legislador emitió un tuit en el que adjunta un fragmento de la resolución que pide su salida del grupo parlamentario de Fuerza Popular



Kenji Fujimori

Redacción EC

Lima, 21 de enero de 2018
Actualizado a: 10/01/2018 08:38:54

El comité disciplinario de **Fuerza Popular** que evalúa el caso de **Kenji Fujimori**, así como de otros nueve legisladores que votaron en abstención ante la vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski, resolvió este martes su expulsión de la bancada naranja.

El informe de dicho ente, encabezado por César Segura e integrado también por Nelly Cuadros y Juan Carlos del Águila, determinó que el congresista abandone el grupo, de conformidad a lo estipulado en el reglamento de la bancada.

El comité disciplinario de Fuerza Popular también ha recomendado la expulsión de los legisladores Bienvenido Ramírez y Maritza García, quienes han cuestionado la decisión de dicho órgano partidario.

Últimas Noticias

- Congreso: Comisión Especial debatirá propuestas de reconsideración de tacha...
- Gobernador de Cajamarca considera que el...

El Comercio

Kenji Fujimori: todo su bloque renunció a Fuerza Popular

Los diez congresistas, encabezados por Kenji Fujimori, anunciaron que abandonarían el bloque de Fuerza Popular



Kenji Fujimori y otros diez congresistas se reunieron en la oficina del presidente de la Comisión Especial para determinar los pasos a seguir al respecto de Fuerza Popular. (Foto: Difusión)

Redacción EC

Lima, 21 de enero de 2018
Actualizado a: 10/01/2018 08:58 p.m.

El bloque de diez congresistas encabezado por **Kenji Fujimori**, recientemente expulsado por el comité disciplinario de su bancada, anunció que renunciará a **Fuerza Popular**.

Según dijo Kenji Fujimori en una conferencia de prensa acompañada por los nueve miembros de su grupo, al cual ha denominado como "Avengers", la renuncia se presentó en grupo a la bancada de **Fuerza Popular** en "revolución".

"Esta decisión es un paso al pasado, de dar un paso importante, un renunciar a la bancada de **Fuerza Popular**, es proponer hacer otro attempto, víctimas de manera constante por parte de la cúpula de **Fuerza Popular**", dijo Kenji Fujimori.

En conferencia de prensa, el bloque de Kenji Fujimori también presentó un plan de trabajo que bautizó el "acuerdo de gobernabilidad" que buscará una vez fuera de **Fuerza Popular**. Son, en total, diez puntos donde se plantea el "diálogo y la reconciliación nacional con el firme propósito de alcanzar un clima de sana gobernabilidad".



ACUERDO DE GOBERNABILIDAD

"Teniendo como premisa el compromiso de alcanzar una vez más el logro de una sana gobernabilidad con el Acuerdo de Gobernabilidad firmado por el Perú y Chile:

1. REAFIRMAR EL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL CON EL FIRME PROPÓSITO DE CAMBIAR UN CLIMA DE SANA GOBERNABILIDAD.
2. RESPONDER AL PODER EJECUTIVO EN LA RESPUESTA INMEDIATA A LOS PROBLEMAS QUE ASIGURE AL PERUANO PERUANO, ESPECIALMENTE EN SU DERECHO A SEGURIDAD CIUDADANA.
3. DAR RESPUESTA INMEDIATA A LAS URGENCIAS ACCIONES PRESIDENTES EN FAVOR DE LOS GUERRAFACTOS DEL COMANDO EN JEFE COPELIMA, Y ESPECIALMENTE EN SU DERECHO A SEGURIDAD CIUDADANA.

El Comercio

Los "Avengers" de Kenji salen al rescate de un debilitado PPK

Tras su renuncia a Fuerza Popular, el bloque presentó un "acuerdo de gobernabilidad" en el que se han comprometido a dialogar con el Ejecutivo



Después de renunciar a **Fuerza Popular**, Kenji Fujimori publicó esta foto en su cuenta de Twitter. Afirmó que "la libertad vencerá al miedo". (Foto: Difusión)

Agencia EFE

Lima, 21 de enero de 2018
Actualizado a: 10/01/2018 09:00 p.m.

Los "Avengers" de **Kenji Fujimori**, con su explosiva "renuncia colectiva irrevocable" a la bancada **Fuerza Popular**, otorgaron al debilitado Gobierno de Pedro Pablo Kuczynski (PPK) un preciado balón de oxígeno, además de abrir una crisis de insondables consecuencias en la oposición.

Últimas Noticias

de la película van a votar por él. Claramente no, pero en todo caso para algún tipo de lector, joven o persona podía ser atractivo. Y eso que también le podía parecer simpático a alguien de 60 años y quizás lo apoyaba”, agregó (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021). En sí, la estrategia de los *Avengers* sí funcionaba y los medios lo sabían.

Para *La República* (Ver Figura 45), no fue la excepción, pues las dos notas periodísticas publicadas fueron sobre los *Avengers*: En la primera colocaron la fotografía del grupo como imagen principal y, en la segunda, usaron el término más (+) el nombre completo de la madre de los Fujimori Higuchi para el titular y adjuntaron la declaración de Twitter en el cuerpo de la noticia.

“Con el crecimiento justamente de Twitter es que el presidente, congresistas o ministros recurren también para poder publicar mensajes importantes para el país. Entonces creo que los temas de coyuntura o la mayoría o varios nacen en Twitter. En estos casos, siempre van a ser lo primordial, dependiendo de qué tan grave o importante sea lo que se publica por ahí, y, también de qué funcionario viene la noticia”, enfatizó “redactora LR 2 (comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021)

Figura 45. Noticia sobre los Avengers en La República.

La República

ÚLTIMAS NOTICIAS POLÍTICA ECONOMÍA SOCIEDAD MUNDO DEPORTES ESPECTÁCULOS REDES SOCIALES PERÚ DÓLAR SUSCRÍBETE

POLÍTICA

Keiko Fujimori avanza hacia expulsión de Kenji y otros disidentes de bancada de FP

30 Ene 2019 Actualizado el 28 de Mayo 2019 | 7:04 h

Estrategias. El Comité de Proceso Disciplinario de Fuerza Popular notificó decisión al hijo menor de **Alberto Fujimori**, a Bienvenido Ramírez y a Maritza García. Congresistas kenjistas anunciarían hoy su retiro e intención de crear nueva bancada.

El Comité de Proceso Disciplinario de Fuerza Popular (FP), presidido por César Segura, resolvió por unanimidad expulsar a los congresistas **Kenji Fujimori**, Bienvenido Ramírez y Maritza García acusándolos de "inconducta" en contra de las normas y principios de la agrupación política.

La decisión fue notificada ayer a los tres imputados, quienes coincidieron en responder, a su manera y en sendos tuits, que la sanción no los amilana y continuarán unidos en el llamado grupo de los Avengers, identificados así por Kenji Fujimori luego de que votaran en abstención en el pedido de vacancia del presidente **Pedro Pablo Kuczynski**, el pasado 21 de diciembre.

Lo más visto de Mundo

¿Por qué está bajando el dólar?: las razones detrás de la caída del billete verde este 27 de diciembre

WhatsApp: ¿cómo saber qué decía un mensaje que eliminaron antes que lo lees?

Tula Rodríguez fue la más recibida regalo de Mañu Mantilla: "Eso no se hace"

Kenji Fujimori, por su parte, optó por pronunciarse solo a través de las redes sociales.

"Mientras tanto, en algún lugar de Asgard... Uno para todos y todos para uno. A defender la democracia. La Libertad le ganará al miedo. #InfinityWar #ModoAvenger #LaResistencia", escribió el hermano de **Keiko Fujimori** en su cuenta de Twitter.

El mensaje iba acompañado de una foto suya junto a los nueve legisladores que lo respaldan, así como la resolución de su expulsión suscrita por Segura, Nelly Cuadros y Juan Carlos del Águila.

Kenji Fujimori suma a una nueva "Avenger", Susana Higuchi

03 Feb 2019 Actualizado el 03 de Mayo 2019 | 7:12 h

El bloque de **Kenji Fujimori** recibió apoyo de **Susana Higuchi**, el congresista subió una foto junto a ella.

El bloque de **Kenji Fujimori** tiene una nueva aliada. El congresista acaba de publicar una imagen junto a los legisladores que lo apoyan y su madre, **Susana Higuchi**, en su cuenta de Twitter.

"Una nueva Avenger nos protegerá con su campo de fuerza. Para qué más, el amor de mamá es único", escribió el parlamentario en su cuenta de Twitter. Junto al texto, publicó una ilustración con a su madre, y una foto con todos los congresistas de su bloque y **Susana Higuchi**.

BUENOS VECES DPK: "Kenji Fujimori me pidió, fue tiempo, que su padre saque de la cárcel"

En la ilustración que publicó **Kenji Fujimori**, **Susana Higuchi** encarna al personaje **Sue Storm**, mientras que en la foto se le ve feliz posando junto a los congresistas del bloque de su hijo. **Keiko Fujimori** no se ha pronunciado al respecto.

Lo más visto de Mundo

¿Por qué está bajando el dólar?: las razones detrás de la caída del billete verde este 27 de diciembre

WhatsApp: ¿cómo saber qué decía un mensaje que eliminaron antes que lo lees?

Tula Rodríguez fue la más recibida regalo de Mañu Mantilla: "Eso no se hace"

Kenji Fujimori

Una nueva #Avenger nos protegerá con su campo de fuerza. 🤝 (para qué más, el amor de mamá es único) 🤝

12:11 p.m. · 3 Feb. 2019 · 245 likes · 38 retweets

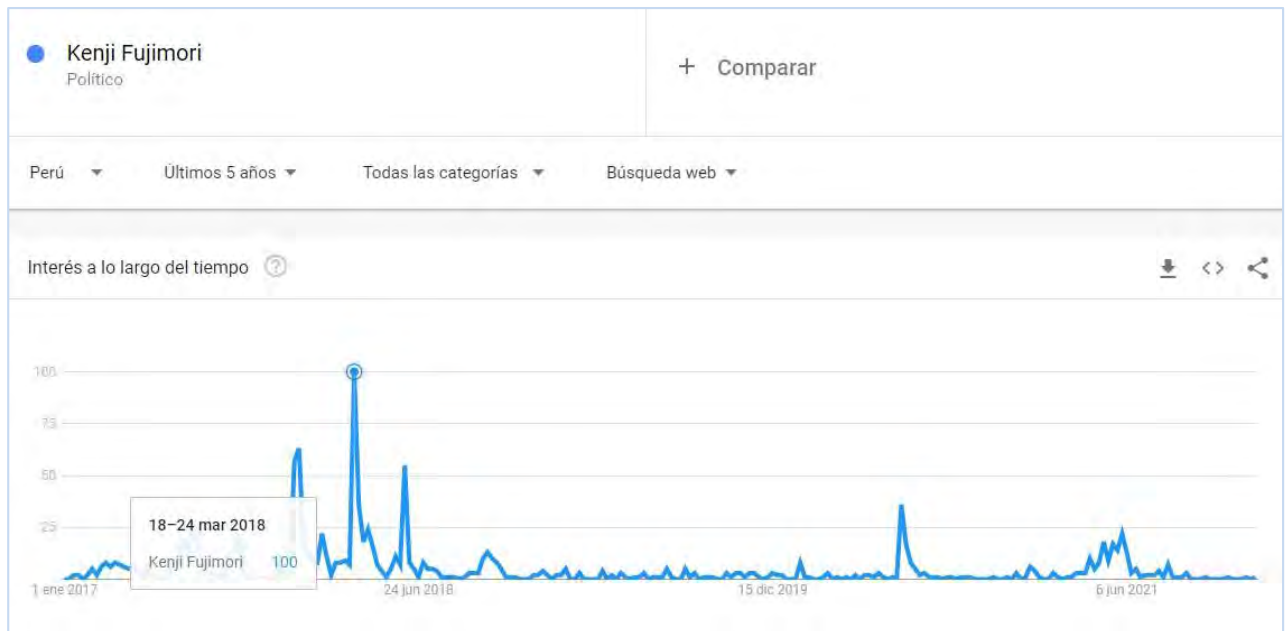
17 retweets · 1 comentario · 1 comentario más

Ver y/o responder

Fuente: La República.

• **Los Kenjivideos**

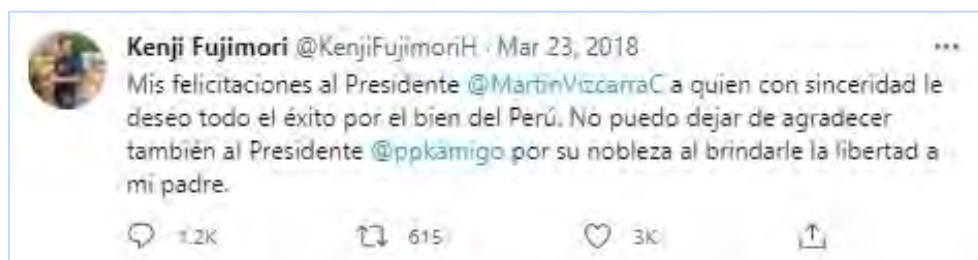
Figura 46. Estadística de la búsqueda de “Kenji” en Google Trends entre 18-24 de marzo de 2018



Fuente: Google Trends.

En la semana del 18 al 24 de marzo (Ver Figura 46), sucedió el hecho más destacado de todos: La aparición de los *Kenjivideos* y la renuncia del ex presidente Pedro Pablo Kuczynski (PPK), cediendo el poder a Martín Vizcarra. En contraste con los casos anteriores, Kenji estuvo ausente en la semana y tuvo más declaraciones por conferencias de prensa y solo una declaración por Twitter (Ver Figura 47).

Figura 47. Único tuit tras los *Kenjivideos*



Fuente: Twitter de Kenji Fujimori (2018)

Así fueron las noticias periodísticas de la semana, por parte de *Perú21*, *El Comercio* y *La República*, respectivamente (Ver Figura 48, Figura 49 y Figura 50).

Figura 48. Noticia sobre Cambio 21 y los Kenjivideos en Perú21

Perú21

Kenji Fujimori: "He decidido formar mi partido político (...) Y se llamará Cambio 21"

El hijo menor de Alberto Fujimori señala que la próxima semana empezará con la recolección de firmas para inscribir a su organización política en la ONPE.



1/3

REDACCIÓN PERÚ21
redaccion@peru21.pe

Actualizado el 20/02/2018 09:03:34pm

Kenji Fujimori fue captado en la oficina de la ONPE —ubicada en el Jirón Washington, en el Cercado de Lima— hasta donde llegó con la intención de adquirir un kit electoral.

El hijo menor de Alberto Fujimori llegó a la oficina del ente electoral al promediar las 2 p.m. y a su salida, ofreció unas declaraciones a la prensa en las que confirmó que formará su propio partido, que llevará por nombre Cambio 21.

"He venido aquí a la ONPE para comprar mi kit electoral, frente a la grave crisis política y la pérdida de esperanza que atraviesa el país, he decidido formar mi propio partido político", indicó Kenji Fujimori a los medios de comunicación.

GoDaddy
Para tus ideas en línea.

OTRAS NOTICIAS

Perú21

Kenji Fujimori: "Lamento las actitudes delincuenciales de FP y de mi hermana Keiko"

El menor de los Fujimori se pronuncia tras difusión de videos por parte de Fuerza Popular



Kenji Fujimori

REDACCIÓN PERÚ21
redaccion@peru21.pe

Actualizado el 20/02/2018 10:42:17pm

Luego de que **Fuerza Popular** difundiera videos que comprobarían una posible compra de votos por parte de Guillermo Bocángel, Bienvenido Ramírez y **Kenji Fujimori**, este último se pronunció desde Miraflores.

"Lamento muchísimo las bajas de las actitudes delincuenciales de **Fuerza Popular** y de mi hermana Keiko al operar con esas actitudes de forma oculta y tergiversando información", dijo Kenji Fujimori en conferencia de prensa.

El menor de los Fujimori, quien pretende fundar su partido **Cambio 21**, se justificó diciendo que lo que hicieron sus colegas del bloque es parte de la gestión "que hace cualquier autoridad o congresistas" y evitaba responder sobre la forma cómo se expresaron en el video.

OTRAS NOTICIAS

Perú21

Vacancia presidencial: Este es el video que comprueba el intento de compra de votos

En la grabación se observa a los congresistas Kenji Fujimori, Bienvenido Ramírez y Guillermo Bocángel.



1/9

REDACCIÓN PERÚ21
redaccion@peru21.pe

Actualizado el 23/02/2018 07:44:40m

Este martes, durante una conferencia de prensa realizada por el partido **Fuerza Popular**, se difundieron audios y videos que comprobarían el intento de compra de votos en contra de la vacancia presidencial a Pedro Pablo Kuczynski.

En la grabación se observa que los congresistas Kenji Fujimori, Bienvenido Ramírez y Guillermo Bocángel intentan convencer al fujimorista Moisés Mamani de ser parte del gobierno a cambio de obras.

29%
Cursos para adolescentes
#PROXIMIDAD PRESIDENCIAL

Perú21

Kenji Fujimori: "Mis felicitaciones al presidente Martín Vizcarra"

Además, el legislador también agradeció al ex presidente Pedro Pablo Kuczynski por concederle el indulto a su padre Alberto Fujimori.



1/3

REDACCIÓN PERÚ21
redaccion@peru21.pe

Actualizado el 23/02/2018 00:55:51pm

Kenji Fujimori, congresista de la República, utilizó sus redes sociales para felicitar al nuevo presidente **Martín Vizcarra**. A través de su cuenta oficial de Twitter, el parlamentario se pronunció sobre la juramentación del nuevo mandatario.

Además, el legislador también agradeció al ex presidente Pedro Pablo Kuczynski por concederle el indulto a su padre Alberto Fujimori.

"Mis felicitaciones al Presidente Martín Vizcarra a quien con sinceridad le deseo todo el éxito por el bien del Perú. No puedo dejar de agradecer también al presidente Pedro Pablo Kuczynski por su nobleza al brindarme la libertad a mi padre", señaló el congresista.

OTRAS NOTICIAS

Fuente: Perú21.

El detalle en las publicaciones de este diario (Ver Figura 48) es que se presentan tres temas, de los cuales dos están muy vinculados. Sobre el primero, como veíamos en el cuarto caso, Kenji y los otros nueve legisladores o ‘Avengers’ buscaban formar su nuevo equipo en la esfera política. Con esa noticia, queda confirmado el objetivo al tener, incluso, el nombre del nuevo partido: Cambio 21. Esta vez, Fujimori no brindó el anuncio por Twitter, sino por entrevistas, pues los periodistas se enteraron de su asistencia a las instalaciones del ONPE. Hasta ahí, la situación seguía siendo “lineal”. No obstante, ese mismo día, horas después, empezaría su caída política con la aparición de videos que lo perjudicaban totalmente. Kenji no respondió por ninguna vía hasta el día siguiente. Y, siendo totalmente inusual, decidió declarar a través de una conferencia de prensa, acusando al partido naranja y a su hermana, con nombre y apellido. De por sí, ya considerar “delincuencial” al hecho es serio y, por supuesto, el problema empeoraría. Este es el perfecto ejemplo de una declaración polémica y conflictiva. Bastó solo esa conferencia de prensa y no decir más del tema. Fue recién en la toma de mando de Martín Vizcarra, luego de la renuncia de PPK que se agravó con los *Kenjivideos*, que Fujimori expresó sus felicitaciones por Twitter, las cuales fueron usadas textualmente para el titular. En resumen, estuvo muy ausente en Twitter durante la semana. Prefirió defenderse de una acusación muy grave por conferencias y entrevistas. Como mencioné en el capítulo anterior, el nombre del caso (*Kenjivideos*) era similar al de los *Vladivideos*, nombre que sería de total desagrado para Kenji, por lo que no habría razón para abordarlo en su perfil de dicha red social.

Con respecto al diario *El Comercio* (Ver Figura 49), fue similar. La nota sobre Cambio 21, la acusación de Kenji tras la difusión de los *Kenjivideos* –aquí un detalle y es que las palabras de Kenji fueron muy fuertes y suficientes que no era necesario colocar su nombre. Además, era obvio, porque el único hermano Fujimori Higuchi que estaba enfrentado a Keiko era Kenji- y, por último, las felicitaciones al nuevo presidente Vizcarra. Ahí sí los periodistas de Perú21 y El Comercio trataron al titular de la misma manera: textual.

Figura 49. Noticia sobre Cambio 21 y los Kenjivideos en El Comercio.

Kenji Fujimori compró kit electoral para formar partido propio

El hermano de los hermanos Fujimori y Higuchi reunió a Fuerza Popular tras criticar los presuntos apóstoles de Odebrecht a la agrupación nacional

[Object Event]

Kenji Fujimori

Resumen EC Lima, 22 de marzo de 2019
Actualizado a las 20:43:20 (UTC-5) por MCM

El congresista **Kenji Fujimori** anunció oficialmente en la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) un kit electoral para formar un nuevo partido político, luego de que a finales de marzo renunciara a su militancia en Fuerza Popular.

En breves declaraciones a la prensa, el hermano de los hermanos Fujimori y Higuchi indicó que su agrupación tendrá el nombre de Cambio 21, en referencia al partido Cambio 90 con su padre, el actual ex presidente Alberto Fujimori (ganó su primer elección en 1995).

"Frente a la gobernabilidad política y la pérdida de esperanza que atraviesa el país he decidido formar un partido político, un partido que reciba los grandes intereses y necesidades que atraviesa el pueblo peruano, un partido que luche por los objetivos superiores y que esté al servicio de la poliquetería nacional", manifestó.

Kenji Fujimori señaló que su partido en formación impulsará las libertades fundamentales, como la de prensa, expresión y de conciencia.

El parlamentario alemán afirmó que "Cambio 21" lo despertará su orgullo al tiempo a su padre como un líder fundador.

"Vamos a empezar con el proceso de recolección de firmas, ya de hacer una vez más Fuerza Popular (y lo volveré a hacer) y vamos a empezar a viajar por todo el país", anunció.

Kenji Fujimori reunió el partido nacional, constituido por su hermana Keiko Fujimori, tras indicar que Fuerza Popular "ya no tiene utilidad real" por presuntamente haber recibido un aporte de FISS y botocón de la construcción, Inésista Odebrecht.

Por su parte, el ex congresista Alejandro Aguirre indicó a Kenji Fujimori por la reciente compra del kit electoral y dijo que ese es el momento "reunirse a la historia de un partido que nació y creció en un país".

"Cambio 21 es producto (y víctima) de estos hechos delictivos que demandan a Kenji Fujimori, el congresista más votado del Perú en dos procesos electorales, formar un partido que sea la voz de los ciudadanos y marginados", escribió Aguirre en su Twitter.

"Lamento actitudes delincuenciales de FP y de mi hermana Keiko"

El legislador Kenji Fujimori se pronunció ante acusaciones de Fuerza Popular sobre una presunta campaña de votos a favor de PPK en torno al pedilecto Yamala que enfrentará el jueves

[Object Event]

Kenji Fujimori

Resumen EC Lima, 21 de marzo de 2019
Actualizado a las 15:05:20 (UTC-5) por MCM

El congresista más votado **Kenji Fujimori** se pronunció este martes sobre las actitudes de los que se le atribuye a la agrupación del bloque que quiere conformar en el parlamento de Fuerza Popular. Mencionó sobre su línea electoral con el Ejecutivo.

El hijo menor de Alberto Fujimori y su esposa con la prensa en un momento pasado en Miraflores.

En ese sentido, **Kenji Fujimori** señaló que lo que él y sus congresistas impulsarán es un videoconferencia sobre su conferencia de prensa por Fuerza Popular ya es un sentido de la gestión que cualquier actividad fuera".

Por ello, negó que se haya querido influir sobre a Mónica Mammán para que no vote a favor de la reelección del presidente Pedro Pablo Kuczynski, lo mismo que se le atribuye este jueves en el pleno del Congreso.

"Lamento mucho tanto las actitudes y las actitudes de fundamentos de Fuerza Popular y de mi hermana Keiko lo que me enoja es actitudes, gratuito de nuestra causa y tergiversando información", señaló el parlamentario en su primer momento.

"Como hermano me ha dolido porque (esta) veces me atribuyen de delincuencia. En todos los momentos de delincuencia es las que se me ha atribuido (a) he hecho estas cosas", comentó.

Kenji a Vizcarra: "Le deseo todo el éxito por el bien del Perú"

En tanto, el congresista Fujimori también reiteró su agradecimiento a Pedro Pablo Kuczynski por haberlo nombrado el padre a su padre.

[Object Event]

Kenji Fujimori

Resumen EC Lima, 22 de marzo de 2019
Actualizado a las 20:43:20 (UTC-5) por MCM

El congresista **Kenji Fujimori** felicitó hoy al nuevo presidente de la República, **Martin Vizcarra**, y le deseó éxito en su gestión.

"Mis felicitaciones al presidente **Martin Vizcarra**, a quien, con sinceridad, le deseo todo el éxito por el bien del Perú", escribió en Twitter.

En su discurso de hoy ante el Congreso, **Vizcarra** declaró que la división de poderes es la base de cualquier democracia. "La división de poderes es la base de cualquier democracia y es fundamental que ningún poder asuma los derechos del otro", afirmó.

Kenji Fujimori también reiteró su agradecimiento al ex ministro de Pedro Pablo Kuczynski, quien este semana renunció al cargo, por haberlo nombrado el hijo de su padre, Alberto Fujimori.

El entonces Kuczynski anunció su renuncia a la presidencia. Esta mañana, después de un debate que comenzó ayer, el Parlamento aceptó su dimisión.

Los videovideos que se habían intentado negociar sobre la renuncia con los que aparece **Kenji** y congresistas de su bloque precipitaron la renuncia de PPK.

Fuente: El Comercio.

En el caso del diario *La República* (Ver Figura 50), abordaron los tres temas también, pero en diferente orden. Líneas arriba se señaló que el mismo día Kenji anunció al nuevo partido Cambio 21 y acusó a su hermana y a Fuerza Popular de la difusión de los videos. Perú21 y El Comercio publicaron las noticias por orden secuencial, pero *La República* lo organizó de acuerdo a la relevancia de los hechos. La respuesta a la grave acusación era la más destacada y merecía ser la primera en publicarse. En el titular también usaron textualmente el término “delincuencial”. Ya después se comentó de la intención de tener una nueva bancada (Cambio 21) en el siguiente periodo electoral. Tras ello, recién se realizó la tercera nota con la declaración de Kenji, a través de Twitter, la cual, a diferencia de los otros dos diarios, obvió la textualidad y prefirió resaltar las felicitaciones a Vizcarra, pero también el agradecimiento a PPK por el indulto a Alberto Fujimori; es decir, el tuit completo.

Figura 50. Noticia sobre Cambio 21 y los Kenjivideos en *La República*.

The image displays two side-by-side screenshots of the newspaper *La República*'s website. Both pages feature a red header with the newspaper's name and navigation menus. The left page has a main article titled "Kenji Fujimori lamentó la 'actitud delincuencial' de su hermana Keiko Fujimori [VIDEO]". The article text discusses the congressman's criticism of his sister's actions and mentions a video recording. Below the main text, there are social media sharing options and a "Lo más visto de Mundo" section featuring a video thumbnail. The right page has a main article titled "Kenji había dicho que iría con partido propio hacia el 2021". This article reports on Kenji's announcement of a new political party, "Cambio 21", and his intention to run for office in 2021. It also includes a "Lo más visto de Mundo" section with a video thumbnail. Both pages include a "PUEDES VER" section with related news links and a "Publicidad" section on the right side.

La República

ÚLTIMAS NOTICIAS | POLÍTICA | ECONOMÍA | SOCIEDAD | MUNDO | DEPORTES | ESPECTÁCULOS | REDES SOCIALES | PERÚ | DÓLAR | SUSCRÍBETE

POLÍTICA

Kenji Fujimori felicitó a Martín Vizcarra y agradeció a PPK por el indulto

Michael Machacuy
@michaelmachacuy
Actualizado el 23 de Mayo 2019 | 9:48 h

El congresista le deseó éxitos al nuevo **presidente de la República**, quien sucedió en el cargo a **PPK** tras el escándalo de videos que protagonizó el menor de los Fujimori.

El congresista no agrupado **Kenji Fujimori**, líder del bloque de los autodenominados "Avengers", se pronunció mediante sus redes sociales para felicitar al flamante presidente **Martín Vizcarra** por el cargo.

"Mis felicitaciones al presidente Martín Vizcarra Comejo, a quien con sinceridad le deseo todo el éxito por el bien del Perú", dijo el menor de los Fujimori, quien no estuvo presente en la ceremonia de sucesión de mando en el Parlamento.

PUEDES VER: [Caso 'Kenjivideos': PJ evaluará mañana impedimento de salida para Fredy Aragón](#)

Lo más visto de Mundo

"Con esto me presento a la gente": macedonio narra su experiencia con el 'chip COVID-19' de Suecia

¿Por qué está bajando el dólar?: las razones detrás de la caída del billete verde este 27 de diciembre

WhatsApp: ¿cómo saber qué decía un mensaje que eliminaron antes que lo leas?

Fuente: La República.

Haciendo un resumen de las características de las declaraciones de Kenji Fujimori por Twitter y publicadas en las redacciones periodísticas (Ver Tabla 2), se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 2. Características de las noticias con tuits de los casos más destacados de Kenji

Casos destacados	Característica	Observación
a) Sanción disciplinaria contra Kenji	a. Coyuntural b. Polémica c. Conflictiva d. Actualizada e inmediata	a. Por tratarse del conflicto de la bancada de "la mayoría del Congreso" b. Responder un tema serio con un video de película.

		<p>c. Más tensión con la bancada: “El momento de la sanción”</p> <p>d. Día que se publicaban los tuits también se hacían las notas.</p>
b) Nuevo proceso disciplinario para Kenji	<p>a. Conflictiva y polémica</p> <p>b. Coyuntural</p> <p>c. Actualizada e inmediata</p>	<p>a. Declarar “deuda del fujimorismo” y “desafiar a FP” en el titular.</p> <p>b. Tensión en los Fujimoristas</p> <p>c. Día que se publicaban los tuits también se hacían las notas.</p>
c) Indulto a Alberto Fujimori	<p>a. Coyuntural y conflictiva</p> <p>b. Polémica</p> <p>c. Actualizada e inmediata</p>	<p>a. Pelea con Keiko tras conseguir el indulto</p> <p>b. La declaración tuvo buena cobertura y no era una campaña electoral. Se incluyó al padre y líder fujimoristas en los avatares.</p> <p>c. Día que se publicaban los tuits también se hacían las notas.</p>
d) Expulsión de Fuerza Popular y formación de los ‘Avengers’	<p>a. Polémica</p> <p>b. Conflictiva y coyuntural</p> <p>c. Actualizada e inmediata</p>	<p>a. Los avatares + la imagen de la madre Susana + término “Kenjistas”</p> <p>b. Avengers (ellos eran los buenos y FP eran los malos).</p>

		c. Día que se publicaban los tuits también se hacían las notas.
e) <i>Los Kenjivideos</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Polémica y coyuntural b. Conflictiva c. Actualizada e inmediata 	<ul style="list-style-type: none"> e. Anuncio de nuevo partido de ex Fujimoristas y videos en contra de Kenji f. Términos “actitudes delincuenciales de Keiko y FP”, “compra de votos” y “<i>Kenjivideos</i>” g. Día que se publicaban los tuits también se hacían las notas.

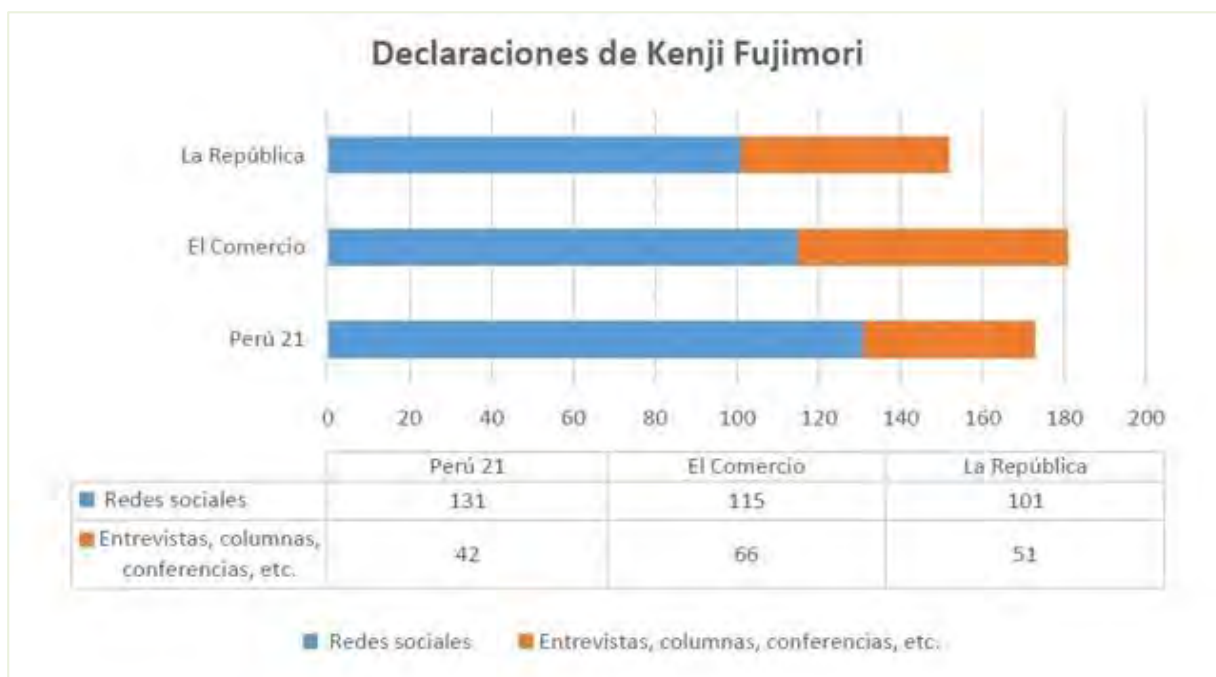
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la metodología.

Basándonos en lo expuesto en el marco teórico, la autora confirma que todas estas características son iguales a la del periodismo declarativo. Primera razón para hablar de un periodismo de ese tipo.

Tras esta recolección de datos de los casos más destacados, la autora de la tesis continuó con el análisis de las demás notas informativas²⁰. El resultado fue el siguiente, considerando a las redes sociales como vía de las declaraciones de Kenji:

²⁰ En la sección de “Anexos” se encuentran todas las noticias analizadas.

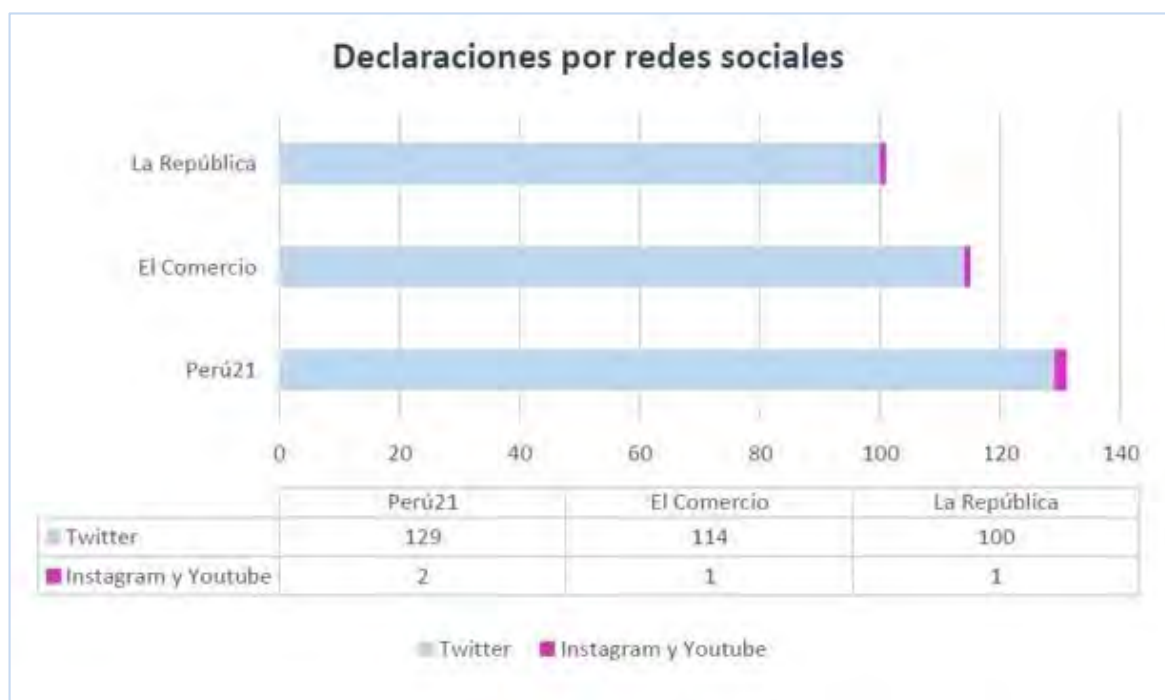
Figura 51. Las declaraciones de Kenji Fujimori en las noticias de *Perú21*, *El Comercio* y *La República*.



Fuente: Elaboración propia a partir de la recolección de los datos.

De las 506 notas publicadas por los medios de comunicación seleccionados (Ver Figura 51); es decir, *Perú21*, *El Comercio* y *La República*, 347 fueron redactadas con ayuda de las declaraciones de Kenji Fujimori por redes sociales, mientras que el resto (159) fue por entrevistas o conferencias de prensa. Asimismo, realizando un análisis más específico de las noticias con declaraciones por redes sociales de Kenji (Ver Figura 52), se llega a la siguiente muestra:

Figura 52. *Las declaraciones en redes sociales de Kenji Fujimori.*



Fuente: Elaboración propia a partir de la recolección de los datos.

347 noticias fueron elaboradas con declaraciones de Kenji, realizadas a través de Twitter, resultado que coincide con las respuestas de Alexei Toledo, como ex asesor político, y del mismo Kenji Fujimori. Podemos llegar a la conclusión de que los tuits sí fueron fuentes de información para la cobertura de noticias sobre Kenji Fujimori, en el período 2017 – 2018, pero que también, como segunda razón, moldearon un periodismo distinto, pues, con más del 90% de declaraciones, se obtuvo un periodismo de declaraciones o declarativo, valga la redundancia.

Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo se presentan las conclusiones que responderán a la pregunta y objetivos de la investigación. Asimismo, se brindará recomendaciones para los futuros trabajos que decidan abordar el Twitter en el periodismo de declaraciones en la esfera digital.

I. Conclusiones

La investigación confirma la hipótesis: los periodistas de la sección Política de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República* usaron los tuits de Kenji Fujimori como una fuente de información inmediata, coyuntural, conflictiva y actualizada alentando y reforzando las prácticas de un periodismo de declaraciones.

En las entrevistas con los periodistas, enfocándonos sobre esa nueva práctica, incluso, llegaron a reconocer que sí lo hacían, pero no para solo replicar lo que uno dice sin profundizar, como algunos especialistas lo definen, sino que dependía de la fuente que tenían. *“Más allá de replicar, en ese momento, las declaraciones de un político, con eso vas a poder hacer luego otra cosa (como insumo para un informe o para hacer una entrevista de profundidad a la misma persona o a otra). Eso es lo más interesante. Era un periodismo de declaraciones en cierto punto, sí, pero porque cumplía esa función en específico y no porque no se pudiera hacer otra cosa, o no se quisiera, o fuese un recurso facilista. Creo que sí habían notas con una fuente que intentaba contactarse con otra, pero que no era solamente hacer esa nota y listo. Al menos en El Comercio siempre era sí hacer estas notas porque son noticias importantes y merecen, en algún punto, ese lugar, pero también digamos luego hacer algo mucho más elaborado”*, sustentó Rosas (P. Rosas, comunicación telefónica, 10 de octubre de 2021).

“Esto (estructura del periodismo declarativo) se utilizaba más en temas relacionados con la web, por ejemplo, KF tuiteaba “renunció a la bancada de Fuerza Popular”, sacabas una nota

en la web informando sobre eso. [...] Una declaración en Twitter te puede servir para darte una pauta, un inicio, pero tú tienes que ir más allá, no te puedes quedar solo en una declaración en lo encima tuitea nada más, tienes que saber por qué lo hizo, qué lo llevó a eso, qué se viene, [...] si KF decía “ya, vamos a crear nuestra nueva bancada que se iba a llamar Los Vengadores”, ok, pero tú tienes que ir más allá, no puedes solamente quedarte en una declaración o un tuit, tú tienes que ver: ¿se puede crear una nueva bancada? ¿qué necesita? ¿qué dice el reglamento del Congreso?, ¿qué artículo del reglamento del Congreso?, hablar con alguien más para tener un análisis y si ya no puedes ir tan profundo entonces habla con algunos miembros de la bancada”, sugirió Sánchez. (F. Sánchez, comunicación telefónica, 28 de septiembre de 2021)

Una opinión más específica la tuvo el periodista Ortiz, al afirmar que este periodismo ya venía desde antes. *“No todos, pero sí algunos que usan bastante periodismo de declaraciones no solo por Twitter, sino también porque se rebota mucho las entrevistas que brindan ciertos políticos en programas de TV. Si revisas algunos diarios te vas a dar cuenta de que es “Fulanito: (cita textual)”. Entonces, no solo es un tema de Twitter, sino que es más amplio, porque hay bastantes programas (TV) y también en internet ahora independientes que utilizan muchos formatos de la entrevista. Twitter es parte de eso, no es todo” (S. Ortiz, comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021). Y uno de los redactores del diario Perú 21, en ese entonces, estaba totalmente de acuerdo con esa declaración, pues ya ha sido empleado en otras vías como ahora “sucede mucho en las notas webs. Tú vas al medio digital, o sea, las versiones digitales de los periódicos o de las radios, y muchas noticias son sólo declarativas:” dijo tal cosa” en cualquier red o “en vivo “. Entonces, si tú te quedas solo con la declaración, estoy haciendo un periodismo declarativo, porque solo estás anunciando lo que dijo. Ahora, el tema es contrastarlo, darle el contexto o hasta cuestionar lo que dice esa persona con la información que tú manejas o que has recabado. Ahí el periodismo cambia, pues ya estás haciendo un*

trabajo de calidad que simplemente reproducir” (I. Atilano, comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021). Ahora, frente a la pregunta de por qué realizan esta práctica periodística, añadió que “es porque están en un sistema que los obliga a hacer eso. Y de verdad, a varios periodistas no les gusta, pero si te mandan a hacer, por ejemplo, 7 notas al día, como suele pasar cuando estás en un medio digital que dé el día a día, pues si ves que la gente habla de eso, te haces la nota con eso y listo. No creo que sea algo que un periodista desee hacer o diga “a eso me voy a dedicar”. Es algo que el propio sistema de lo que entretiene, porque, de cierta manera, el periodismo también es entretenimiento, pero me refiero a que, o sea, cuando un medio digital vende coyuntura te vende cosas inmediatas, “esto ha pasado, de eso está hablando de la gente”, entonces para captar esa tensión, basta que pongas lo que ha declarado. Eso es lo que tienes que hacer, no porque sea tu deber o porque sea lo que tuviste con profesional, sino porque es lo que demanda la empresa donde estás y el sistema en el que están trabajando. Además, a veces es porque es lo que más fácil te trae visitas y lo que un medio digital busca, me refiero a tradicional que vende publicidad, lo que busca es que más personas entren a su web, entonces esas noticias salen, así como pan caliente, como pizza. Pero, no creo que sea una decisión personal del periodista hacer”, declaró firmemente Atilano (I. Atilano, comunicación telefónica, 30 de septiembre de 2021).

Machacuay, por su lado, prefirió reconocerlo como parte del “nuevo periodismo”, “quizás porque sea no solo es Twitter la única red social que los periodistas digitales, y quiero precisar digitales, emplean para la elaboración. También hay otras redes sociales que constantemente los redactores están monitoreando para encontrar reacciones, declaraciones, denuncias, etc.” (M. Machacuay, comunicación telefónica, 21 de septiembre de 2021).

Todos afirmaban o mantenían una postura similar, pero fue la “redactora LR 2” quien fue directa al opinar. “Para nosotros era más inmediato porque trabajábamos para la web. Creo

que no sólo en La República, así no esté en otros diarios también. Por lo mismo que se necesitaba publicar rápido una nota y era un mensaje relevante, lo que más vendía para el lector era poner inmediatamente lo que él (Kenji Fujimori) decía como titular y que toda la nota se base en el tweet publicado. Eso es lo que jala más visita o lo más inmediato de trabajar” (comunicación telefónica, 01 de noviembre de 2021)

A continuación, las conclusiones de acuerdo a los objetivos de la investigación:

- i. La estrategia de comunicación política de Kenji Fujimori sí que permitió a los periodistas digitales de la sección Política de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República* realizar constantemente las prácticas de un periodismo de declaración. Tras la necesidad de mejorar su perfil político y social, y lograr sus objetivos planteados, entre ellos, la libertad de su padre, Alberto Fujimori, buscó ayuda en Alexei Toledo como asesor, planteando dos etapas: La primera era usar solo Twitter como canal de comunicación y, en la segunda, ya interactuar con la prensa.

La primera parte fue un reto para los periodistas, obligándolos de cierto modo a depender de sus tuits para elaborar una noticia sobre él y su entorno. Además, el hecho de apellidarse Fujimori exigía mayor cobertura. Así es que los periodistas, específicamente los redactores web, constantemente revisaban la cuenta del ex legislador, *“activas la campanita de los políticos para que te lleguen sus notificaciones en el momento que ellos mismos publican. Ahí tienes más inmediatez y le ganas a cualquiera. Cuando tenga sus notificaciones, en vez de estar buscando en Google Trends, porque ahí se va a demorar un poco en posicionarse, entonces ahí pierdes tiempo”*, enfatizó Michael Machacuay, ex periodista de La República (M. Machacuay, comunicación telefónica, 21 de septiembre de 2021). Solo bastaba verificar que la cuenta social era la correcta para seguir trabajando. *“Es una fuente, pero se tiene que*

manejar con cuidado y contrastar si realmente es la cuenta de la persona, si tienen check azul (verificación) sería mucho mejor”, aclaró Ortiz, periodista de El Comercio (S. Ortiz, comunicación telefónica, 26 de septiembre de 2021).

La estrategia fue muy dinámica y, hasta el momento, Kenji Fujimori es el único caso destacado por ello y por la cobertura que tuvo en ese período. Actualmente, ya está más enfocado en su vida personal, y en sus intentos de interactuar con las redes, se creó TikTok, pero no siguió, pues manejar herramientas digitales no es tan sencillo, como opina Alexei Toledo. *“Se requiere un poco más de conocimiento y experiencia, especialmente, esta última que es muy valiosa; y segundo, también es que hay mucha gente que hace marketing político, pero hacen lo mismo con todos, es “copia y pega”. Creen que hay un manual y que con eso van a salir autoridades, alcaldes o presidentes y no es verdad, o sea, hay mucha gente que sorprende a los candidatos con el tema del marketing político, pero olvida que están perdidos. Claro, primero debes tener tu propósito, conocer a detalle el perfil de la persona con quien estás trabajando, sus fortalezas, debilidades, importantísimo y sobre eso empezar a trazar temas que puedan ser creativos. Creo que es lo principal, si no funciona algo, que también hemos lanzado cosas que no han funcionado, cambias, o sea inmediatamente tener esa flexibilidad de moverse y decir “esto no funciona, ok, vamos por acá”, hasta que llegas a encontrar, el espacio donde puedes desarrollarte mejor”, expuso (A. Toledo, comunicación telefónica, 3 de noviembre de 2021). Por último, dejando de lado lo sucedido tras la aparición de los *Kenjivideos*, la estrategia fue exitosa en su momento, ya que se logró el indulto. Asimismo, logró posicionarse en la esfera pública. Este plan duró casi un año y medio.*

- ii. Sobre el segundo y último objetivo, los periodistas digitales de la sección Política de los diarios *Perú21*, *El Comercio* y *La República* usan más las herramientas que brinda Google que “las tendencias” de Twitter, para la elaboración de la agenda mediática y las noticias sobre Kenji Fujimori. Si bien el movimiento en las redes es más inmediato, los datos que ofrece herramientas de tendencia, como *Google Trends* o *Chartbeat*, en el caso del diario *El Comercio*, son más exactos. Además, este trabajo de seleccionar los temas, no solo es de los redactores, como sucedió con los periodistas del diario *Perú21*, pues a veces son los editores quienes se encargan de ello y los redactores solo redactan, valga la redundancia, una noticia bien estructurada y sustentada. Las tendencias en Twitter pueden guiar o “mapear”, como lo denominan algunos de los periodistas entrevistados, y son muy útiles durante las campañas electorales, pero la autora de esta tesis no se está centrando en esa etapa.

II. Recomendaciones

De acuerdo a lo mencionado en las primeras páginas, los estudios sobre Twitter están desactualizados, motivo por el cual, la autora de la tesis alienta a continuar con esas investigaciones, ya que el ritmo de la tecnología está en constante avance. Incluso, no necesariamente puede ser con Twitter, sino con redes más modernas como TikTok, la cual se ha convertido en tendencia en esta pandemia por la COVID-19.

Mi segunda recomendación es ampliar la información sobre el periodismo de declaraciones. Incluso, para la persona que está redactando, fue complejo buscar datos al respecto. Sería interesante seguir abordando el tema, pero primero es un reto para muchos periodistas reconocer que, sea voluntario o no, las declaraciones son muy usadas en las notas periodísticas. Es más, hasta en los primeros ciclos universitarios, nos enseñan primero a hacer titulares textuales con comillas y todo.

Bibliografía

- Acevedo, J. (2012). Medios y política: hacia una comunicación plural. *Conexión*, (1), 33-65.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/11556>
- Acevedo, J. (2019). Comunicación política: viejos y nuevos temas en la era de la globalización y los medios digitales. *Conexión*, 8 (11), 9-13.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/21089/20841>
- América Televisión (2018). *Alberto Fujimori llega a la clínica tras anulación de su indulto* [Imagen].
- América TV prefiere transmitir EEG en vez de proclamación de Pedro Castillo (2021). *Libero*.
<https://libero.pe/ocio/redes-sociales/2021/07/19/america-tv-transmite-es-guerra-en-lugar-juramentacion-pedro-castillo-nuevo-presidente-peru-pltc-bicentenario-fiestas-patrias-2021-noticia-9866>
- Bernal, A. I. (2015). Tecnología, redes sociales, política y periodismo: ¿Pluralidad informativa o efecto bumerán? *Cuadernos.info*, (36), 191-205.
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2015000100013&script=sci_arttext
- Bezunartea, O. (1998). El uso y abuso de "declaraciones: el vicio de la prensa. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 3 (5). <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/17371>
- Biden y Putin se reúnen en Ginebra en una cumbre marcada por la hostilidad (2021). *El Mundo*.
<https://www.elmundo.es/internacional/2021/06/16/60c8e5d1e4d4d8a3108b45ca.html>
- Broersma, M. (2013). Twitter como fuente de noticias. Cómo los periódicos holandeses y británicos utilizaron los *tweets* en su cobertura de noticias, 2007–2011. *Práctica de periodismo*, 7 (4).

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2013.802481?scroll=top&needAccess=true>

Buades, C. (2011). Jose Luis Orihuela: "Los Trending Topics se han convertido en una agenda social". *La Vanguardia*.

<https://www.lavanguardia.com/internet/20110623/54174964635/jose-luis-orihuela-los-trending-topics-se-han-convertido-en-una-agenda-social.html>

Bustos, D. J., y Ruiz, O. F. (2016). La imagen en Twitter como nuevo eje de la comunicación política. *Opción*, 32 (7), 271-290 <http://www.redalyc.org/pdf/310/31048480018.pdf>

Canavilhas, J. e Ivars-Nicolás, B. (2012). "Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal y España". *El profesional de la información*, 21 (1), 63-69.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3834762>

Casero, A. (2008). Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante. Universidad Jaume I, Castellón, España.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2898148>

Casero, A.; Martínez, M., Humanes, M. L., Saperas, E., Aira, T., Ortells, S., y Lafuente, P. (2012). *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones*. Sociedad Latina de Comunicación Social.

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/73587/CAL33Casero.pdf?sequence>

Castells, M. (2009) *Comunicación y poder*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=40758>

Chauca, L. (2012). Construcción de redes de opinión pública en la web 2.0. *Correspondencias & Análisis*, (2). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4332516>

CNN (2019). Edition CNN. [Archivos de videos].

Cobos, T. L. (2010). Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos. Razón y palabra, (73). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514908045.pdf>

Congosto, M., Fernández, M. y Moro, E. (2011) “Twitter y Política: Información, Opinión y ¿Predicción?”. En: *Evoca Comunicación e Imagen. Madrid.*
<http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos4.pdf>

Dávila ‘Lavida’, C. (30 de noviembre de 2017). La caricatura de hoy. *Gestión.*
<https://gestion.pe/tendencias/caricaturas-hoy-221702-noticia/>

De Fontcuberta, M. (1980). *Estructura de la noticia periodística*. ATE, Barcelona.

De La Torre, L. y Dillon, A. (2012). Comunicación, redes sociales y democracia en la mirada de periodistas argentinos. *Cuadernos de información*, (30), 61-72.
<https://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/423>

Del Corral, J. (2017). El ‘periodismo declarativo’ colabora a difundir mentiras si el periodista no defiende la verdad. *El Debate de Hoy.* <https://eldebatedehoy.es/medios/periodismo-declarativo/>

Díaz, S. (2017). *Análisis de las redes sociales como fuentes de información en la plataforma web de los diarios La República y El Comercio*. Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú.

Di Doménica, S. (2019). Periodismo político en la era digital: enfoques y formatos para ampliar audiencia. *Revista de Estudios en Comunicación*, (1).
<http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/handle/123456789/4829>

- Elena, M. y Gómez, M. (2016). Los medios sociales como fuente de información para corresponsales en el extranjero. Aproximación al estado de la cuestión. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi [Societat Catalana de Comunicació]*, 33 (1), 119-137. https://www.researchgate.net/publication/307639336_Social_media_as_a_source_of_information_for_foreign_correspondents_Approach_to_the_state_of_the_art
- Epstein, K. & Knowles, H. (2019). 6.4-magnitude earthquake strikes Southern California. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/nation/2019/07/04/southern-california-hit-by-magnitude-quake/>
- Estrada, M. (2020). Google Trends, herramienta vital para el periodismo digital. *CFPD UDGVIRTUAL*. <https://www.cfpdudgvirtual.org/google-trends-herramienta-vital-para-el-periodismo-digital/>
- Fainholc, B. (2011). Un análisis contemporáneo del Twitter. *RED, Revista de Educación a Distancia*, (26). Recuperado de <http://www.um.es/ead/red/26/>
- Fujimori y las geishas del periodismo [Exclusivo] (2000). *Caretas*.
- Gallego-Díaz, S. (1994). Periodismo de declaraciones. *El País*. https://elpais.com/diario/1994/07/03/opinion/773186402_850215.html
- García, J.V. (2010). Crisis del periodismo de fuentes. Las prácticas del periodismo en España en el accidente de Spanair. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3595465>
- GFK Conecta S.A.C (2017). Encuesta Nacional Urbano Rural. https://www.gfk.com/press?countries21=countriesPeru&sort=-publication_display_date&searchInput=

- Gómez, R. M.; Ortiz, M., y Concepción, L. (2011). Tecnologías de la comunicación y política 2.0. *Espacios Públicos*, 14 (30), 72-84. <https://www.redalyc.org/pdf/676/67618934006.pdf>
- Gómez, S. (2015). *La silla vacía, Animal político y Agencia pública: hacia la construcción de una cultura política e intelectual mediática en el periodismo digital latinoamericano* (tesis de maestría). Universidad de Los Andes, Bogotá, Colombia. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/13275/u721818.pdf?sequence=1>
- Guerrero-Solé, F. y Mas-Manchón, L. (2017). Estructura de los *tweets* políticos durante las campañas electorales de 2015 y 2016 en España. *El profesional de la información*, 26 (5). https://www.researchgate.net/publication/319865622_Estructura_de_los_tweets_politicos_durante_las_campanas_electorales_de_2015_y_2016_en_Espana
- Hoy es la Gran Marcha por la vacancia presidencial (2021). *Willax*. <https://willax.tv/hoy-es-la-gran-marcha-por-la-vacancia-presidencial/>
- Iglesias-García, M. y Codina, L. (2016). Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO). *Opción*, (9), 929 – 944. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/72320>
- International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) (2006). Comunicación política en campañas electorales. *Ágora Democrática*. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/7E2752D6ED69B3B8052581E20057C3D4/\\$FILE/comunicacion-politica-en-campanas-electorales.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/7E2752D6ED69B3B8052581E20057C3D4/$FILE/comunicacion-politica-en-campanas-electorales.pdf)
- Juárez, M. (2015). *Estrategias de Comunicación Política, Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia – SCSPR-. Guatemala 2012-2013* (tesis de maestría). Universidad

Panamericana de Guatemala, Guatemala.

https://issuu.com/mariojuarez65/docs/tesis_de_mario_alberto_juarez_luna

Justel, S.; Fernández, A.; Victoria, M. y Lacasa, I. (2018). Twitter e información política en la prensa digital: la red social como fuente de declaraciones en la era Trump. *El profesional de la información*, 27 (5), 984-992
<https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2018.sep.03/40846>

Kenji Fujimori: Sufrió bullying y sigo tratamiento psicológico (2014). *Canal N*.
<https://peru.com/actualidad/politicas/kenji-fujimori-sufri-bullying-y-sigo-tratamiento-psicologico-noticia-301369>

Kenji Fujimori: "Nunca tuve juegos sexuales con 'Puñete'" (2013, julio, 27). *Diario Correo*.
<https://diariocorreo.pe/peru/kenji-fujimori-nunca-tuve-juegos-sexuales-87369/?ref=dcr>

Kenji Fujimori: "Voy al psicólogo porque de niño fui víctima de bullying" (2014, noviembre, 15). *Perú21*. <https://peru21.pe/politica/kenji-fujimori-psicologo-nino-victima-bullying-196049-noticia/>

López-Trigo, M.; García, R. y Femenia, S. (2013). La comunicación política en los “Social Media”. Análisis comparado de la campaña de Barack Obama y Hillary Clinton en 2008. *Historia y Comunicación Social*, 18, 813-826.

Lopezosa, C., Codina, L., Díaz-Noci, J., & Ontalba, J. A. (2020). SEO y cibermedios: De la empresa a las aulas. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 28(63), 65-75. <https://redined.mecd.gob.es/xmlui/handle/11162/197514>

Mancera, A. y Pano, A. (2013). Nuevas Dinámicas discursivas en la Comunicación política en Twitter. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. Universidad Complutense de Madrid. <http://webs.ucm.es/info/circulo/no56/mancera.pdf>

- Mansoor, I. (2020) *Twitter Revenue and Usage Statistics*. Website. London, United Kingdom: Business Of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/twitter-statistics/#2>
- Marín, P. y Díaz, A. (2016). Uso de Twitter por los partidos y candidatos políticos en las elecciones autonómicas de Madrid 2015. *Ámbitos*, (32). Universidad de Sevilla, España. <https://www.redalyc.org/pdf/168/16845702009.pdf>
- Marín, P.; Simancas, E. y Berzosa, A. (2019). Uso e influencia de Twitter en la comunicación política: el caso del Partido Popular y Podemos en las elecciones generales de 2016. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2019000200129
- Márquez, M. (2012). Valores normativos y prácticas de reporte en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México. *Cuadernos.info*, (30), 97-110. <https://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/430>
- Martínez, S. (2011). 'Twitter no es una red social, es una red de información abierta'. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/26/navegante/1298718512.html>
- Martínez, M. (2012). “*Redes Sociales y Política 2.0: Presencia en Twitter de los candidatos a las elecciones andaluzas de 2012*” (tesis de maestría). Universidad de Sevilla. <http://fama2.us.es/fco/tmaster/tmaster25.pdf>
- Martínez, S. (2014). *Redes sociales: un nuevo actor en la esfera política*. Universitat Oberta de Catalunya. http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/31121/1/TFG%20Soraya_Mart%C3%ADnez.pdf

Mayoral, J. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. Universidad Complutense de Madrid.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110093A/12446>

Munive, M. (2016). Periodismo de declaraciones: Cuando la prensa renuncia a ser el lugar de los hechos. *Conexión*, (6), 42-57.

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/16456>

Nelson, A. (2017). Kenji Fujimori a Comité de Disciplina de FP: "No concurriré a ninguna citación en lo sucesivo". *Perú21*. <https://peru21.pe/politica/kenji-fujimori-concurrir-citacion-sucesivo-392986-noticia/>

Núñez, G., Marquina, O., Kanashiro, L. y Sánchez, M. (2017). *Guía de investigación en ciencias y artes de la comunicación*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

Orduña-Malea, E. (2019). Google Trends: analítica de búsquedas al servicio del investigador, del profesional y del curioso. *Anuario ThinkEPI*, 13, 1-14.

<https://riunet.upv.es/handle/10251/139841>

Paniagua, F. (2003). *Comunicación Política Electoral: Elecciones Autonómicas de Andalucía en 2000* (tesis doctoral). Universidad de Málaga, España.

<https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/2655/16700272.pdf>

Panorama (2011). El menor de los Fujimori sueña con llegar al poder. [Archivo de video]

<https://www.youtube.com/watch?v=kXbUAiU-Zsg>

Pedriz, S. B. (2018). Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española ('El País', 'El Mundo', 'La Vanguardia' y 'ABC'). *Index. comunicación:*

Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada, 8(3), 13-42.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6711305>

Pérez, C. (2005). *Estudio de las fuentes de información en el marco del Periodismo Especializado: Estrategias e selección y mantenimiento de las fuentes en las secciones periodísticas de El Mundo y El País* (tesis doctoral). Universidad de Sevilla, España.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=40282>

Pérez, M. (2012). *Uso de las redes sociales en campañas electorales* (tesis de licenciatura).

Pontificia Universidad Católica del Perú.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1718>

Pichihua, S. (2017). “*Cómo los periodistas de las secciones Deportes y Política de la Agencia Andina utilizan Twitter como fuente de información para noticias de último minuto*” *Casos: Mundial de Fútbol 2014 y Recaptura de Martín Belaunde Lossio en 2015* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8357>

Puertas, R.; Mora, K. y Carpio, L. (2018). Facebook como herramienta de comunicación política 2.0. CISTI (Iberian Conference on Information Systems & Technologies) Proceedings, 1-7.

https://www.researchgate.net/publication/334710831_Facebook_como_herramienta_de_comunicacion_politica_20

Raimondo, N. y Bertone, M. (2013). Prensa y Redes Sociales en Internet: Aproximaciones a la relación de dos diarios argentinos en línea con Facebook y Twitter. *Brazilian Journalism Research*, 9 (2), 88-110. <http://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/4898>

- Reyes, M., O' Quínn, J., Morales, J., y Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 85-101.
<https://www.redalyc.org/pdf/676/67618934007.pdf>
- Rincón, O. (2011) Mucho ciberactivismo...pocos votos. Antanas Mockus y el Partido Verde colombiano. http://nuso.org/media/articles/downloads/3798_1.pdf
- Rost, A. (2014). Periodismo y redes sociales: por qué y para qué. En Bianchi, M. y Sandoval, L. (Eds.) *Habitar la red: comunicación, cultura y educación en entornos tecnológicos enriquecidos*. Universidad de la Patagonia, EDUPA.
<http://tecnologiaycultura.com.ar/actas2011/doc/rost.pdf>
- Salazar, H. (2010). Mockus y su "ola verde" en Colombia. *BBC News Mundo*.
https://www.bbc.com/mundo/america_latina/2010/04/100428_1642_mockus_verde_cr
- Shirky, C. (2011). Twitter y el ornotorrico. <https://hipermediaciones.com/2011/06/18/twitter-y-el-ornitorrico/>
- Telemundo [Noticias Telemundo]. (2019, Julio 4). Noticias Telemundo, 4 de julio de 2019 | Noticias Telemundo [Archivo de video].
<https://www.youtube.com/watch?v=XpQ9voJktZQ>
- TV Perú (2021). *Ugarte rechaza declaraciones de López Aliaga sobre vacuna de Sinopharm* [Imagen]
- Ufarte, M. J. (2013). BLOGS, WIKIS Y FOROS: ¿enemigos o colaboradores de los redactores en los medios? *Anduli: Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, (12).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4772424>

“Un terremoto de magnitud 6,4 sacude el sur de California y se deja sentir con fuerza en Los Ángeles” (2019, julio 4). *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-48875903>

Valdez, V. V. (2019). *La efectividad de Twitter para transmitir información en momentos de crisis política: Caso del intento de golpe de Estado del 30-S en Ecuador*. (Trabajo Fin de Máster Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Vázquez, M. A. (2009). *Noticias a la carta. Periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda*. Madrid: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Villanueva, E. (2015). *Medios Digitales: Conceptualizando la innovación tecnológica en comunicación social*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Yezers'ka, L. (2008). Tendencias de los diarios digitales en Perú. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11 (63). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81912006007>

Wolton, D. (1998). La comunicación en el centro de la modernidad. Un debate teórico fundamental. Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales. <http://virtual.usalesiana.edu.bo/web/conte/archivos/313.pdf>

▪ **Otras fuentes:**

Joe Biden [@JoeBiden]. (s.f.). <https://twitter.com/joebiden/status/1230998887298564096>

El Comercio (s.f.). <https://elcomercio.pe/politica/>

Google Trends (s.f.) <https://trends.google.es/trends/explore?date=today%205-y&geo=PE&q=%2Fm%2F0h3m7mk>

Kenji Fujimori [@KenjiFujimoriH]. (s.f.). <https://twitter.com/kenjifujimorih>

La República (s.f.). <https://larepublica.pe/politica/>

Perú21 (s.f.). <https://peru21.pe/politica/>



Anexos

Anexo I. Matriz de declaraciones de Kenji Fujimori en los diarios Perú21, El Comercio y La República

Se han resaltado las declaraciones vía “Twitter”

Noticias web	Diario	Fecha	Tipo de declaraciones de Kenji
https://bit.ly/2XvhCZY	Perú21	17 de enero de 2017	Columna de opinión escrita por Kenji Fujimori en el diario El Comercio
https://bit.ly/2ViQc73	Perú21	27 de enero de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c9Fc2t	Perú21	17 de febrero de 2017	Una nota del diario El Comercio y un tuit de Kenji Fujimori
https://bit.ly/3egqEQn	Perú21	08 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XzjfDA	Perú21	12 de marzo de 2017	Columna de opinión escrita por Kenji Fujimori en el diario El Comercio
https://bit.ly/3a0e44K	Perú21	17 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36vy0My	Perú21	20 de marzo de 2017	Breve discurso a la población y la prensa
https://bit.ly/2XrGIJb	Perú21	22 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XvTrZZ	Perú21	22 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Nancy Lange, el cual Kenji Fujimori retuiteó
https://bit.ly/34vxrRZ	Perú21	25 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2M1K9zm	Perú21	01 de abril de 2017	TV: Entrevista en “Cuarto Poder”

https://bit.ly/2AaPD8t	Perú21	02 de abril de 2017	TV: Entrevista en “Cuarto Poder”
https://bit.ly/2B5DD8H	Perú21	04 de abril de 2017	Red social “Twitter”: Una imagen publicada por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3a5K72V	Perú21	05 de abril de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3b2CqMu	Perú21	06 de abril de 2017	La columna publicada en el diario El Comercio y la imagen de perfil del twitter de Kenji Fujimori
https://bit.ly/3epEfEz	Perú21	06 de abril de 2017	La columna publicada en el diario El Comercio y tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yEVpig	Perú21	07 de abril de 2017	Video promocional del tema 'Una sola fuerza es el Perú'
https://bit.ly/2Xogasq	Perú21	08 de abril de 2017	La columna publicada en el diario El Comercio y la red social “Twitter” de Kenji Fujimori
https://bit.ly/34y4bKf	Perú21	19 de abril de 2017	Red social “Twitter”: Un comunicado publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2V0PWdX	Perú21	20 de abril de 2017	Red social “Twitter”: Un comunicado de Alberto Fujimori publicado por Kenji
https://bit.ly/3eetyoT	Perú21	20 de abril de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit y una imagen publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TFyLxu	Perú21	24 de abril de 2017	Participación en el pleno
https://bit.ly/2yW4tz7	Perú21	09 de mayo de 2017	Entrevista a Kenji en una conferencia de prensa en el Congreso y la imagen de perfil de su cuenta de twitter
https://bit.ly/36zoQ1r	Perú21	10 de mayo de 2017	Conferencia de prensa

https://bit.ly/34razmE	Perú21	11 de mayo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36uuceD	Perú21	11 de mayo de 2017	Conferencia de prensa
https://bit.ly/2wAqPoU	Perú21	15 de mayo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Xr0Mvd	Perú21	18 de mayo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3a1cAqP	Perú21	20 de mayo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3b2PIIQ	Perú21	24 de mayo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3ed2fvh	Perú21	25 de mayo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3b2r2jr	Perú21	06 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3b2guB5	Perú21	15 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3b0kUZ6	Perú21	18 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2V02S3x	Perú21	21 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZB273T	Perú21	22 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JYzqF6	Perú21	22 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JUoqsf	Perú21	22 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3eh9lyE	Perú21	26 de junio de 2017	Artículo escrito por Kenji Fujimori en El Expreso, el cual fue compartido en su cuenta oficial de Twitter

https://bit.ly/2V4rGaV	Perú21	26 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JYNCO8	Perú21	27 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JXQ4oa	Perú21	27 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3emFswd	Perú21	01 de julio de 2017	TV: Entrevista en La Hora N
https://bit.ly/2yKQmfF	Perú21	03 de julio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39XOTzL	Perú21	03 de julio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xW3vIW	Perú21	04 de julio de 2017	Entrevista de prensa y tuit de Kenji Fujimori (red social)
https://bit.ly/2XuYBqr	Perú21	04 de julio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aNJEDX	Perú21	04 de julio de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3d6Yoib	Perú21	05 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2AcSNIA	Perú21	05 de julio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JLEVGZ	Perú21	06 de julio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34fABcf	Perú21	06 de julio de 2017	Red social “Twitter”: Imágenes publicadas por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3esrxoB	Perú21	07 de julio de 2017	Declaración a la prensa (Pregunta de RPP)
https://bit.ly/2X1vZoi	Perú21	07 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/36v8NSm	Perú21	07 de julio de 2017	Declaración a la prensa

https://bit.ly/2AaVKcV	Perú21	09 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori y una declaración a la prensa
https://bit.ly/2RhwmYr	Perú21	11 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UQovU9	Perú21	13 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aU39ec	Perú21	13 de julio de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zolznc	Perú21	13 de julio de 2017	Reunión con el Comité Disciplinario de Fuerza Popular
https://bit.ly/3gj1rG6	Perú21	14 de julio de 2017	Reunión con el Comité Disciplinario de Fuerza Popular
https://bit.ly/2JGdoXv	Perú21	14 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2x63Q5a	Perú21	17 de julio de 2017	Red social "Twitter": Imagen publicada por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TIVSHg	Perú21	17 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2zoqTtp	Perú21	17 de julio de 2017	Columna de opinión escrita por Kenji Fujimori en el diario El Comercio
https://bit.ly/2JLij9C	Perú21	18 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yz47ym	Perú21	20 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3dZYPvF	Perú21	21 de julio de 2017	Artículo escrito por Kenji Fujimori en el Semanario Hildebrandt en sus Trece, el cual anunció por Twitter
https://bit.ly/2V9yUZI	Perú21	26 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JKElcE	Perú21	28 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2RvpuXP	Perú21	29 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Xxcx1J	Perú21	29 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2XgnINY	Perú21	04 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34hFYI7	Perú21	09 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xPK666	Perú21	15 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xRSuBV	Perú21	15 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c3ZSZw	Perú21	22 de agosto de 2017	Conferencia de prensa
https://bit.ly/39PyVHA	Perú21	23 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZG6avS	Perú21	25 de agosto de 2017	Debate del Pleno
https://bit.ly/2V6mou9	Perú21	30 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UPAS2O	Perú21	30 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ReYz2E	Perú21	01 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3dZOW1e	Perú21	04 de septiembre de 2017	Red social "Instagram": Un video publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2X6NIQO	Perú21	05 de septiembre de 2017	Declaración a la prensa

https://bit.ly/2yFaVu6	Perú21	07 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JH1Hj1	Perú21	09 de septiembre de 2017	Declaraciones del ex congresista Alejandro Aguinaga y red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZFWXDy	Perú21	10 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XdqQtH	Perú21	12 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3bXocMK	Perú21	14 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Una imagen publicada por Kenji Fujimori, y un noticiero televisivo (no mencionan cuál)
https://bit.ly/2XgxI9B	Perú21	14 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36DYmMr	Perú21	17 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2M3tE61	Perú21	20 de septiembre de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2UN1amd	Perú21	20 de septiembre de 2017	La columna de Kenji Fujimori, publicada en el diario El Comercio
https://bit.ly/2UPaRAx	Perú21	20 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2wjBW5n	Perú21	23 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/3d3Vs60	Perú21	24 de septiembre de 2017	La columna de Kenji Fujimori, publicada en el diario El Comercio
https://bit.ly/36xX45z	Perú21	24 de septiembre de 2017	TV: Entrevista en Cuarto Poder
https://bit.ly/39NnfFt	Perú21	27 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori y declaraciones de Héctor Becerril
https://bit.ly/2RgiA8y	Perú21	28 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xTDtj0	Perú21	28 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3e2Ga2a	Perú21	01 de octubre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3dXUM2Z	Perú21	03 de octubre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34eNkw1	Perú21	05 de octubre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39MqSLN	Perú21	19 de octubre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3d5HeBv	Perú21	27 de octubre de 2017	Oficio enviado al Comité Disciplinario de Fuerza Popular
https://bit.ly/2V831Rp	Perú21	31 de octubre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2XBprfj	Perú21	01 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3da5q5W	Perú21	01 de noviembre de 2017	Fuentes allegadas de Kenji Fujimori emitieron su mensaje
https://bit.ly/2UNipDR	Perú21	01 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zoPCxJ	Perú21	03 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3gqaPIg	Perú21	05 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39MSaSl	Perú21	06 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2AZac84	Perú21	06 de noviembre de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2xbkkce	Perú21	09 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2wYEHtq	Perú21	10 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3dW70sW	Perú21	14 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2wkeOnt	Perú21	14 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2xPTO8y	Perú21	15 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xPTO8y	Perú21	16 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ywACNd	Perú21	26 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JM4GXM	Perú21	28 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XfIBsA	Perú21	29 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3dTkPIy	Perú21	06 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yz9ZaQ	Perú21	15 de diciembre de 2017	Debate en el Pleno
https://bit.ly/2V9MiwW	Perú21	21 de diciembre de 2017	Red social “YouTube”: Video publicado por Kenji Fujimori, el cual difundió en Twitter
https://bit.ly/2ZGkCnC	Perú21	22 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JIn4AD	Perú21	24 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39Nva5F	Perú21	24 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2UKML9Y	Perú21	24 de diciembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2V4KqG1	Perú21	24 de diciembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aPIess	Perú21	01 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c3RCZT	Perú21	03 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3e5YgAr	Perú21	05 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3emnlq7	Perú21	07 de enero de 2018	TV: Entrevista en Cuarto Poder
https://bit.ly/2RhK7GC	Perú21	09 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TGXGRc	Perú21	09 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2RepGKP	Perú21	11 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zoZesk	Perú21	12 de enero de 2018	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3d8kNf9	Perú21	14 de enero de 2018	TV: Entrevista realizada por Panorama
https://bit.ly/34gqMLm	Perú21	17 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3et89b3	Perú21	17 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2y0N3R2	Perú21	18 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34heguW	Perú21	19 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/3c0WZsM	Perú21	23 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2A6p9EZ	Perú21	23 de enero de 2018	Documento enviado al Congreso de la República
https://bit.ly/3c4RybK	Perú21	24 de enero de 2018	Entrevista realizada por El Comercio
https://bit.ly/2XiJdxC	Perú21	25 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2V97d3s	Perú21	30 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xfaAhl	Perú21	31 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yzBd14	Perú21	31 de enero de 2018	Conferencia de prensa
https://bit.ly/2XiRkde	Perú21	02 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Vab7ZP	Perú21	03 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2RkjinFz	Perú21	05 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2x2gqTh	Perú21	12 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yBfrto	Perú21	19 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3e9CgoD	Perú21	19 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/34kldeN	Perú21	22 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39SlTF	Perú21	22 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3414uYS	Perú21	22 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yIt7D6	Perú21	26 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2V8OrJC	Perú21	28 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xcXyAL	Perú21	01 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZGZwFl	Perú21	01 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3d6GcFt	Perú21	04 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XgyMdf	Perú21	05 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XvqiOx	Perú21	05 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XjJfC	Perú21	07 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3e3P8MR	Perú21	15 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3gqUKC1	Perú21	20 de marzo de 2018	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2M32XhO	Perú21	20 de marzo de 2018	Conferencia de prensa

https://bit.ly/3gmKIC1	Perú21	21 de marzo de 2018	Video mostrado en una conferencia de prensa de FP
https://bit.ly/2M3zW5I	Perú21	21 de marzo de 2018	Video mostrado en una conferencia de prensa de FP
https://bit.ly/2UPxdC0	Perú21	23 de marzo de 2018	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
Noticias web	Diario	Fecha	Tipo de declaraciones de Kenji
https://bit.ly/2xXz7Ym	El Comercio	27 de enero de 2017	Red social “Twitter”: Carta publicada por Kenji Fujimori (pero no lo citan)
https://bit.ly/2wv6yB8	El Comercio	17 de febrero de 2017	Red social “Twitter”: Carta publicada por Kenji Fujimori y tuits
https://bit.ly/3gbdkOa	El Comercio	18 de febrero de 2017	Carta publicada por Kenji Fujimori en Twitter (no se mencionó a la red)
https://bit.ly/2TnMlFF	El Comercio	19 de febrero de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ANvpSu	El Comercio	21 de febrero de 2017	Red social “Twitter”: Tuits publicados por Keiko y Kenji Fujimori
https://bit.ly/2x8bTPc	El Comercio	08 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2A0wqGb	El Comercio	08 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Tuits de algunos congresistas que etiquetaron y retuitearon a Kenji Fujimori
https://bit.ly/3g7evyg	El Comercio	11 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2AKWdCJ	El Comercio	12 de marzo de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2z8wST1	El Comercio	14 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VcnPas	El Comercio	14 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2RjfAbB	El Comercio	17 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit (video) publicado por Alexei Toledo, el asesor de Kenji Fujimori, en el cual el congresista declara
https://bit.ly/3c8AwK7	El Comercio	17 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Keiko y Kenji Fujimori
https://bit.ly/2LW5avh	El Comercio	22 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Nancy Lange y Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Rr2kBP	El Comercio	25 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c2TNwh	El Comercio	02 de abril de 2017	TV: Entrevista en Cuarto Poder (Canal 4)
https://bit.ly/2LXi7oF	El Comercio	02 de abril de 2017	TV: Entrevista en Cuarto Poder (Canal 4)
https://bit.ly/2ytfWGe	El Comercio	03 de abril de 2017	TV: Entrevista en Cuarto Poder (Canal 4) y un tuit pasado para reforzar la nota (red social "Twitter")
https://bit.ly/2x4GYmR	El Comercio	03 de abril de 2017	TV: Entrevista en Cuarto Poder (Canal 4) y un tuit pasado para reforzar la nota (red social "Twitter")
https://bit.ly/2TCvNtr	El Comercio	04 de abril de 2017	TV: Entrevista en Cuarto Poder (Canal 4)
https://bit.ly/3ea7taT	El Comercio	04 de abril de 2017	Red social "Twitter": Una imagen publicada por Kenji Fujimori (declaración implícita)

https://bit.ly/3e5f36J	El Comercio	08 de abril de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori y declaración a El Comercio
https://bit.ly/2XqvFjt	El Comercio	11 de abril de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UTg5uY	El Comercio	18 de abril de 2017	Red social "Twitter": Una reflexión publicada por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3go54un	El Comercio	24 de abril de 2017	Declaración durante su participación en el pleno
https://bit.ly/3bYw0xl	El Comercio	10 de mayo de 2017	Conferencia de prensa y un tuit de Kenji Fujimori (red social "Twitter")
https://bit.ly/2ZG7IpH	El Comercio	10 de mayo de 2017	Conferencia de prensa
https://bit.ly/2xXOb8n	El Comercio	12 de mayo de 2017	Conferencia de prensa y un tuit de Kenji Fujimori (red social "Twitter")
https://bit.ly/2LTA4Vj	El Comercio	12 de mayo de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3aUfdfe	El Comercio	15 de mayo de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2x4JjhD	El Comercio	18 de mayo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UVwHSY	El Comercio	20 de mayo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Vg08xZ	El Comercio	25 de mayo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JNSOEC	El Comercio	25 de mayo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2LZrzb4	El Comercio	03 de junio de 2017	Columna de opinión de Kenji Fujimori publicada en El Comercio
https://bit.ly/3c2f75s	El Comercio	07 de junio de 2017	Red social "Twitter": Carta publicada por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2Xqcq8d	El Comercio	13 de junio de 2017	Reunión con la bancada FP (se sabe gracias a una “fuente” de El Comercio)
https://bit.ly/2JQ2HBB	El Comercio	15 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XkGYtp	El Comercio	15 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3a1JR5n	El Comercio	18 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aYvzUb	El Comercio	22 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UVUBOk	El Comercio	22 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2USmiYe	El Comercio	23 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2X1Qwt2	El Comercio	26 de junio de 2017	Entrevista al diario Expreso
https://bit.ly/36ug6cW	El Comercio	27 de junio de 2017	Declaración conocida gracias a fuentes consultadas por El Comercio
https://bit.ly/2JRjDrt	El Comercio	27 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36ygxTF	El Comercio	28 de junio de 2017	Declaración conocida gracias a fuentes consultadas por El Comercio
https://bit.ly/3e8gotx	El Comercio	29 de junio de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36tv5UF	El Comercio	30 de junio de 2017	TV: Entrevista en “La hora N”
https://bit.ly/2Xw4y4O	El Comercio	01 de julio de 2017	TV: Entrevista en Canal N
https://bit.ly/36s7SIE	El Comercio	03 de julio de 2017	TV: Entrevista en Canal N

https://bit.ly/2RodXsW	El Comercio	03 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Xuwl5W	El Comercio	04 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Xto5Vv	El Comercio	05 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZDw5Ee	El Comercio	05 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3egJcPH	El Comercio	07 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3d6MEfK	El Comercio	07 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3ef9ZMv	El Comercio	08 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori y declaración a la prensa
https://bit.ly/3eiU13O	El Comercio	10 de julio de 2017	Red social "Twitter": Imágenes publicadas por Kenji Fujimori y declaraciones a la prensa
https://bit.ly/2RlkBjO	El Comercio	11 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Zw6n4C	El Comercio	13 de julio de 2017	Columna de opinión de Kenji Fujimori publicada en El Comercio
https://bit.ly/2TCz8J4	El Comercio	13 de julio de 2017	Columna de opinión de Kenji Fujimori publicada en El Comercio
https://bit.ly/2XnXskM	El Comercio	13 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit (video) publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zxB7r8	El Comercio	13 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3e8wzXN	El Comercio	14 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XzLT8C	El Comercio	17 de julio de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori (https://bit.ly/3em3K9N)

			en El Comercio (compartido en Twitter)
https://bit.ly/3gfj2Pc	El Comercio	17 de julio de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori (https://bit.ly/3em3K9N) en El Comercio (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2JUcG97	El Comercio	18 de julio de 2017	Red social "Twitter": Imágenes publicadas por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39ZuZ7k	El Comercio	19 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZyM72g	El Comercio	19 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34migKV	El Comercio	19 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TxBsB9	El Comercio	19 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2WYFQey	El Comercio	20 de julio de 2017	Red social "Twitter": Tuits de Alberto Fujimori, los cuales Kenji Fujimori retuiteó
https://bit.ly/36vjDbh	El Comercio	20 de julio de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori en Semanario Hildebrandt en sus trece (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2LUh490	El Comercio	21 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2ztIb8l	El Comercio	21 de julio de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori en Semanario Hildebrandt en sus trece (compartido en Twitter)
https://bit.ly/3d3SSgv	El Comercio	21 de julio de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori en Semanario Hildebrandt en sus trece (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2Xj9vzL	El Comercio	28 de julio de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3d8KV9W	El Comercio	30 de julio de 2017	Declaración a la prensa

https://bit.ly/34ulQCD	El Comercio	05 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2RoVz3n	El Comercio	09 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Imágenes publicadas por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aWVOKD	El Comercio	09 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UTF1CA	El Comercio	12 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aWYLuS	El Comercio	13 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JP03Ms	El Comercio	15 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TDbhZX	El Comercio	23 de agosto de 2017	Conferencia de prensa
https://bit.ly/3egmhUP	El Comercio	23 de agosto de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori en El Comercio (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2zn7A3E	El Comercio	25 de agosto de 2017	Debate en el Congreso
https://bit.ly/2ZATs1f	El Comercio	29 de agosto de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3b81QIJ	El Comercio	30 de agosto de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aZDSPu	El Comercio	04 de septiembre de 2017	Red social "Instagram": Un video publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2LXnhRB	El Comercio	06 de septiembre de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2y3zeRU	El Comercio	15 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2xiQUJj	El Comercio	15 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3ecxh6C	El Comercio	15 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39XQDc9	El Comercio	17 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2WZ087A	El Comercio	19 de septiembre de 2017	Declaraciones mixtas: tuits (red social) y en prensa
https://bit.ly/39SPeTH	El Comercio	20 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VgSJOR	El Comercio	20 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2LWJUWa	El Comercio	20 de septiembre de 2017	Artículo escrito por Kenji Fujimori en El Comercio (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2LZYjRu	El Comercio	20 de septiembre de 2017	Artículo escrito por Kenji Fujimori en El Comercio (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2X1pwtt	El Comercio	20 de septiembre de 2017	Conferencia de prensa
https://bit.ly/2UXhIrH	El Comercio	21 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yAUejO	El Comercio	23 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Kenji Fujimori

https://bit.ly/34oDRCa	El Comercio	24 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TBL3qH	El Comercio	24 de septiembre de 2017	TV: Entrevista en Canal N
https://bit.ly/2LYB2Q2	El Comercio	25 de septiembre de 2017	TV: Entrevista en Canal N
https://bit.ly/2ZBf11O	El Comercio	25 de septiembre de 2017	TV: Entrevista en Canal N
https://bit.ly/2M01d8V	El Comercio	26 de septiembre de 2017	TV: Entrevista en Día D
https://bit.ly/34mpVZH	El Comercio	26 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2LYwSb1	El Comercio	26 de septiembre de 2017	Fuente consultada por El Comercio
https://bit.ly/2XmPTdX	El Comercio	27 de septiembre de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori en El Comercio (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2XsKiRK	El Comercio	27 de septiembre de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori en El Comercio (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2ViwZSG	El Comercio	29 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Una carta publicada por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yD2YGa	El Comercio	29 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Una carta publicada por Kenji Fujimori

https://bit.ly/3c5nE78	El Comercio	29 de septiembre de 2017	Artículo publicado por Kenji Fujimori en El Comercio (compartido en Twitter)
https://bit.ly/2X28Amt	El Comercio	29 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori y declaraciones a la prensa
https://bit.ly/2UYn06q	El Comercio	02 de octubre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3d60sXP	El Comercio	10 de octubre de 2017	Documentos enviados por Kenji Fujimori al Comité de Disciplina de Fuerza Popular
https://bit.ly/2A62qZI	El Comercio	27 de octubre de 2017	Documento enviado por Kenji Fujimori al Comité de Disciplina de Fuerza Popular
https://bit.ly/2JTw32c	El Comercio	31 de octubre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36td8pk	El Comercio	01 de noviembre de 2017	Fuentes cercanas de Kenji Fujimori emitieron su mensaje a El Comercio
https://bit.ly/3d7unPA	El Comercio	02 de noviembre de 2017	Documentos emitidos por Kenji Fujimori y fuentes consultadas por El Comercio
https://bit.ly/2VjKLon	El Comercio	02 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XpLerU	El Comercio	03 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UXALlu	El Comercio	06 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2XtxjPT	El Comercio	06 de noviembre de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2A6gzWO	El Comercio	07 de noviembre de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2RpS6BC	El Comercio	09 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2RsbtKa	El Comercio	14 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c99fHN	El Comercio	23 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c3VPg4	El Comercio	29 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xkJIC3	El Comercio	29 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3ejov5H	El Comercio	29 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3e9mXMx	El Comercio	30 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TGrlKm	El Comercio	01 de diciembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZBUMkn	El Comercio	02 de diciembre de 2017	Fuentes consultadas por El Comercio

https://bit.ly/2UY5ZZX	El Comercio	07 de diciembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2LX0oxG	El Comercio	15 de diciembre de 2017	Participación en el pleno
https://bit.ly/3c5q6ej	El Comercio	21 de diciembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Vf2fIL	El Comercio	25 de diciembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34qPtVt	El Comercio	26 de diciembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2wqJKCn	El Comercio	26 de diciembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aYGLAj	El Comercio	04 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aWlvLj	El Comercio	04 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39W1LGx	El Comercio	05 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c2y73l	El Comercio	05 de enero de 2018	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2LWPYhF	El Comercio	08 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zm6QvD	El Comercio	08 de enero de 2018	TV: Entrevista en "Cuarto Poder"
https://bit.ly/36uNGQl	El Comercio	08 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3d2u1cY	El Comercio	10 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2XuFU4S	El Comercio	10 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3d6Yjev	El Comercio	11 de enero de 2018	Red social "Twitter": Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c1jb5O	El Comercio	12 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yDuraK	El Comercio	13 de enero de 2018	Declaración a la prensa
https://bit.ly/36uRReI	El Comercio	15 de enero de 2018	TV: Entrevista en Panorama
https://bit.ly/2X3TCg4	El Comercio	15 de enero de 2018	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2LZ3dOX	El Comercio	16 de enero de 2018	TV: Entrevista en Panorama
https://bit.ly/2TW5crJ	El Comercio	18 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zpAkZA	El Comercio	23 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori y documento enviado al local partidario de Fuerza Popular
https://bit.ly/2TLNRBA	El Comercio	25 de enero de 2018	Entrevista realizada por El Comercio
https://bit.ly/2JPnk0S	El Comercio	30 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2RrwQLQ	El Comercio	31 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xkVh6C	El Comercio	31 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VIBdci	El Comercio	31 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zvffDa	El Comercio	01 de febrero de 2018	Conferencia de prensa

https://bit.ly/2TJDDSi	El Comercio	02 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZHVxIL	El Comercio	04 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XuMxnz	El Comercio	04 de febrero de 2018	Conferencia de prensa
https://bit.ly/2Rq2cSO	El Comercio	12 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34oE3S5	El Comercio	22 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39VS0rN	El Comercio	23 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aZk5jf	El Comercio	26 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UU0XO6	El Comercio	01 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2AcbLiu	El Comercio	02 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yQ1bgH	El Comercio	05 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aZw8Np	El Comercio	08 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34mTJ8s	El Comercio	15 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3d5twyM	El Comercio	20 de marzo de 2018	Declaración a la prensa

https://bit.ly/2B1zpPf	El Comercio	21 de marzo de 2018	Conferencia de prensa
https://bit.ly/2yGsidR	El Comercio	23 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
Noticias web	Diario	Fecha	Tipo de declaraciones de Kenji
https://bit.ly/2JWbiCS	La República	27 de enero de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JUWi8r	La República	16 de febrero de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39XxxD6	La República	07 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ywPVG2	La República	07 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2B7kNxX	La República	08 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zDJK3s	La República	11 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XvfRfl	La República	13 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VhI3Qk	La República	16 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ViWG5V	La República	21 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Nancy Lange, el cual Kenji Fujimori retuiteó
https://bit.ly/39W8TTn	La República	22 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Tuits publicados por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3b2eMzt	La República	23 de marzo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3eANQsj	La República	01 de abril de 2017	TV: Entrevista en Cuarto Poder

https://bit.ly/3c89P8v	La República	03 de abril de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2y4FJUQ	La República	05 de abril de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado y una columna escrita por Kenji Fujimori en El Comercio
https://bit.ly/2VezuFO	La República	05 de abril de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZTycUP	La República	06 de abril de 2017	Video promocional del tema 'Una sola fuerza es el Perú'
https://bit.ly/2VjezRX	La República	10 de abril de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JTmDDx	La República	17 de abril de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c7muZf	La República	19 de abril de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2B7NxGR	La República	23 de abril de 2017	Sesión en el Pleno
https://bit.ly/2XxA56M	La República	08 de mayo de 2017	Conferencia de prensa
https://bit.ly/3epZeH4	La República	11 de mayo de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3c9U40R	La República	23 de mayo de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yM5SIc	La República	05 de junio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3ccyXv1	La República	14 de junio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/39ZfkQD	La República	14 de junio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3efwj9m	La República	20 de junio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/3a0yJz8	La República	21 de junio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2wvqAvj	La República	21 de junio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36BKJNR	La República	21 de junio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c9CI3G	La República	25 de junio de 2017	Declaraciones a la prensa (Pregunta del diario Expreso)
https://bit.ly/2XpswjR	La República	26 de junio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2X7f6Zm	La República	30 de junio de 2017	TV: Entrevista en Canal N
https://bit.ly/36xKqne	La República	30 de junio de 2017	TV: Entrevista en Canal N
https://bit.ly/2XnxKgd	La República	02 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XteEFA	La República	02 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UYY5PV	La República	03 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3guz7Rm	La República	03 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zEjdmC	La República	04 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2JSPaJF	La República	06 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3evrU1H	La República	06 de julio de 2017	Declaración a la prensa (Pregunta de RPP)
https://bit.ly/3gvARtk	La República	06 de julio de 2017	Radio: Entrevista en Radio Capital
https://bit.ly/2XEn7nw	La República	07 de julio de 2017	Declaración a la prensa

https://bit.ly/3gDaIZY	La República	07 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2XpkMOY	La República	10 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XmI5Jg	La República	12 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZHzySn	La República	12 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2xklqCJ	La República	13 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2M6UoTb	La República	13 de julio de 2017	Documento enviado a su bancada
https://bit.ly/3c7O0FP	La República	16 de julio de 2017	Columna escrita en El Comercio
https://bit.ly/36z9HNI	La República	16 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2M1RIGk	La República	17 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/34DeLjr	La República	18 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Xtotmz	La República	18 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XqKGBT	La República	19 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36BbLET	La República	20 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2XAaPN8	La República	21 de julio de 2017	Columna escrita en el Semanario Hildebrandt en sus Trece
https://bit.ly/2B6cbrf	La República	21 de julio de 2017	Columna escrita en el Semanario Hildebrandt en sus Trece
https://bit.ly/3ecXCBh	La República	28 de julio de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2B8Xhka	La República	28 de julio de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/3a1P9gS	La República	04 de agosto de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34sJbo6	La República	08 de agosto de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3guSs4Q	La República	12 de agosto de 2017	TV: Participación en “El wasap de JB”
https://bit.ly/39XByYc	La República	13 de agosto de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2zuzf2G	La República	21 de agosto de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/39Wdwgd	La República	24 de agosto de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2M1mdwd	La República	24 de agosto de 2017	Sesión en el Pleno
https://bit.ly/2RrW50D	La República	29 de agosto de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c8RDeT	La República	03 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Vj5AjM	La República	04 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VjWZNJ	La República	08 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ySw6Jd	La República	08 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34uee35	La República	13 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2ww2cJT	La República	14 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TNqXK9	La República	14 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2V0WwRJ	La República	17 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VnnNwD	La República	18 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3enOEjZ	La República	18 de septiembre de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2VjrWBD	La República	19 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2X6AHB6	La República	19 de septiembre de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2ZKdTso	La República	19 de septiembre de 2017	Columna escrita en El Comercio
https://bit.ly/36BpFXD	La República	20 de septiembre de 2017	Columna escrita en El Comercio
https://bit.ly/3guTFZW	La República	20 de septiembre de 2017	Columna escrita en El Comercio y declaración a la prensa
https://bit.ly/3c6ILXe	La República	23 de septiembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2V0Bgvq	La República	24 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36zbz9c	La República	24 de septiembre de 2017	TV: Entrevista realizada por Cuarto Poder
https://bit.ly/2XyNPOB	La República	24 de septiembre de 2017	TV: Entrevista realizada por Cuarto Poder
https://bit.ly/3dfsrVi	La República	24 de septiembre de 2017	TV: Entrevista realizada por Día D
https://bit.ly/3cdNAhD	La República	25 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2RogCmH	La República	27 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c3f6y6	La República	28 de septiembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XrDaXi	La República	01 de octubre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Aj8xK4	La República	08 de octubre de 2017	Documento enviado al Comité Disciplinario de FP
https://bit.ly/36Be8HN	La República	27 de octubre de 2017	Documento enviado al Comité Disciplinario de FP
https://bit.ly/3gAxBxd	La República	27 de octubre de 2017	Fuentes allegadas de Kenji Fujimori

https://bit.ly/2y8TbXS	La República	30 de octubre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TLikuO	La República	21 de octubre de 2017	Fuentes consultadas por La República
https://bit.ly/3ccoz6v	La República	01 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VcXCII	La República	02 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZGR4pE	La República	05 de noviembre de 2017	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2XFtgQm	La República	05 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Ru3lJa	La República	13 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34wmvDx	La República	14 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2X5VHIk	La República	19 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3b3B2sM	La República	21 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/34qRpNL	La República	28 de noviembre de 2017	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/34tnQez	La República	28 de noviembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2M2veVx	La República	01 de diciembre de 2017	Fuentes consultadas por El Comercio
https://bit.ly/2XFpMxi	La República	02 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VhzTra	La República	05 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2A9TJgZ	La República	15 de diciembre de 2017	Sesión en el Pleno
https://bit.ly/3aVSpf8	La República	21 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3dakhNM	La República	21 de diciembre de 2017	Red social “YouTube”: Un video publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3c8xju7	La República	24 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VIOAJA	La República	24 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UX2hQd	La República	26 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UXECPy	La República	31 de diciembre de 2017	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2JVRq2C	La República	02 de enero de 2018	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/3b06QPc	La República	05 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2yS6T1H	La República	07 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2M71maC	La República	07 de enero de 2018	TV: Entrevista realizada por Cuarto Poder
https://bit.ly/2RsoEe9	La República	09 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TKhbrX	La República	09 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3ereTGm	La República	09 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2TLBIfV	La República	14 de enero de 2018	TV: Entrevista realizada por Panorama
https://bit.ly/2ZIkGDd	La República	14 de enero de 2018	TV: Entrevista realizada por Panorama
https://bit.ly/3ddOFa0	La República	14 de enero de 2018	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2Rtuxbb	La República	16 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XDA29k	La República	17 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2M3jHFs	La República	18 de enero de 2018	TV: Entrevista realizada por Cuarto Poder
https://bit.ly/36zfpIC	La República	22 de enero de 2018	TV: Entrevista realizada por Panorama
https://bit.ly/2M5WGSo	La República	22 de enero de 2018	Documento enviado al local partidario de Fuerza Popular
https://bit.ly/3c3L2C8	La República	23 de enero de 2018	Entrevista realizada por El Comercio
https://bit.ly/2JVRZK2	La República	30 de enero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2JUFDSs	La República	02 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36FtafY	La República	03 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2XzRCuZ	La República	08 de febrero de 2018	Fuentes consultadas por El Comercio
https://bit.ly/3ed8L4W	La República	12 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2VeWfta	La República	18 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2K5YjyJ	La República	21 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2xhUgML	La República	21 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2UXNcxS	La República	26 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2Xo6mi0	La República	26 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2RsgFhk	La República	28 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2ZJgO51	La República	28 de febrero de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/3aTLUJM	La República	01 de marzo de 2018	Red social "Twitter": Un tuit publicado por Kenji Fujimori

https://bit.ly/2XlbzHv	La República	04 de marzo de 2018	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/2wygDgI	La República	07 de marzo de 2018	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36BC4Lb	La República	20 de marzo de 2018	Declaración a la prensa
https://bit.ly/2M6Gm3W	La República	20 de marzo de 2018	Declaración a la prensa
https://bit.ly/34oaEHP	La República	22 de marzo de 2018	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori
https://bit.ly/36BGCRI	La República	23 de marzo de 2018	Red social “Twitter”: Un tuit publicado por Kenji Fujimori

Anexo II. Guía de entrevista para los periodistas de los diarios Perú21, El Comercio y La República²¹

Se muestran las principales preguntas; sin embargo, es pertinente mencionar que se realizaron preguntas adicionales durante la entrevista.

1. ¿Qué papel cumplen las redes sociales en tu trabajo de elaboración de notas periodísticas?
 2. De todas las redes sociales existentes, ¿cuál usas frecuentemente? ¿Por qué?
 3. ¿Considerarías a esa red social como una fuente periodística para tu trabajo? ¿Por qué?
 4. Aparte de las redes sociales, ¿qué otras fuentes utilizas en tu trabajo?
 5. Centrándonos en los temas, ¿qué criterios de elección usan? ¿Las redes influyen?
- ¿Crees que son herramientas de tendencia?

²¹ Todos los periodistas recibieron una carta de presentación de la tesista, antes de la entrevista. Posterior a ello, enviaron el consentimiento informado correspondiente.

6. ¿Qué otras tendencias utilizas para elaborar otras notas que desees? (Por ejemplo, Google Trends)
7. ¿Considera al Twitter como una herramienta de comunicación en el contexto político?
¿Por qué?
8. ¿Cómo cubrían las notas de Kenji Fujimori?
9. ¿Qué Kenji Fujimori usara Twitter, a través de declaraciones, facilitaban las redacciones periodísticas (por ejemplo, titulares), incluso la reportería?
10. ¿Twitter influyó en las rutinas de tu trabajo periodístico en ese período 2017-2018?
11. ¿Cuáles han sido los resultados del uso de Twitter en este periodismo digital?
12. ¿Existen otros casos que han destacado en esos años?
13. ¿Crees que el uso del Twitter es necesario para los políticos y los periodistas? (como conclusión)

Agradecer y terminar

Anexo III. Guía de entrevista para el asesor político de Kenji Fujimori entre 2017-2018²²

Se muestran las principales preguntas; sin embargo, es pertinente mencionar que se realizaron preguntas adicionales durante la entrevista.

1. ¿Cuál fue su función principal?
2. ¿Por qué decidiste trabajar con Kenji Fujimori?

²² Alexei Toledo recibió una carta de presentación de la tesista, antes de la entrevista. Posterior a ello, envió el consentimiento informado correspondiente.

3. ¿Por qué decidieron crear un avatar para comunicar las declaraciones de Kenji Fujimori?
4. ¿Quiénes conformaban el equipo de comunicación de Kenji Fujimori?
5. ¿Considera que el trabajo realizado brindó buenos resultados? ¿Por qué?
6. ¿Por qué compartían más estos contenidos en Twitter que por otras redes sociales?
7. ¿Tuvo otros casos similares? Explicar.

Agradecer y terminar

