

Universidad de Lima

Escuela de Posgrado

Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos



**COBERTURA PERIODÍSTICA DURANTE UNA CRISIS
POLÍTICA EN PERÚ: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE UN
PROGRAMA INFORMATIVO DEL CANAL TVPERÚ EN
EL CONTEXTO DE LA DESTITUCIÓN PRESIDENCIAL
Y LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN 2020**

Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de Maestro

en Comunicación y Gestión de Contenidos

Kevin Klisman Carbonell Allende

Código 20207096

Sandra Beatriz Esquen Mendoza

Código 20207093

Monica Coty Martinez Rodriguez

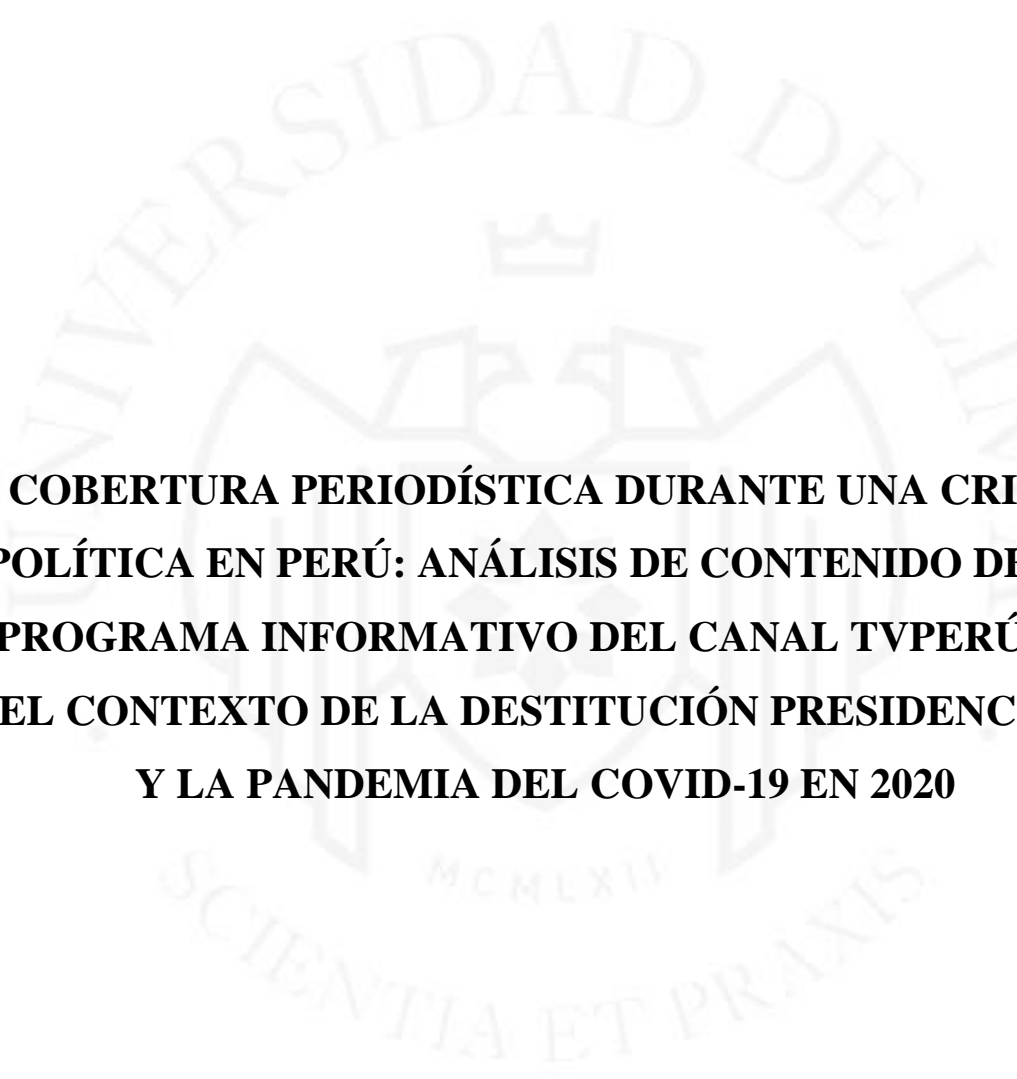
Código 19880446

Asesor

Lizardo Vargas Bianchi

Lima – Perú

Octubre de 2023



**COBERTURA PERIODÍSTICA DURANTE UNA CRISIS
POLÍTICA EN PERÚ: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE UN
PROGRAMA INFORMATIVO DEL CANAL TVPERÚ EN
EL CONTEXTO DE LA DESTITUCIÓN PRESIDENCIAL
Y LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN 2020**



TABLA DE CONTENIDO

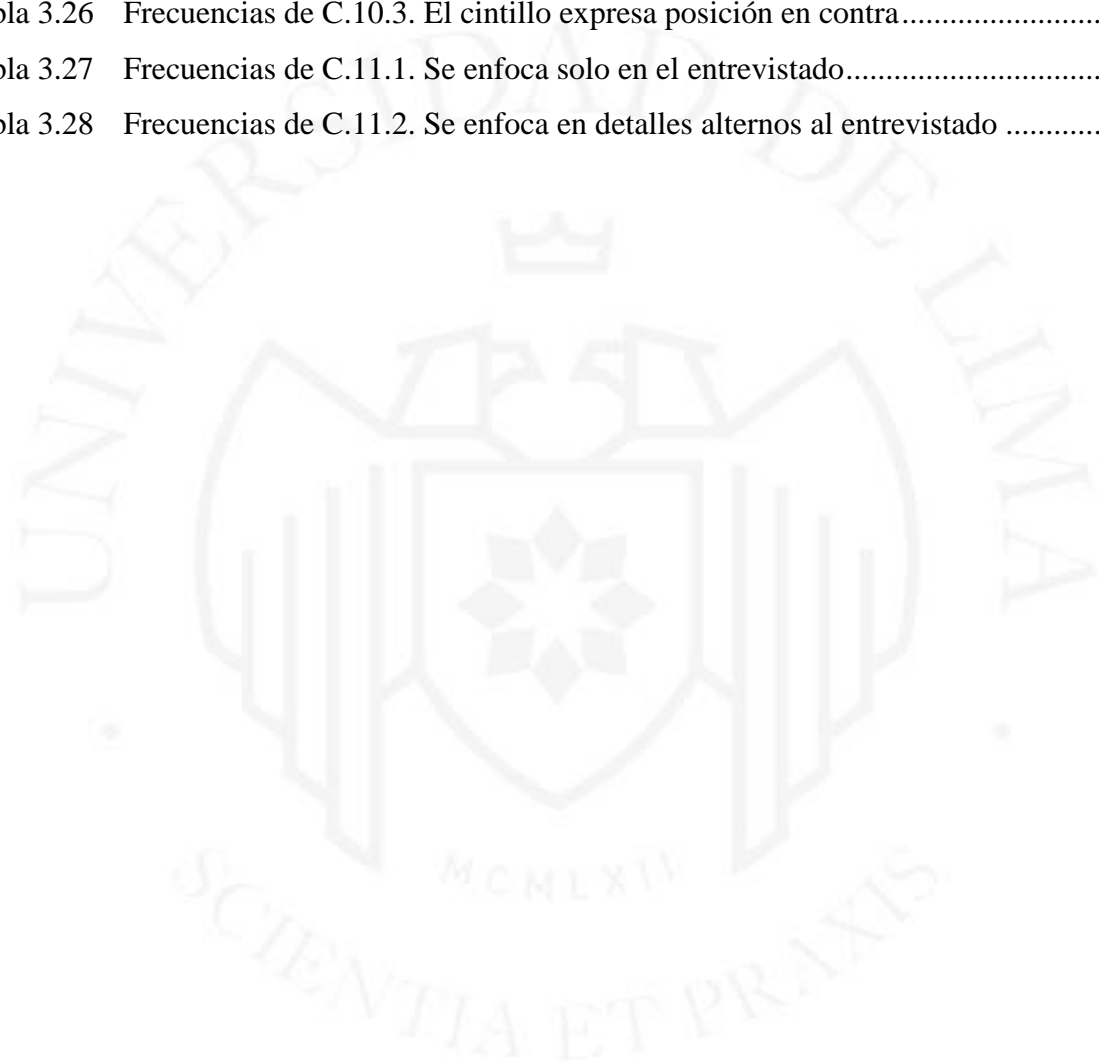
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I. REVISIÓN DE LA LITERATURA	1
1.1 <i>Agenda Setting</i>	1
1.2 El poder político y la televisión	3
1.3 La cobertura política y la televisión: Imágenes de violencia en las pantallas	5
1.4 La adherencia a los principios de ética periodística.....	6
1.5 Valores periodísticos.....	7
1.6 Redes sociales y periodismo	8
CAPÍTULO II. MÉTODOS	10
2.1 Muestra	10
2.2 Procedimiento de recopilación de datos	12
2.3 Técnica y procedimiento de análisis de datos.....	12
CAPITULO III. RESULTADOS	15
3.1 Direccionalidad del periodista	15
3.2 El periodista toma una posición a favor	15
3.3 El periodista toma una posición en contra	16
3.4 El conductor presenta información con objetividad	16
3.5 El conductor toma una posición a favor	17
3.6 El conductor toma una posición en contra.....	18
3.7 Diversidad de enfoques de información	18
3.8 Uso de fuentes opuestas	19
3.9 Fuentes de información de una sola postura política	19
3.10 El público puede llegar a sus propias conclusiones	20
3.11 Relato explícito de los hechos	20
3.12 Información con calificativos positivos	21
3.13 Información con calificativos negativos	22
3.14 Fuentes de información oficiales	22
3.15 Tiempo dedicado a la pandemia	23
3.16 Dedicar mayor tiempo a la pandemia.....	24

3.17	Dedica menor tiempo a la pandemia.....	24
3.18	Periodista emite juicios de valor	25
3.19	El periodista emite juicios de valor a favor	25
3.20	El periodista emite juicios de valor en contra de las protestas	26
3.21	Juicios de valor de los conductores.....	26
3.22	El conductor emite juicios de valor a favor	27
3.23	El conductor emite juicios de valor en contra.....	27
3.24	El cintillo muestra información con objetividad.....	29
3.25	El cintillo muestra posición a favor	30
3.26	El cintillo muestra posición en contra.....	30
3.27	La cámara enfoca sólo al entrevistado	30
3.28	La cámara enfoca detalles alternos	31
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN.....		32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		38
ANEXOS.....		42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1	Libro de códigos desarrollado para la presente investigación	14
Tabla 3.1	Frecuencias del código C.1.1. El periodista/reportero presenta la información con objetividad (limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran	15
Tabla 3.2	Frecuencias del código C.1.2. El periodista/reportero presenta o toma una posición a favor de las manifestaciones que respaldan la vacancia	16
Tabla 3.3	Frecuencias de C.1.3 El periodista/reportero toma posición en contra de las manifestaciones por la vacancia.....	16
Tabla 3.4	Frecuencias de C.2.1 El conductor presenta la información con objetividad	17
Tabla 3.5	Frecuencias de C.2.2 . El conductor toma posición a favor	17
Tabla 3.6	Frecuencias de C.2.3 El conductor toma posición en contra	18
Tabla 3.7	Frecuencias de C.3.1 La nota presenta diferentes ángulos de un mismo hecho (opiniones políticas o sociales)	18
Tabla 3.8	Frecuencias de C.3.2 Utiliza fuentes opuestas, de contraste.....	19
Tabla 3.9	Frecuencias de C.4.1 Las fuentes de información empleadas por el reportero o entrevistador están orientadas a una sola postura política	20
Tabla 3.10	Frecuencias de C.4.2 Permiten al público elaborar sus propias conclusiones, luego de mostrarle posturas discrepantes sobre un tema	20
Tabla 3.11	Frecuencias de C.5.1 La información presentada es un relato explícito de los hechos.....	21
Tabla 3.12	Frecuencias de C.5.2 La información presenta opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor positivo.....	21
Tabla 3.13	Frecuencias de C.5.3. La información presentada contiene opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor negativo.....	22
Tabla 3.14	Frecuencias de C.6.1. Las fuentes de información son funcionarios, autoridades, representantes de los poderes del Estado o de entidades cuya opinión o posición tiene importancia en el tema	23
Tabla 3.15	Frecuencias de C.7.1. Dedicar tiempo a la pandemia.....	24
Tabla 3.16	Frecuencias de C.7.2. Dedicar igual o más tiempo a la pandemia	24
Tabla 3.17	Frecuencias de C.7.3. Dedicar igual o menor tiempo a la pandemia	25
Tabla 3.18	Frecuencias de C.8.1. El periodista emite juicios de valor	25
Tabla 3.19	Frecuencias de C.8.2. Emite juicios de valor a favor.....	26

Tabla 3.20	Frecuencias de C.8.3. Emite juicios de valor en contra	26
Tabla 3.21	Frecuencias de C.9.1. El conductor emite juicios de valor	27
Tabla 3.22	Frecuencias de C.9.2. Emite juicios de valor a favor.....	27
Tabla 3.23	Frecuencias de C.9.3. Emite juicios de valor en contra	28
Tabla 3.24	Frecuencias de C.10.1. El cintillo presenta la información con objetividad limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran	29
Tabla 3.25	Frecuencias de C.10.2. El cintillo expresa posición a favor	30
Tabla 3.26	Frecuencias de C.10.3. El cintillo expresa posición en contra.....	30
Tabla 3.27	Frecuencias de C.11.1. Se enfoca solo en el entrevistado.....	31
Tabla 3.28	Frecuencias de C.11.2. Se enfoca en detalles alternos al entrevistado	31



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Video.....	25
----------------------	----



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Preguntas y objetivos de la investigación	43
Anexo 2.	Tablas de análisis	44
Anexo 3.	Codificación	47



RESUMEN

Este estudio examina la consistencia entre la línea editorial de la cobertura periodística durante una crisis política y los valores del Instituto Nacional de Radio y Televisión (IRTP). Se centra en el análisis de los contenidos del programa “¿Qué está pasando?” de TVPerú, transmitido por señal abierta y Facebook, durante la vacancia presidencial del mandatario peruano Martín Vizcarra en 2020. Esta vacancia se enmarca en la crisis sanitaria global desencadenada por la pandemia de COVID-19. Se realizó un análisis de contenido cuantitativo sobre una muestra de transmisiones durante la destitución de Vizcarra, la asunción y renuncia de Manuel Merino de Lama, y la elección de Francisco Sagasti como presidente transitorio. Los resultados ofrecen una comprensión de la alineación entre la cobertura mediática y los principios institucionales en contextos de crisis política. Los hallazgos evidencian que en el 93.3 % de las piezas o espacios informativos no hubo mención a la pandemia, a pesar de que la emergencia sanitaria seguía en evolución, y que en el 71.2 % de las piezas el conductor ofreció juicios de valor, principalmente un 57.6 % a favor de las protestas durante la crisis política.

Palabras clave: Crisis política, Noticias, Pandemia, Objetividad, Periodistas

ABSTRACT

This study examines the consistency between the editorial line of journalistic coverage during a political crisis and the values of the National Institute of Radio and Television (IRTP). It focuses on the analysis of the contents of the program "¿Qué está pasando?" of TVPerú, broadcast on open signal and Facebook, during the presidential vacancy of Peruvian President Martín Vizcarra in 2020. This vacancy is framed in the global health crisis triggered by the COVID-19 pandemic. A quantitative content analysis was conducted on a sample of broadcasts during the removal of Vizcarra, the assumption and resignation of Manuel Merino de Lama, and the election of Francisco Sagasti as transitional president. The results offer insights into the alignment between media coverage and institutional principles in contexts of political crisis. The findings show that in 93.3 % of the pieces or news spaces there was no mention of the pandemic, despite the fact that the health emergency was still evolving, and that in 71.2 % of the pieces the host offered value judgments, mainly 57.6 % in favor of the protests during the political crisis.

Keywords: Political Crisis, Journalistic Values, News, Public Television, Pandemic

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN Y REVISIÓN DE LA LITERATURA

La investigación se centra en la cobertura periodística de la vacancia del presidente peruano Martín Vizcarra en 2020 en el programa periodístico “¿Qué está pasando?” del canal TVPerú, en paralelo a la crisis sanitaria por la COVID-19, durante una semana en la que asumió Manuel Merino y luego fue reemplazado por Francisco Sagasti por la presión social.

El estudio tuvo por objetivos esclarecer si hubo coincidencia entre los valores establecidos por el Instituto Nacional de Radio y Televisión (IRTP), del que TVPerú es miembro, y la cobertura de la vacancia presidencial. Asimismo, conocer si los conductores y reporteros manifestaron alguna posición respecto a esta crisis política, y finalmente comprobar si esta crisis superó, en tiempo y contenido, a la pandemia.

Entre los principales hallazgos de la investigación se encontró que, en el 71% de las piezas, el conductor pronunció juicios de valor a favor de las protestas en un 57.6% de los casos.

Igualmente, en el 50% de las piezas los conductores tomaron una posición a favor y en el 77% de las piezas los periodistas no usaron fuentes opuestas para informar sobre las manifestaciones de protesta contra el entonces presidente Manuel Merino y la vacancia de Martín Vizcarra.

El programa “¿Qué está pasando?” de TVPerú presentó en la mayoría de las piezas, informaciones y comentarios que se alejaron de la neutralidad que proclama en su código de ética. La información que presentó el programa del canal estatal respaldaba la sensación de rechazo al gobierno de turno.

Además, la mención sobre los cuidados por la pandemia quedó reducida a un mínimo en el programa nocturno, dado que solo el 6.7% de las piezas tuvo una referencia a la crisis sanitaria, en el país que tuvo la más alta tasa de mortalidad por Covid-19.

1.1 *Agenda Setting*

En vista que la investigación corresponde al análisis de la cobertura del canal del Estado sobre la crisis política, en el marco de la pandemia por la COVID-19, los autores de la presente investigación coinciden con Aruguete (2017) en que lo más apropiado es hacer un análisis desde el Framing y la Agenda Setting. Esto permitirá dar una explicación más completa de la relación entre el medio seleccionado, y su plataforma investigada, el público y la cultura política de la sociedad peruana.

TVPerú es el canal de señal abierta con mayor alcance a nivel nacional. En el 2018 su señal alcanzaba a todas las regiones del país. Tiene la posibilidad de llegar a 29 millones de personas en un país de 33 millones de habitantes.

El programa “¿Qué está pasando?” alcanzó picos de 132,000 reproducciones en Facebook el día de la destitución de Vizcarra, 179,000 reproducciones y más de 2,900 comentarios después de la marcha del 14 de noviembre, que antecedió a la renuncia de Merino, según los datos de su propia cuenta de Facebook.

El Framing o encuadre centra su análisis en el emisor, el receptor, el discurso e información y en el contexto cultural en el que se desarrolla el hecho noticioso, mientras que la Agenda Setting, además de incorporar los aspectos del encuadre, también plantea analizar los diversos aspectos de la cobertura, como el tono comunicacional, la pauta, los criterios de priorización de una información sobre otra y el impacto que tiene en el público (Aruguete, 2017). Esta autora también explica que el Framing es concebido como un proceso dinámico e interactivo que involucra a todas las instancias de la comunicación, mientras que la Agenda Setting nace y se desarrolla como una teoría de efectos de los mass media. El que se le denomine “agenda” indica el sesgo causal que la caracteriza (Aruguete, 2017).

McCombs *et al.* (1997) sugirieron que los medios de comunicación marcan la agenda pública al presentar un determinado listado de noticias, con lo cual los editores y responsables del área informativa tiene un papel importante en la configuración de la realidad nacional. A su vez, los lectores no solo aprenden de un tema, sino que le otorgan determinada importancia conforme a la cantidad de información que reciben sobre este.

Ghanem (1997) afirmó que el segundo nivel de establecimiento de la agenda se ocupa de los atributos específicos de un tema y de cómo esta agenda de atributos

influye también en la opinión pública. Añadió que el encuadre es una forma de sesgo, no ideológico, sino como una estructura de selección de las noticias. En ese sentido, Ghanem citó a Lotz (1991) quien dijo que los periodistas siempre tienen que comprimir la realidad y se produce inevitablemente una distorsión, pues algunas partes de la historia se destacan sobre otras que se omiten. Otro aspecto destacado por Ghanem (1997) es la dimensión afectiva en el establecimiento de la agenda, dado que sostiene que la proximidad y el interés humano son posibles valores noticiosos que pueden hacer que un espectador se identifique más con lo que se informa.

En forma paralela, Kaid (2004) sostiene que los presidentes buscan construir su prestigio público o agradar a la ciudadanía mediante el apoyo a algún tema particular, usualmente en una batalla legislativa; además, tienen el poder de persuadir y para ello necesita hacerlo público, a través de la prensa.

En La prensa en modo pandemia: una aproximación a las agendas informativas de Expreso y El País sobre COVID-19 de Manrique-Grisales (2020), el autor refiere que de las muchas aproximaciones al concepto de agenda setting (McCombs, 2009, citado por Guzmán y Martínez, 2010), hay dos que pueden considerarse correctas: La primera se refiere a la transferencia de la prominencia de la agenda de los medios a la agenda pública, mientras que la segunda señala más puntualmente cómo “los elementos prominentes en la agenda de los medios frecuentemente se convierten en prominentes en la agenda pública” (p.19). También alude a Bernard Cohen quien consideró que “la prensa quizá en muchas ocasiones no consiga decirle a la gente qué pensar, pero es asombrosamente exitosa en decirle a sus lectores sobre qué pensar” (Guzmán y Martínez, 2010, pp. 17-18).

En Perú, desde que se declaró el estado de emergencia sanitaria en marzo de 2020, el entonces presidente Martín Vizcarra instituyó las ruedas de prensa diarias, transmitidas por TVPerú en directo en las que, acompañado de sus ministros, informaba al país sobre las acciones adoptadas por el Ejecutivo en respuesta a la pandemia. Vizcarra llegó a tener 87% de popularidad, según una encuesta nacional de Ipsos (2020) de abril de 2020, y sus ruedas de prensa se convirtieron en espacio generador de la agenda informativa nacional, pero conforme pasaron los meses, y la pandemia subía en casos y muertes, la confianza de la población fue bajando y solo el 52% creía en sus anuncios, de acuerdo a otro sondeo nacional del Instituto de Estudios Peruanos (IEP, 2020) del 1 al 12 de agosto del 2020.

1.2 El poder político y la televisión

Casero (2009) señala que el control de la información que pretenden ejercer los sectores políticos combina dos vertientes diferenciadas pero complementarias: La ofensiva y la defensiva. La primera está ligada a la búsqueda activa de visibilidad para que sus actividades y sujetos alcancen presencia en la esfera pública central, gracias a la acción difusora de los medios, especialmente de la televisión. La segunda aparece vinculada a sucesos negativos que el poder político aspira a soslayar minimizando su visibilidad mediática, o logrando la omisión del suceso para reducir su repercusión pública. Igualmente, asevera que las presiones que sectores políticos pretenden ejercer en la construcción de la agenda periodística colisionan con los principios profesionales de los informadores. Este es uno de los puntos que se analizará en la presente investigación porque al inicio de la crisis política se produjeron renunciaciones de profesionales que cumplían roles decisivos en la construcción de la agenda informativa del canal estatal.

Prado (2012) cita a Van Dijk al analizar los editoriales de prensa posteriores al golpe de 1973 en Chile, respecto a que el lenguaje tiene una orientación intencional porque su uso permite al que habla realizar acciones para lograr ciertos objetivos, por motivaciones individuales o grupales. Asimismo, remarca que el discurso social está regulado por sistemas de dominación política y explotación económica que caracterizan una formación social y, por lo tanto, constituyen un orden hegemónico.

En ese sentido, un discurso marxista que se opone a la sociedad capitalista, es permitido en el debate y llega al poder, pero el discurso dominante lo califica y valora negativamente y contrario a los valores tradicionales vigentes, afirma Prado (2012), quien asegura que la asignación de valor afectivo a un tercero espera que suscite una respuesta favorable o desfavorable hacia este. En el caso específico de los juicios de sanción social, estos se codifican de manera escrita convirtiéndose en reglas convencionales de comportamiento social en situaciones culturalmente establecidas, y comprende las categorías de veracidad e integridad.

Por su parte, Della Vigna y Kaplan (2006) analizaron en *The Fox News Effect: Media Bias and Voting* los cambios que hubo en las elecciones de Estados Unidos, entre 1996 y 2000, desde la aparición y expansión del canal de cable Fox News. Las localidades que tenían cobertura de Fox News tuvieron 0.4% a 0.7 % más de voto

republicano en las elecciones presidenciales a diferencia de los comicios de 1996, lo cual fue decisivo en el proceso electoral del 2000.

La presencia de Fox News ocasionó que un porcentaje sustancial de electores no republicanos se animaran a votar por dicho partido, de 3% a 8% según la medición de audiencia más inclusiva, y de 11% a 28 % según la medición más restrictiva. El efecto de persuasión funcionó como un aprendizaje temporal para los votantes racionales, o un efecto permanente para los votantes que fueron sometidos a una persuasión no racional.

Un caso más antiguo data del 2001, y lo registra Shirky (2011) en *The Political Power Of Social Media: Technology, The Public Sphere, and Political Change*, publicado en *Foreign Affairs*. Según narra, en enero de ese año, durante el juicio de destitución del presidente filipino Joseph Estrada, los leales del Congreso filipino votaron a favor de dejar de lado las pruebas clave en su contra, pero en menos de dos horas después de que se anunciara la decisión, miles de filipinos, enojados porque su presidente corrupto podría quedar libre de responsabilidades, convergieron en la avenida Epifanio de los Santos, un importante cruce de caminos en Manila.

Este episodio, recogido por Shirky, se convierte en parte interesante de la presente investigación al explicar que la protesta fue organizada, en parte, con mensajes de texto reenviados que decían: “Go 2 EDSA. Wear blk”. Se enviaron cerca de siete millones de mensajes de texto esa semana y la multitud aumentó rápidamente y, en los días siguientes, llegaron más de un millón de personas que obstruyeron el tráfico en el centro de Manila, lo que alarmó tanto a los legisladores del país que revirtieron su decisión y permitieron que se presenten las pruebas contra Estrada. Shirky (2011) afirma que el evento marcó la primera vez que las redes sociales ayudaron a expulsar a un líder nacional. El mismo Estrada culpó a “la generación de mensajes de texto” por su caída.

Ahora bien, como sostienen Benson y Powers (2011), es legítimo preocuparse por la participación del gobierno en el periodismo, como puede suceder en la señal de TVPerú, respecto a las formas en que la financiación pública, puede abrir la puerta a una “presión política indebida”. Para proteger la autonomía de los medios públicos, una serie de países de Europa y Asia han establecido estatutos legales y administrativos para asegurar que los fondos públicos se gasten en el interés público, con noticias diversas y de alta calidad. Dichos estatutos y las leyes de medios relacionadas restringen la

capacidad de los gobiernos de turno para influenciar el contenido en una dirección partidista o la pérdida de fondos por una cobertura de noticias críticas (Benson y Powers, 2011).

1.3 La cobertura política y la televisión: Imágenes de violencia en las pantallas

La crisis motivo de la presente investigación fue presentada por TVPerú mediante imágenes de manifestaciones y la respuesta de las fuerzas del orden durante las 24 horas del día de la semana en que se revisó la programación del canal del Estado.

Los espectadores elaboran comportamientos y emociones por lo que ven en la televisión, según aseguran Fernández *et al.* (2011). Los autores indican que el impacto producido por la visión de violencia real en la televisión es fundamentalmente emocional, pero tiene consecuencias actitudinales y comportamentales. Además, precisan que existe un reiterado discurso pedagógico de la televisión que excusa la transmisión de este tipo de escenas a través de las pantallas indicando que la función positiva de enseñar la violencia es para tomar conciencia de los conflictos y los horrores de la realidad. Sin embargo, se puede observar que esto, en ocasiones, no toma en cuenta el horario de protección al menor, regla establecida en el Perú y en otros países.

Shanagan y Morgan (1999) coinciden en que la emisión de imágenes violentas en la televisión produce miedo, ira, desensibilización y catarsis, así analiza el miedo como reacción y emoción “cultivada” como efecto de la visión de contenidos televisivos. Según este autor, en la mayoría de los estudios existe evidencia de cultivo cuando se encuentra alguna asociación o correlación entre la cantidad de tiempo vista de televisión y alguna actitud o creencia; además, de que ver violencia en la televisión hace que los espectadores con más frecuencia sean más temerosos. Por eso llama la atención de los autores de la presente investigación que TVPerú, tanto en su señal abierta como en su canal de Facebook, transmitió repetidas veces escenas de actos de violencia que se generaron en el contexto de la crisis política, incluso en horario de protección familiar.

Al respecto, Angulo-Giraldo y Bolo-Varela (2021) determinaron en el estudio Medios de comunicación y conflictos sociales durante la pandemia por COVID 19: análisis de los enfoques presentes en la prensa de Lima durante las protestas contra el gobierno interino de Manuel Merino del 2020, que los diarios La República, El Popular y Trome resaltaron positivamente las acciones de protesta tomadas por los ciudadanos

en las marchas. Subrayaron que los titulares de esos diarios utilizaron el enfoque de amenaza al presentar los efectos negativos del gobierno de Merino y de la vacancia contra Vizcarra, lo que derivó en el refuerzo de una sensación de temor y pánico en la población con respecto al futuro cercano. Los investigadores sostuvieron que los medios peruanos, en ese contexto, escogieron esa vía en su construcción narrativa, lo que se tradujo en una escalada de violencia en esa protesta social.

1.4 La adherencia a los principios de ética periodística

El Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP, s.f.), del que TVPerú es miembro, responde a un código de ética de la función pública que resalta entre sus principios el respeto, veracidad y lealtad al Estado de Derecho, así como los deberes de neutralidad, transparencia y responsabilidad, según la información pública de su página *web*. Igualmente, resaltan las prohibiciones de mantener intereses en conflicto, hacer mal uso de información privilegiada o realizar actividades de proselitismo político.

No obstante, los códigos de ética en las empresas de comunicación de Latinoamérica aparentemente no tienen el poder de las leyes o los decretos, y más bien son considerados documentos de asesoramiento que dependen de la adherencia de las personas, sus conciencias individuales y el compromiso corporativo, tal como afirman Christofolletti y Becker (2020). Los autores consideran que América Latina está lejos de ofrecer un panorama unificado de tendencias, pues observan que los periodistas no han elegido a la transparencia como un valor muy visible en sus códigos de ética.

Claro ejemplo de ello es que en un mercado periodístico como el mexicano, Márquez y Hugues (2020) encontraron que el 96% de los periodistas afirman que deberían adherirse siempre a códigos de ética independientemente de la situación o contexto en el que trabajen. No obstante, el 60% estuvo de acuerdo en que lo ético puede variar de acuerdo a la situación específica. Los periodistas mexicanos han crecido profesionalmente observando a sus colegas y medios estadounidenses, que han establecido códigos y estilos de trabajo reconocidos internacionalmente y que le han dado al periodismo una categoría calificada, según se desprende de su estudio.

Márquez (2020) realizó una serie de entrevistas para conocer los roles y valores periodísticos, tras lo cual concluyó que los reporteros coinciden en que los temas de verdadero interés público se dejan de lado para seguir detrás del escándalo político e inmediato. El autor agrega que los periodistas aprenden a asumirse, a través de cánones

como la objetividad, como estenógrafos del poder, es decir meros parlantes, y cajas de resonancia de los conflictos políticos partidarios. El estudio de Márquez permite definir los principales valores que son el desapego editorial sobre lo que se reporta, la provisión de información de calidad, y el papel del vigilante y monitor del gobierno de turno. A éstos pueden añadirse el ser agente de cambio, establecer una agenda pública, y el de apoyar a los gobiernos en implementar políticas públicas.

El hecho de que la sociedad atravesó una pandemia generó dos reacciones inmediatas en el ciudadano: la búsqueda de mayor información y la difusión de contenido falso o tendencioso, de acuerdo a lo advertido por Mauri-Ríos *et al.* (2020). Ante tal panorama, dichos autores sostienen que la incertidumbre y las dificultades que trae la pandemia requieren que los periodistas y medios de comunicación sigan parámetros éticos que garanticen la excelencia profesional y la calidad en la información difundida. Subrayan que la autorregulación puede contribuir a implementar comportamientos profesionales responsables que contribuyan a una información ética y de calidad, además de garantizar el derecho de los ciudadanos a la información. Los investigadores plantean que los códigos de ética y valores se conviertan en un contrato social con el que los periodistas sepan cómo comportarse y los usuarios conozcan qué pueden esperar del medio.

Por su parte, Ruis (2018) concluye que algunos periodistas son beligerantes por intereses personales y por convicción, y que, por lo tanto, creen que deben defender una causa por encima de la deontología, especialmente en épocas de campañas electorales y crisis políticas. Afirma que la manera más fácil de manipular consiste en poner el foco únicamente sobre una parte de la realidad y dejar a oscuras el resto.

1.5 Valores periodísticos

García (1996) analizó los manuales de estándares de las tres grandes cadenas de televisión de Estados Unidos, como son CBS, NBC y ABC, en un trabajo que ha nutrido a las redacciones y medios de comunicación en el mundo. En ellos resaltan tres valores periodísticos: veracidad, responsabilidad y objetividad en los contenidos.

Al definir la veracidad, García sostiene que el material informativo no debe usarse de forma que confunda al público o falsifique la situación real. Implica tener un respeto hacia la audiencia y, en caso de necesidad, saber corregirlo según las dimensiones éticas, estéticas, políticas y creativas que correspondan. Sobre la

responsabilidad, el autor subraya el alto nivel de profesionalidad en su sentido más auténtico, además de la adherencia ética a los principios de equidad, exactitud y dignidad, en tanto que la objetividad es considerada como el valor que se orienta a preservar el funcionamiento del sistema democrático. Ante tal conjunto de valores y aspiraciones éticas, García reitera que la equidad parece ser un objetivo informativo más razonable (1996).

En esta misma línea, Bock (Red ética, 2022), director de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), citado en el artículo Caso ‘Matarife’: ¿cuáles son los límites éticos de la opinión y los contenidos de redes sociales?, indica que la principal responsabilidad social que tienen los medios de comunicación y los periodistas con su audiencia es la calidad de la información que entregan, precisando que esta debe ser veraz, y que pueda diferenciarse donde hay opinión de dónde hay información. “Esta es la fórmula para que la ciudadanía y la audiencia estén bien informadas”, dijo Bock (Red ética, 2022).

Por su parte, y en el mismo artículo, Omar Rincón, profesor de la Universidad de los Andes (Red ética, 2022), afirma que el periodismo “más que decir la verdad”, debe “mostrar los datos, documentos, fuentes y, después de ello, citar en igualdad de condiciones; es decir, es un método periodístico de comprobar el grado de verdad”. Enfatiza, además, que tal distinción entre información y opinión debería ser clara para la audiencia: “Uno debería enunciar transparentemente: este es un periodismo de opinión, esto es interpretación, eso es ensayo basado en hechos, lo que sea. Esa aclaración es buenísima para el navegador de redes”, dice.

Manrique-Grisales (2020) también recuerda que Stoian establece que con la aparición de nuevas epidemias, los medios no solo cumplen el papel de termómetro para medir los impactos en la opinión pública, sino que también podrían desempeñar una tarea educativa y comenta que esto se da en la medida en que tienen la capacidad de orientar, concientizar y ayudar de alguna forma en la profilaxis de las patologías acerca de las que informan (p.5).

1.6 Redes sociales y periodismo

Al otro lado del océano, los periodistas de España, Italia y Bélgica entrevistados por Suárez-Villegas (2017) coinciden en el papel de *gatekeeping* o ‘vigilante del poder’ de la prensa por su capacidad de fijar agenda y destacar la información relevante, al hacer

una comparación con la llegada del periodista ciudadano, provisto de una cámara en su teléfono celular.

A diferencia de los espontáneos, Suárez-Villegas afirma que el periodista profesional hace una selección editorial de la información relevante y tiene una adherencia a los valores éticos de la especialidad. Además, los reporteros defienden la dimensión colectiva del periodismo, al ser ejercido dentro de una empresa donde priman valores profesionales compartidos. No obstante, reconoce que la interactividad, impulsada por los medios digitales y redes sociales, ha permitido que el usuario adquiriera un control sobre la difusión de contenidos, que solía ser exclusividad de los medios, y aumentó la posibilidad de intercambiar información con otros, el ansiado *feedback*.

Por su parte, Bronstein *et al.* (2018) afirman que las redes sociales son un nuevo tipo de comunicación social que tiene impacto en el comportamiento político y civil debido al rol central que las redes tienen en cada aspecto de la vida diaria de las personas, por lo cual pueden ser consideradas como la tercera revolución, después de Internet y la comunicación móvil.

En el caso del uso dado por los políticos al Facebook en época electoral, mencionan que difundir el número de seguidores da cierto estatus a un político, crea una base de seguidores y captura el entusiasmo e intensidad de su apoyo. Respecto al contenido que difunden en redes, señalan que este nuevo tipo de comunicación política es personalizada, enfocada en la vida privada y en los pasatiempos de la figura política.

Por otro lado, en un análisis sobre el discurso de los gobiernos peruano y ecuatoriano respecto a la pandemia COVID-19, Márquez *et al.* (2021) concluyen que para el gobierno peruano, el Facebook no fue un espacio de acceso directo a la información institucional, como la del Ministerio de Salud, sino que tuvo “cierto trabajo de construcción de contenidos digitales”. Los autores agregaron que los temas más frecuentes fueron “protocolo de seguridad”, “prevención” y “recomendaciones” que, a la larga, crearon en el “inconsciente colectivo” la idea de un Estado empático, guardián de la salud pública y responsable de la seguridad nacional. En la primera ola de la pandemia, el gobierno dirigido entonces por Martín Vizcarra, tuvo una agenda institucional organizada y publicada en la comunicación digital, sostienen los autores.

Existe abundante información sobre ética y valores periodísticos, pero un vacío respecto a la real adherencia a esos principios y a la reclamada objetividad en una cobertura periodística en tiempos de crisis.



CAPÍTULO II. MÉTODOS

Para atender el objetivo de investigación se realizó un análisis de contenido cuantitativo, diseño que permite identificar la estructura del contenido analizado desde la óptica de los conceptos establecidos en el objetivo del estudio (Erlingsson y Brysiewicz, 2017; Riffe *et al.*, 2005). Para ello, se establecieron las siguientes preguntas e hipótesis de investigación:

- **PI1:** ¿Se manifiesta una adherencia a los valores periodísticos del canal TVPerú durante la cobertura de la vacancia presidencial de Martín Vizcarra en 2020 en los contenidos transmitidos en su Facebook?
- **PI2:** ¿La cobertura informativa de TVPerú sobre la vacancia presidencial fue mayor que la dedicada a la prevención sanitaria por la pandemia Covid-19?
- **PI3:** ¿Hubo cambios evidentes, es decir, notorios en cuanto al contenido y postura política, publicados en el Facebook de TVPerú Noticias según el ingreso de nuevas autoridades en el Ejecutivo?
- **H1:** Existe una relación entre la direccionalidad de los reporteros, el acto de orientar la información a respaldar las manifestaciones, y el tratamiento de la información con opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor positivo o negativo a la noticia.
- **H2:** Existe la relación entre la direccionalidad de los conductores del programa informativo, el acto de orientar la información a respaldar las protestas, y la emisión de juicios valorativos durante la transmisión.

2.1 Muestra

La técnica de muestreo utilizada fue el censo. Un censo significa que cada unidad de una población se incluye en el análisis de contenido (Riffe *et al.*, 2014). El censo es la técnica pertinente para esta investigación, ya que este estudio examina un acontecimiento político concreto en la cobertura informativa de un medio de comunicación en el lapso delimitado por el mismo acontecimiento (Riffe *et al.*, 2014).

La muestra está compuesta por las seis ediciones del programa periodístico ¿Qué está pasando? emitidos por señal abierta y por la cuenta de Facebook de TVPerú

Noticias entre el 9 y el 16 de noviembre del 2020. Se seleccionó ese lapso que fue el más álgido de la crisis para realizar un análisis completo del tratamiento informativo de esta crisis política producida en un contexto de pandemia.

De todos los programas informativos de TVPerú, *¿Qué está pasando?* es el único programa informativo y de entrevistas cuyas emisiones en su totalidad fueron compartidas en la cuenta de Facebook del mismo medio. Se transmitieron en vivo y su grabación quedó disponible en esa red social.

La unidad de observación definida para seleccionar las notas fueron las piezas periodísticas dedicadas a la crisis política. Es así que se han analizado seis ediciones y un total de 66 notas periodísticas ($N = 66$) entre las que se encuentran entrevistas en estudio, así como enlaces en vivo, todas ellas relacionadas a la crisis política de noviembre del 2020.

A cada nota se le asignó un número identificador (ID) para reconocer los tipos de contenidos y facilitar su análisis. También se incluyó una sección de *time code* (pauteo) del programa, para que se acceda a una nota (pieza) en específico, en el caso de que alguno de los investigadores lo requiera en el futuro.

El análisis de los datos estuvo a cargo de los tres autores de la presente investigación, quienes previamente construyeron y validaron un libro de códigos mediante el análisis de la primera media hora de uno de los programas emitidos. Luego de resolver las diferencias de criterios y comprobar que se había logrado un alto nivel de coincidencia en la interpretación de cada código, se realizó el análisis. Cada investigador asumió el análisis de dos emisiones.

Tras revisar los programas que se transmitieron por el Facebook oficial de TVPerú Noticias del lunes 09 de noviembre, día de la vacancia del presidente Martín Vizcarra Cornejo, hasta el 16 de noviembre, día en que el Congreso eligió al legislador Francisco Sagasti como presidente de la Mesa Directiva para asumir como encargado del despacho presidencial, se observó que el programa que se eligió inicialmente - TVPerú Noticias: Edición Noche, el informativo más importante del canal del Estado no tenía transmisión constante vía Facebook. Esa peculiaridad hizo que los autores de la presente investigación decidieran de cambiar de programa y elegir el que más se asemeja a TVPerú Noticias: edición Noche, que es el programa *¿Qué está pasando?*, emitido en similar horario y de carácter informativo.

A diferencia de los otros programas transmitidos en el Facebook de TVPerú Noticias del 09 al 16 de noviembre, *¿Qué está pasando?* era constante, con la única

diferencia de que solo salía al aire de lunes a viernes, por lo que se analizaron los archivos de los días lunes 9, martes 10, miércoles 11, jueves 12, viernes 13 y lunes 16, no habiendo archivo de este programa los días sábado 14 y domingo 15. Es por eso que, de todo el tiempo que duró del fenómeno estudiado (8 días), se eligieron seis días, equivalentes al mismo número de programas.

2.2 Procedimiento de recopilación de datos

El proceso de recopilación de la muestra comenzó en noviembre del 2020, inmediatamente después de que los programas fueran emitidos vía Facebook de TVPerú Noticias.

Los autores decidieron descargar todos los programas transmitidos entre el 09 y 16 de noviembre para resguardar los archivos en un disco duro y evitar posibles anulaciones de transmisión a futuro que haga el administrador de la cuenta de Facebook de TVPerú Noticias, como efectivamente ocurrió con algunos programas. A cada archivo descargado se le asignó el mismo título con el que se transmitió en las redes y se le añadió la fecha y la hora. Los videos fueron organizados por carpetas según el día de la transmisión.

2.3 Técnica y procedimiento de análisis de datos

La literatura no reporta un libro de códigos previamente elaborado y utilizado para analizar el tratamiento periodístico durante la cobertura informativa de un acontecimiento político con alto nivel de agitación, como es la vacancia del presidente de un país. Por ese motivo, los investigadores elaboraron un libro de códigos para aplicar al cuerpo de contenidos de forma deductiva; este documento se basó en las preguntas de investigación y en el contenido del Manual de Redacción de TVPerú Noticias. El libro de códigos se exhibe en la tabla 2.1. La unidad de análisis definida fue el contenido sobre la vacancia presidencial.

Antes de analizar el contenido seleccionado se realizó una codificación piloto para calcular la confiabilidad entre codificadores. Durante la prueba, cada codificador analizó los primeros 30 minutos de las transmisiones de noticias de la muestra. Las discrepancias de codificación fueron discutidas posteriormente por los tres autores hasta llegar a un acuerdo para obtener la definición final de cada código.

Como resultado de este proceso, se editaron las definiciones de los códigos para mejorar la precisión de cada uno. Se calculó el coeficiente de confiabilidad entre

codificadores usando el alfa de Krippendorff para cada categoría analizada (Lombard *et al.*, 2002; Nili *et al.*, 2017). El resultado obtenido fue una media de Krippendorff $\alpha=0,8$. El alfa de Krippendorff se calculó utilizando ReCal3 (Freelon, 2010). Finalizada la prueba se distribuyó el resto de la muestra de forma equitativa entre los investigadores, y cada uno realizó el análisis de codificación de forma independiente.



Tabla 2.1

Libro de códigos desarrollado para la presente investigación

Categorías	Códigos y definición de códigos de cada categoría		
Categoría 1. Direccionalidad del periodista/reportero.	C1.1. El periodista/reportero presenta la información con objetividad (limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran).	C1.2: El periodista/reportero presenta o toma posición a favor.	C1.2: El periodista / reportero presenta o toma posición en contra.
Categoría 2. Direccionalidad del conductor.	2.1. El conductor presenta la información con objetividad (limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran).	2.2 El conductor toma posición a favor.	2.3. El conductor toma posición en contra.
Categoría 3. Diversidad de enfoques de la información.	3.1. La nota presenta diferentes ángulos de un mismo hecho (opiniones políticas o sociales).	3.22: La nota utiliza fuentes opuestas, contraste.	-
Categoría 4. Pluralidad de opiniones en la información en entrevistas en vivo.	4.1. Las fuentes de información empleadas por el reportero o entrevistador están orientadas a una sola postura política.	4.2 Permiten al público elaborar sus propias conclusiones, luego de mostrarle posturas discrepantes sobre un tema.	-
Categoría 5. Tratamiento de la información: narrativa o interpretativa.	5.1. La información presentada es un relato explícito de los hechos.	5.2 La información presentada presenta opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor positivo.	5.3 La información presentada presenta opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor negativo.
Categoría 6. Recurso fuentes de información.	6.1 .Las fuentes de información son funcionarios, autoridades, representantes de poderes del Estado o entidades cuya opinión o posición tiene importancia en el tema.	-	-
Categoría 7. Ratio del tiempo dedicado a la información sobre la vacancia y sobre la pandemia.	7.1. Dedicar tiempo a la pandemia.	7.2 Dedicar igual o más tiempo a la pandemia.	7.3 Dedicar igual o menos tiempo a la pandemia.
Categoría 8. Emisión de juicios de valor del periodista.	8.1 El periodista emite juicios de valor.	8.2 Emite juicios de valor a favor.	8.3 Emite juicios de valor en contra.
Categoría 9. Emisión de juicios de valor del conductor.	9.1 El conductor emite juicios de valor.	9.2 Emite juicios de valor a favor.	9.3 Emite juicios de valor en contra.
Categoría 10. Posición cintillo. Direccionalidad a favor o en contra de la información.	10.1 El cintillo presenta la información con objetividad limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran.	10.2 El cintillo expresa posición a favor.	10.3 El cintillo expresa posición en contra.
Categoría 11. Diferencias en presentación de información - manejo de cámara y lo que las imágenes muestran.	11.1 Se enfoca solo en el entrevistado.	11.2 Se enfoca en detalles alternos al entrevistado.	-

Nota: Elaboración propia, 2023.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1 Direccionalidad del periodista

La Categoría C1 examina la direccionalidad del periodista/reportero al comunicar o cubrir la información.

En el código C.1.1 (El periodista/reportero presenta la información con objetividad (limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran), se observa que en la mayoría de las piezas analizadas (56%) no se presentó esta situación. En casi un tercio de las piezas (28.8%) el periodista no presentó la información con objetividad, mientras que solo en un 15.2% se hizo de forma objetiva (ver tabla 3.1).

A continuación se presentan las tablas con el análisis de frecuencias de los casos examinados en la muestra según la unidad de análisis (N = 66), para cada una de las categorías examinadas en el contenido. Los niveles de las tablas son 0 = no aplica el código, 1 = presencia del código, 2 = ausencia del código.

Tabla 3.1

Frecuencias del código C.1.1. El periodista/reportero presenta la información con objetividad (limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran)

Niveles	Conteo	% del total	% acumulado
0	37	56.1 %	56.1 %
1	10	15.2 %	71.2 %
2	19	28.8 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.2 El periodista toma una posición a favor

En el código C.1.2 (El periodista/reportero presenta o toma una posición a favor), se observa que en un 27.3% de las piezas, el periodista toma una posición a favor de las manifestaciones que se suscitaron en esos días, mientras que el 16.7% no lo hace (ver tabla 3.2).

Tabla 3.2

Frecuencias del código C.1.2. El periodista/reportero presenta o toma una posición a favor de las manifestaciones que respaldan la vacancia

Niveles	Conteo	% del total	% acumulado
0	37	56.1 %	56.1 %
1	18	27.3 %	83.3 %
2	11	16.7 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.3 El periodista toma una posición en contra

El resultado de las frecuencias del código C.1.3 (El periodista/reportero presenta o toma posición en contra) evidencia que en el 40.9% de las piezas, el reportero no toma una posición en contra. Sólo en 3% de las piezas se cumple esta premisa.

Tabla 3.3

Frecuencias de C.1.3 El periodista/reportero toma posición en contra de las manifestaciones por la vacancia

Niveles	Conteo	% del total	% acumulado
0	37	56.1 %	56.1 %
1	2	3.0 %	59.1 %
2	27	40.9 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

Se realizaron análisis de chi-cuadrado con el objeto de examinar la relación entre la posible direccionalidad de los reporteros y el tratamiento de la información, en cuanto a la presentación de opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor positivo o negativo a la noticia (códigos C.1.2 y C.5.2). Se encontró una correlación significativa al analizar la direccionalidad de los reporteros y el tratamiento de la información ($X^2 = 14.5$, $df = 4$, $p < 0,006$).

3.4 El conductor presenta información con objetividad

En la categoría C.2.1 (El conductor presenta la información con objetividad) se observa que esto solo sucede en el 37.9 % de los casos. En el 62.1 % de los casos no se cumple con el valor de la objetividad.

Tabla 3.4

Frecuencias de C.2.1 El conductor presenta la información con objetividad

Niveles	Conteo	% del total	% acumulado
1	25	37.9 %	37.9 %
2	41	62.1 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

Respecto al análisis de la categoría 2, que observa la posición objetiva o subjetiva del conductor del programa al presentar la información, los resultados arrojaron que en el 62.1% de las piezas estudiadas el conductor no presentó la información con objetividad.

Algunas frases pronunciadas por los conductores que sustentan este estudio fueron recogidas del Día 5 de la unidad de estudio (13 de noviembre 2020), bloque 1, pieza 1: “Vamos a hablar de eso, Perla, de la terrible represión policial, de estas imágenes que indignan, ver a policías de civil aunque la institución niega que policías terna hayan participado”.

Más adelante, en este mismo espacio del programa, dedicado a presentar las noticias, uno de los conductores afirma lo siguiente: “El ministro del Interior ha señalado, también, que la Policía no utiliza estos perdigones, sin embargo la realidad es otra, la realidad es que se ha evidenciado personas heridas por esas armas de fuego no letales”.

Los conductores dan un calificativo negativo a la labor policial y ponen en duda la versión oficial de esa institución sobre el aparente uso de armas de fuego para reprimir a los manifestantes.

3.5 El conductor toma una posición a favor

En la categoría C.2.2., referida a si el conductor toma posición a favor de la vacancia y la movilización que se han generado, se encuentra que en el 50.0% de los casos se cumple con esta premisa, y en el 48.5%, no.

Tabla 3.5

Frecuencias de C.2.2 . El conductor toma posición a favor

Niveles	Conteo	% del total	% acumulado
0	1	1.5 %	1.5 %
1	33	50.0 %	51.5 %
2	32	48.5 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.6 El conductor toma una posición en contra

En la categoría C.2.3, el conductor toma posición en contra. En el 84.8% de las piezas, el conductor no toma una posición en contra; solo en un 13.6% de las piezas sí toma una posición en contra.

Tabla 3.6

Frecuencias de C.2.3 El conductor toma posición en contra

Niveles	Conteo	% del total	% acumulado
0	1	1.5 %	1.5 %
1	9	13.6 %	15.2 %
2	56	84.8 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

Se realizó un cálculo chi-cuadrado para conocer la relación entre la direccionalidad de los conductores del programa informativo y la emisión de juicios valorativos de su parte durante la transmisión (Códigos C.1.2 y C.5.3). También se halló una correlación significativa al analizar la direccionalidad de los conductores y la emisión de valoraciones por su parte en las transmisiones de la muestra ($X^2 = 17.0$, $df = 2$, $p < 0,001$).

3.7 Diversidad de enfoques de información

Sobre el código C.3.1., La nota presenta diferentes ángulos de un mismo hecho (opiniones políticas o sociales). En el 71.2% de las piezas no se presentaron diferentes ángulos, solo se hizo en el 28.8% de los casos.

Tabla 3.7

Frecuencias de C.3.1 La nota presenta diferentes ángulos de un mismo hecho (opiniones políticas o sociales)

Niveles	Conteo	% del total	% acumulado
1	19	28.8 %	28.8 %
2	47	71.2 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

Ante la pregunta C.3.1, La nota presenta diferentes ángulos de un mismo hecho, el análisis de datos encontró que el 71.2% de las piezas no presentó ángulos diferentes. Y en la pregunta C.3.2., referida a si utiliza fuentes opuestas, el análisis arrojó que en el 77.3% de las piezas no se utilizaron fuentes opuestas.

Así, en el bloque 1 del programa del 9 de noviembre, se realiza una entrevista al constitucionalista David Lobatón, a raíz de la aprobación de la vacancia (destitución) del entonces presidente peruano Martín Vizcarra. El entrevistado afirma que “en la Constitución está consagrado el derecho a la insurgencia y claramente en mi opinión es una vacancia inconstitucional, y ningún ciudadano le debe obediencia a un funcionario que ha asumido un cargo en forma claramente violatoria de la Constitución”.

Otro entrevistado en la misma secuencia, el excandidato presidencial Yohny Lescano, afirmó que “es una actitud irresponsable que, en medio de una pandemia, estén provocando una situación de inestabilidad de esta naturaleza, a través de una vacancia que ha desconocido todo principio jurídico”.

En ese sentido, los entrevistados coinciden en criticar la destitución de Vizcarra por añadir incertidumbre al ambiente político, pero también rechazan el llamado a la insurgencia hecho por Lobatón al inicio del programa del 09 de noviembre.

3.8 Uso de fuentes opuestas

En la categoría C.3.2. (Utiliza fuentes opuestas, de contraste), se aprecia que en el 77.3% de las piezas no utilizaron fuentes opuestas, solo se hizo en el 22.7% de los casos.

La pluralidad, entendida como el valor periodístico y derecho del televidente de acceder a diversidad de puntos de vista sobre un determinado tema, en este caso la vacancia y la movilización que se generó, estuvo mayoritariamente ausente de la cobertura de este espacio periodístico.

Tabla 3.8

Frecuencias de C.3.2 Utiliza fuentes opuestas, de contraste

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
1	15	22.7 %	22.7 %
2	51	77.3 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.9 Fuentes de información de una sola postura política

En la categoría C.4.1. (Las fuentes de información empleadas por el reportero o entrevistador están orientadas a una sola postura política), se aprecia en la mayoría de los casos (36.4%) que no se encontró evidencia. En el 33.3% de los casos, las fuentes

no estaban orientadas a una sola postura política, mientras que en el 30.3% sí lo estaban.



Tabla 3.9

Frecuencias de C.4.1 Las fuentes de información empleadas por el reportero o entrevistador están orientadas a una sola postura política

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	24	36.4 %	36.4 %
1	20	30.3 %	66.7 %
2	22	33.3 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.10 El público puede llegar a sus propias conclusiones

En la categoría C.4.2. (Permiten al público elaborar sus propias conclusiones, luego de mostrarle posturas discrepantes sobre un tema), en el 36.4% de piezas no hubo evidencia. En el 34.8% de los casos no permiten al público elaborar sus propias conclusiones; solo en el 28.8% de los casos el público puede elaborar sus propias conclusiones.

Tabla 3.10

Frecuencias de C.4.2 Permiten al público elaborar sus propias conclusiones, luego de mostrarle posturas discrepantes sobre un tema

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	24	36.4 %	36.4 %
1	19	28.8 %	65.2 %
2	23	34.8 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.11 Relato explícito de los hechos

Sobre el código C.5., Tratamiento de la información: narrativa o interpretativa, en el 69.7% de las piezas la información no es un relato explícito de los hechos, mientras que en el 18.2% sí lo es. En un 12 % de las piezas no hubo evidencia.

En cuanto a la pregunta C.5.1, la información presentada es un relato explícito de los hechos, en el 69.7% de las piezas la información no es un relato explícito de los hechos, mientras que en el 18.2% sí lo es.

En la primera secuencia del programa del 10 de noviembre, la conductora da pase al reportero en la Plaza San Martín, Ronny Mellán, quien hace el siguiente relato explícito de los hechos: “Lo que hemos podido observar es que la policía con gas lacrimógeno está dispersando a la población”. Pero, a continuación, el conductor Nicolás Salazar emite una opinión a favor de los manifestantes: “El tema es complicado

porque efectivamente el derecho a la protesta en las zonas rígidas, ese es el problema, entiendo que la policía debería pronunciarse al respecto. (...) sería importante escuchar un pronunciamiento de la policía”.

El conductor también refuerza la idea de que los manifestantes están haciendo uso de su derecho a la protesta, pero insiste en que la Policía Nacional aclare las medidas para controlar los disturbios en las calles.

Tabla 3.11

Frecuencias de C.5.1 La información presentada es un relato explícito de los hechos

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	8	12.1 %	12.1 %
1	12	18.2 %	30.3 %
2	46	69.7 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.12 Información con calificativos positivos

Ante la pregunta C.5.2., La información presenta opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor positivo, en el 48.5% de los casos la información tiene opiniones o calificativos que le dan un valor positivo, mientras que en el 39.4% no tiene opiniones ni presunciones que le den un valor positivo.

El siguiente reportero que se enlaza desde Palacio de Gobierno, Jason La Torre, el día 10 de noviembre de 2020, hace un relato explícito de la información al señalar: “Hemos tratado de ingresar, la policía no lo permitió, hay órdenes de no autorizar a las personas ni siquiera a la prensa que puedan hacer su ingreso”. A continuación emite una opinión a favor: “Se puede comprender de alguna manera la incomodidad de la gente, pero podría representar un peligro. Importantísimo que ya tengamos dentro de poco un gabinete ministerial, importante porque el presidente Manuel Merino no va a poder hacer nada sino tiene un gabinete ministerial. Cualquier acto de Estado que quiera hacer el presidente no va a poder ser”.

Tabla 3.12

Frecuencias de C.5.2 La información presenta opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor positivo

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	8	12.1 %	12.1 %
1	32	48.5 %	60.6 %
2	26	39.4 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.13 Información con calificativos negativos

Ante la pregunta C.5.3., La información presentada contiene opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor negativo, en el 66.7% de las piezas no hubo calificativos que le den un valor negativo, solo hubo opiniones o presunciones de valor negativo en el 21.2% de las piezas.

Tabla 3.13

Frecuencias de C.5.3. La información presentada contiene opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor negativo

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	8	12.1 %	12.1 %
1	14	21.2 %	33.3 %
2	44	66.7 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.14 Fuentes de información oficiales

Ante la pregunta C.6., Las fuentes de información son funcionarios, autoridades, representantes de los poderes del Estado o de entidades cuya opinión o posición tiene importancia en el tema, como la Organización de Estados Americanos (OEA) o la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el 53% de las piezas no hubo fuentes oficiales a las cuales atribuir la información, mientras que en el 42.4% de los casos sí la hubo.

Por ejemplo, en la edición del 11 de noviembre se encontró que uno de los reporteros que cubre la movilización en las calles de Lima señaló que “esta es una movilización que tendría autorización, según se nos ha informado”. Como se observa, no precisa una fuente informativa y se habla en condicional.

En otro momento se da cobertura al caso de un joven que agredió a un congresista propinándole un golpe en el rostro, y pese a que la nota se cubre desde la Comisaría de San Andrés no se entrevista a ninguna autoridad policial, solo al joven quien se disculpa con el parlamentario, el congresista que acepta las disculpas, y se ve la presencia de un familiar del agresor.

Acto seguido, la conductora recuerda que en el país hay derecho a la protesta, siempre que sea pacífica “como se viene dando en los últimos días” y que mientras sea pacífica no hay motivo para detenciones arbitrarias “que es lo que se ha venido

denunciando en las redes sociales”, afirmó, y tras atribuirle condición de fuente a las redes sociales, anuncia que más adelante hablarán sobre este caso con la Defensoría del Pueblo. En ningún momento se entrevista ni se menciona el interés de entrevistar a las autoridades judiciales o policiales.

Con respecto a la diversidad de fuentes de información y fuentes fidedignas que utiliza el programa ¿Qué está pasando?, se encontraron algunas frases pronunciadas por los conductores del programa el día 5, bloque 1, pieza 1: “Lamentablemente, nuevamente, se notificaron por las redes sociales un uso excesivo de la fuerza de parte de la Policía Nacional”.

En este discurso, uno de los conductores menciona que su fuente es Twitter, y no señala de qué cuenta procede la información que comparte.

Tabla 3.14

Frecuencias de C.6.1. Las fuentes de información son funcionarios, autoridades, representantes de los poderes del Estado o de entidades cuya opinión o posición tiene importancia en el tema

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	3	4.5 %	4.5 %
1	28	42.4 %	47.0 %
2	35	53.0 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.15 Tiempo dedicado a la pandemia

Las noticias relacionadas a la pandemia, así como las recomendaciones de cuidado para evitar el contagio del coronavirus, aunque en una proporción por debajo del 7%, formaron parte del contenido informativo de ¿Qué está pasando? durante la semana del fenómeno analizado como lo demuestran las siguiente tablas.

En la categoría C.7.1 (Dedica tiempo a la pandemia) se observa que en el 93.3% de las piezas no hubo tiempo dedicado a la pandemia, a pesar de que se anticipaba una segunda ola de contagios del COVID-19. Solo hubo mención al virus en el 6.7% de las piezas. Así, el conductor Nicolás Salazar menciona, antes del cierre del programa, que “no olvidemos que estamos en medio de la pandemia, no olvidemos que estamos con una economía resquebrajada y estos hechos políticos podrían generar inestabilidad”.

Tabla 3.15

Frecuencias de C.7.1. Dedicar tiempo a la pandemia

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
1	4	6.7 %	6.7 %
2	56	93.3 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.16 Dedicar mayor tiempo a la pandemia

En la categoría C.7.2. (Dedicar igual o más tiempo a la pandemia), en la totalidad de piezas no hubo tiempo similar o mayor dedicado a este tema.

Tabla 3.16

Frecuencias de C.7.2. Dedicar igual o más tiempo a la pandemia

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
2	60	100.0 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.17 Dedicar menor tiempo a la pandemia

En la categoría C.7.3. (Dedicar igual o menor tiempo a la pandemia), en el 93.3% de las piezas no hubo tiempo igual o menor dedicado a la pandemia; esto se presentó en el 6.7% de las piezas.

Cabe precisar que las menciones no eran para promover el cuidado sino para comentar si se estaban tomando medidas de protección, o incluso justificar la ausencia de estas. Es así que, por ejemplo, en el programa del 13 de noviembre los reporteros emiten los siguientes comentarios: “la mayoría hasta el momento se ha observado que usan mascarillas...muchas con más prevención, incluso máscara facial, muchos con bicicletas y *scooter*...pedimos a tomar medidas preventivas por las calles cerradas, congestionadas, paciencia...”.

También comentan en otro momento que “la policía está motivando un distanciamiento social que no se está respetando mucho, pero bueno son momentos difíciles”. En el mismo sentido, señalan que “vemos que la mayoría de manifestantes, los jóvenes, no están cumpliendo con el distanciamiento social”.

Sin embargo, mientras los conductores y reporteros no mencionan las medidas de cuidado que se deben tener en cuenta, durante la tanda comercial el canal sí incluye mensajes de cuidado totalmente contrarios a lo que viene sucediendo en la vía pública y que los periodistas del canal reportan sin mayor reflexión.

Tabla 3.17

Frecuencias de C.7.3. Dedicar igual o menor tiempo a la pandemia

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
1	4	6.7 %	6.7 %
2	56	93.3 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

Figura 3.1

Video



Nota: Tomado de programa ¿Qué está pasando? de TVPerú, 2020.

3.18 Periodista emite juicios de valor

Ante la pregunta C.8.1. (El periodista emite juicios de valor), en la mayoría de las piezas (57.6%) no hubo evidencias. En el 31.8% de las piezas sí hubo juicios de valor del periodista, mientras que en el 10.6% no lo hubo.

Tabla 3.18

Frecuencias de C.8.1. El periodista emite juicios de valor

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	38	57.6 %	57.6 %
1	21	31.8 %	89.4 %
2	7	10.6 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.19 El periodista emite juicios de valor a favor

Ante la pregunta C.8.2. (Emite juicios de valor a favor), en el 57.6% de los casos no hubo evidencias. En el 27.3% de las piezas el periodista emitió juicios de valor a favor, mientras que en el 15.2 % no lo hizo.

En la última secuencia del programa del 10 de noviembre el reportero presente en la ciudad de Huancayo, Pedro Tinoco, emite un juicio de valor al asegurar que “definitivamente la población está reflexionando seguramente que nuestro país debe

estar encaminado en la senda del progreso y desarrollo, evitando todo tipo de conflictos y desórdenes sociales”.

Los reporteros en esa jornada califican los sucesos como históricos y también saludan, en el caso de Huancayo, que la población reflexione y evite manifestarse públicamente. Tanto periodistas como conductores emiten juicios de valor a favor o en contra de los acontecimientos.

En la última secuencia del programa del 09 de noviembre, el reportero Genaro Bermedo manifiesta su opinión sobre la jornada, desde su puesto de transmisión en Palacio de Gobierno, al afirmar que se encuentra “en la sede del Ejecutivo en un día histórico para el Perú en que por cuarta vez el Congreso de la República vaca a un presidente de la República”.

Tabla 3.19

Frecuencias de C.8.2. Emite juicios de valor a favor

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	38	57.6 %	57.6 %
1	18	27.3 %	84.8 %
2	10	15.2 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.20 El periodista emite juicios de valor en contra de las protestas

Ante la pregunta C.8.3. (Emite juicios de valor en contra), se aprecia que en el 37.9% de las piezas, el periodista no emitió juicios de valor en contra, pero sí lo hizo en el 4.5% de los casos.

Tabla 3.20

Frecuencias de C.8.3. Emite juicios de valor en contra

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	38	57.6 %	57.6 %
1	3	4.5 %	62.1 %
2	25	37.9 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.21 Juicios de valor de los conductores

Ante la categoría C.9. (Emisión de juicios de valor del conductor o conductores), específicamente la pregunta C.9.1. (El conductor emite juicios de valor), se aprecia que en el 71.2% de las piezas el conductor sí emite juicios de valor, mientras que en el 27.3% de los casos no lo hizo.

Tabla 3.21

Frecuencias de C.9.1. El conductor emite juicios de valor

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	1	1.5 %	1.5 %
1	47	71.2 %	72.7 %
2	18	27.3 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.22 El conductor emite juicios de valor a favor

Ante la pregunta C.9.2. (Emite juicios de valor a favor), en el 57.6% de las piezas, el conductor emite juicios de valor a favor, mientras que en el 40.9% no lo hace.

En el programa del 10 de noviembre la conductora Perla Berríos emite un juicio de valor a favor de la información al expresar que “estamos viendo gente herida, personas que están resultando lastimadas, han utilizado perdigones también, se han registrado fotografías durante todo el día, así que estamos muy pendientes de lo que está pasando porque las calles también tienen voz”.

La misma conductora comenta sobre los detenidos por las protestas y señala que “no todas las personas que están protestando son revoltosos, son personas que también quieren hacer sentir su voz respecto de la crisis política que atraviesa nuestro país”. La conductora subraya que los manifestantes tienen derecho a expresarse en las calles y cuestiona la represión policial.

Tabla 3.22

Frecuencias de C.9.2. Emite juicios de valor a favor

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	1	1.5 %	1.5 %
1	38	57.6 %	59.1 %
2	27	40.9 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.23 El conductor emite juicios de valor en contra

En la pregunta C.9.3. (Emite juicios de valor en contra) se encontró que en el 84.8% de las piezas, el conductor no emite juicios de valor en contra, pero sí lo hace en el 13.6% de los casos.

Tabla 3.23

Frecuencias de C.9.3. Emite juicios de valor en contra

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	1	1.5 %	1.5 %
1	9	13.6 %	15.2 %
2	56	84.8 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

El tiempo dedicado a la despedida del programa, que regularmente es de 10 a 15 segundos, se prolongó por cerca de 4 minutos. Durante estos minutos finales, los conductores dieron a conocer el contenido de una carta pública del gerente de prensa del Instituto de Radio y Televisión en la que el referido funcionario renuncia al cargo que ocupaba argumentando que una persona de confianza del nuevo presidente (Merino Lama) le había pedidos cesar con la cobertura de las manifestaciones ciudadanas lo que consideraba una presión contraria a la libertad de expresión.

Tras leer la carta la conductora anuncia que los periodistas de TVPerú quieren pronunciarse al respecto. A continuación, se presenta la transcripción del diálogo/comentarios de los presentadores Perla Berrios y Nicolás Salazar.

Berrios: “Antes de terminar, nosotros como periodistas de TVPerú queremos hacer un pronunciamiento respecto de lo que ha pasado al interior del IRTP. Como ya es de público conocimiento, ha renunciado todo el directorio del IRTP con el señor Eduardo Guzmán a la cabeza, quien es el presidente del IRTP. Y también ha presentado su carta de renuncia quien era el gerente de informaciones, el gerente de prensa, estamos hablando del periodista Renzo Mazzei. En su carta él ha denunciado algo que nos parece sumamente grave, él ha denunciado que el 10 de noviembre -estoy leyendo textual-, “tras la juramentación del señor Manuel Merino de Lama, como presidente de la República, recibí la llamada de un colaborador de confianza de dicha autoridad, que trabaja con él desde el Congreso, para solicitarme que el Canal dejara de informar sobre las protestas que en ese momento se transmitían en vivo por la señal del canal del Estado. Este no es un canal que responde a un gobierno en particular, es un canal de todos los peruanos. Queremos resaltar esa idea porque nos parece importante más aún en estas circunstancias.

Salazar: En esta coyuntura, así es, Perla, me sumo a tu pronunciamiento. Solamente decir que a Renzo Mazzei lo conozco muchos años no solo como

colega, una persona íntegra, valiente, sino también como amigo”.

Berríos: Renzo Mazzei, Eduardo Guzmán y a los miembros del directorio. Queremos decir que nosotros vamos a seguir informando con la verdad, con la transparencia, con el equilibrio, con la pluralidad.

Salazar: Con la independencia, por supuesto.

Berríos: Con la independencia. Esperamos que esto no cambie. Eso esperamos sinceramente de corazón, que esto no cambie, porque de lo contrario vamos a tener que salir también a denunciarlo y vamos a ser los primeros en levantar nuestra voz de protesta. Este es el canal de todos los peruanos y ustedes tienen todo nuestro compromiso firme de hacer un periodismo con ética, como lo hemos venido haciendo hasta el día de hoy. Mañana nos vemos, si Dios quiere”.

En estos minutos los periodistas han ejercido su derecho de expresión y han enunciado los valores periodísticos que defienden. Sin embargo, el espacio que conducían por lo menos en el periodo de tiempo investigado presentó una baja adhesión a los valores de la pluralidad (en el 73,3% de las notas informativas no presentó diversidad de opiniones) y objetividad (en el 50% de las notas los conductores presentan comentarios a favor de las manifestaciones) que forman parte de la ética periodística.

Esto demuestra la necesidad de reforzar el entendimiento y ejercicio de la ética periodística en cada uno de los profesionales que forman parte de la cadena informativa.

3.24 El cintillo muestra información con objetividad

En la categoría C.10. (El cintillo, el texto que aparece en la pantalla que contextualiza la emisión, presenta una posición a favor o en contra de la información), específicamente en la pregunta C.10.1. (El cintillo presenta la información con objetividad limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran), se aprecia que en el 78.8% de las piezas, el cintillo refuerza lo que las imágenes muestran; solo en un 18.2% de las piezas el cintillo no presentó la información con objetividad.

Tabla 3.24

Frecuencias de C.10.1. El cintillo presenta la información con objetividad limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	2	3.0 %	3.0 %
1	52	78.8 %	81.8 %
2	12	18.2 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.25 El cintillo muestra posición a favor

Ante la pregunta C.10.2. (El cintillo expresa posición a favor), en el 83.3% de las piezas el cintillo no expresó posición a favor, lo cual sí se presentó en el 13.6% de los casos.

Tabla 3.25

Frecuencias de C.10.2. El cintillo expresa posición a favor

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	2	3.0 %	3.0 %
1	9	13.6 %	16.7 %
2	55	83.3 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.26 El cintillo muestra posición en contra

Ante la pregunta C.10.3. (El cintillo expresa posición en contra), en el 93.9% de las piezas el cintillo no expresó una posición en contra, pero sí lo hizo en el 3% de los casos.

Tabla 3.26

Frecuencias de C.10.3. El cintillo expresa posición en contra

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	2	3.0 %	3.0 %
1	2	3.0 %	6.1 %
2	62	93.9 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.27 La cámara enfoca sólo al entrevistado

En la categoría C.11. (Diferencias en presentación de información - manejo de cámara y lo que las imágenes muestran), específicamente en la pregunta C.11.1. (Se enfoca solo en el entrevistado), se aprecia que en el 74.2% de las piezas la cámara no se enfoca solo en el entrevistado, mientras que en el 16.7% de los casos sí lo hizo.

Tabla 3.27

Frecuencias de C.11.1. Se enfoca solo en el entrevistado

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	6	9.1 %	9.1 %
1	11	16.7 %	25.8 %
2	49	74.2 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

3.28 La cámara enfoca detalles alternos

Ante la pregunta C.11.2. (Se enfoca en detalles alternos al entrevistado), se aprecia que en el 72.7% de las piezas la cámara sí se enfoca en detalles alternos al entrevistado. Solo en el 18.2% de los casos no lo hace.

Tabla 3.28

Frecuencias de C.11.2. Se enfoca en detalles alternos al entrevistado

Niveles	Conteo	% del total	% Acumulado
0	6	9.1 %	9.1 %
1	48	72.7 %	81.8 %
2	12	18.2 %	100.0 %

Nota: Elaboración propia, 2023.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo por objeto analizar si durante la cobertura de la vacancia presidencial del 2020 hubo adherencia a los principios de ética periodística del canal TVPerú, entre los cuales se pueden mencionar la neutralidad y la transparencia, en el programa noticioso ¿Qué está pasando?, lo cual pudo haber caído a niveles bajos en el periodo estudiado. Esto quedó en evidencia en el análisis realizado al encontrar que en el 71% de las piezas, el conductor pronunció juicios de valor a favor de las protestas en un 57.6% de los casos. De igual manera, en el 50% de las piezas los conductores tomaron una posición a favor y en el 77% de las piezas los periodistas no usaron fuentes opuestas para informar sobre las manifestaciones de protesta contra el entonces presidente Manuel Merino y la vacancia de Martín Vizcarra.

Con ello, no se afirma que este sea un proceder habitual de todos los espacios periodísticos del canal ni de sus periodistas en otros contextos, sino que esto se ha observado en particular en esta cobertura, lo cual lleva a considerar que fue una postura adoptada ante una coyuntura política que impactó directamente la gestión institucional de TVPerú y en la reputación de los directivos de turno.

Ejemplo de ello es que el informe de la Misión de Expertos de la Unión Europea (Unión Europea, 2021) sobre el comportamiento de los medios en el proceso electoral posterior a las protestas señaló que los medios de comunicación estatales cubrieron el proceso electoral de “manera imparcial”, “equitativa y neutral”. Por el contrario, señalaron que la mayoría de los medios de comunicación privados de Lima realizaron una cobertura informativa “claramente sesgada” a favor de Fuerza Popular y en detrimento de Perú Libre, “contraria a los códigos de ética periodística, la legislación nacional y los compromisos internacionales sobre medios de comunicación”.

Las hipótesis planteadas en el estudio versan sobre si existe una relación entre la direccionalidad de los reporteros y conductores del programa con el tratamiento de la información y la emisión de juicios valorativos. A la luz de los resultados del análisis, se encontró que el 69.7% de las piezas no era un relato explícito de los sucesos, en el 48% de la información hubo calificativos que le daban un valor positivo y que no hubo utilización de fuentes oficiales en el 53% de las piezas.

Esta elección de los contenidos en el referido programa permite inferir que el espacio informativo del canal estatal estaba mostrando una posición a favor de las protestas contra el gobernante que sucedió a Vizcarra durante una semana, pues las movilizaciones forzaron su salida del cargo y la toma de mando del legislador Francisco Sagasti.

En tal sentido, el programa ¿Qué está pasando? de TVPerú presentó en la mayoría de las piezas, informaciones y comentarios que se alejaron de la neutralidad que proclama en su código de ética y los valores que dijeron defender sus conductores. La información que presentó el programa del canal estatal respaldaba la sensación de rechazo al gobierno de turno y, en ese sentido, se unió al limbo que vivió la sociedad peruana en una semana convulsionada, con tres presidentes consecutivos.

La pluralidad informativa que forma parte de los valores del periodismo cobra mayor relevancia en un medio de comunicación del Estado y su ejercicio los diferencia de ser un medio del gobierno. Si bien el manejo de la información que hicieron los conductores y reporteros de ¿Qué está pasando? evidencia que no se alinearon al gobierno entrante, tampoco muestra esa pluralidad clave para que la audiencia pueda crear su propia opinión, más aún cuando se habla de la única fuente informativa televisada a la que tienen acceso los ciudadanos en algunos lugares del país.

Otro tema que motivó las preguntas de investigación fue si la coyuntura informativa sobre la vacancia tuvo mayor presencia que la prevención sanitaria por la pandemia.

Durante el periodo analizado, la mención sobre los cuidados por la pandemia quedó reducido a un mínimo en el programa periodístico nocturno, dado que el 93.3% de las piezas analizadas no tuvo el mismo tiempo dedicado a la pandemia y solo el 6.7% de las piezas tuvo una referencia a la crisis sanitaria.

La reducida cobertura sobre la covid-19 cuando aún estaba activa, para dar mayor atención a la coyuntura política, mostró que el canal del Estado dio prioridad a su función informativa, sobre la labor de promoción de la salud en plena pandemia, lo cual llamó la atención sobre la necesidad de que los medios de comunicación tengan presente que los derechos humanos, como el de la salud, son indivisibles e interrelacionados entre sí.

En este caso el programa ¿Qué está pasando?, como espacio informativo de un medio de comunicación estatal puso el derecho a la información por encima del derecho a la salud, ya que en un contexto de pandemia no informó sobre las medidas preventivas y el estado de la pandemia y se concentró en la crisis política.

Precisamente, a raíz de las cuarentenas aplicadas para luchar contra la COVID-19, los programas informativos de los medios de comunicación y de las instituciones públicas y privadas crearon o reforzaron sus plataformas digitales para asegurar que los contenidos lleguen al público en ese contexto de alerta sanitaria mundial, según Angulo-Giraldo y Bolo-Varela (2021).

El programa elegido como material de estudio es uno de los espacios noticiosos de TVPerú con mayor alcance en Facebook, y que fue compartido con regularidad en esa plataforma los días de la crisis política de noviembre de 2020.

Así, el programa ¿Qué está pasando? tuvo un promedio de 20,000 reproducciones y 300 comentarios de sus seguidores en Facebook, entre el 10 y 16 de noviembre del 2020, pero el día de la destitución del entonces presidente Vizcarra (09 de noviembre) las reproducciones se elevaron a 132,000, con 2,600 comentarios, y el 15 de noviembre, un día después de la marcha de protesta que dejó dos muertos y decenas de heridos, hubo 179,000 reproducciones del programa y 2,900 comentarios.

Como ya se ha señalado, en la agenda informativa del periodo de investigación se observa una mínima presencia de temas relacionados a la pandemia, dado que los temas sobre la crisis política coparon la cobertura de este, minuto a minuto.

El análisis realizado confirma que el programa cumple con el fin informativo que ofrece el IRTP; sin embargo, el enfoque periodístico, en esos días, se centra en mostrar, en gran medida, los supuestos aspectos positivos de las protestas, de forma similar a la postura de varios medios de comunicación privados que se mostraron afines a las manifestaciones.

La crisis política que generó un vacío de poder en el Ejecutivo se vio reflejada también en la conducción del espacio informativo ¿Qué está pasando?, donde los conductores adjetivaron la información y exponían sus juicios de valor sobre los acontecimientos, tal como se mostró en el 71.2% de las piezas donde los conductores

emitieron juicios de valor, y en el 57.6% de las piezas donde los comentarios estuvieron a favor de las manifestaciones.

El estudio también arrojó que la presentación sobre los diferentes ángulos en las notas de un mismo hecho poseía un gran porcentaje negativo, dado que en el 77% de las piezas no se utilizaron fuentes opuestas.

Además, los datos obtenidos en el análisis y el contenido de la transmisión del programa permiten dilucidar que un factor motivador de la anunciada renuncia de los directivos de TVPerú, por supuestas presiones del gobierno, fue la intención de marcar distancia ante un probable irrespeto a la libertad de prensa pero, en la práctica, mantuvo la cobertura de las protestas sin atender a todos los valores periodísticos.

El interés permanente del programa era hacer visibles las manifestaciones que se desarrollaban en las calles de las principales ciudades del país. Eso se evidencia cuando se observó que durante las entrevistas relacionadas a la situación política del país se mantenía en pantalla compartida las imágenes del desarrollo de las protestas, tal como lo demuestran el 72.7% de las piezas que presentan imágenes de las movilizaciones cuando se presenta a un entrevistado en estudio.

En el caso del programa materia de esta investigación, como lo demuestran los resultados del tiempo de cobertura dedicado a la pandemia, se dejó de lado la tarea educativa a la que alude Stoian (Manrique-Grisales, 2020). Si bien no existen elementos para asegurar qué influyó a favor o en contra de las movilizaciones, es evidente que la cobertura informativa contribuyó con “en qué pensar” de sus seguidores y televidentes.

En síntesis, se está ante una figura poco habitual en la que el canal del Estado no solo no respalde al gobierno de turno, sino que avale con su tratamiento informativo a la posición contraria.

El análisis del contenido emitido en este periodo de tiempo refleja que el entendimiento y ejercicio de la libertad de prensa del equipo periodístico estuvo divorciado de los principios básicos del periodismo, como son la objetividad e imparcialidad, y al servicio de la defensa de los grupos opositores al gobierno. Esto se hizo más evidente en esos días por la falta de fuentes oficiales y la carencia de pluralidad de voces, además que los conductores comentaban positivamente la participación de la gente en las movilizaciones de protesta, y hablaban en forma negativa sobre la intervención de la Policía Nacional y las autoridades del Ejecutivo.

Los conductores desconocieron el reporte oficial sobre las protestas que dio el director de la Policía Nacional, atribuyéndole veracidad a los comentarios en las redes sobre la labor policial.

También se observó una debilidad en la verificación de la información, tomando como referencia los comentarios de las redes sociales, especialmente en Twitter, y dando por ciertas las denuncias, como una caja de resonancia. Asimismo, el programa le dedicó varios minutos a un entrevistado que deslizó la posibilidad de la insurgencia, que significaba desconocer al mandatario nombrado (Manuel Merino), y otros invitados respaldaron esa figura.

Durante la cobertura de esos días, la línea editorial del programa se mantuvo leal al presidente (Martín Vizcarra) que había sido destituido e intensificó la crítica contra el sucesor (Merino), esto se desprende de la cobertura ininterrumpida a las marchas de protesta a nivel nacional, en todos sus canales y programas. Incluso, en plena crisis, los directivos del canal anunciaron las renunciaciones a sus cargos porque allegados al gobierno les pidieron que dejen de informar sobre las protestas, según denunciaron en cartas hechas públicas.

Toda la información se encuadró en la crisis política dejando de lado cualquier otra información ajena, tanto de la pandemia como otro tipo de noticias a nivel global.

Sobre las limitaciones del estudio, queda por conocer la posición particular de los periodistas y conductores del programa en ese periodo, pues los presentadores fueron reemplazados al poco tiempo, así como los principales directivos de IRTP, la entidad que engloba a los medios públicos peruanos.

Igualmente, es importante analizar las descargas del programa en Facebook y otras redes sociales del canal TVPerú y el nivel de compartidos en los días más álgidos de las protestas, pues la pandemia aceleró el consumo de noticias en redes sociales y la disminución de estas informaciones en los medios de comunicación tradicionales.

La emisión del programa ¿Qué está pasando? en la red social Facebook de TVPerú es una práctica usual. La presente investigación no tiene el objetivo de determinar si esta práctica obedece a un interés del canal del Estado por posicionar su agenda informativa en las redes sociales o si es en respuesta ante la demanda de la agenda impuesta por los usuarios de las redes. Ahondar en este tema es un desafío para futuras investigaciones.

La proclamada objetividad y neutralidad del canal del Estado quedó en entredicho en la cobertura de la crisis política presidencial. Fue una semana en la que el Perú tuvo tres presidentes consecutivos y el contenido del programa analizado mostró un sutil apoyo a las marchas de protesta contra el gobernante de turno, y rechazo a la decisión del Congreso de destituir a su antecesor.

En la cobertura faltaron fuentes oficiales de contrapeso que brindaran un equilibrio en esos momentos de crisis. En su lugar, tuvieron un mayor tiempo y espacio en pantalla las opiniones que respaldan las protestas y el rechazo a la actuación de la Policía Nacional. Las fuentes oficiales consultadas ratificaron el resultado de la represión respecto a la existencia de heridos y detenidos en las movilizaciones.

Los mensajes en las marchas, que se vieron en la cobertura televisiva también aludían al “sacrificio” de los manifestantes (la generación del Bicentenario) que se arriesgaban a lanzarse a las calles en la llamada defensa de la democracia, en lugar de sus padres o adultos mayores, que tenían que proteger su salud de la pandemia.

Los resultados de la investigación plantean la pertinencia de continuar indagando sobre la consistencia entre los contenidos periodísticos y los valores del medio en que se emiten, como la objetividad, y la pluralidad, cuando se trata de un canal público.

Además, futuras investigaciones también podrían examinar la percepción sobre la confiabilidad de la línea editorial de un medio gubernamental o público en situaciones de crisis política, dado que estas crisis tienen el potencial de generar espacios de transición entre la administración del gobierno de turno y el ambiente político de un país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angulo-Giraldo, M. y Bolo-Varela, O. (2021). Medios de comunicación y conflictos sociales durante la pandemia por COVID-19: análisis de los enfoques presentes en la prensa de Lima durante las protestas contra el gobierno interino de Manuel Merino (2020). *Desde el Sur*, Vol. 13, N°1, enero/junio 2021. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-09592021000100005
- Aruguete, N. (2017, January). Agenda Setting y Framing: Un debate teórico inconcluso. *Más Poder Local*, (30), pp. 36-42.
- Benson, R. y Powers, M. (2011). *Medios Públicos e Independencia Política: lecciones para el futuro del periodismo de todo el mundo*. Universidad de Nueva York. Departamento de Medios, Cultura y Comunicación.
- Bronstein, J.; Aharony, N., y Bar, J. (2018). Uso de Facebook por parte de los políticos durante las elecciones: Uso de discurso basado en las emociones, personalización, participación en las redes sociales y viveza. *Revista Aslib de Gestión de la Información*.
- Casero, A. (2009). El control político de la información periodística. *Revista Latina de Comunicación Social (RLCS)*, (64), 354-366. DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-828-354-366
- Christofolletti, R., y Becker, D. (2020). Retos para la adopción de la transparencia en la agenda de ética periodística en América Latina. *Sintaxis*, 1(5), pp. 11-30. doi.org/10.36105/stx.2020n5.01
- DellaVigna, S. y Kaplan, E. (2006). The Fox News Effect: Media Bias and Voting. NBER Working Paper N° W12169.
- Erlingsson, C., y Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African journal of emergency medicine*, 7(3), pp. 93-99.
- Fernández, C.; Revilla, J., y Domínguez, R. (2011). Las emociones que suscita la violencia en televisión. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*. La televisión y sus nuevas expresiones. Vol. XVIII, N° 36, 1° semestre, marzo 2011.

[https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=36
&articulo=36-2011-12](https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=36&articulo=36-2011-12)

- Freelon, D. (2010). ReCal: Intercoder reliability calculation as a web service. *International Journal of Internet Science*, 5(1), pp. 20-33. https://www.researchgate.net/publication/228419937_ReCal_Intercoder_Reliability_Calculation_as_a_Web_Service
- García, J. (1996). La profesionalidad en el periodismo audiovisual: el caso de los manuales de estándares de las cadenas CBS, NBC y ABC. *Comunicación y Sociedad*, 9(1-2), 175-198. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35628>
- Ghanem, S. (1997). Rellenar el tapiz: El segundo nivel del establecimiento de la agenda. En: McCombs, M.; Shaw, D., y Weaver, D. (1997). *Communication and Democracy, exploring the intellectual frontiers in agenda setting theory*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Guzmán, M., y Martínez, C. (2010). Agenda setting-agenda cutting-agenda surfing: una aproximación a las actuales aplicaciones de la teoría. En: Luchesi, L. (Comp). (2010). *Nuevos escenarios detrás de las noticias*. La Crujía Ediciones.
- Instituto de Estudios Peruanos (IEP). (2020). Encuesta de opinión, agosto 2020. www.iep.org.pe/noticias/encuesta-de-opinion-agosto-2020
- Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP). (s.f.). Ética en la Función Pública. <https://www.irtp.gob.pe/etica-funcion-publica>
- Ipsos. (2020). Opinión Data abril 2020. www.ipsos.com/es-pe/opinion-data-abril-2020
- Kaid, L. (Ed.). (2004). *Handbook of Political Communication Research*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Lombard, M.; Snyder-Duch, J., y Bracken, C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human communication research*, 28(4), pp. 587-604.
- Manrique-Grisales, J. (2020). La prensa en modo pandemia: una aproximación a las agendas informativas de Expreso y El País sobre COVID-19. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 2020, Suplemento 1, <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5450>

- Márquez, C.; Calva, K., y Duque, V. (2021). El discurso gubernamental de Ecuador y Perú durante la pandemia por COVID-19 en Facebook. *Communication Papers*, 2021, Vol. 10, Núm. 21, pp. 51-73. https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v10i21.22697.
- Márquez, M. (2020). Valores normativos y prácticas de reporte en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México. *CuadernosInfo*, (30), pp. 97-110. doi.org/10.7764/cdi.30.430
- Márquez, M., y Hughes, S. (2020). Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México. Reporte de Investigación. *Global Media Journal*. Vol. 14, núm. 26, pp. 129-130.
- Mauri-Ríos, M.; Ramon-Vegas, X., y Rodríguez-Martínez, R. (2020). Media coverage of the Covid-19 crisis: recommendations and proposals for self-regulation. *Profesional de la Información*, 29(6). doi.org/10.3145/epi.2020.nov.22
- McCombs, M.; Shaw, D., y Weaver, D. (1997). *Communication and Democracy, exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Nili, A.; Tae, M., y Barros, A. (2017). A Critical Analysis of Inter-Coder Reliability Methods in Information Systems Research. *Australasian Conferences on Information Systems-ACIS 2017 Proceedings*. 99. https://www.researchgate.net/publication/321848719_A_Critical_Analysis_of_Inter-Coder_Reliability_Methods_in_Information_Systems_Research
- Prado, G. (2012). *La argumentación en editoriales de prensa posteriores al golpe de Estado de 1973 en Chile: una aproximación desde el análisis crítico del discurso*. Universidad de Chile.
- Red ética. (2022, 04 de agosto). Caso ‘Matarife’: ¿cuáles son los límites éticos de la opinión y los contenidos de redes sociales? <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/noticias/caso-matarife-cuales-son-los-limites-eticos-de-la-opinion-y-los>
- Riffe, D.; Lacy, S., y Fico, F. (2005). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Tercera edición. Routledge.

- Riffe, D.; Lovejoy, J.; Watson, B. y Lacy, E. (2014). *Evaluación de los informes de confiabilidad en los análisis de contenido publicado: 1985-2010*. Routledge.
- Ruis, J. (2018). La regeneración del periodismo: el modelo de eldiario.es (2012-2017). [Tesis de Doctorado, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/666649#page=2>
- Shanagan, J., y Morgan, M. (1999). *Television and its Viewers*. Cambridge University Press.
- Shirky, C. (2011). The Political Power Of Social Media: Technology, The Public Sphere, and Political Change. *Foreign Affairs*. Vol. 90, No. 1 (January/February 2011), pp. 28-41. <https://www.jstor.org/stable/25800379>
- Suárez-Villegas, J. (2017). El periodismo ciudadano. Análisis de opiniones de periodistas profesionales de España, Italia y Bélgica. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (74), pp. 91-111. doi:10.29101/crcs.v0i74.4383
- TVPerú. (2020). Programa ¿Qué está pasando? Del 11 de noviembre del 2020. [Video]. Documento reservado.
- Unión Europea. (2021). Unión Europea, Misión de Expertos Electorales, República del Perú 2021, Informe final. Elecciones generales 11 de abril de 2021. Segunda vuelta presidencial 6 de junio de 2021. www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eu_eem_per_2021_fr_es.pdf



ANEXOS

ANEXO 1. PREGUNTAS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

<p>Vacío de investigación Se desconoce si TVPerú Noticias mostró falencias, y en qué grado, en su adhesión a los valores éticos y periodísticos que lo rigen.</p>
--

<p>Pregunta general: ¿Se manifiesta una adherencia a los valores periodísticos del canal TVPerú durante la cobertura de la vacancia presidencial de Martín Vizcarra en 2020 en los contenidos transmitidos en su Facebook?</p>	<p>Objetivo general: Analizar si hubo adherencia a los valores periodísticos de TVPerú Noticias durante la cobertura de la vacancia presidencial de 2020 en los contenidos transmitidos en su Facebook.</p>
---	--

<p>Pregunta específica 1: ¿Se advirtió si la coyuntura informativa sobre la vacancia presidencial tuvo una mayor <u>cobertura</u> de TVPerú que la prevención sanitaria por la pandemia ?</p>	<p>Objetivo específico 1: Analizar si primó la promoción del bienestar público o el derecho a la información en TVPerú Noticias.</p>
--	---

<p>Pregunta específica 2: ¿Hubo cambios evidentes en el contenido publicado en el Facebook de TVPerú Noticias según el ingreso de nuevas autoridades al Ejecutivo?</p>	<p>Objetivo específico 2: Examinar si hubo cambios evidentes en el contenido publicado en el Facebook de TVPerú Noticias, según el ingreso de nuevas autoridades al Ejecutivo.</p>
---	---

Nota: Elaboración propia, 2023.

ANEXO 2. TABLAS DE ANÁLISIS

ID Pieza 1= titulares, 2=enlaces 3=entrevista,4=in situ, 5=regionales, 6=inter., 7=deporte, 8=cultura/sociedad/misc, 9=cierre/resumen, 10=otros



Ficha de análisis DÍA 3

ID transmisión: DÍA 3

Fecha: 11 NOVIEMBRE 2020

Medio: Tv Perú

ID Bloque: 1

ID Pieza: 4 (in situ 1) dura 2:50

ID Nota:

Categoría 1 Posición: periodista/ reportero Direccionalidad – Posición a favor o en contra de la información	C1.1: El periodista/ reportero presenta la información con objetividad (limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran)	C1.2: El periodista/ reportero presenta o toma posición a favor	C1.3: El periodista/ reportero presenta o toma posición en contra.
	Sí = 1 No = 2 2	Sí = 1 No = 2 -	Sí = 1 No = 2 -

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 2 Posición del conductor. (direccionalidad - posición a favor o en contra) de la información:	C2.1 El conductor presenta la información con objetividad	C2.2 El conductor toma posición a favor	C2.3. El conductor toma posición en contra
	Sí= 1 No= 2 - (En este caso no hubo presentación, solo el saludo del conductor al reportero)	Sí= 1 No=2 -	Sí=1 N=2 -

Categoría 3 Diversidad de enfoques de la información	C3.1: La nota presenta diferentes ángulos de un mismo hecho (opiniones políticas o sociales)	C3.2: Utiliza fuentes opuestas, contraste
	Sí = 1 No = 2 2	Sí = 1 No = 2 2

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 4 Pluralidad de opiniones en la información en entrevistas vivo.	C4.1 Las fuentes de información empleadas por el reportero o entrevistador están orientadas a una sola postura política	C4.2 Permiten al público elaborar sus propias conclusiones, luego de mostrarle posturas discrepantes sobre un tema
	Si 1 No 2 1	Si 1 No 2 2

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 5 Tratamiento de la información: narrativa o interpretativa	C5.1 La información presentada es un relato explícito de los hechos	C5.2 La información presentada presenta opiniones, presunciones y/o calificativos que le dan un valor positivo o negativo
	SI=1 NO=2 2	SI=1 NO=2 1

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 6 Recurso a fuentes oficiales Las fuentes de información son funcionarios, autoridades, representantes de los poderes del Estado o de entidades cuya opinión o posición tienen importancia en el tema como, por ejemplo, la OEA o NACIONES UNIDAS.	C6.1 Las fuentes de información son funcionarios, autoridades, representantes de los poderes del Estado o de entidades cuya opinión o posición tienen importancia en el tema.
	SI 1 NO 2 2

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 7 Ratio del tiempo dedicado a la información sobre la vacancia y sobre la pandemia
--

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 8 Emisión de juicios de valor del periodista/s	C8.1: Dedicar tiempo a la pandemia
	SI 1 NO 2 1

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 9 Emisión de juicios de valor del conductor/es	C9.1: El periodista emite juicios de valor
	SI 1 NO 2 1

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 10 Posición: Cintillo Direccionalidad – Posición a favor o en contra de la información	C10.1: El cintillo presenta la información con objetividad (limitándose a reforzar con su narrativa lo que las imágenes muestran)	C10.2: El cintillo expresa posición a favor	C10.3: El cintillo expresa posición en contra.
	Sí = 1 No = 2 2	Sí = 1 No = 2 -	Sí = 1 No = 2 -

Nota: Elaboración propia, 2023.

Categoría 11 Diferencias en presentación de información - manejo de cámara y lo que las imágenes muestran	C11.1: Se enfoca solo en el entrevistado	C11.2: Se enfoca en detalles alternos al entrevistado	C11.3: Se enfoca en detalles ajenos a lo que se informa.
	SI 1 NO 2 2	SI 1 NO 2 1	SI 1 NO 2 2

Nota: Elaboración propia, 2023.

13%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	osteobase.mnhn.fr Fuente de Internet	2%
2	rodrigofrancoseoane.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
3	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	<1%
4	core.ac.uk Fuente de Internet	<1%
5	ojs2017.uc3m.es Fuente de Internet	<1%
6	www.patamarilla.com Fuente de Internet	<1%
7	rpp.pe Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
9	www.tdx.cat Fuente de Internet	<1%

<1%



10	www.scielo.org.pe Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Queensland University of Technology Trabajo del estudiante	<1 %
12	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Trabajo del estudiante	<1 %
14	Rius Baró, Josep Carles, Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació. "La regeneración del periodismo : el modelo de eldiario.es (2012-2017)", 2019 Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	Submitted to Universidad Rey Juan Carlos Trabajo del estudiante	<1 %
17	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %



18	Submitted to University of Stellenbosch, South Africa Trabajo del estudiante	<1 %
19	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
20	revistas.anahuac.mx Fuente de Internet	<1 %
21	www.tesis.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
22	cdn.inst-fs-iad-prod.inscloudgate.net Fuente de Internet	<1 %
23	convergencia.uaemex.mx Fuente de Internet	<1 %
24	eeas.europa.eu Fuente de Internet	<1 %
25	Rubén Arnoldo González, Martín Echeverría. "What is Professional Journalism? Conceptual Integration and Empirical Refinement", Journalism Practice, 2022 Publicación	<1 %
26	es.wikipedia.org Fuente de Internet	<1 %
27	www.revistacomunicar.com Fuente de Internet	<1 %



28	Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.flacsoandes.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
30	Conrad Lluís. "Literatur", Walter de Gruyter GmbH, 2023 Publicación	<1 %
31	docs.wixstatic.com Fuente de Internet	<1 %
32	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
33	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
34	elcomercio.pe Fuente de Internet	<1 %
35	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
36	www.obets.ua.es Fuente de Internet	<1 %
37	eva.fic.udelar.edu.uy Fuente de Internet	<1 %
38	research.rug.nl Fuente de Internet	<1 %



39	rio.tamtu.edu Fuente de Internet	<1%
40	Submitted to University of Northampton Trabajo del estudiante	<1%
41	bibliotecadigital.uca.edu.ar Fuente de Internet	<1%
42	ri.conicet.gov.ar Fuente de Internet	<1%
43	Submitted to Universidad de Sevilla Trabajo del estudiante	<1%
44	dspace-uao.metacatalogo.com Fuente de Internet	<1%
45	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
46	d.documentop.com Fuente de Internet	<1%
47	fundaciongabo.org Fuente de Internet	<1%
48	gobierno.udd.cl Fuente de Internet	<1%
49	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1%
50	www.bioeticachile.cl Fuente de Internet	<1%



51	www.luisarroyo.com Fuente de Internet	<1 %
52	www.mci.gob.ve Fuente de Internet	<1 %
53	gestion.pe Fuente de Internet	<1 %
54	profesionaldelainformacion.com Fuente de Internet	<1 %
55	repositorio.uns.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
56	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
57	naranja.hypermart.net Fuente de Internet	<1 %
58	peru21.pe Fuente de Internet	<1 %
59	Submitted to Infile Trabajo del estudiante	<1 %
60	Submitted to Universitaet Dortmund Hochschulrechenzentru Trabajo del estudiante	<1 %
61	ciep.itam.mx Fuente de Internet	<1 %



62 milunesco.unaoc.org
Fuente de Internet

<1 %

63 www.researchsquare.com
Fuente de Internet

<1 %

64 aula2.el-mundo.es
Fuente de Internet

<1 %

65 elibrary.stipram.ac.id
Fuente de Internet

<1 %

66 revistas.pj.gob.pe
Fuente de Internet

<1 %

67 www.divulcat.com
Fuente de Internet

<1 %

68 www.grafati.com
Fuente de Internet

<1 %

69 www.nuevarevista.net
Fuente de Internet

<1 %

70 addi.ehu.es
Fuente de Internet

<1 %

71 ebin.pub
Fuente de Internet

<1 %

72 forum.lasaweb.org
Fuente de Internet

<1 %

73 pysnnoticias.com
Fuente de Internet

<1 %



74	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
75	www.agenciaefe.com Fuente de Internet	<1 %
76	www.dspace.uce.edu.ec:8080 Fuente de Internet	<1 %
77	www.irtp.com.pe Fuente de Internet	<1 %
78	communicationpapers.revistes.udg.edu Fuente de Internet	<1 %
79	periodiccnt.org Fuente de Internet	<1 %
80	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
81	revistalatinacs.org Fuente de Internet	<1 %
82	vdocumento.com Fuente de Internet	<1 %
83	www.enel.net Fuente de Internet	<1 %
84	www.prensahispana.info Fuente de Internet	<1 %
85	www.r4v.info Fuente de Internet	<1 %



86	www.redfeminista.org Fuente de Internet	<1 %
87	ciccre.uvt.ro Fuente de Internet	<1 %
88	ddd.uab.cat Fuente de Internet	<1 %
89	es-us.noticias.yahoo.com Fuente de Internet	<1 %
90	journals.openedition.org Fuente de Internet	<1 %
91	larepublica.pe Fuente de Internet	<1 %
92	mafiadoc.com Fuente de Internet	<1 %
93	peru.as.com Fuente de Internet	<1 %
94	portal-pfc.org Fuente de Internet	<1 %
95	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
96	revista.profesionaldelainformacion.com Fuente de Internet	<1 %
97	www.scielo.org.mx Fuente de Internet	<1 %



98	www.spreaker.com Fuente de Internet	<1 %
99	www.state.gov Fuente de Internet	<1 %
100	www.tandfonline.com Fuente de Internet	<1 %
101	"La persistencia del efecto de agenda setting de la TV abierta : Análisis longitudinal agregado e individual del rol de los noticieros en la percepción de los chilenos sobre los principales problemas del país entre 2001 y 2016", Pontificia Universidad Católica de Chile, 2022 Publicación	<1 %
102	Apeksha Hooda, M L Singla. "Core – competencias – a key to future – oriented and sustainable e-governance implementation: a mixed method research", Transforming Government: People, Process and Policy, 2020 Publicación	<1 %
103	Tania Lucía Ramírez Farias. "The social upheaval in the concentrated written press in Peru (2022-2023)", Discursos del Sur, revista de teoría crítica en Ciencias Sociales, 2023 Publicación	<1 %
104	gestionenelsectorpúblico.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %



105	globalvoicesonline.org Fuente de Internet	<1 %
106	idus.us.es Fuente de Internet	<1 %
107	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	<1 %
108	recyt.fecyt.es Fuente de Internet	<1 %
109	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
110	repository.rudn.ru Fuente de Internet	<1 %
111	rua.ua.es Fuente de Internet	<1 %
112	sipiapa.org Fuente de Internet	<1 %
113	www.14ymedio.com Fuente de Internet	<1 %
114	www.ajedrezticul.galeon.com Fuente de Internet	<1 %
115	www.comtf.es Fuente de Internet	<1 %
116	www.flacsoandes.edu.ec Fuente de Internet	<1 %



117	www.ieq.org Fuente de Internet	<1 %
118	www.ist.cl Fuente de Internet	<1 %
119	www.listenotes.com Fuente de Internet	<1 %
120	www.mediterranea-comunicacion.org Fuente de Internet	<1 %
121	www.preencionviolencia.org.co Fuente de Internet	<1 %
122	www.risti.xyz Fuente de Internet	<1 %
123	www.sgs.mx Fuente de Internet	<1 %
124	moam.info Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Apagado Excluir coincidencias Apagado
 Excluir bibliografía Apagado

