



Revista Científica de
Comunicación Social
BAUSATE

Nº 4 | ENERO - DICIEMBRE 2022

Universidad Jaime Bausate y Meza



imagen: freepik.

- **La función comunicativa de los titulares: lo que declaran las palabras**
- **Aplicación de los principios éticos del Periodismo en los contenidos de dos medios peruanos durante las elecciones presidenciales 2021**
- **Evolución de los derechos humanos, situación actual y proyecciones de las libertades informativas**
- **El impacto de las redes sociales en el newsmaking**

Universidad Jaime Bausate y Meza
Instituto de Investigación
Revista Científica de Comunicación Social Bausate

Comité Editorial de la Revista

Editor general:

Cluber Fernando Aliaga Lodmann

Editor ejecutivo:

Luis Edilberto Garay Peña

Editora adjunta

Prisea Georgina Vilchez Samanez

Consejo Consultivo de la Revista

Dra. Mónica Pérez Alaejos – Universidad de Salamanca (España)

Dra. Fátima Roumate – Institut International de la Recherche Scientifique (Marruecos)

Dra. Adriana Amado – Universidad de La Matanza (Argentina)

Dr. Jorge Acevedo Rojas – Pontificia Universidad Católica del Perú

Dr. Ramón Reig – Universidad de Sevilla (España)

Dr. Ángel Badillo Matos – Real Instituto Elcano (España)

Mg. Amaro La Rosa Pinedo

Revista Científica de Comunicación Social Bausate

Vol. 1. N.º 4 – Enero–Diciembre 2022

Universidad Jaime Bausate y Meza – Instituto de Investigación

E-ISSN Edición digital: 2707-0336

Corrector – Antonio Rodríguez

Diseño y diagramación – Aldo Flores Ramos

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú

Correo electrónico: revistacientifica@bausate.edu.pe

Jr. Caracas N° 2332, Jesús María, Lima-Perú

Teléfono: (511) 319 3500 – anexo 274

Contacto: 996 155 597 / 997 744 695

Contenido

ARTÍCULOS

La función comunicativa de los titulares: lo que declaran las palabras <i>María Isabel Tumi Guzmán</i>	5
Estrategias de aprendizaje en estudiantes de la Facultad de Derecho de una universidad privada, Lima <i>Edith Olivera Carhuaz</i>	21
Tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID-19 <i>Lizzet R. Aponte Rodríguez</i>	28
Análisis psicosocial de la serie “La casa de papel”. ¿Personajes desahuciados o sistema desahuciado? <i>Víctor Eusebio Montero López</i>	39
Aplicación de los principios éticos del Periodismo en los contenidos de dos medios peruanos durante las elecciones presidenciales 2021 <i>Rosa Cruz Reyna Peláez</i>	55

ENSAYOS

El impacto de las redes sociales en el newsmaking <i>Amaro La Rosa Pinedo</i>	63
Solo el periodismo (de calidad) salvará al periodismo <i>Ricardo Augusto Montero Reyes</i>	73

SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

Noticias falsas y aceptación de las vacunas contra el COVID-19 en Lima Metropolitana (2022) <i>Caroline Nicole Salcedo Vásquez - Cluber Fernando Aliaga Lodtmann</i>	86
Material audiovisual accesible a personas con discapacidad sensorial de Lima Metropolitana, 2021 <i>Cristian E. Pacherras Jiménez - Lizzet R. Aponte Rodríguez - Luis E. Garay Peña</i>	101
Evolución de los derechos humanos, situación actual y proyecciones de las libertades informativas <i>Claudia Ruiz Pardo - Angie Saavedra Romero - Lizzet R. Aponte Rodríguez - Luis E. Garay Peña</i>	113

RESEÑAS

Los conservadores. Vida y obra de una élite intelectual en los albores de un Perú independiente, de Fernán Altuve-Febres Lores

Mario Rubén Gonzales Ríos 138

Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos, de Adriana Amado

Javier Cabello Candela 140

La función comunicativa de los titulares: lo que declaran las palabras

María Isabel Tumi Guzmán (*)

<http://orcid.org/0000-0002-0237-8942>

Recibido: 2/12/22

Aceptado: 20/12/22

Resumen

El objetivo de esta investigación fue identificar los recursos del lenguaje mediante los cuales los titulares periodísticos transmiten su intención comunicativa. Las clásicas funciones del lenguaje, según si el foco está en el contenido (representación), el emisor (expresión) o el receptor (apelación), fueron el punto de partida. El diseño metodológico fue el análisis de contenido de tipo cualitativo. La muestra abarcó el titular principal de las portadas de cinco diarios de circulación nacional: *El Comercio*, *La República*, *Perú 21*, *Ojo y Trome*, entre octubre y noviembre del 2022. El estudio, conforme las categorías establecidas a priori en base a la teoría y la muestra, evidenció una predominancia de los titulares informativos o designativos, que representaron una tercera parte del total del análisis (31.91 %). Muy cerca (30.14 %) se ubicaron los titulares expresivos, que connotan emotividad, hacia el elogio o el vituperio. Es necesario destacar que, aunque la clasificación temática era solo parte referencial de la investigación, terminó considerándose una categoría emergente, ya que, del conjunto de la muestra, el 67.37 % correspondió al aspecto político, y dentro de este rubro casi la totalidad de titulares se refería a la situación coyuntural del país, que devino en la vacancia y detención de quien ejercía la presidencia de la República.

Palabras clave:

Apelación, expresión, información, interpretación

Abstract

The communicative function of the headlines: what words declare

The aim of this research was to identify the language resources through which newspaper headlines convey their communicative intention. The classic functions of language, depending on whether the focus is on the content (representation), the source (expression) or the receiver (appeal), were the starting point. The methodological design was qualitative content analysis. The sample covered the main headlines of the front pages of five national newspapers: *El Comercio*, *La República*, *Perú 21*, *Ojo* and *Trome*, between October and November 2022. The study, in accordance with the categories established a priori on the basis of the theory and the sample, showed a predominance of informative or designative headlines, which represented a third of the total analysis (31.91 %). Very close behind (30.14 %) were expressive headlines, which connote emotionality, towards praise or vituperation. It should be pointed out that, although the thematic classification was only a referential part of the research, it ended up being considered an emerging category, since, out of the whole sample, 67.37 % corresponded to the political aspect, and within this category almost all of the headlines referred to the current situation of the country, which resulted in the vacancy and detention of the person who was holding the presidency of the Republic.

Keywords:

Appeal, expression, information, interpretation

Introducción

“A esperar”, “Así van en Lima”, “Lima voto a voto”, “Final de infarto”, “Pelean voto a voto”. Son titulares de las primeras páginas de cinco diarios de circulación nacional que muestran los diferentes recursos del lenguaje empleados para transmitir la intención comunicativa de cada medio sobre un mismo acontecimiento: las elecciones municipales y regionales realizadas en el Perú el 2 de octubre del 2022.

Los titulares mantienen su relevancia dentro del contexto de los medios de comunicación, incluso con los incesantes avances tecnológicos y los nuevos soportes. Han sufrido cambios, pero continúa vigente su objetivo primigenio de atrapar al lector, así como su afán de llevarlo hacia el texto que anuncian, no obstante que se repita que los lectores actuales solo se quedan en esos encabezados.

López (2009) cita a Núñez-Ladeveze, para quien un título periodístico es un nombre propio y funciona como lo hacen los nombres propios en la vida común, es decir, identificando un objeto. Esta función identificadora se cumple mediante las palabras que lo constituyen y su relación con los textos que designa. De allí que haya titulares informativos, pero también valorativos e interpretativos, entre otros.

Son muchas las formas de dirigirse a la audiencia y también son diversos los efectos que se busca en los receptores. Los medios usan un variado caudal de mecanismos para cumplir su función comunicativa, en algunos casos de forma explícita y en otros implícita o presupuesta. De allí la pregunta: ¿A través de qué recursos del lenguaje transmiten los titulares su intención comunicativa?

No hay duda de que cualquier texto, titular incluido, se concibe con un propósito comunicativo.

Todo el que escribe tiene una intención comunicativa específica, proporcionar una información, narrar un hecho real o ficticio, persuadir o convencer a un auditorio, describir un objeto o un estado de cosas, protestar por una situación, denunciar una anomalía, solicitar una información, etc. (Díaz, 1999, p. 25)

El objetivo de esta investigación es analizar el contenido de las portadas de cinco medios de comunicación de circulación nacional para identificar a través de qué recursos del lenguaje, de qué manera y con qué características transmiten los titulares su intención comunicativa. Se incide, en particular, en el titular principal de la primera página, conforme se precisa en el apartado sobre la metodología.

Al examinar estudios previos, se han encontrado análisis de contenido de titulares desde miradas distintas a la de este artículo. Las investigaciones sobre el tema se vinculan más al sensacionalismo de los medios observados. Es el caso de Gualoto (2017), quien analiza la construcción de los titulares del diario *Extra*, de Ecuador, y de qué manera interviene el sensacionalismo en esa tarea.

También en el ámbito internacional, figura la investigación de Vargas (2015), quien hace un estudio estilístico de la titulación deportiva en los diarios *La Nación* y *La Extra*, de Costa Rica. Esta autora utiliza las funciones del lenguaje de Roman Jakobson, que forman parte del marco teórico de la presente investigación, aunque ella se enfoca básicamente en la diferenciación de estilo formal e informal.

En el plano nacional, se tiene el análisis del tratamiento periodístico en las portadas de los diarios *Perú 21* y *Trome*, de Bustamante (2018). Es un estudio del caso del expresidente Ollanta Humala y su esposa, Nadine Heredia, entre febrero y abril de ese año, que resalta los rasgos de sensacionalismo en ambos medios, no solo en sus titulares sino también en fotografías, uso del color, diseño, entre otras características.

En la bibliografía reciente, destaca el análisis de contenido de titulares de prensa en Argentina

realizado por Pochintesta y Baglione (2022), sobre personas mayores y pandemia. Si bien el objeto de estudio, los titulares, así como la metodología, el análisis de contenido, tienen algunos puntos comunes con este artículo, los citados autores se centran en los modos de representar a las personas mayores a través de palabras claves.

Marco teórico

En su *Curso general de redacción periodística*, Martínez-Albertos (2007) considera los titulares dentro de las series visuales paralingüísticas, un concepto desarrollado por Eliseo Verón, para designar aquellos sistemas de signos en los medios de comunicación en los que los elementos lingüísticos del mensaje informativo vienen condicionados por elementos de carácter visual o icónico.

Esto se da en mayor medida en las portadas de los medios, donde se pone más en evidencia la jerarquización de los textos que encabezan los titulares. Martínez-Albertos (2007) remarca que un buen título es una noticia quintaesenciada, un recurso cautivador de la atención y un dato verdadero, por ello requiere un procedimiento de expresión periodística en el que la creatividad juega un papel esencial.

Para Alarcos-Llorach (1977), el titular funciona para seducir al lector. Dentro de ese proceso de seducción opera la creatividad de la que habla Martínez-Albertos, mediante la cual se destacan aspectos relevantes del texto de manera peculiar. Esta operación incluso implica una valoración del contenido en varios casos. Por ello Alarcos-Llorach distingue entre titulares objetivos y comprometidos.

Los fundamentos teóricos que se presentan aquí permiten sustentar bajo qué enfoque se articula la función comunicativa de la titulación. Un aporte sustancial para el análisis de contenido de los titulares lo da el lingüista alemán Bühler (1979), quien distingue tres funciones del lenguaje: representación, expresión y apelación, según si alude al mensaje periodístico (lo que uno quiere comunicar al otro), al emisor o al receptor.

La representación posibilita transmitir un contenido, contar algo; la expresión refleja la interioridad del emisor, su estado psíquico; la apelación actúa sobre el receptor para dirigir o atraer su atención. En virtud de esta última, el lenguaje es una señal que tiene un efecto intencional y trata de influir sobre la audiencia, ya sea para convencerla de lo que se escribe o para moverla a hacer algo.

Según Bühler (1979), las tres funciones coexisten. Puede predominar una de ellas, pero difícilmente un fenómeno verbal responde a una única función separada de las otras. Los estilos de los títulos pueden diferenciarse según la función que se privilegie en cada uno. “Triple es la función del lenguaje humano: manifestación, repercusión y representación. Hoy prefiero los términos expresión, apelación y representación” (p. 48).

Este modelo tradicional del lenguaje que tipifica Bühler es ampliado por autores como Jakobson (1975), quien habla de función emotiva, para referirse a la primera persona: el destinador; función conativa, la que tiene como orientación la segunda persona: el destinatario; y la función referencial: de quién o de qué se habla. Estas corresponden a la expresión, apelación y representación de Bühler.

Para Jakobson, la función emotiva (expresiva, según Bühler) se centra en el destinador. Exterioriza la actitud del hablante hacia aquello que transmite. Se expresa mediante interjecciones, recursos morfológicos (aumentativos, diminutivos, despectivos) o con matices fonéticos (alargamiento de vocales, uso de palabras parónimas -de pronunciación o forma similar- o de homónimos -de igual pronunciación, pero distinto significado).

La función conativa (apelativa, conforme la tipificación de Bühler) se orienta hacia el destinatario o receptor. Busca influir en su pensamiento o en sus acciones. Básicamente, se expresa con el modo verbal imperativo y con la estructura en vocativo. En un titular, el imperativo transmite una orden y persigue que esta sea acatada. En cuanto al vocativo, permite invocar directamente al interlocutor.

La función referencial, que Bühler llama representativa o designativa, se orienta hacia el contenido informativo y su contexto. Jakobson le llama también denotativa, porque, para él, busca denotar, es decir indicar, anunciar, significar. Ello en oposición a connotar, que significa “conllevar, además de su significado propio o específico, otro de tipo expresivo o apelativo” (RAE, actualización 2022).

Jakobson añade otras tres funciones: poética, fática y metalingüística, según si el discurso se centra en el mensaje, en el contacto o en el código. No se trata de funciones de mayor o menor importancia que las de representación, expresión o apelación, citadas anteriormente, sino que sus mecanismos se emplean dentro de estas, conforme con los fines del presente artículo.

Interesa aquí el vínculo destinador-destinatario, dado por las funciones expresiva o emotiva, y por la apelativa o conativa, así como lo que se transmite, que se evidencia por la función representativa o referencial. Uno de los aportes de este trabajo, en cuanto a los recursos del lenguaje empleados en la titulación es, precisamente, el entronque de los sustentos teóricos de Bühler y Jakobson.

Así, la función poética de Jakobson, centrada en el mensaje, implica una selección de las palabras y su combinación. Comprende juegos de palabras, figuras literarias, entre otros elementos con los que se pretende hacer llamativo el mensaje, dotarlo de más atractivo y singularidad. Estas formas lingüísticas se incluyen dentro de las funciones apelativa y expresiva de Bühler para comunicar ya sea vituperio o elogio.

En cuanto a la función metalingüística de Jakobson, se trata de compartir un mismo código, es decir la misma lengua, dialecto registro y jerga, para alcanzar una decodificación efectiva del mensaje. En este caso, esta función se manifiesta, igual que con la función poética, en los titulares expresivos y apelativos analizados, algunos de los cuales presentan ciertas formas jergales o coloquiales.

Estas bases teóricas responden a la pregunta: ¿a través de qué recursos del lenguaje los titulares transmiten su intención comunicativa. Ahora, si se quiere indagar de qué manera lo hacen, hay que enfocarse en la función representativa o referencial, también llamada designativa. Vargas (2015) indica que esta función surge “cuando se transmite información objetiva por medio de oraciones declarativas” (p. 147).

Sin embargo, no todos los titulares representativos o referenciales designan solo los hechos que son noticia (por eso se les llama también designativos). Señalan una noticia concreta, pero no siempre son informativos puros. Alarcos-Llorach (1977) distingue titulares objetivos (asépticos, que se limitan a resumir el contenido de la noticia) y comprometidos (van más allá de lo informativo para llamar la atención del público).

En la tipificación de Nuñez-Ladeveze (1991), se denominan titulares informativos e interpretativos. Los primeros singularizan la información y la relacionan contextualmente con el devenir informativo de las noticias de actualidad; los segundos amplían el sentido dentro del contexto periodístico. Estos últimos son considerados valorativos, dan una apreciación del hecho noticioso, a favor o en contra.

Esa información o interpretación puede estar explícita o implícita. Si la referencia de un titular es concreta y no hay ninguna dificultad del lector para identificar los hechos que son noticia, se está frente a un titular explícito. Si la referencia a los hechos no es clara para el público en general, pero se presupone por el contexto o se sobreentiende por el conocimiento o evocación del que lee, se trata de un titular implícito.

Se tiene ya el marco teórico para estudiar a través de qué recursos los titulares transmiten su intención comunicativa (expresión, apelación, representación). También, de qué manera lo hacen (objetiva o interpretativa; en forma explícita o implícita). Toca dirigir la atención hacia las características con que se manifiesta esa intención. Autores como Núñez-Ladeveze introducen en este aspecto el concepto de acto de habla.

Se trata, dice Núñez-Ladeveze (1991), de titulares con verbos que designan el sentido de la intervención hablada, el contenido realizativo de lo que dicen los protagonistas de la noticia. Estas declaraciones pueden consignarse en el titular como cita textual (una frase del discurso), cita indirecta (interpretación de la intención del que habla) o mixta (de cita directa e indirecta).

Lo que Núñez-Ladeveze consigna como actos de habla, para Zorrilla (1996) es un titular declarativo, nombre más adecuado para el presente estudio. Dice este autor que gran parte de la actividad informativa del periodista está dedicada a redactar textos sobre intervenciones habladas de personajes u opiniones de expertos en diversos temas que adquieren la forma de actos de habla.

Para Zorrilla, el declarativo es el titular que más abunda en los medios de comunicación. La clasificación es coincidente: cita textual, cuando el acto de habla se reproduce mediante una frase o un texto tal como se dijo y entre comillas; cita indirecta, cuando aparece sin comillas y con el verbo decir, o sus equivalentes, seguido de 'que'. Si se mezclan lo directo e indirecto, se trata de una cita mixta.

Con base en las teorías de estos autores clásicos, quedan delimitados los criterios para el análisis de contenido de los titulares de portadas de cinco medios de comunicación nacionales. Se logra trazar una clasificación propia, que vincula aspectos lingüísticos y periodísticos. Se advierte, como una limitación, el desarrollo en menor escala del enfoque comunicacional teórico sobre titulación, en relación con los estudios de lengua.

Metodología

El diseño de esta investigación corresponde al análisis de contenido de tipo cualitativo. Se trata de una técnica de interpretación de textos, que se basa en la lectura, como instrumento de recojo de información y que combina la observación y la producción de los datos con su interpretación y análisis. Permite percibir de un texto tanto el contenido manifiesto, obvio o directo, como el latente, oculto, indirecto.

Dice Andreu (2002) que el análisis de contenido cualitativo consiste en un conjunto de técnicas sistemáticas interpretativas del sentido de los textos, que parte de la lectura como medio de producción de datos. No solo se circunscribe al contenido manifiesto del material analizado, sino que debe profundizar en su contenido latente y en el contexto social en que se desarrolla el mensaje.

El análisis de contenido, dice Bernete (2013), no es solo descriptivo ni solo interpretativo. Sigue un procedimiento lógico, basado en la inferencia, que permite transitar de forma controlada de una base descriptiva de las características de un texto, a una fase interpretativa, que explique lo que significan esas características. Añade este autor que esa inferencia distingue al análisis de contenido del análisis documental.

La muestra considera el titular principal de la portada de cinco diarios de circulación nacional: *El Comercio*, *La República*, *Perú 21*, *Ojo* y *Trome*, durante los meses de octubre y noviembre del 2022. Krippendorff (1990) distingue tres tipos de unidades de análisis: de muestreo (porciones del universo observado por analizar), de registro (parte que se analiza de manera aislada) y de contexto (porción que caracteriza la unidad de registro).

En este caso, las unidades de muestreo son los cinco diarios mencionados correspondientes a dos meses. Las unidades de registro son los titulares principales de la primera página o portada. Las unidades de contexto son las portadas completas. En total son 282, de 57 días (28 días de octubre y 29 días de noviembre), las que incluyen, además del titular objeto de análisis, material visual complementario y otros encabezados.

Para el análisis de los datos, se establecen categorías, con base en los fundamentos teóricos señalados previamente. Estas categorías, definidas por Bernete (2013) como construcciones conceptuales del investigador, se aplican a las unidades de registro por analizar, para determinar su presencia o ausencia, su frecuencia, asociación, u otros factores que conduzcan a descripciones e interpretaciones significativas.

El análisis de contenido requiere, por lo general, la construcción de variables y categorías específicas, que se correspondan con las características de los materiales que se analizan y a la vez con los objetivos y el enfoque teórico de cada investigación. (Bernete, 2013, p. 242).

Para este análisis se han establecido categorías a priori llamadas teóricas, por Andreu (2002): “Son las que brotan del análisis sistemático de los datos de forma que responden a la vez que ayudan a elaborar marcos teóricos” (p. 26).

Según los objetivos fijados, estas categorías se dividen en tres grupos: funciones del lenguaje (expresión, apelación, representación), fines del discurso (informar, interpretar), y modalidades declarativas (cita textual, cita indirecta, cita mixta). En cuanto a informar o interpretar, el fin puede estar explícito e implícito. Los titulares son clasificados según la función, fin o modalidad que prevalezca en ellos.

Tabla 1
Categorías y subcategorías

Categorías	Subcategorías	Aporte
Funciones del lenguaje (Bühler, 1979) (Jakobson, 1975)	Expresión: deja traslucir la intención del destinador o emisor.	Describir a través de qué funciones del lenguaje los titulares transmiten su intención comunicativa.
	Apelación: trata de provocar en el destinatario una determinada actitud	
	Representación: posibilita transmitir un contenido, contar algo.	
Fines del discurso (Alarcos-Llorach, 1977) (Núñez-Ladeveze, 1991)	Información: designa solo los hechos que son noticia, de manera objetiva, aséptica.	Determinar de qué manera los titulares cumplen su fin de designar (información) o valorar (interpretación) la noticia. En ambos casos puede haber titulares explícitos (con intención manifiesta) o implícitos (con intención latente).
	Interpretación: incluye una valoración o apreciación del hecho noticioso.	
Modalidades declarativas (Zorrilla, 1996)	Cita directa: el acto de habla se reproduce mediante una frase o un texto tal como se dijo.	Distinguir con qué características se manifiesta la intención comunicativa en los titulares, en particular los declarativos, que son los que más abundan en los medios de comunicación.
	Cita indirecta: consigna las ideas de quien declara con las palabras de quien escribe.	
	Cita mixta: mezcla lo textual y lo indirecto.	

La validación del análisis se realiza mediante la comprobación de que, con la tipificación de titulares en las categorías mencionadas, se ha focalizado el fenómeno que se quiere estudiar: los

recursos del lenguaje para transmitir una intención comunicativa. Declarar, dice la RAE, es manifestar, hacer público. Se incide aquí en lo que las palabras de los titulares declaran, en forma explícita e implícita, con fines informativos e interpretativos.

Resultados y discusión

Si bien la temática de los titulares no era un aspecto de dedicación detallada dentro de los objetivos de la investigación, se optó por poner el foco en ella luego de que el análisis mostrara un mayoritario caudal de encabezados de índole política. Esto se dio por la actual coyuntura del país, con un cambio en la cabeza del Ejecutivo, movilizaciones populares violentas y un proyectado adelanto de elecciones.

La muestra abarca dos meses en los que se agudizó la crisis política, hubo intensa pugna entre el Ejecutivo y el Legislativo y crecieron las denuncias de corrupción y las acusaciones fiscales que señalaban como cabeza de una red criminal a Pedro Castillo, quien ocupaba la presidencia de la República. Estos hechos desencadenaron la vacancia y detención del entonces mandatario y su reemplazo por quien era la vicepresidenta, Dina Boluarte.

De allí que la temática política represente el 67.73 % de los titulares analizados. En este rubro se incluyen las elecciones municipales y regionales, que se realizaron el domingo 2 de octubre del 2022, en todo el país. Salvo ese proceso electoral, todos los demás titulares de política están relacionados con Pedro Castillo, cuando aún ejercía la presidencia de la República.

Algunos son expresivos como: “Inminente acusación fiscal contra Castillo” (*La República*, 10-10-22), “Castillo busca tumbarse a la fiscal” (*Trome*, 9-10-22); otros son declarativos: “Fiscalía afirma que hay ‘una sola’ red criminal y la lideraría Castillo” (*El Comercio*, 11-10-22), “La plata era para Castillo”, (*Perú 21*, 13-10-22); también hay apelativos, con vituperio contra Castillo, como “Vacancia lo loquea”, (*Ojo*, 19-10-22).

Dado el alto porcentaje de titulares de tema político, y el que casi su totalidad se refiera a Castillo, su entorno, los nombramientos irregulares, la pugna del Ejecutivo y Legislativo, el rechazo de la población, entre otros problemas relacionados con su mandato presidencial, se consideró la clasificación temática, que era solo parte referencial de la investigación, como una categoría emergente.

Después del tema político, ocupa algo más del 17% lo policial, seguido lejanamente de lo económico y la salud. Lo internacional es apenas abordado para dar cuenta de la guerra Rusia-Ucrania. Los deportes tienen cierta aparición, pero solo por el Mundial de Fútbol en Qatar. En la tabla siguiente (tabla 2) se precisa el total de titulares según su temática, así como los porcentajes que representan en el conjunto de la muestra analizada.

Tabla 2
Titulares analizados según temática

Temática	Octubre 2022	Noviembre 2022	Total de titulares	Porcentaje
Política	97	93	190	67.37 %
Policial	29	20	49	17.37 %
Economía	7	8	15	5.31%
Salud	1	5	6	2.12 %
Internacional	5	1	6	2.12 %
Deportes	---	4	4	1.41 %
Sociedad	1	1	2	0.70 %

Accidente en aeropuerto*	---	10	10	3.54 %
	140	142	282	100 %

*Se ha considerado en forma aparte el accidente ocurrido el 18 de noviembre en el aeropuerto Jorge Chávez, de Lima, en el que murieron dos bomberos y hubo caos por el desvío y la suspensión de vuelos. Esto debido a la amplia cobertura dada a esta tragedia en todos los medios de comunicación. “Fatídico instante” tituló *La República*; “Viernes negro”, *Perú 21*; “Viernes de tragedia”, *Ojo*, todos encabezados valorativos.

Los resultados del análisis los presentamos mediante la clasificación de los titulares según las categorías fijadas y el marco teórico en el que se sustentan. Como se ha mencionado, los recursos del lenguaje no se presentan en forma aislada, puede haber más de uno en cada titular, sin embargo, se hace la tipificación conforme la función que predomine en su estructura verbal.

Se evidencia que la función de representación, aquella que posibilita transmitir un contenido, contar algo, es la que prevalece entre los titulares estudiados. Se tiene casi un 32 % de encabezados de tipo informativo o designativo. Estos se presentan con mucha mayor frecuencia en las portadas de *El Comercio* y *La República*, en comparación con los otros tres medios examinados.

Con un porcentaje muy cercano (30.14 %) figuran los titulares expresivos, centrados en el emisor. El comunicador, a través de una serie de peculiares elementos lingüísticos, exterioriza su actitud o la del medio en relación con lo que se transmite. Esta función se llama también emotiva. Se da un impacto fuerte, un impulso agudo sobre el lector, en busca de su aprobación o rechazo, su asombro o, en ocasiones, su solidaridad.

Tabla 3
Titulares analizados según la función predominante

Función predominante	Octubre 2022	Noviembre 2022	TOTAL	Porcentaje
Titulares informativos o designativos	41	49	90	31.91 %
Titulares expresivos o emotivos	44	41	85	30.14 %
Titulares valorativos o interpretativos	25	27	52	18.43 %
Titulares apelativos	16	13	29	10.28 %
Titulares declarativos	14 (7 de cita textual y 7 de cita indirecta)	12 (5 de cita textual, 3 de cita indirecta y 4 de cita mixta)	26	9.21 %
	140	142	282	100 %

Después de los titulares informativos y expresivos, siguen, en cuanto a frecuencia en los medios estudiados, los encabezados valorativos o interpretativos (18.43 %), algunos con intención bastante explícita. Los enunciados apelativos (10.28 %) y declarativos (9.10 %) se presentan en menor escala, los primeros con más frecuencia en *Perú 21*, *Ojo* y *Trome*, y los segundos en *El Comercio* y *La República*.

Se presentan a continuación algunos ejemplos de titulares según las funciones, fines o modalidades con que transmiten su propósito comunicativo, así como los recursos del lenguaje con los que han sido estructurados. En primer lugar, los titulares informativos o designativos, que corresponden a la función referencial y que se orientan hacia el contenido noticioso y su contexto.

Titulares informativos o designativos

Tabla 4
Función referencial: titulares informativos o designativos

Fecha	Diario	Titular	Tema	Recurso
17-10-22	El Comercio	Confirman visita de Beder Camacho a embajada de Venezuela	Política/corrupción	Anteposición del verbo para dar mayor fuerza a la expresión.
7-10-22	La República	Cajas municipales ya podrán emitir tarjetas de crédito	Economía	Oración completa, en el orden gramatical estándar.
24-10-22	Perú 21	Para el 65%, Castillo sí está involucrado en actos de corrupción	Política/corrupción	Se usa un dato porcentual de la encuesta de Ipsos.
25-11-22	Ojo	Otra plaga	Salud	Se titula con una frase nominal. Es necesario el contexto para entender que se alude a la gripe aviar.
18-11-22	Trome	Cayó por crimen de mexicana	Policial	Se usa léxico del ámbito policial: el verbo caer con el sentido de ser detenido.

De los cinco medios objeto de estudio, *El Comercio* y *La República* son los que presentan el mayor número de titulares informativos. Estas son algunas portadas de dicho tipo.



Titulares expresivos o emotivos

Los titulares expresivos o emotivos reflejan la interioridad del emisor. Llevan una corriente emocional y se mueven en el plano de la afectividad.

Afectividad viene a ser la manifestación que en el lenguaje adquieren las formas peculiares del pensamiento, los deseos, las voliciones, los juicios de valor, los sentimientos, etc. del hablante [emisor], mediante elección de vocabulario, pronunciación más o menos enfática, variaciones tonales, ordenación de palabras, etc. Recibe también el nombre de expresividad lingüística. (Lázaro-Carreter, 1981, p. 30)

Tabla 5
Función expresiva: titulares emotivos

Fecha	Diario	Titular	Tema	Recurso
2-11-22	Ojo	Hambre en un país rico	Economía/alza de alimentos	Se utiliza, con ironía, la frase popularizada por el entonces presidente de la República Pedro Castillo: “No más pobres en un país rico”.
3-11-22	Perú 21	No pisa tierra (Intencionalidad explícita)	Política/pedido del presidente para viajar al exterior	Además del dicho popular “no pisa tierra”, con el sentido de vivir en el aire y no darse cuenta de la situación, se emplean elementos visuales: fotos de un avión y de Pedro Castillo.
1-10-22	Perú 21	La violencia es su bandera (Alude al partido Podemos, cuyos simpatizantes atentaron contra una sede del JNE en Lima Este)	Política/elecciones municipales y regionales	Se alude a la frase símbolo de la policía: el honor es su divisa. Con base en esa estructura, se crea el titular.
12-10-22	Ojo	Se derrumba el castillo de la corrupción	Política/ acusación fiscal contra Pedro Castillo	Juego de palabras, valiéndose del apellido del entonces presidente de la República, acusado de corrupción.
9-10-22	Trome	Castillo busca tumbarse a la fiscal	Política/denuncia constitucional contra Pedro Castillo	Uso de léxico jergal para impactar en la audiencia: tumbar como equivalente de sacar de su puesto a la fiscal de la nación.

Los titulares expresivos se presentan con mayor frecuencia en los diarios *Ojo*, *Perú 21* y *Trome*. En *El Comercio* y *La República* prevalecen las portadas con titulares informativos e interpretativos.



Titulares valorativos o interpretativos

La mayor frecuencia de titulares valorativos o interpretativos se da en los diarios *El Comercio* y *La República*.

Tabla 6
Interpretación: titulares valorativos

Fecha	Diario	Titular	Tema	Recurso
14-10-22	El Comercio	Pedro Castillo y sus aliados redoblan la ofensiva contra el Congreso y la fiscalía	Política/pugna entre poderes	El uso de palabras que conllevan apreciación, como 'redoblar' y 'ofensiva', da al titular el sentido valorativo.
9-11-22	La República	El Gobierno presiona al Congreso sobre cuestión de confianza	Política/Ejecutivo versus Legislativo	El término 'presionar' en este contexto implica una valoración.
20-10-22	Perú 21	Se victimiza en vano (Se refiere a la respuesta de Pedro Castillo a denuncia constitucional)	Política/ Castillo y denuncia constitucional	La valoración se evidencia tanto en el sentido del verbo 'victimizar' como en la expresión 'en vano'.
18-11-22	La República	Pugna estéril y caótica (el contexto se da con las fotos del premier y del presidente del Congreso frente a frente)	Política/Ejecutivo versus Legislativo	La adjetivación, de por sí, es un recurso para la apreciación o valoración.
22-11-22	Ojo	Ni la OEA lo salva	Política/misión de la OEA en el Perú	El titular conlleva un juicio, una valoración, desfavorable para Pedro Castillo, quien solicitó la intervención del organismo internacional ante la crisis política en el país.

Otros casos de titulares interpretativos se aprecian en estas portadas:



Titulares apelativos

La función conativa o apelativa es la que intenta dirigir la conducta del oyente. Lázaro Carreter (1981) la define como función de llamada. Este autor afirma: “La llamada actúa sobre el oyente para dirigir su atención o atraerla sobre el hablante” (p. 201). Agrega que, por ejemplo, al decir alguien con indignación ¡Salga Ud.!, la entonación, el modo imperativo y la segunda persona cumplen la función de llamada.

Tabla 7
Función conativa: titulares apelativos

Fecha	Diario	Titular	Tema	Recurso
17-11-22	Perú 21	OE(A) QUÉ TE PASA	Política/misión de la OEA en el Perú	Se recurre a la oralidad (acortamiento de ‘oye’, por ‘oe’), en combinación con la sigla del organismo internacional.
1-11-22	Perú 21	Que la OEA escuche a todos	Política/misión de la OEA en el Perú	Esa construcción (“Que la OEA...”) es una llamada para causar un efecto en el lector, una respuesta de apoyo a las instituciones que representan a los ciudadanos peruanos.
15-10-22	Perú 21	El pollo no estaba muerto, estaba vivo (Con este titular se alude al caso de Alejandro Sánchez, socio del presidente, quien aparecía como muerto en Reniec para evitar su detención)	Política/falsas defunciones	Ironía. Se recurre a una anécdota protagonizada por Pedro Castillo, al inicio de su mandato presidencial, cuando intentó relatar un cuento, pero este resultó incomprendible.
15-10-22	Ojo	Se quiso pasar de vivo	Política/falsas defunciones	Utilización del dicho popular que significa “sacar ventaja de una situación”. Destaca la palabra “vivo” con su sentido original y su connotación.
6-11-22	Perú 21	¡Que se vaya Castillo!	Política/ rechazo a Pedro Castillo	Intencionalidad explícita. El mandato funciona como apelación, como llamada.

La función apelativa está presente más en los diarios *Ojo*, *Perú 21* y *Trome*, que en *El Comercio* y *La República*. Por lo general, va complementada con recursos visuales y tipográficos, como se observa en las siguientes portadas:



Titulares declarativos

Los titulares declarativos consignan lo que dicen los entrevistados, los personajes de la noticia. Se ha mencionado que se pueden expresar mediante citas textuales o directas, citas indirectas y citas mixtas. Las más usadas son las directas. El análisis revela que este tipo de encabezados es empleado más por *El Comercio* y *La República*.

Tabla 8
Modalidad declarativa: titulares de cita textual, indirecta o mixta

Fecha	Diario	Titular	Tema	Recurso
6-10-22	El Comercio	Mininter admite que en ascenso a generales no hubo cuadro de méritos	Política	Titular declarativo indirecto. No se consignan las declaraciones tal cual se dijeron, sino que se dan las ideas con las palabras del comunicador.
6-10-22	La República	Llaman en la OEA a luchar contra la desigualdad y la discriminación	Política/OEA	Titular declarativo indirecto. Se parafrasea un discurso de quien fuera presidente de la República ante delegaciones de 30 países en Lima. Está implícito el declarante.
26-10-22	El Comercio	“Castillo lo único que ha sido es un estorbo para la democracia”	Política/crítica a la cabeza del Ejecutivo	Titular declarativo textual. Aparece entre comillas lo dicho, en entrevista, por el cardenal Pedro Barreto, arzobispo de Huancaayo.
22-11-22	La República	“Este gobierno tiene una alianza de facto con el Congreso”	Política/Crisis política	Titular declarativo textual. La cita es de la entrevista al politólogo Alberto Vergara.
10-11-22	El Comercio	Congreso responde a Aníbal Torres que no es “atendible” su cuestión de confianza	Política/cuestión de confianza	Titular declarativo mixto.

En las portadas que se muestran destacan titulares de cita directa y mixta:



Portadas según la temática: resultados electorales

Este artículo se inició con ejemplos de titulares sobre las elecciones municipales y regionales realizadas el 2 de octubre del 2022, para mostrar cómo un mismo tema es abordado por los medios de comunicación con diferentes recursos. Dos días después de los comicios, el 4 de octubre, los cinco diarios analizados dedicaron su titular principal de la portada a los resultados electorales.

Ya se dijo que los recursos que da el lenguaje son incontables. Leemos en *Ojo*: "Porky Lima lo quiso", un juego de palabras complementado con matices fonéticos y con el apodo que recibió durante la campaña Rafael López Aliaga, el ganador de las elecciones. *Perú 21* también hizo un juego de palabras con ese personaje, al escribir una frase propia de Porky y tratar de reproducirla con la tartamudez que lo caracteriza.



Varios de los análisis de contenido de titulares que fueron revisados para esta investigación tenían como principal intención diferenciar el estilo formal del informal (ligado al sensacionalismo). No fue ese el objetivo del presente trabajo, sino identificar los recursos del lenguaje puestos al servicio del comunicador y detectar los más relevantes en los encabezados analizados.

En los titulares de los medios de comunicación es, quizás, donde mejor puede apreciarse esa estrecha relación existente entre lenguaje y periodismo y allí se puso el foco. Otros estudios recientes sobre titulares estaban centrados en la prensa deportiva, la cual tiene un peculiar estilo y un público especializado, lo que no correspondía a los fines de esta investigación.

Conclusiones

- En los cinco diarios analizados (*El Comercio*, *La República*, *Perú 21*, *Ojo y Trome*) predominan los titulares de carácter informativo o designativo, aquellos que permiten transmitir un contenido, contar algo. Estos corresponden a la función referencial o representativa del lenguaje, la que se centra en lo que uno quiere comunicar al otro (de quién o de qué se habla). Este tipo de titulares arrojó un porcentaje de 31.91 % del total estudiado, una tercera parte de la muestra. La mayoría correspondió a los diarios *El Comercio* y *La República*.

- Otra tercera parte de las unidades de registro examinadas la constituyen los titulares expresivos o emotivos, los que se centran en la actitud del emisor, que representaron el 30.14 % del conjunto analizado. Si bien los titulares informativos buscan denotar (indicar, anunciar, significar), los expresivos tienden a connotar, es decir que conllevan, además de su significado propio, otro vinculado a las emociones, sentimientos. Se presentaron con mayor frecuencia en los diarios *Perú 21*, *Ojo y Trome*.

- No tuvo destacada relevancia la apelación, otra función del lenguaje categorizada en esta investigación, cuyo fin es provocar en el destinatario una determinada actitud o dirigir la conducta de la audiencia. Consignó el 10.28 % del conjunto revisado. La mayoría de estos casos se presentó en los diarios *Perú 21*, *Ojo y Trome*. Destacaron titulares apelativos con función de llamada, como: “Mañana se puede ir a votar sin mascarilla” (*Trome*, 1-10-22) o “Atrapan a barrista asesino” (*Trome*, 8-11-22).

- En las categorías según los fines del discurso se consideraron los titulares interpretativos o valorativos. Estos alcanzaron el 18.43 % de la muestra. Se trata de encabezados en los que predomina una valoración o apreciación del hecho noticioso. La mayor frecuencia de titulares valorativos o interpretativos se encontró en *El Comercio* y *La República*. También en estos dos medios se detectaron titulares declarativos, los que cubrieron el 9.21 % del corpus, en su mayoría de cita textual.

- El análisis puso de relieve la importancia de la clasificación temática. Del conjunto de la muestra, el 67.37 % correspondió al aspecto político. Dentro de ese gran grupo, casi la totalidad de titulares se refería a la situación coyuntural vivida en el país, que derivó en la vacancia y prisión de quien ejercía la presidencia de la República. El rubro temático, planteado como parte referencial del análisis, se sumó, como categoría emergente, a las categorías establecidas a priori, sustentadas en la teoría y la muestra.

- Respecto a la intención explícita e implícita de los titulares, en la mayoría de los casos fue manifiesta, más que oculta. Muchos titulares llevaban una marcada intencionalidad, en particular los referidos a la situación política del país y al entonces presidente. Esto se evidenció no solo en el uso del lenguaje (lo que dicen o callan las palabras), sino también por la abundancia de informaciones sobre la crisis política.

- Los titulares expresivos y apelativos más recurrieron al vituperio que al elogio, sobre todo, como se ha mencionado, por la frecuencia de los temas políticos y específicamente ligados al criticado presidente de entonces. Fueron escasos los encabezados elogiosos: ¡Bien hecho! tituló *Ojo* el 21-10-22, sobre la detención de unos delincuentes; “Lloran por bomberos héroes”, *Trome* 21-11-22, tras tragedia en aeropuerto de Lima. Predominaron los de censura: “Cree que todos son de su misma condición” escribió *Perú 21* el 4-11-22, cuando pacientes y visitantes del hospital Edgardo Rebagliati pifiaron al entonces presidente Castillo y él los llamó “ladrones”; “Castillo es un presidente corrupto”, titular declarativo de *Trome*, 20-11-22, con cita textual de un entrevistado.

Referencias

- Alarcos-Llorach, E. (1977). Lenguaje de los titulares. En *Lenguaje en periodismo escrito* (pp. 125-147). Madrid: Fundación Juan March.
- Andreu, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25794w/Las%20tecnicas%20de%20 analisis.pdf>
- Bernete, F. (2013) Análisis de contenido. En Lucas Marín, A. y Noboa, A. (Coords.), *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos* (pp. 221-261). Madrid: Ed. Fragua.
- Bühler, K. (1979). *Teoría del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bustamante, M. (2018). *Análisis del tratamiento periodístico en las portadas de los diarios Perú 21 y El Comercio, en relación al caso: Ollanta Humala y Nadine Heredia, entre los meses de febrero y abril 2018* (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Lima.
- Díaz, A. (1999). *Aproximación al texto escrito*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Jakobson, R. (1975). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Editorial Seix Barral.
- Gualoto, V. (2017). *Análisis de la construcción de los titulares de Diario Extra. Estudio de caso del mes de diciembre de 2016* (Tesis de Licenciatura). Universidad Central de Ecuador, Quito.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido*. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- Lázaro-Carreter, F. (1981). *Diccionario de términos filológicos*. Madrid: Editorial Gredos.
- López, A. (2009). *El titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.
- Martínez-Albertos, J.L. (2007). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo.
- Núñez-Ladeveze, L. (1991). *Manual para periodismo*, Madrid: Ed. Ariel.
- Pochintesta, P., y Baglione, F. (2022). Personas mayores y pandemia. Análisis de contenido sobre titulares de prensa en Argentina. *Inter disciplina*, 10(28), 571-589.
- Vargas, E. (2015). Las funciones del lenguaje de Jakobson en la titulación deportiva: estudio estilístico de La Nación y La Extra. *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 41(1), 143-156.
- Zorrilla, J.M. (1996). *El titular de la noticia. Estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

* MARÍA ISABEL TUMI GUZMÁN.

Periodista, con estudios de Lingüística, maestranda en Educación con mención en Docencia Universitaria. Fue editora de Control de Calidad del diario El Comercio y profesora de Redacción para la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Estrategias de aprendizaje en estudiantes de la Facultad de Derecho de una universidad privada, Lima

Edith Olivera Carhuaz (*)

<https://orcid.org/0000-0002-7400-8625>

Universidad Privada San Juan Bautista

Recibido: 15/11/22

Aceptado: 15/12/22

Resumen

Las estrategias cognitivas promueven un aprendizaje autónomo, independiente, de manera que el control del mismo lo establece el estudiante por lo que es de suma importancia considerarla en la vida universitaria. El objetivo fue determinar el nivel de aplicación de las estrategias de aprendizaje en los estudiantes de la Facultad Derecho de una universidad privada Lima. Mientras que el método aplicado fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, obteniendo una muestra de 383 estudiantes de la Facultad de Derecho de una Universidad de Lima. El instrumento empleado fue la escala ACRA-Abreviada, el mismo que cuenta con cuarenta y cuatro ítems divididos en tres dimensiones: estrategias cognitivas y de control del aprendizaje, de apoyo al aprendizaje y hábitos de estudio. Respecto a la validez y fiabilidad del instrumento se obtuvieron índices muy aceptables. Se concluye que los estudiantes universitarios de derecho presentan un nivel regular en la aplicación de las estrategias de aprendizaje, así como en las cognitivas, de control y de apoyo lo que tiene una implicancia en el desempeño académico del universitario.

Palabras clave:

Estrategias de aprendizaje, desempeño académico, aprendizaje, técnicas autodidactas, métodos de aprendizaje

Abstract

Cognitive strategies promote autonomous, independent learning, so that the control of it is established by the student, so it is of the utmost importance to consider it in university life. The objective was to determine the level of application of the learning strategies of the students of the Faculty of Law of a private university in Lima. While the applied method was quantitative approach, non-experimental and cross-sectional design. The sampling was non-probabilistic for convenience, obtaining a sample of 383 students from the Faculty of Law of a University of Lima. The instrument used was the ACRA-Abbreviated scale, which has forty-four items divided into three dimensions: cognitive strategies and learning control, learning support, and study habits. Regarding the validity and reliability of the instrument, very acceptable indices were obtained. It is concluded that university law students present a regular level in the application of learning strategies, which has an implication in the academic performance of the university.

Keywords:

Learning strategies, academic performance, learning, self-taught techniques, learning methods

Introducción

En la vida universitaria, las estrategias de aprendizaje deben ser planificadas y ejecutadas adecuadamente con la finalidad de garantizar el buen desempeño académico del discente. El esfuerzo mental que exige el nivel de educación superior es diferente al de la etapa básica. Por lo que es importante el buen manejo del tiempo, el desarrollo de habilidades autodidactas y la autorregulación para afrontar las nuevas exigencias académicas propias de cada carrera (Pérez et al., 2013).

Inicialmente, el término estrategia se relacionó con el logro de objetivos y metas en el área militar. Luego fue asociado con la gestión administrativa. Sin embargo, es a partir de los años cincuenta, de la mano de la teoría cognitiva, que el uso de las estrategias se orientó hacia la obtención de conocimiento (Domínguez & Martínez, 2001). No solo se concibió la implementación táctica de la estrategia sino se dirigió hacia el desarrollo del conocimiento y el aprendizaje en el área social (Schunk, 1991).

Las estrategias de aprendizaje son el conjunto de comportamientos y pensamientos que influyen en el alumno al momento de codificar información. (Weintstein & Mayer, 1983). Por su parte, Monereo (2000) señala que estas se componen de capacidades, habilidades cognitivas, técnicas y demás métodos que faciliten los procesos de aprendizaje. Gallardo et al. (2012) afirman que se trata de un conjunto organizado, consiente e intencionado sobre todo aquello que hace el estudiante para lograr los objetivos de aprendizaje. Estos procesos poseen aspectos tanto cognitivos como metacognitivos, los cuales se evidencia al ordenar y enlazar la información percibida mejorando el rendimiento académico (Meza, 2013; Peculea & Bocos, 2015; Araya et al., 2017; Butrón & Sánchez, 2021).

Aunque la comunidad científica aun no establece una posición clara respecto a los tipos de estrategias de aprendizaje, una de las más utilizadas es la de Román y Gallego (2008). Ellos, basándose en el modelo cognitivo, plantean cuatro tipos de estrategias para su evaluación: las estrategias adquisición, codificación y evocación. Además, de una fase final de apoyo o estrategia motivacional que consisten en una serie de estimulaciones que activan y regulan la conducta, propiciando de esta forma un buen clima para aprender (Gallardo, 2012).

La importancia de su aplicación radica en que este conjunto de procesos engloba no solo aspectos cognitivos sino incluye otros vinculados a la disposición, motivación, planificación y control al afrontar nuevos conocimientos en pro del aprendizaje. Ello constituye y fundamenta un buen planteamiento estratégico, logrando la adquisición de información significativa. (Valle et al., 1998). Por lo que, su utilidad en el ámbito de la educación superior, principalmente en el área de humanidades, tiene mayor presencia (Camarero et al., 2000; Bahamón et al., 2012).

Parra (2021) en colaboración con la UNESCO desarrolló un estudio donde buscó identificar el perfil del estudiante universitario y determinó que las características más resaltantes son la convivencia de distintos géneros e identidades. Además, que la demografía de los universitarios es variada, aunque indica mayor presencia del alumnado de la capital. Las actitudes que sobresalen son la perseverancia, espontaneidad y adaptabilidad. De igual manera, poseen habilidades en el manejo de las tecnologías, siendo considerados nativo-digitales, pero poseen pocas técnicas, estrategias y métodos de aprendizaje tradicional (Universidad Politécnica y Artística de Paraguay, 2021; Gonzales et al., 2008).

López et al. (2018) aduce que de todas las estrategias de aprendizaje que emplea el estudiante universitario destaca en mayor nivel el aprendizaje autónomo. Mientras que para Alarcón et al. (2019) las más utilizadas por los alumnos en ese nivel son el de procesamiento y control. Rosales (2020) señala que la mayoría de los universitarios emplea estrategias de elaboración seguidas de las de ensayo, de organización y las metacognitivas. Por su parte, Visbal et al. (2017) afirma que, las estrategias de mayor uso son la de adquisición seguida por la de apoyo. Por ello, es considerada como un factor que

afecta el desempeño del estudiante. Además, Jeronimo et al. (2020) asevera que los niveles de uso de las estrategias de aprendizaje (EA) entre estudiantes que están iniciando y finalizando la vida universitaria son diferentes.

Por otro lado, Betancourt (2019) confirmó la relación entre las estrategias de aprendizaje y el rendimiento académico. Sin embargo, Chávez (2021) no halló relación entre las dos variables referidas. Asimismo, Capristan (2022) reveló que a pesar de que los estudiantes tengan un alto nivel de uso de estrategias de aprendizaje, estos no necesariamente están relacionadas con el rendimiento académico.

Por lo expuesto, es evidente que existen investigaciones sobre la evaluación del dominio de estrategias de aprendizaje en los estudiantes universitarios. No obstante, en nuestro contexto no existen investigaciones que se halla enfocado específicamente en estudiantes de derecho. Por ello, la presente investigación tiene como propósito determinar el nivel de aplicación de las estrategias de aprendizaje en los estudiantes de la Facultad de Derecho, analizando el perfil del alumnado y las exigencias que esta área de estudios requiere.

Método

El estudio es no experimental y descriptivo porque se analizarán las características de una población, clasificándola en niveles. Además, es de corte transversal dado que se analizaron los datos que se recogieron en un solo momento (Hernández, et al., 2014)

La muestra estuvo constituida por estudiantes de la Facultad de Derecho de una Universidad Privada de Lima, siendo el muestreo no probabilístico por conveniencia, quedando conformada por 383 estudiantes universitarios, de un total de 532 matriculados en el semestre 2022 -2, los cuales respondieron de manera satisfactoria la encuesta.

Este trabajo se desarrolló bajo la escala de estrategias de aprendizaje (ACRA) porque desarrolla cuatro procesos que consideramos importante para obtener nuevos conocimientos. El primero de ellos es la adquisición de información, que consiste fundamentalmente en la atención y la repetición. La segunda fase se refiere a la nemotecización donde se elabora esquemas que ayudan a organizar y estructurar los contenidos. La tercera llamada recuperación trata diversas estrategias que evocan contenido ya codificados y elaboran respuesta en base a estos. La cuarta fase es el apoyo, esta se encuentra conformada por factores meta cognitivos, afectivos, sociales y motivacionales (Camarero et al., 2000).

En este sentido, se optó por la versión adaptada de la escala ACRA-Abreviada, elaborada por Fuentes y Justicia (2003) porque adecuaron el instrumento a la realidad universitaria, tomando de base la versión de Román y Gallego (1994). Este instrumento cuenta con cuarenta y cuatro ítems divididos en tres dimensiones: estrategias cognitivas y de control del aprendizaje, estrategias de apoyo al aprendizaje y hábitos de estudio. Respecto a la validez y fiabilidad del instrumento, los autores obtuvieron índices muy aceptables, siendo validada para su aplicación en estudiantes universitarios.

Esta escala fue aplicada de manera anónima, respetando la identidad y confianza de los participantes. Previamente, firmaron el consentimiento informado para garantizar su participación libre y voluntaria.

Posterior a la recolección de datos, se procedió a analizar los resultados, se empleó el programa Excel V. 2019 para la elaboración de la base numérica. Para obtener los datos estadísticos, se realizó la tabulación en el software SPSS V.26, procesando cada una de las dimensiones de la escala en mención.

Resultados

Los resultados se presentan en relación a los objetivos planteados en el estudio. La caracterización sociodemográfica de la población estuvo compuesta por el género, la edad y el año académico que cursa el estudiante, donde se observa que una gran parte de la muestra se encuentra compuesta por varones y el 90% de alumnos son jóvenes entre los 18 a los 26 años.

Tabla 1
Datos sociodemográficos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Género	Masculino	214	55,9	55,9	55,9
	Femenino	169	44,1	44,1	
	Total	<u>383</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>
Edad	Joven	346	90,3	90,3	90,3
	Adulto	37	9,7	9,7	
	Total	383	100,0	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>
Grado	1° año	77	20,1	20,1	20,1
	2° año	79	20,6	20,6	40,7
	3° año	60	15,7	15,7	56,4
	4° año	85	22,2	22,2	78,6
	5° año	39	10,2	10,2	88,8
	6° año	43	11,2	11,2	
	Total	383	100,0	100,0	100,0

Tabla 2

Niveles de aplicación de estrategias cognitivas y de control del aprendizaje al aprendizaje en estudiantes de la facultad de derecho de una universidad privada de Lima

Dimensión		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estrategias cognitivas y de control del aprendizaje	Malo	72	18,8	18,8	18,8
	Regular	194	50,7	50,7	69,5
	Bueno	117	30,5	30,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Se observa en la tabla 2 que los estudiantes universitarios presentan una tendencia regular (50.7%) respecto a los niveles de aplicación de estrategias cognitivas y de control de aprendizaje; asimismo, un gran número de estudiantes se encuentra en el nivel bueno (30.5%), caso contrario a una pequeña fracción de la población que no tiene un mal nivel (18.8%). Frente a estos resultados se puede afirmar que los estudiantes universitarios tienen ciertas estrategias que les ayudan a planificar y controlar sus actividades.

Tabla 3
Niveles de Estrategias de apoyo al aprendizaje en estudiantes de la facultad de derecho de una universidad privada de Lima

Dimensión		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estrategias de apoyo al aprendizaje	Malo	71	18,5	18,5	18,5
	Regular	231	60,3	60,3	78,9
	Bueno	81	21,1	21,1	
	Total	383	100,0	100,0	100,0

En la tabla 3 se logra apreciar que la mayoría de estudiantes poseen un nivel regular (60.3%) en la dimensión estrategias de apoyo al aprendizaje, a su vez, una cantidad reducida de estudiantes reflejo un buen nivel (21.1%), situación opuesta a una fracción de la población que tiene un mal nivel (18.5%) en la aplicación de las estrategias de apoyo al aprendizaje. Por ello, se afirma que una gran fracción del alumnado poseen técnicas y estrategias que les permiten codificar y registrar de mejor manera la información impartida por los docentes.

Tabla 4
Niveles de Hábitos de estudio en estudiantes de la facultad de derecho de una universidad privada de Lima

Dimensión		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hábitos de estudio	Malo	142	37,1	37,1	37,1
	Regular	223	58,2	58,2	95,3
	Bueno	18	4,7	4,7	
	Total	383	100,0	100,0	100,0

Respecto a los niveles de hábitos de estudio, un 58.2% de los estudiantes reflejó un nivel regular, un 4.7% se encontró en un nivel bueno y sorpresivamente un 37.1% de los alumnos tiene malos hábitos de estudio. Por tal motivo se puede afirmar que una gran parte de los estudiantes no presentan conductas que favorecen su aprendizaje.

Discusión

Frente a los resultados obtenidos, es claro que los alumnos de la facultad de derecho presentan un nivel aceptable respecto a las estrategias de aprendizaje; esto conlleva a establecer de manera característica cada una de las dimensiones, para poder ubicar y reforzar aquella que presente un menor índice. Los datos sociodemográficos reflejaron que un grueso de la población se encuentra en la etapa de la juventud y entre los grados 1º y 4º, etapas donde se requiere un desarrollo de estrategias académicas para poder registrar y ordenar las actividades, aunque Jernonimo et al. (2020) señala que no existen diferencias significativas entre las etapas iniciales y finales.

Respecto al caso particular del estudiante de derecho, disciplina donde se exige una alta capacidad de retención y procesamiento deductivo, con base en procesos lógicos es realmente importante la presencia de estrategias de aprendizaje para poder captar y registrar en la información en la memoria a corto plazo y posterior codificación en la memoria a largo plazo (Espinoza, 2009).

Los jóvenes universitarios necesitan múltiples actitudes y capacidades para poder cumplir con sus labores académicos, frente a esta situación los estudiantes de la facultad de derecho de una Universidad Privada de Lima presentaron una mayor presencia en la dimensión de estrategias cognitivas y de control de aprendizaje, siendo esta la única que alcanzó un porcentaje de 30.5% en el nivel bueno y 50.7% en nivel regular. Resultados que concuerdan con el estudio dirigido por Alarcón et al. (2019) quien determinó que los jóvenes universitarios presentan en mayor medida estrategias de aprendizaje, cognitivas y de procesamiento, siendo estas las más utilizadas. Asimismo, Rosales (2020) afirmó que en los estudiantes universitarios las estrategias metacognitivas se presentan en un 60%, clasificándola como fundamental para el desarrollo de las actividades académicas.

El análisis de la segunda dimensión reflejó un nivel regular en las estrategias de apoyo, alcanzando un 60% de los sujetos analizados, demostrando que una gran cantidad de jóvenes implementan estrategias de apoyo para desarrollar sus actividades académicas y mejorar su rendimiento. Estos resultados, están acorde a los desarrollados por Visbal et al (2017) quien obtuvo que un 37.7% del total de la población presenta mayor uso de las estrategias de apoyo, siendo este un factor principal que influye en el desempeño académico. Tal como afirma Betancour (2019) quien halló una relación significativa (0,846) entre el rendimiento académico y las estrategias de aprendizaje.

Respecto a la tercera dimensión se obtuvo que un 58% de la población estudiada presenta un nivel regular y el 37% refleja un nivel malo, dejando en evidencia la falta de costumbre en el repaso, la elaboración de resúmenes y la preparación frente a nuevos temas. Resultados acordes a los obtenidos por Rosales (2020) quien señala que, en los estudiantes universitarios un 28% solo elabora resúmenes y un 31% realizan paráfrasis, dejando en evidencia la urgente mejora de este aspecto.

Conclusiones

- En los cinco diarios analizados (El Comercio, La República, Perú 21, Ojo y Trome) predominan los titulares de carácter informativo o designativo, aquellos que permiten transmitir un contenido, contar algo. Estos corresponden a la función referencial o representativa del lenguaje, la que se centra en lo que uno quiere comunicar al otro (de quién o de qué se habla). Este tipo de titulares arrojó un porcentaje de 31.91 % del total estudiado, una tercera parte de la muestra. La mayoría correspondió a los diarios El Comercio y La República.

- Otra tercera parte de las unidades de registro examinadas la constituyen los titulares expresivos o emotivos, los que se centran en la actitud del emisor, que representaron el 30.14 % del conjunto analizado. Si bien los titulares informativos buscan denotar (indicar, anunciar, significar), los expresivos tienden a connotar, es decir que conllevan, además de su significado propio, otro vinculado a las emociones, sentimientos. Se presentaron con mayor frecuencia en los diarios Perú 21, Ojo y Trome.

- No tuvo destacada relevancia la apelación, otra función del lenguaje categorizada en esta investigación, cuyo fin es provocar en el destinatario una determinada actitud o dirigir la conducta de la audiencia. Consignó el 10.28 % del conjunto revisado. La mayoría de estos casos se presentó en los diarios Perú 21, Ojo y Trome. Destacaron titulares apelativos con función de llamada, como: "Mañana se puede ir a votar sin mascarilla" (Trome, 1-10-22) o "Atrapan a barrista asesino" (Trome, 8-11-22).

- En las categorías según los fines del discurso se consideraron los titulares interpretativos o valorativos. Estos alcanzaron el 18.43 % de la muestra. Se trata de encabezados en los que predomina una valoración o apreciación del hecho noticioso. La mayor frecuencia de titulares valorativos o interpretativos se encontró en El Comercio y La República. También en estos dos medios se de-

tectaron titulares declarativos, los que cubrieron el 9.21 % del corpus, en su mayoría de cita textual.

- El análisis puso de relieve la importancia de la clasificación temática. Del conjunto de la muestra, el 67.37 % correspondió al aspecto político. Dentro de ese gran grupo, casi la totalidad de titulares se refería a la situación coyuntural vivida en el país, que derivó en la vacancia y prisión de quien ejercía la presidencia de la República. El rubro temático, planteado como parte referencial del análisis, se sumó, como categoría emergente, a las categorías establecidas a priori, sustentadas en la teoría y la muestra.

- Respecto a la intención explícita e implícita de los titulares, en la mayoría de los casos fue manifiesta, más que oculta. Muchos titulares llevaban una marcada intencionalidad, en particular los referidos a la situación política del país y al entonces presidente. Esto se evidenció no solo en el uso del lenguaje (lo que dicen o callan las palabras), sino también por la abundancia de informaciones sobre la crisis política.

- Los titulares expresivos y apelativos más recurrieron al vituperio que al elogio, sobre todo, como se ha mencionado, por la frecuencia de los temas políticos y específicamente ligados al criticado presidente de entonces. Fueron escasos los encabezados elogiosos: ¡Bien hecho! tituló Ojo el 21-10-22, sobre la detención de unos delincuentes; “Lloran por bomberos héroes”, Trome 21-11-22, tras tragedia en aeropuerto de Lima. Predominaron los de censura: “Cree que todos son de su misma condición” escribió Perú 21 el 4-11-22, cuando pacientes y visitantes del hospital Edgardo Rebagliati pifiaron al entonces presidente Castillo y él los llamó “ladrones”; “Castillo es un presidente corrupto”, titular declarativo de Trome, 20-11-22, con cita textual de un entrevistado.

Referencias

Schunk, D. H. (1991). *Learning theories. An educational perspective*. New York: McMillan.

Universidad Politécnica y Artística del Paraguay. (2021). *Características del estudiante universitario de hoy*. Actualidad. <https://upap.edu.py/caracteristicas-del-estudiante-universitario-de-hoy/#:~:text=Actualmente%20entre%20sus%20principales%20caracteristicas,búsqueda%20constante%20de%20experiencias%20nuevas>.

Valle, A., González, R., Cuevas, G., Lino M., Fernández S., & Ana P. (1998). Las estrategias de aprendizaje: características básicas y su relevancia en el contexto escolar. *Revista de Psicodidáctica*, (6), 53-68. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17514484006>

Visbal, D., Mendoza, A. & Díaz, S. (2017). Estrategias de aprendizaje en la educación superior. *Sophia*, 13(2), 70-81. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413751844008>

Weinstein, C., & Mayer, R. (1983). The teaching of learning strategies. *Innovation Abstracts*, 5(32). 2 - 4. <https://eric.ed.gov/?id=ED237180>

Wong, E., Segovia, J. & López, A. (2019). Análisis psicométrico de las escalas de estrategias de aprendizaje (ACRA) en estudiantes de tres universidades peruanas. *Eduare et Comunicare*, 7(1), 26- 40. <https://doi.org/10.35383/educare.v7i1.223>

(*) EDITH OLIVERA CARHUAZ

Doctora en Educación, maestra en Investigación y Docencia Universitaria. Asesora y Revisora de Tesis. Docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Correo electrónico: eolivera@bausate.edu.pe

Tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID-19

Lizzet R. Aponte Rodríguez (*)
Universidad Jaime Bausate y Meza
<https://orcid.org/0000-0002-7722-3371>
Recibido: 25/09/22
Aceptado: 20/11/22

Resumen:

El objetivo de esta investigación es comprender el significado en el tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID. El enfoque es cualitativo aplicativo, el nivel descriptivo y el diseño no-experimental. La muestra está representada por los diarios El Comercio, La República, Trome y Correo, de enero a diciembre 2020, seleccionada mediante un muestreo no-probabilístico por conveniencia. Para la recolección de información se ha utilizado el análisis documental y una ficha de captura de datos. Los resultados demuestran que, en el proceso de codificación de la cobertura mediática, surgieron dos categorías: feminicidio (con cuatro subcategorías –el perpetrado por familiares–tiene un profundo significado) y el tratamiento mediático (la cobertura de titulares y contenidos en los diarios, coincidentemente son iguales). En las conclusiones: El Comercio, brinda mayor significado al tratamiento mediático del feminicidio, seguido por La República y Trome, y escasamente por Correo. En la cobertura mediática, surgió una tipología que diferencia el tipo feminicida y su relación con la víctima, distinguiéndose cuatro subcategorías (familiar, íntimo, por conocidos y extraños) predominando el feminicidio íntimo. En el titular de la portada, “El Comercio” utilizó un tratamiento informativo, “La República” notas apelativas y “Trome” temáticos. El contenido evidenció seis párrafos dedicados al feminicidio; el objeto prevalente para cometerlos, los golpes, luego el arma blanca y la tortura; el motivo principal los celos, y las notas periodísticas objetivas; en imagen, los medios utilizaron color y uso indistinto de la ubicación.

Palabras clave:

“Contenido; Covid-19; feminicidio; imagen; titular; tratamiento mediático.”

Abstract:

Media treatment of femicide in Peru at COVID-19 times

The objective of this research is to understand the meaning in the media treatment of femicide in Peru in COVID times; the methodology with qualitative application approach, descriptive level and non-experimental design, the sample represented by Commerce, Republic, Trome and Mail journals from January to December 2020, selected by means of non-probabilistic sampling for convenience, as instruments documentary analysis and a data capture sheet. The results show that, in the process of encoding the media coverage, two categories emerged: femicide (with four subcategories –that perpetrated by relatives–has a profound meaning) and media treatment (the coverage of headlines and contents in newspapers, coincidentally equal). In the conclusions: Commerce, provides

greater meaning to the media treatment femicide, followed by Republic and Trome, and sparsely by Mail. In media coverage, a typology arose that differentiates the femicide type and its relationship with the victim, distinguishing itself four subcategories (family, intimate, known and strange) predominating intimate femicide. In the cover headline, “Commerce” used informational treatment, “Republic” notes and “Trome” thematic. The content, evidenced six paragraphs dedicated to femicide; the prevailing object to commit the blows, then the white gun and torture; the main reason jealousy, and objective journalistic notes; in image, the media used color and indissistent use of the location.

Keywords:

“Contend; Covid-19; femicide; image; holder; media rattling.”

Introducción

En la actualidad, el tratamiento mediático del feminicidio es la manera de ver y percibir cómo se difunden los casos y el impacto que se da a través de los medios de comunicación en la representación del significado del feminicidio. Por esta razón, su rol es importante por su creciente aumento y visualización de los prototipos y particularidades de crímenes que se ejercen contra las mujeres, teniendo presente que los medios pueden favorecer la propagación y sensibilización social.

Por lo tanto, es relevante entender el tratamiento mediático del feminicidio y sus consecuencias inmediatas a nivel nacional, ya que esto está premunido de creencias, prejuicios sexistas y valoraciones subjetivas que descontextualizan la noticia, estos hechos nos permiten la oportunidad para profundizarnos en esta problemática; si bien es cierto, existe una tendencia de subordinación y dominación que se evidencia contra las mujeres, por otro lado la posición de los medios de comunicación es no tocar ni analizar las relaciones de poder que ejercen los varones contra las mujeres, cuyo objetivo es conservar y continuar con su poder en esta relación de pareja. Los medios de comunicación, tratan esta problemática del feminicidio en medio de una serie de sucesos de mujeres victimadas en manos de sus parejas, que acontecen en el ámbito mundial y nacional.

A nivel latinoamericano, el observatorio para la igualdad de género de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) reportó 3,529 mujeres asesinadas en América Latina durante el 2018 (Henrraz, 2020).

A nivel nacional, recordemos que las notas periodísticas continúan refiriéndose a la muerte de las mujeres, como cotidianamente lo hacían antes de la campaña, es decir, le dan un tratamiento general al problema, como un suceso aislado de homicidio. En el país, con la presencia de la pandemia y las políticas de gobierno impartidas con el aislamiento social para prevenir el COVID-19, ocasionaron un aumento en la violencia de género y un 60% de mujeres murieron en manos de sus parejas durante el Estado de Emergencia, provocando un estado de alarma en el gobierno peruano, extremando así sus medidas.

El Observatorio de Criminalidad de nuestro país, durante el estado de emergencia del COVID-19, ha reportado que la edad de la víctima está entre los 13 a 54 años; siendo el segmento de 25-34 años las que tienen mayor incidencia al feminicidio. En cuanto al imputado, su edad fluctúa entre 18 a 54 años; el medio más usado por el atacante es el objeto punzo cortante (navaja, cuchillo y machete, seguido de arma de fuego, bolsas y agresión física); un 36% fueron asesinadas en su domicilio, siendo Lima el Departamento con mayor número de víctimas.

Esto nos lleva a la necesidad de plantear **la interrogante**: ¿Cuál es el significado que tiene el tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID-19?

El **objetivo** es comprender el significado que tiene el tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID -19, con sus respectivos objetivos específicos:

- Entender el significado del tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID -19 en la portada de los diarios según el titular.

- Conocer el significado del tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID -19 en la portada de los diarios según su contenido.

- Comparar el significado del tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID -19 en la portada de los diarios según su imagen.

Este trabajo de investigación se *justificó* desde una *perspectiva teórica* con el abordaje de los derechos humanos y de género, teniendo en cuenta el tipo de tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID-19. En cuanto al *aspecto metodológico*, al tratarse de un complejo problema multifactorial, se pueden presentar diversos niveles de análisis para tener más profundidad y riqueza interpretativa (Hernández, Fernández y Baptista, 2012). Finalmente, desde el *punto de vista práctico*, se trata de una contribución social que favorecerá a un sector vulnerable de la población que son las mujeres en un contexto diferente, es decir en tiempos del COVID-19.

En los *antecedentes*, a *nivel nacional*, en relación al tratamiento de las noticias, Blas (2019) sostiene seis aspectos: a) se invertirá en la cobertura periodística según el tipo de agresión; b) la ubicación de la diagramación y jerarquización de la noticia del contenido morboso dependerá de la relación con la víctima u ocupación en alguna entidad; c) el titular predominante es el tipo informativo; d) uso de “jergas” negativas como revictimizar, ocultamiento, justificación y minimización del problema; e) las fotografías presentan fallas con la narrativa y, finalmente, f) las leyendas fotográficas (permiten una correcta interpretación, pero existe ausencia, resultando insuficiente y poca seriedad al trabajo periodístico). Por otro lado, Cabanillas. (2017) identificó 40 noticias de feminicidio en su plataforma digital “El Comercio” no publicándolo constantemente, ya que no existe una sección específica, y describe al tratamiento informativo como inusual ya que no se orienta a las mujeres violentadas, ni hay seguimiento de los casos, en los titulares no se expresa sentimientos ni emociones, ya que eso originaría victimización. En cuanto a la violencia contra la mujer, se señala que existe un aumento progresivo, el riesgo aumenta en el mes de noviembre, en el área rural y urbano-marginal, el escenario es el no-íntimo y además es perpetrado por la pareja o expareja en un escenario no íntimo, agregando que la violencia extrema es perpetrada por la pareja o expareja (Quispe, Curro, Córdova, Pastor, Puza y Oyola, 2018). En cuanto a la presión mediática en los procesos judiciales, este sí influye en los fallos, por lo que no existe un correcto manejo sobre discrecionalidad del proceso (Pérez, 2018). Otro tópico estudiado son los efectos en la educación ciudadana sobre equidad de género en el tratamiento de la información sobre feminicidios, que estos brindan amplia cobertura mediante la nota informativa y, asimismo, el interés humanitario coincide con los resultados de la encuesta a lectores. Los efectos culturales y sociales de los resultados de la encuesta demuestran indiferencia ante el sufrimiento, pero los valores tienen efecto positivo según los encuestados. (Rivera y Robles, 2015). A *nivel Internacional* Ananías y Vergara (2016), nos señalan en sus resultados que los medios digitales continúan cometiendo los mismos errores que la prensa escrita y

que su principal error es no contextualizar la información ni tomar conciencia sobre el tema e incluso se proyecta hacia la farándula de manera aversiva. Existe una marcada falta de empatía hacia la víctima, fueron sobreexpuestas en imágenes, en algunas noticias existió justificación de su actuar y fue adjudicado a violencia mutua, celos, amor o al fragor de la discusión, el divorcio y nueva relación. No existe una explicación por qué ocurre la violencia contra la mujer ni cuáles son las señales de alerta, tampoco hay una concientización de la población y mucho menos prevención; mientras *Toledo y Lagos (2015)* recalcan conexiones en los homicidios de mujeres por razones de género y la cobertura mediática en países de Europa y América Latina, estos hechos coinciden con los hallazgos encontrados.

Las limitaciones para la ejecución del presente trabajo es encontrarnos en un contexto de pandemia en la salud pública que afecta el bien jurídico de la vida, planteándose medidas de emergencia sanitaria que limitan la educación, el trabajo, la economía y desde luego la participación social de las personas con situaciones de confinamiento social, restricciones de derechos de la persona, entre otros, que inciden en el desarrollo de la investigación de una manera participativa y presencial.

Material y métodos

El tipo de investigación, es aplicativa, nivel descriptivo-analítica, diseño no-experimental y el método inductivo. La población conformada por 39 diarios (El Comercio, La República, Trome y Correo). La muestra representada por los casos durante el año 2020, vinculados con el tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del Covid-19, en los diarios El Comercio, La República, Trome y Correo. El muestreo de las informaciones de tipo no-probabilístico por conveniencia o intencional. La técnica utilizada -el análisis documental- se consultó de fuentes de datos escritas (diarios). El instrumento -la ficha de captura de datos- que permitió verificar los contenidos de la información de fuentes escritas. La técnica del procesamiento de datos fue a través de la unidad de análisis, codificaciones, categorías y sub categorías.

Resultados

En los casos de feminicidio reportados durante el período de la pandemia, es decir, marzo a diciembre 2020, el diario El Comercio reportó 41% de los casos; La República 28%; El Trome 23% y Correo con 8%.

A. En cuanto a la cobertura mediática del feminicidio en el proceso de codificación, surgieron dos categorías:

Categoría 1: Feminicidio

Los feminicidios, presentan una base tipológica que se enfoca en diferenciar el tipo de feminicida y su relación con la víctima. Esta base tipológica nos permitió distinguir a su vez (04) subcategorías de feminicidios. Cada categoría fue organizada en subcategorías, las mismas que contienen los análisis respectivos:

a. En la subcategoría feminicidio perpetrados por familiares se encontraron treintinueve casos, de los cuales la mitad de los casos corresponde a la autoría ocasionada por hermanos y/o hermanastros y la otra mitad corresponde a la autoría de parientes del sexo masculino.

b. En la subcategoría de feminicidios íntimos se encontraron veintinueve casos, aproximadamente cerca de la mitad fueron cometidos por sus concubinos, una tercera parte por exconcubinos, la quinta parte por sus parejas sexuales y una séptima parte cometidos por ex novios.

c. En la subcategoría de feminicidios cometidos por conocidos masculinos de la víctima se encontró un solo caso.

d. En la subcategoría de feminicidios por extraños, los siete casos fueron cometidos por extraños del sexo masculino en tiempos de Covid-19.

B. En el tratamiento mediático del feminicidio, surgió la segunda categoría: En el tratamiento mediático de la cobertura del feminicidio 2020, el diario El Comercio presenta un mayor predominio solo en la cobertura de imagen en comparación con los diarios La República, El Trome y Correo. Mientras que la cobertura en los titulares y contenidos, los cuatro diarios presentan coincidentemente igual cobertura mediática del feminicidio en el 2020.

Categoría 2: Tratamiento mediático

Es la intervención y/o el rol de los medios de comunicación en sus políticas de atender la violencia en las relaciones de pareja, en las medidas de prevención y protección de las mujeres. Cada categoría fue organizada en subcategorías, las mismas que contienen sus análisis respectivos:

a. En la subcategoría del titular sobre feminicidio, del total de treintinueve titulares, El Comercio presenta el mayor número de titulares, seguido por La República con una tercera parte, el Trome con la cuarta parte y Correo con menos de la décima parte. En los titulares del tratamiento mediático sobre feminicidio según la tipología informativa, que busca brindar información de coyuntura, manifestando los sucesos para despertar el interés del público, el diario El Comercio reporta la mitad de los casos con este tipo de información; mientras que La República lo hace mediante la tipología apelativa y solo El Trome con un solo caso de tipología temática.

b. En la subcategoría de contenido, el número de párrafos que comprende los dieciséis casos de feminicidio en El Comercio es de cuatro a seis párrafos; igual que en los once casos La República utiliza de cuatro a seis párrafos; en los nueve casos del Trome utiliza igual, de cuatro a seis; mientras que el Correo en sus tres casos utiliza de siete a nueve párrafos.

En cuanto al uso del objeto para perpetrar el feminicidio, prevaleció la violencia física de golpes con una tercera parte, luego el uso de arma blanca, y una décima parte con arma de fuego, tortura y muerte; después el estrangulamiento y descuartizamiento; y finalmente, la asfixia, violación sexual y la ingesta de tóxicos.

En cuanto a la razón o motivo del feminicidio que expresa el agresor, prevalecen los celos en la mitad de los casos, después una cuarta parte se originó por discusión de pareja y una décima parte a la amenaza del término de la relación y de embarazo de la mujer.

En cuanto a la parte objetiva-subjetiva de la nota periodística predomina en tres cuartas partes la nota objetiva en los cuatro diarios; sin embargo, el diario El Comercio en la tercera parte predomina con la nota periodística subjetiva. En cuanto a las autorías de las notas periodísticas estas provienen de la agencia y de los reporteros.

c. En la subcategoría de imagen en el desarrollo de la noticia, el uso para graficar el tratamiento mediático del feminicidio ha sido constante en los cuatro medios informativos, con uso a color y ubicación indistinta de la imagen.

Discusión

En la presente investigación, en el ámbito departamental, local y nacional en el Perú, el diario *El Comercio* registró con mayor proporción el ámbito local y nacional de la noticia sobre feminicidio; *La República* registró más de la tercera parte el ámbito local y una décima parte nacional; *El Trome* la quinta parte local y una cuarta parte nacional y *El Correo* registra apenas una décima parte local y nacional. Las víctimas de feminicidio en cuanto a la edad oscilan entre los 18 a 54 años, predominando el intervalo de 18 a 24 años durante los meses de la pandemia.

Del proceso de codificación, surgieron dos categorías: Categoría 1: Feminicidio y Categoría 2: Tratamiento mediático; cada categoría fue organizada en sub categorías, las mismas que contienen los principales discursos que a continuación presentamos:

Categoría 1: Feminicidio: La Ley N° 30068 incorpora al Código Penal Nacional el Artículo 108 A y B, que plantea que el feminicidio es el acto último y más grave de violencia contra las mujeres, producto del fracaso de los intentos de someterlas y controlarlas. Pudiendo ocurrir en contextos diversos: por parte de la pareja o expareja, hostigamiento o acoso sexual, abuso del poder, confianza o de cualquier otra posición o relación con el agresor, independientemente que exista o haya existido una relación conyugal o de convivencia. Esto es congruente con la jurisprudencia peruana en la cual la Corte Suprema de Justicia en la Sala Penal Transitoria, según el Recurso de Nulidad 125-2015 Lima, analiza la figura penal de feminicidio o femicidio, según la teoría propuesta por Russell (2006), que el asesinato y la violencia cometida contra las mujeres es tratar de preservar la supremacía masculina y que es un asesinato misógino; asimismo, señala que la Organización de Naciones Unidas (2001) consideró al feminicidio como “el asesinato de mujeres como resultado extremo de la violencia de género... y comprende aquellas muertes de mujeres a manos de sus parejas, familiares...”. Igual precisión se le asigna a la Corte Interamericana de Derechos Humanos (2009), la violencia de género es clave en este tipo de bien jurídico lesionado. De esta manera, el feminicidio presenta varios tipos: íntimo, no-íntimo, por conexión, infantil, sistémico, racista, por ocupaciones estigmatizadas, por prostitución, por trata, por tráfico, transfóbico y lesfóbico. Los resultados encontrados en este trabajo sobre el feminicidio, concuerdan con lo manifestado por la jurisprudencia nacional, en cuanto señala que la forma más común de violencia experimentada es el “feminicidio íntimo” no solo en el Perú sino también a nivel internacional, lo que constituye una grave vulneración contra los derechos humanos, declarando en su fallo en este caso: no haber nulidad en la sentencia que condenó al agresor como autor del delito de feminicidio en grado de tentativa.

Siguiendo con la idea planteada, Russell (2006) enfatiza que los feminicidios también cuentan con una base tipológica, que se enfoca en diferenciar el tipo de agresor y su relación con la víctima, los cuales se encontraron en la investigación, pudiéndose determinar los tipos de feminicidios analizados cuya evidencia se manifiesta mediante las siguientes subcategorías:

a. En la sub categoría: Femicidio de familiares: Villanueva (2009), sostiene que la sub categoría femicidio íntimo, incorpora casos de muerte de mujeres a manos de un miembro de familia, como es el padre, padrastro, el hermano o el primo. En otras palabras, los femicidios íntimos supondrían una relación de consanguinidad, legal o afectiva de las partes, coincidiendo con los resultados encontrados, expresando lo siguiente:

“Se puede evidenciar en los casos registrados de la subcategoría en mención donde la mitad de casos son perpetrados por hermanos, y la otra mitad por parientes del sexo masculino”.

b. En la subcategoría: Femicidios íntimos: El asesinato cometido por un hombre con quien la víctima tenía o tuvo una relación íntima o afín a esta. No se limita a las relaciones en las que existía un vínculo matrimonial, sino que se extiende a los convivientes, novios, enamorados y parejas sentimentales (Villanueva, 2009).

“Se pudo encontrar en esta subcategoría veintinueve casos llamados femicidios íntimos, entre los cuales la mitad fueron cometidos por sus concubinos, una tercera parte por exconcubinos, una quinta parte son parejas sexuales y menos de la décima parte cometidos por ex novios”.

c. En la subcategoría: Femicidios por conocidos: son las muertes que se perpetran por amigos, familiares, trabajadores de la salud o compañeros de trabajo quienes valiéndose de la relación de confianza dan muerte a varias mujeres (IDHH, 2006).

“Asimismo en los casos de femicidios por conocidos, los casos están vinculados con los amigos masculinos de la víctima”.

d. En la subcategoría: Femicidios de extraños: no tenía ninguna relación íntima, familiar de convivencia o afín con la víctima, frecuentemente, este tipo de femicidio involucra el ataque sexual de la víctima (Villanueva, 2009 y Reátegui y Reátegui, 2017).

“Por último en los casos de femicidio estos fueron cometidos por extraños masculinos de la víctima, que son personas del sexo opuesto en tiempos de Covid-19”.

Categoría 2: Tratamiento mediático: Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la percepción que la sociedad tiene de la realidad. Tienen la capacidad de reforzar prejuicios y estereotipos, pero en la misma medida también pueden luchar contra ellos (Confederación Salud Mental España).

“Se pudo evidenciar que el tratamiento mediático en la cobertura el diario El Comercio presenta un mayor predominio solo en la cobertura de imagen en comparación con los diarios La República, El Comercio y Correo. Mientras que la cobertura en los titulares y contenidos, los cuatro diarios presentan coincidentemente igual cobertura mediática del femicidio en el 2020”.

A continuación, se procederá al análisis de las siguientes subcategorías:

a. En la sub categoría: Titulares: Son considerados por el vínculo entre el lector y el texto periodístico, aquí solo se lee los titulares, por la cual se tiene una impresión más directa de la realidad, pudiendo identificarse dos funciones principales de los titulares: publicar el contexto y llamar la atención del lector. Siendo el enunciado, que encabeza una noticia y resume brevemente su contenido (Pérez y Merino, 2014).

“El Comercio presenta mayor cantidad de titulares, seguido por La República, el Trome y Correo respectivamente”.

Por otro lado, según su tipología de los titulares en el tratamiento mediático sobre feminicidio; los informativos suelen ser un análisis breve y conciso de la noticia caracterizando su objetividad y no condiciona al lector a la hora de interpretar lo que va a leer (Martínez, 2014, p.2); el apelativo busca llamar la atención y apelar por los sentimientos y esperando que el lector juzgue igual que los medios y los temáticos son más de opinión y no información, por lo tanto:

“En relación a la tipología informativa, El Comercio reporta la mitad de sus casos con un tratamiento mediático informativo, La República con una quinta parte, El Trome y Correo con una décima parte, buscando brindar información de coyuntura ya que su función es manifestar los sucesos, despertando interés al público al que se dirige.

En cuanto al tratamiento mediático apelativo, La República lo realizó con una mitad de sus casos, luego el Trome con la tercera parte, El Comercio con una quinta y el Correo no utiliza el tratamiento apelativo.

Con respecto al tratamiento mediático temático, el diario El Trome es el único que reporta esta tipología de tratamiento mediático.”

b. En la sub categoría: Contenido: Es la parte periodística que informa de manera objetiva un suceso ocurrido entre la población (lectores). Es el artículo de actualidad que toca diversas temáticas (política, cultural, entre otras), cuya característica es la de ser un texto objetivo, neutro y de valor agregado. Es por ello:

“Justamente, el contenido del diario El Comercio presenta en la mitad de sus casos el uso de cuatro a seis párrafos para los casos de feminicidios; por otro lado, en el diario La República también se evidencia un predominio del uso de cuatro a seis párrafos dedicados al feminicidio, seguido por el diario Trome y el diario el Correo con siete a nueve párrafos dedicados al feminicidio”.

“Se evidenció que los diarios informan que el índice total de la forma de feminicidio que prevalece es a través de golpes; seguido con del uso de arma blanca; luego la tortura, el uso de arma de fuego y seguida de muerte; a continuación, aparece la violencia física de estrangulamiento y descuartizamiento y finalmente la ingesta tóxica, violación sexual y la asfixia”.

“En cuanto a la razón o motivo que expresa el agresor por atacar a su víctima y llegar al feminicidio, predominó los celos; seguido por discusión de pareja; término de la relación; amenaza de terminar con el embarazo, y finalmente con una tasa baja el acoso, estado de ebriedad, intoxicación, maltrato por sus menores hijos, separación, ultraje, infidelidad y violación”.

“En las notas objetivas periodísticas predomina (La República y Trome) y una tercera parte con notas subjetivas en los diarios (El Comercio, La Republica).”

“En las autorías de las notas periodísticas la mayoría provienen de la agencia (La República), quinta parte las notas son redactadas por reporteros (El Comercio), y en menor proporción están sin autoría en los cuatros diarios (Trome)”.

c. En la sub- categoría: Imagen: Sirve de soporte visual de la noticia tanto en la prensa escrita y digital y suele acompañarse con una cita de pie de foto. (Tabuenca, 2019). Así como: “En el uso para graficar el tratamiento mediático del feminicidio ha sido constante en los cuatro medios informativos, emplear el color y ubicación indistintamente”.

Conclusiones

Primero: “El Comercio” brinda un mayor significado en el tratamiento mediático sobre el feminicidio en el Perú en tiempos del COVID-19, seguido de “La República” y el “Trome”, teniendo el mínimo tratamiento por el “Correo”. En la cobertura mediática en el proceso de codificación, surgió la categoría de una base tipológica para diferenciar el tipo de feminicida y su relación con la víctima, y se distinguió cuatro subcategorías de feminicidio (familiar, íntimo, por conocidos y extraños) predominando la tipología del feminicidio íntimo.

Segundo: En el titular de la portada de los diarios, se determinó tres tipologías diferenciales, “El Comercio” se caracterizó en la mitad de los casos por un tratamiento informativo, “La República” por las notas apelativas y el “Trome” con las notas temáticas.

Tercero: En el contenido de la portada de los diarios sobre el feminicidio en tiempos del COVID-19, se encontró un término medio de seis párrafos de contenido dedicado al feminicidio. En el uso del objeto para el feminicidio, la prevalencia fue mediante golpes, seguido del uso de arma blanca y la tortura. El motivo del feminicidio fueron los celos y las notas periodísticas objetivas también fueron las predominantes.

Cuarto: En la subcategoría imagen en el tratamiento mediático del feminicidio en el Perú en tiempos del COVID-19, se encontró que los cuatro medios informativos emplearon color y la ubicación osciló entre la ubicación inferior, superior e izquierda de la portada de los diarios.

Recomendaciones

1. Que, el significado en el tratamiento mediático sobre el feminicidio en el Perú en tiempos del COVID-19, es que se le brinda un tratamiento como un problema jurídico aislado del contexto social y derechos humanos, se requiere implementar programas de monitoreo y supervisión efectiva con especialistas teniendo como base las tipologías encontradas en el feminicidio, porque su postergación y dilatación cronológica no favorecen tener la relevancia en la práctica medidas de prevención y protección de la mujer como víctima.

2. Orientar políticas en la libertad de expresión e información de los medios de comunicación para que reporten el feminicidio en tiempos del COVID-19, mediante un tratamiento informativo y apelativo que evidencien los hechos de fondo de esta problemática y no apelen a una educación del machismo y subordinación de la mujer frente al varón.

3. Los profesionales de psicología se comprometan en elaborar planes y programas educativos de control de sus emociones y la ira a fin de ir sensibilizando en su proceso de convivencia a la pareja con orientación familiar y encaminar para prevenir los efectos y las consecuencias en los familiares.

4. Que los medios de comunicación reflexionen sobre la inclusión de imágenes en el tratamiento mediático sobre el feminicio en tiempos del COVID-19 porque existe un aumento exponencial de los casos de feminicidio en nuestro contexto de estudio.

Referencias

- Ananías, C y Vergara, K. (2016). Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digital chilenos en marzo del 2016: una aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género. *Comunicación y Medios*. N° 34/2016.52-69
- Blas, J. (2019), Tratamiento de las noticias de violencia contra la mujer en los diarios ajá y el popular en el período de marzo 2011. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
- Cabanillas, P. (2017). Análisis de tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital el comercio. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
- Confederación Salud Mental España. s.f. *Guía de estilo sobre salud mental para medios de comunicación*. Disponible en: <https://comunicasaludmental.org/guiadeestilo/el-tratamiento-mediatico/>
- Corte Suprema de Justicia de la República. Sala Penal Transitoria. (2016). Recurso de Nulidad N° 125-2015. Lima. Disponible: [Http://lpderecho.pe/tipos-feminicidio-caracteristicas-feminicidio-intimo-recurso-nulidad-125-2015-lima/](http://lpderecho.pe/tipos-feminicidio-caracteristicas-feminicidio-intimo-recurso-nulidad-125-2015-lima/)
- El Peruano. Ley N° 30068. (18 julio de 2013). Prevenir, sancionar y erradicar el feminicidio.
- Henrraz, C. (08 de marzo de 2020). El combate del feminicidio en Francia y América Latina. En primera plana. Disponible en: <https://www.france24.com/es/20200307-primera-plana-feminicidios-mujer-francia>
- IIDH. (2006). Instituto Interamericano de Derechos Humanos. I Informe regional: situación y análisis del Femicidio en la región Centroamericana. San José. Costa Rica.
- Martínez, R. (2014). Titulares, p.2. <https://sites.google.com/site/lenguasytic/home/taller-de-prensa/los-titulares>
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. 2012. *Feminicidio bajo la Lupa*. Lima.
- Ministerio Público-Observatorio de Criminalidad. (2017). *Víctimas de feminicidio, según grupos de edad y tipo*. PERÚ. (2009-2016). Fecha de corte de la información: 31/03/2017.
- Pérez, J. y Merino, M. (2014). *Definición de titular*. Disponible en: <https://definicion.d/titular/>
- Pérez, M. (2018). Presión mediática en los procesos judiciales por el delito de feminicidio. (Tesis de pregrado). Universidad Andina del Cuzco. Escuela profesional de Derecho. Disponible en: http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/2022/3/Mercedes_Tesis_bachiller_2018.pdf
- Quispe, M; Curro, O; Córdova, Pastor, M; Puza, G y Oyola, A. (2018). *Violencia extrema contra la mujer y feminicidio en el Perú*. Revista Cubana Salud Pública

- Reategui, R., y Reátegui, J. (2017). *El Delito De Femicidio En La Doctrina Y La Jurisprudencia*. Lima: Iustitia. Disponible en: http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/2022/3/Mercedes_Tesis_bachiller_2018.pdf
- Rivera, R y Robles, G. (2015). *Efectos del tratamiento de la información sobre feminicidios de diarios Correo y Trome que ocasionan en la educación ciudadana de equidad de género de sus lectores del distrito de Arequipa*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Agustín. Escuela Profesional de Comunicación.
- Russell, D. y Harmes, R. (2006). *Femicidio: una perspectiva global*. Ciudad de México: UNAM.
- Tabuenca, L. (2019). *Partes de un periódico*. Universidad UNED. España. Disponible en: unprofesor.com/lengua-española/partes-de-un-periodico-3582.html
- Toledo, P. y Lagos, C. (2015). *Medios de comunicación y homicidios de mujeres por razones de género: apuntes sobre los casos de Europa y América Latina*. Heinrich Boll Stiftung European Unión. Disponible en: https://eu.boell.org/sites/default/files/uploads/2014/07/femicidio_mc_ptoledo_clagos_es.pdf
- Villanueva Flores, R. (2009). *Homicidio y feminicidio en el Perú*. Lima: Observatorio de Criminalidad del Ministerio Público. Disponible en: repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/2022/3/Mercedes_Tesis_bachiller_2018.pdf

(*) LIZZET ROSARIO APONTE RODRÍGUEZ

Docente investigadora y asesora de Tesis. Responsable de los Semilleros de Investigación de la Universidad. Correo electrónico: lapon-te@bausate.edu.pe

Análisis psicosocial de la serie “La casa de papel”. ¿Personajes desahuciados o sistema desahuciado?

Víctor Eusebio Montero López (*)
<https://orcid.org/0000-0002-9968-4160>
Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Recibido: 10/10/22
Aceptado: 21/11/22

Resumen

Se realiza un análisis psicosocial de la serie “La casa de papel”, la serie más vista en el mundo y de mayor éxito. Muestra cómo hay identificación con la personalidad y con el drama de los personajes. Se emplea métodos para análisis de la realidad medial, técnicas del análisis semiótico, análisis de películas cinematográficas, análisis de contenido y psicosocial del fenómeno y sus efectos. Se obtiene conclusiones sobre las actitudes, valores, representaciones sociales de los personajes y espectadores y sobre el imaginario popular provocados por esta serie.

Palabras clave:

Personalidad, realidad medial, análisis semiótico, actitudes, imaginario popular.

Abstract

Psychosocial analysis of the paper house series. Disabled characters or disabled system

A psychosocial analysis of the “La Casa de Papel” series, the most viewed and most successful series in the world, is carried out. It shows how there is identification with values, attitudes, representations, with the drama of the characters. Methods are used for analysis of medial reality, techniques of semiotic analysis, film analysis, content analysis and psychosocial of the phenomenon and its effects. Conclusions are obtained on attitudes, values, social representations and on the popular imaginary caused by this series.

Keywords:

Personality, medial reality, semiotic analysis, attitudes, popular imagery.

La casa de papel, una serie televisiva española, fue creada por Álex Pina, emitida por Antena 3, hoy por Netflix, y es la serie más vista y la favorita del mundo, además de haber ganado numerosos premios, entre ellos el Emmy. Y no solo eso sino que en diversos países se difunde sus frases, sus disfraces, sus canciones, etc., el impacto de su emisión ha sido enorme en el mundo.

En el cine los asaltos a bancos son claves, y protagonistas de estos asaltos despiertan empatía entre los espectadores: *Atracción peligrosa*, *El gran golpe*, *Swordfish*, *El plan perfecto*, *Bonnie y Clyde*, *Butch Cassidy*, *Fuego contra fuego*, *La gran estafa*, *Asalto al Banco Central*, *Kalibre 35*, *El robo al Banco de Inglaterra*, *Bandidas*, *Contrarreloj*, *Atraco a las tres*, *El gran asalto al banco*, *El gran robo*, *Caos*, *El affaire de Thomas Crown*, *Tarde de perros*, *Punto límite*, *Duro de Matar*, *Reservoir Dogs*, *Leon el Profesional*, etc. Aunque esta serie toma mucho de las imágenes, símbolos, elementos, etc., de este cine, su guion, encuadres, montajes, roles actanciales, sus técnicas, son brillantes. Pero son relevantes los valores, actitudes y representaciones que generan identificación.

El argumento consiste en un grupo de ladrones que en el mayor secreto planea un robo. El éxito no consiste en entrar y salir rápido con unos pocos billetes: van a ganar más cuanto más tiempo logren quedarse adentro. Sin importar la vida de los rehenes, ellos van a estirar, postergar y dilatarlo todo hasta el límite de lo tolerable. Si lo logran, serán definitivamente ricos. Se trata del mayor atraco de la historia de España, a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre. El cerebro es El Profesor, que parece tener todo controlado para que el plan salga perfecto. Y reúne a un grupo de expertos atracadores: Tokio, Nairobi, Río, Moscú, Berlín, Denver, Helsinki y Oslo; mientras que Raquel es la oficial líder del bando de la policía. Padalino (2018) precisa: La casa de papel es la historia de un atraco, pero no común, sino un atraco a gran escala: sin robar a nadie, pero robando a los más ricos. Son símbolos que identifican esta serie: la bella canción partisana antifascista *Bella Ciao* y las máscaras de Dalí (Orsetti, 2018).

Aunque parezca imposible el grupo logra estar adentro de la Casa de moneda, pero pese a las previsiones hay sucesos que hacen peligrar la misión de fabricar 2400 millones de euros; pero, El Profesor siempre tiene un as bajo la manga. Aquí juega la realidad medial, las posibilidades que da el cine, como la ubicuidad y poder entrar en sitios imposibles, pero igual de poder entrar en los más recónditos espacios del alma de los personajes, de creer que vivimos un tiempo real, y la empatía se desborda y sintonizamos con ellos. No reparamos en que es una realidad medial, donde el tiempo y espacio no son reales. Y el público se identifica con las motivaciones de cada uno, o de entender su actitud cuando descubrimos su historia. El drama de cada uno se vuelve nuestro. “No queremos que los atrapen” aunque la magia y pensamiento mágico acudan al auxilio. El melodrama surge y parece maniqueo, pero lo real es implacable.

Padalino (2018) señala que esta serie evoca la búsqueda por la libertad, la recuperación de unos valores que parecen olvidados. Es el renacer de los héroes modernizados. Es el Robin Hood que roba a los ricos, que rompe las reglas, posee sus propios parámetros de la justicia y para él el mal es la figura opresora: el poder y la autoridad; desafía las normas y propone una sociedad más justa e igualitaria, esto capta a la masa. En la casa de papel los ladrones no son considerados villanos por los espectadores y generan una esperanza en la sociedad.

En cambio, hay posiciones muy críticas como las de Turner (2018) que señala: esta serie consiguió tomarnos a todos de rehenes; y que las “series de calidad” cercanas al arte y la literatura tal vez llegaron a su fin. Señala que, al igual que los ladrones, productores y guionistas ganarán más. Señala: se alarga el relato y llega a decir debió contarse en cero minutos. Reconoce que tiene altísimos puntos de excelencia técnica con recursos pésimos. Secuencias de acción increíblemente filmadas, nivel de producción envidiable, arte y musicalización casi perfectos y algunas muy buenas actuaciones y escenas que dan risa. Invalida la voz en off diciendo es exasperante e innecesaria y atenta contra los principios del guion, con pésimo tono; siendo absurdo el narrador sea un personaje. Pero valida el uso de los tiempos. Inter-

cala vueltas al pasado de personajes de la banda; cuestiona exageraciones sobre previsión de problemas, abusa violentando la realidad; pese a ello es consumida; y cuestiona la falta de humor. La casa de papel crea adicción y como ninguna alarga el asalto. Repite la historia de perdedores de los personajes indicando cómo los bancos se enriquecen mientras la gente queda afectada cada vez más por el “paro”, oportuno con escepticismo político en España; pero hasta qué punto el robo afecta al sistema que lo cubre todo; o cómo se puede mezclar Bella Ciao con lo publicitario; se ha perdido la calidad para estandarizar todo; solo se busca seguir y consumir y seguir mirando.

El texto también difunde una noción de felicidad muy de acorde al sistema, que es que la felicidad es consumir, incluso los problemas personales se acaban con dinero y placer, y si estos dos valores que el mismo sistema difunde son apropiados por unos cuantos, por qué no robarlos al sistema.

Metodología

Se visualizó todos los capítulos de la serie para analizar cada uno de sus contenidos, igualmente se aplicaron las técnicas del análisis semiótico, roles actanciales, modalidades narrativas, programas narrativos, y la estructura y modalidades de veridicción; de análisis de películas cinematográficas: del guion, encuadres, montajes, sus técnicas; también análisis de contenido y psicosocial del fenómeno y de sus efectos.

Resultados

Veamos lo encontrado en los diversos análisis de la serie:

Aspectos semióticos y de Análisis de medios

En la serie, con el análisis semiótico (Blanco, 1980) se encontró una dinámica muy creativa entre el ser y el parecer (verdad), el no parecer y el no ser (falsedad), el parecer y no ser (engaño), entre el ser y no parecer (secreto); así El Profesor a veces entre en la verdad y el secreto, de la falsedad al engaño (cuando se vuelve un mendigo), pero cuando Raquel, que se enamora de él, devela supuestamente un engaño, muestra una verdad. Berlín igual pasa de la falsedad a revelar una verdad. Tokio de la verdad al engaño para mantener el secreto; Nairobi es auténtica aun en la falsedad. Asimismo, los sujetos asumen diversas competencias como el deber (El Profesor, Raquel), el querer (El Profesor, Raquel, Río, Denver), el saber (El Profesor, Berlín, Raquel, Moscú, Berlín, Denver, Helsinki y Oslo), el poder (jefe de policía, Raquel, Alison). El Profesor además no solo tiene competencia sino performance o desempeño, siendo el sujeto que hace la transformación. En contraste, Arturo es antisujeto pues no tiene competencia ni performance. Es creativo el algoritmo narrativo que a nivel de la manipulación cambia del hacer-hacer al hacer-saber y al hacer creer; y al relacionar las modalidades de competencia y performance es brillante el hacer ser, el hacer no ser; que conflictúan a los personajes al deber ser, querer ser, poder ser y saber ser. Como en toda serie policial se da el juego de la veridicción con diversos sujetos: enmascarados, descubiertos, incógnitos, reconocidos, mentirosos, y del secreto (Blanco, 1980). En los programas narrativos predomina la apropiación (se entra para robar, pero no para sustraer sino producir y multiplicar) y más bien los personajes interpretan una desposesión; en diferentes momentos se da la atribución hacia distintos personajes (se asignan características); aparece menos la renuncia, pero Tokio tiene que renunciar a Río, Berlín a la vida, Raquel a su profesión, etc. (Montero, 2017, 2017 a, 2017 b).

Se usa diversos movimientos de cámara: panning, traveling, wipe, dolly in, Dolly back, zoom in, zoom back, tilt up, tilt down; predominando los dos primeros, pues los movimientos de la cámara sobre su propio eje permiten ver la panorámica y comprender en síntesis la situación, y porque el movimiento desplazando la cámara permite seguir a los personajes en sus acciones; mientras los acercamientos

de detalle permiten comprender el drama y personalidad del personaje. Y los planos también cumplen estas funciones, usando sobre todo planos generales y de conjunto por tratar diversas veces escenas épicas; en menor medida aparecen planos enteros para grupos, planos medios para el drama y auscultación psicológica, los primeros planos develando secretos íntimos y los planos de detalle. Cual psicólogo entramos al mundo mental de los personajes.

Los montajes son excelentes. En los montajes continuos: acercamiento-alejamiento; campo contra campo y eje de toma (en conversaciones), angulaciones contiguas (como el seguimiento a Tokio, El Profesor, etc.), angulaciones correspondientes (para darle realce al diálogo), objetivo-subjetivo (para los efectos de ubicuidad, de estar como Dios en todas partes, y para auscultar psicológicamente a la persona); tonalidad de iluminación para manejo de espacios y tiempos. Y en el montaje discontinuo: sintagmas alternos, alternando ambientes y espacios en un tiempo para darnos a saber antecedentes de la preparación del asalto, de vida pasada de personajes; el sintagma paralelo, creando metáforas; el descriptivo para conocer un ambiente o persona; el serial donde nos resume situaciones; escenas; secuencias según tiempos y planos secuencias que le dan emotividad (Montero, 2017), mostrando aumento de la pasión o tensión de los personajes; elipsis, para mostrar errores que cambiarían la historia; pretericiones, para fingir secretos y revelarlos; hipérbolos para exageraciones; metáforas para simbolizar diversas cualidades o defectos; metonimias, sustituyendo para abreviar relatos (Metz, 1972); y otras que le dan gran dinámica y efecto psicológico al relato.

Análisis de argumento y contenidos

Tabla 1

Argumento y Contenidos de Serie La Casa de Papel, 1ª, 2ª Temporadas

Sucesos del Argumento	Contenidos
El Profesor vive infancia hospitalizado, planea atraco a Fábrica Nacional de Moneda	Invalidez, Desposesión, Eminencia gris
Escoge grupo 8 delincuentes, nombre país como seudónimo y máscara de Dalí	Grupo desahuciados. Anonimato, Atribución
Cinco meses de formación meticulosa sobre el atraco	Formación del grupo
Ocupará el edificio durante 11 días	Ocupación. Apropiación
67 rehenes (entre ellos la hija del embajador británico)	Secuestro. Apropiación
Rehenes trabajadores de la Fábrica y los alumnos de un prestigioso instituto de Madrid	Trabajadores y niños afectados, Desposesión
manipulan tecnología impedir comunicación externa	Dominio tecnología
Fabricar 2400 millones de euros	Producir riqueza
Enfrentan situaciones de todo tipo	Manejo de conflictos
Policía reconoce rostro de tres secuestradores	Develamiento
Cae plan de fuga liderado por rehén	Descubierto plan
El Profesor se comunica con delincuentes y la policía	Dominio comunicación
Solucionar los errores de la banda desde fuera	Padre protector
Raquel, inspectora policía, se enamora de Profesor	Querer predomina

El Profesor empieza a enamorarse de Raquel Final abierto	Querer predomina
Se complica planes de El Profesor	Querer predomina
Desenlace del atraco en Fábrica de la Moneda	Final abierto
Sergio puede asesinar a Mariví, pero desiste	Empatía gana
Policía descubre casa de campo de Profesor	Descubierto
Detectan formación y restos de ADN	Pérdida de incógnito
Raquel descubre la identidad de El Profesor	Pérdida de incógnito
Policía a punto de descubrir al líder	Saber y poder dominan
El profesor no puede comunicarse con la Fábrica	Falla poder hacer
Secuestrados y secuestradores, estrés y pánico	Predomina caos
Tokio, expulsada de Fábrica y detenida por policía	Desposesión
Profesor lucha por mantener plan y relación con Raquel	Saber vs Deber, Querer
Raquel lo tortura al saber identidad de Profesor	Deber antes que Querer
Raquel, acusada de cómplice, apartada del caso	Desposesión Renuncia
Policía entra en la Fábrica Nacional	Poder se impone
Tiroteo dentro entre banda y policía	Saber hacer y poder
Banda sale con botín por túnel a guarida de Profesor	Ser y parecer, poder
Banda escapa del país	Ser y parecer, poder

Fuente: Ortiz (2018). Visionado de 23 capítulos de la serie. 1ª, 2ª, 3ª Temporadas.

Con fines pedagógicos dividimos la presentación de argumentos y contenidos de la serie, en varias tablas, pero para analizar es necesario ver todas las temporadas.

Tabla 2

Argumento y Contenidos de Serie La Casa de Papel, 3ª, 4ª Temporadas

Sucesos del argumento	Contenidos
Personajes viven vida placentera	Sujetos del placer
Profesor misión rescatar a Río capturado por Interpol	Deber domina
Reunión de banda para nuevo plan: Banco de España	Saber domina a querer
Incorporación de Palermo, Lisboa y Estocolmo	Querer domina
Banda simulan ser militares	Sujeto del engaño
Caos por lanzar billetes en las calles	Identificación, apoyo
Nuevo secuestro en Banco	Desposesión
Profesor y Lisboa tratan seguir plan	Saber domina
Autocaravana con alta tecnología para comunicarse	Saber y poder
Sierra nueva inspectora enfrenta a banda	Saber y poder
Policía simula muerte de Raquel, Profesor va	Querer domina

Sierra tiende trampa a Nairobi con osito y la hiere	Querer tener poder
El Profesor se siente derrotado, planes parecen fracasar	Querer domina saber
Policía Antoñanzas, se une por dinero	Dinero es poder
Lisboa interrogada por Sierra	Guerra psicológica
Sierra intenta manipular a Lisboa para traiciones	Manipulación, deber
Plan de rescate a Lisboa de la policía	Engaño, parecer no ser
Asaltantes intentan salvar vida de Nairobi pero muere	Deber, querer, saber
Palermo traiciona al conocer Tokio está al mando	Poder domina a deber
Palermo ayuda a jefe de seguridad del Gobernador, Gandia	Traición anula deber
Conflicto armado con Gandia, muere Nairobi	Saber domina a querer
Banda denuncia atentado a derechos humanos de policía	Saber domina al poder
Sierra no acepta echarse la culpa y denuncia a la policía	Develando tengo poder
Lisboa se reúne con compañeros se hace pasar por policía	Engaño, deber
Sierra descubre guarida de El Profesor y aparece ante él	Saber domina al secreto

Fuente: Ortiz (2018). Visionado de 23 capítulos de la serie. 3ª, 4ª Temporadas

Tabla 3

Argumento y Contenidos de Serie La Casa de Papel, 4ª, 5ª Temporadas

Sucesos del argumento	Contenidos
Tokio herida al final de la anterior temporada	Deber domina
Alicia Sierra amenaza a El Profesor en su escondite	Saber domina
Lisboa intenta contactar con él sin sospechar está secuestrado	Querer domina a saber
Fuera el Coronel habla con Sagasta, especialista	Poder domina
Lisboa consigue dar con El Profesor él pide disculpas	Deber, querer
Lisboa, Estocolmo y Tokio salen a calle negocian coronel	Saber domina poder
Rehenes liderados por Arturo se arman desatan conflicto	Apropiación
Estocolmo dispara a Arturo que termina herido muy grave	Poder domina
En guarida del Profesor Sierra inicia su parto, es asistida	Deber, saber domina
Militares intentan acceder al Banco zona no blindada	Poder, apropiación
Helsinki queda atrapado y herido	Poder domina
Sierra da a luz, se pone de parte de Profesor, él toma control	Saber domina
Lisboa organiza operación desde dentro del edificio	Saber y poder en lucha
Conflicto armado entre la banda y los militares	Saber y poder en lucha
Tokio se juega la vida, explota granadas en su cuerpo	Querer y deber, heroísmo, renuncia
El Profesor se entrega a autoridades en Banco de España	Poder domina
Integrantes de banda lamentan muerte de Tokio	Querer domina

El Profesor sufre las consecuencias. Sierra ha salido huyendo	Tensión en poder
Sagasta traba un plan para despistar atracadores, entra equipo	Poder y saber
Alicia retiene a la mujer de coronel Tamayo en propia casa	Poder y saber
Alicia secuestra a El Profesor en maletero del coche	Poder y saber
Policía llega a casa de Tamayo, El Profesor salva a Alicia	Saber domina poder
Los 2 salen de allí escondidos en camión de basura, al mando	Saber se impone
Logroño inicia extracción de oro del Banco por conducto	Saber domina
Va a estanque de tormentas Madrid, convierte oro en lingotes	Saber domina
Retrospectiva cómo Berlín ideó el plan del atraco	Saber domina
Su mujer Tatiana lo engañó con Rafael, hijo de éste.	Engaño domina querer
Huyen juntos y eran conocedores de los detalles del asalto.	Apropiación, engaño
El Profesor y Alicia llegan a estanque de tormentas	Saber domina poder
Lingotes de oro listos a salir, falsos policías llegan al lugar	Saber domina
El Profesor decide entregarse, detenido junto a sus hombres	Poder domina a saber
Sergio se da cuenta que los secuestradores no eran policías sino unos ladrones que se han llevado el oro.	Saber devela engaño
Con la ayuda de Palermo, El Profesor descubre que quienes están detrás del hurto son Tatiana y Rafael.	Saber devela engaño
El líder le cuenta a Lisboa la noticia y, pronto, los militares acceden al edificio desactivando todos los explosivos.	Poder se impone
La banda confía menos en El Profesor y Tamayo interroga	Poder logra desequilibrar
El Profesor decide irse al Banco de España para entregarse	Lucha saber y poder
El Profesor “pone contra las cuerdas” a las autoridades. Pues, si no se recupera el oro, el país estará en la ruina.	Saber se impone
Tamayo es presionado por sus superiores	Lucha en el poder
El Profesor saca a relucir la última parte del plan: traer lingotes de latón al banco simulando que son de oro	Engaño domina poder
De esta forma, chantajea a Tamayo para que todos crean que el oro ha regresado al Banco de España	Prima el engaño
Fuera del edificio, Alicia descubre que Rafael ha escondido el oro debajo de una casa prefabricada.	Develan secreto
Tamayo acepta el trato de El Profesor. Los integrantes de la banda salen introducidos en una bolsa mortuoria del edificio y, mientras todos piensan que han fallecido	Engaño, saber, poder
Banda consiguen salir del país en un helicóptero y nuevas identidades	Prima el engaño
Esto quedará para siempre como un Secreto de Estado.	

También destino de los lingotes de oro de España	Prima el engaño
El Profesor y banda celebran su victoria mientras ponen rumbo a la que será su nueva vida al margen de los atracos.	Placer domina

Fuente: Ortiz (2020). Visionado de 41 capítulos de la serie. 5ª Temporada.

Como vemos en las Tablas 1 y 2 a los asaltantes se les asocia la invalidez, el ser unos desposeídos en la sociedad, excluidos, unos desahuciados; y justamente la serie se iba a llamar “Los desahuciados”, pero se contrapone el saber que también es poder con el poder por el dinero. El Profesor advierte que nada de relaciones sentimentales o violar la secrecidad, pero el querer es el que subvierte el saber, el poder y el deber, Montero ya hablaba de las relaciones entre sexo y poder (Montero, 2004, 2019) y cómo el poder genera adicción y soledad (Montero, 2019). El querer, sea la pareja, a la madre o al hijo, los humaniza y, sobre todo, en esto gana largamente la banda, al punto de ganar a rivales para su causa.

Análisis de los personajes

Veamos las siguientes tablas que nos develan lo que acontece con los personajes. Aquí hay de tres tipos: los integrantes de la banda, de la policía y de los rehenes. En el caso de Raquel, jefe de la policía, esta se convierte en Lisboa y en el de Mónica en Estocolmo.

Tabla 4
Personajes y contenidos de la Serie La casa de papel. Asaltantes.

Personajes	Contenidos
El Profesor	Cabecilla. Autor intelectual plan. Sergio, Salva. Se enamora de Raquel
Tokio	Silene, especialista atracos, ladrona fugitiva, sólida, cruel, irresponsable, romance Río, voz en off de la serie
Río	Aníbal, hacker profesional, tecnología, es secuestrado
Berlín	Andrés, hermano de El Profesor, enfermedad degenerativa, rudo, agresivo, superioridad, planificó 2º atraco, muere al escapar
Nairobi	Ágata, madre, tráfico de drogas, experta falsificadora, calidad producto
Moscú	Agustín, habilidad abrir cajas fuertes. Pobreza. Ex minero. Padre de Denver lo protege de mala vida, construye túnel de escape, pero muere
Denver	Daniel, Conflictivo, drogas, se enamora de rehén Mónica
Helsinki	Yashin, serbio, fuerza del grupo, ex combatiente, duro, violento
Oslo	Radko, primo de Helsinki, ex combatiente, fuerza, duro, castiga rehenes
Palermo	Amigo de Berlín, enamorado de él, ideador, asume mando al morir Berlín
Bogotá	Soldador, abre cámara acorazada de Banco extrae con Nairobi el oro
Marsella	Serio, ex combatiente, disparar a policía protegiendo El Profesor y Lisboa

Fuente: Ortiz (2018) y Visionado de 23 capítulos de la serie, 3 Temporadas

Tabla 5

Personajes y contenidos de la Serie La casa de papel. Policía y rehenes.

Personajes	Contenidos
Raquel	Lidera el caso, se enamora de El Profesor, apartada del caso. Se convierte en Lisboa y encabeza asalto a Banco de España
Ángel	Subinspector, trabaja con Raquel y está enamorado de ella. Sospecha de El Profesor y lo investiga, accidente de auto y no puede confesar
Prieto	Coronel. Inteligencia. Misión rescatará hija de embajador británico. Autoritario, fuerte, busca control, diferencias con Raquel
Suárez	Jefe Operaciones Especiales, a cargo de actuaciones de alto riesgo
Sierra	Alicia. Mando del caso Banco de España. Estricta, despiadada, negocia sin dudar de consecuencias
Tamayo	Coronel en vez de Prieto, trabaja con Sierra.
Allison	Hija embajador británico Parker, objetivo de la banda. Novio la chantajea con foto comprometida en redes.
Arturo	Director de la Fábrica de Moneda. Casado, infiel con Mónica, enfrenta a secuestradores sin éxito, coach motivacional gurú lucrando con el caso
Mónica	Se siente sola, deja a Arturo, se enamora de Denver, se une a la banda como Estocolmo y participa en asalto a Banco de España
Mercedes	Profesora del instituto de Alison. Protege a alumnos, enfrenta a Berlín. Se alía con asaltantes para recibir dinero al ser liberados.
Manila	Transexual, topo de la banda, actúa como resguardo, amiga de Denver.
Gandía	El villano, cruel, sin escrúpulos, destrezas, sicario, intenta matar a banda
Mariví	Madre de Raquel, vive el drama desde fuera. Amable, bondadosa. Sabia

Fuente: Ortiz (2018) y Visionado de 23 capítulos de la serie, 4 Temporadas

Como vemos, en las Tablas 3, 4 y 5 se muestra las ambigüedades, conflictos de los personajes de la banda, mostrándolos mucho más humanos que la policía que defiende la riqueza y el poder; en cambio el saber domina con El Profesor y el hacer con los asaltantes. Hay una fuerte identificación con la banda. Nairobi, por su manejo durante los conflictos, es admirada y preferida por varios espectadores al punto que decían que “si ella muere, los demando”; pero en la cuarta temporada finalmente muere en manos del sicario Gandía, lo cual provoca gran pena en la banda y en los espectadores, muchos de los cuales se habían identificado con ella. La vida nos hace anónimos, nos violenta, es cruel, y porque uno debe ser comprensivo con el poder que es cruel al defenderse. Solo Raquel es auscultada en sus contradicciones y en el fondo está contra esa crueldad. Arturo, el que es llamado “Arturito” despectivamente, es la imagen de lo adaptado, de la defensa del sistema y sus desigualdades, es un hipócrita que se hace la víctima de sus errores, un comodón y que busca sacar ganancia personal de todo y de todos, es despreciado por los espectadores, desean su mal y sufra un escarmiento, y es el bueno para nada pero que tiene alto puesto, es el que intenta deshacerlo todo, pero fracasa para beneplácito de todos, es impostor, arribista, envidioso. Esto contrasta con actos sumamente bondadosos o empáticos que otros tienen. Mariví es espectadora desde fuera, como buscando nos identifiquemos con ella, habla sabiamente de la vida y el amor, está afectada en su memoria y El Profesor prefiere ser descubierto a eliminarla impresionado por su bondad e ingenuidad. En cambio, Mercedes es falsa pues de supuesta defensora de víctima se vende por dinero. Allison es la hija del embajador y por tanto la principal rehén, es víctima en el colegio y de su pareja, su vida es seguir un argumento de poder que la anula, odiada por ser rica, mimada y poderosa y le echan la culpa e lo sucedido, solo siente vivir cuando Nairobi la hace repetir “Soy la puta ama” (Aguirre, 2018).

Análisis de contenido del conjunto de la serie

En los medios y en especial el cine (Barthes, 1964; Metz, 1972), la barrera entre héroes y villanos es muy frágil sobre todo cuando el opresor ejerce su poder y ahoga al oprimido. Si todo gira y regula con el dinero otorgando a los opresores su poder. A diferencia de Robin Hood, en la serie analizada el dinero no va a dárselo a los pobres, pero ha logrado mover el imaginario de entrar al centro del poder y desde allí destruirlo, y mostrar que puede caer y uno se puede burlar del opresor. Pese a la manipulación de los medios, el público está del lado de los ladrones, son justicieros. Espronceda mismo exalta al pirata como héroe romántico absoluto pues su objetivo es vivir en libertad, vive en el mar porque no hay ley. El espectador real que ve la serie y el ficticio en la serie admiran a estos héroes que luchan por la libertad (Padalino, 2018).

El mensaje cardinal de la serie es dudar de lo establecido. Por eso, la canción Bella Ciao es su característica. Bella Ciao dice: “Una mañana me desperté y encontré al invasor. ¡Oh! Partisano, llévame contigo. Adiós bella...adiós. Y si yo muero de partisano... Tú me debes enterrar. Enterrar allá en la montaña. Bajo la sombra de una bella flor. Y la gente que pasará. Adiós bella, adiós. Me dirá ¡qué bella flor! Y ésta es la flor del partisano, muerto por la libertad”. Esta canción tiene múltiples versiones, como la comunista: “Soy comunista toda la vida, y comunista he de morir, y si me matan en el combate, dejo en tus manos mi fusil. Es mi deseo seguir luchando con el martillo y con la hoz”; o la versión feminista “Esta mañana me he dado cuenta que hay que luchar, esta mañana he decidido derrocar al capital. Seremos miles, miles más, hombro a hombro, unas con otras nos vamos a liberar, oh compañera me voy contigo, al patriarcado haremos caer, oh compañera me voy contigo, feminista quiero ser”. Se dice muchos no saben que dice la canción, pero hoy el mensaje de la misma parece resucitar.

A su vez, la máscara de Dalí tiene un simbolismo interesante. Pude ver la obra de Dalí en el Museo Reina Sofía de Madrid, y él realizó muchos autorretratos, para mí es símbolo de libertad, pero algunos señalan apoyó a Franco, esto es muy polémico y hay muchos que defienden y otros que critican a Dalí (Prado, 2014; Zárate, 2019; Palomar, 2017; Martínez, 2011). Empero, con La casa de papel, la máscara de Dalí parece haber adquirido, en parte, nuevo significado y aparece en mítines como símbolo de protesta. Arango (2019) hizo una entrevista a los personajes y el Profesor dijo: “lo que más representa esta máscara es ese espíritu de resistencia que creo que todos deberíamos tener ante cualquier injusticia”. Denver: “El hito de mi vida en todos los sentidos, a nivel actoral y social como ya lo pueden ver”. Nairobi: “Es una locura surrealista, esa en la que estamos ahora mismo”. Helsinki: “Mucho calor y una gran locura”. Berlín: “Es un símbolo de un espíritu que tiene que ver con el artista que de pronto ha trascendido ciertos límites y ha servido como soporte para hacer visible una forma de resistencia con corazón y humor”.

En este mundo crematístico e inhumano que nos domina y controla, necesitamos creer en héroes que nos rescaten, en revolucionarios, que nos inviten a pensar y recuperar la lucha por la libertad. Esta serie ofrece héroes de todo tipo, algunos de dudosa moralidad, pero héroes a fin de cuentas. Y nos brinda un canto a la libertad (Padalino, 2018). No es raro tampoco que entre la policía y entre los asaltantes hayan topes, como también lo hay entre los rehenes; y es común que veamos en el mundo actual topes en distintos grupos, y son topes no solo por el dinero, sino por el poder, el complacer, en gran parte son arribistas u operadores hasta de la maldad que los hace tener todas las características del arribista (Delgado, 1971), pero puede actuar como ingenuo peligroso, pitbull de su amo, hipócrita para pasar datos, espía, doble agente, traidor o simples demandantes de caricias. Son enmascarados que buscan complacer para encontrar otros enmascarados.

Ociocrítico (2019) señala que esta serie muestra un plan bien construido con pequeñas fallas cuando las variables humanas entraban en juego: las pasiones y las relaciones de pareja abrieron varias crisis, pero tiene un final feliz. Pero debiera allí acabar. En la tercera temporada, los ladrones abandonan los lugares a donde huyeron, vivían en un paraíso personal; pero Río es detenido, y se da el regreso de la

red criminal para ayudar a Río. Motivo para iniciar un segundo plan de robo del siglo: ahora el robo del Banco de España. El Profesor ahora tiene una banda con nuevos miembros, entre ellos su pareja, la inspectora de policía Raquel o Lisboa. Se repiten tramas, estrategias. Deciden mostrar los rostros de la banda, incluida la del Profesor, denunciando secuestro y torturas de su compañero Río. El público respalda a la banda. Hay nuevos personajes, como la inspectora Alicia, que sin escrúpulos, su astucia y decisión lleva a poner en jaque a la banda. La jugada del peluche y el hijo secreto es inhumana por parte de Alicia, genera que Nairobi caiga gravemente herida. Brillantes estrategias en función de los movimientos de la policía y el espionaje, siempre una inteligente respuesta. Rompe nuevamente la lógica no al robar sino fundir el oro de la cámara, cómo burlar el sistema de seguridad basada en la inundación de dicha cámara, o cómo se enfrenta la incursión de las fuerzas policiales especiales.

Mientras, diversos gestos se dan en el mundo cuestionando el Estado. Es un acto antisistema que glorifica a la banda y que quiere cuestionar la legitimidad de un poder distanciado de sus ciudadanos. La escena de los autodirigibles descargando millones de euros por las calles de Madrid es brillante y genera mucha aceptación. Pero se repiten muchas escenas. Esta vez se muestra diversas fallas en el plan, y Alicia los localiza. Surge Palermo, jefe operativo de la banda, y Bogotá. Es brillante la escena donde una comadreja actúa como otro miembro de la banda.

Cuando la policía pretende entrar con las máscaras de Dalí, Sergio cambia las máscaras, éste, cuando la policía encuentra el auto que se usó para el delito va al depósito para borrar huellas y logra escapar disfrazado de vagabundo, escena brillante. A Berlín se le atribuye responsabilidad y los medios manipulan su imagen, él intenta vengarse, pero Nairobi logra el equilibrio.

El plan está a punto de ser descubierto. La inspectora logra ingresar a la Fábrica y comprobar la salud de los rehenes. Ángel, el subinspector, busca descubrir quién es Sergio. Raquel y Ángel ambos sospechan que el otro es un topo.

Ante el escape de algunos rehenes, la banda presenta la oferta a estos de que se conviertan en socios o salir de allí. La casa de la banda es descubierta. Mientras, Sergio discute con el ex esposo de Raquel para robarle las pruebas de ADN obtenidas en la casa, va a la cárcel y Raquel lo libera. Ante la pérdida de contacto de la banda con su jefe estos se desesperan y Berlín expulsa a Tokio, la interrogan y ella duda si debe confiar en su jefe o delatar. Berlín declara en los medios, deja entrar a la prensa, se gana al público y deja mal a la policía frente a la banda. Mientras, Arturo con sus planes solo complica la situación de todos y se vuelve cada vez más antipático. Raquel descubre la identidad de El Profesor, le tiende una trampa y surge una escena brillante: lo pone en una disyuntiva “el sujeto del querer (y la ama) o del deber (y es el jefe y solo ha mentado) y tal como en la película Charada, él dice es el jefe de la banda pero la ama, esto le genera un conflicto. Arturo es castigado por sus acciones, lo que posiblemente causa beneplácito en los televidentes. El Profesor ayuda a escapar a Tokio y en brillante escena reingresa a la fábrica disfrazada de policía en una moto. La banda escapa. La policía ingresa, hay tiroteo pero escapan con el dinero, lo cual es visto como un triunfo y suena Bella Ciao. Pese a vivir bien en diversos lugares vuelven para rescatar a Río descubierto por un teléfono.

La banda comienza el asalto lanzando billetes desde el aire en el centro de Madrid. Es genial la escena donde arrojan billetes al aire en Madrid. Se logra el asalto al Banco de España y se logra burlar la seguridad para capturar el oro. Denver sale con unas cajas rojas con información que afecta al gobierno y ganan tiempo. La nueva inspectora amenaza a Lisboa con su madre e hija. Río entra al Banco, pero con un micrófono puesto, una escena muestra un juego sexual donde Tokio mostrando querer se convierte en poseedora del saber secreto dando un mensaje a Río. Se filtra información falsa para proteger al gobierno. A estas alturas el espectador verá actos típicos que suceden con los gobiernos y los medios. Sierra amenaza a Nairobi con su hijo. Hacen creer a El Profesor que han matado a Raquel. Se enfrentan asaltantes y la policía.

El final, donde ambos bandos tienen que negociar, muestra una de las fases de las leyes de la guerra. Pero hay un permanente desconfiar en la policía, el sistema, la verdad, la riqueza. Nunca más pensar que el policía es el héroe lleno de valores y el delincuente lleno de antivalores; esto incluso cambió hace buen tiempo en los medios donde humanizar al policía era mostrar sus debilidades y defectos. Ese interrogarse de los personajes nos muestra cómo uno se interroga a sí mismo por sus propios valores, sentimientos, acciones, cobardías, miedos. Incluso se muestra lo relativo de estar en uno u otro bando y cómo el sistema tiene símbolos que pueden cambiar.

Discusión de resultados

Coincido con Ortiz (2018) cuando señala que esta serie es una combinación de los géneros de acción, intriga y thriller, ello además de un seductor argumento y la forma de ser de sus personajes la han llevado al éxito.

Se podrá presentar a los rehenes como inocentes que quieren retomar sus rutinas, pero estas rutinas justamente han sido cuestionadas por la banda. La gente se la pasa años estudiando para tener un sueldo de mierda es la objeción. Por eso el busca “gente que no tenga nada que perder”, a los excluidos, Tokio es el inicio de la serie y la voz en off pero lo es porque su propia madre la vende y El Profesor la salva como “ángel de la guarda”. Es clave tener a la opinión pública ganada y que piensen “como a mí puta no se me ocurrió” todos desean que ganen los asaltantes y, como dice Berlín, siempre la gente se pone del lado del más débil.

El grupo es conocido como “la resistencia” y al identificarse el público forma parte de esa resistencia que cuestiona al sistema. Incluso la inspectora de policía al cambiarse de bando, algo increíble, Raquel representa a la “autoridad” y con ello consigue reforzar la idea de que los que se supone que son “los buenos” en realidad están en la banda de los atracadores.

Ellos representan a “la resistencia” y nosotros, en parte, también queremos formar parte de ella. El mensaje de Sergio a la banda es claro: “El momento en que se derrame sangre, dejaremos de ser Robin Hood y seremos unos putos de mierda”.

La estructura dosifica bien la información para que conozcamos más la realidad interna y externa. Se combinan bien los tiempos: pasado y presente: el atraco, el plan y los personajes, con el uso de flashbacks. Se satisface el ojo curioso del espectador, cual ventana indiscreta a lo Hitchcock. El montaje intercala pasado y presente logrando el suspenso, la atención y el ojo espía.

Es útil la voz en off de Tokio, da el punto de vista de la banda y logra simpatía con ellos. Es un foco interno, que se torna caótico a veces y nos altera la aventura. Las tramas lo miran un tercero.

El juego de montajes, planos, cortes, movimientos de cámara sintonizan con la cuenta regresiva. La banda sonora, que incluso a veces es música clásica, encaja con los sucesos. Y Bella Ciao se vuelve su himno y es símbolo de resistencia. Tokio narra que la idea central es la vida de Sergio, es la resistencia, pues sus familiares italianos lucharon contra el fascismo, al asociarse a situaciones de triunfo en la serie, constituye una metáfora de libertad. Otras canciones refuerzan lo vivencial, pero relevante es Guantánamera, cierre del plan e igual símbolo de resistencia de Cuba. El vestuario del grupo es rojo, lo caracteriza, pero también luego lo llevan los rehenes. Rojo, que es sangre, revolución y violencia y es símbolo de lucha. Rojo es lucha contra la corrupción para el pueblo que apoya la banda. El Quijote era inicialmente, pero Dalí más bien es transgredir el mundo, es símbolo de indignación y escepticismo en el imaginario.

Pero esta serie es un fenómeno mundial, incluso en mítines diversos como en Chile han salido con esta vestimenta y las máscaras de Dalí. Y la popularidad de Bella Ciao ha aumentado en todo el mundo a límites máximos luego de la serie. La tarea de develar la realidad es nada fácil y peor aún traducirla a lo

jurídico, la ideología no solo oculta y niega la realidad, sino que la invierte, y luego se niega la inversión de la realidad (Montero, 2020).

En vez de defenderse como en otras historias, la banda busca quedarse dentro, en vez de robar dinero lo produce, en vez huir rápido busca quedarse lo más posible, en vez de apropiarse presenta la imagen de compartir, la policía solo defiende a quienes generan desposesión, renuncia a vivir, que le niegan la atribución de ser los verdaderos actores, de un sistema que diciéndose democrático no escucha la voz del pueblo, sino lo reprime y excluye. Me decía un alumno que la toma de San Marcos para defender sus derechos tal vez sea una aplicación de la serie, no se trataba de quedarse dentro como si fuera un delito defender la universidad, que en vez de refugiarse dentro y temer una intervención, pues salir fuera y formar una cadena humana alrededor de la universidad, acaso podría así la policía entrar, negar su derecho a negociar y decir su palabra; alumnos que negocian y presentan las mejores propuestas; los medios dicen sus actos son negativos pero ellos dejan la ciudad universitaria mejor que antes de la toma. Hasta qué punto San Marcos o cualquiera puede ser una Casa de Papel, los estudiantes ganaron la opinión pública.

La trama de la historia se da en tiempo presente, pero a través de flashbacks se puede profundizar más en la historia y volver al pasado para analizar emocionalmente al personaje. En la serie hay un juego de emociones auténticas (alegría, tristeza, cólera, placer, miedo) e inauténticas (triumfo maligno, resentimiento, envidia, etc.), así como de impulsores (sé perfecto, sé fuerte, complace, trata más, apúrate). Así, El Profesor es apúrate y sé perfecto, Tokio es sé fuerte, Arturo es trata más, intenta apurarse para ser odiado, y trata y trata para estafar, pero mayormente es despreciado; varios rehenes son complace. El mecanismo de proyección del cine está asegurado.

En un contexto donde en muchos países hay fuertes fallas de la democracia, donde la política se ve como el mayor teatro, donde es difícil acceder a la verdad y la justicia, donde se desconfía de la democracia, existe corrupción y hay descrédito de las autoridades; donde la Banca es protegida y privilegiada siendo ayudada en caso de éxito o fracaso, mientras que los usuarios pagan las crisis; donde hay gran desconfianza y desesperanza; el público empatiza con El Profesor justificando sus actos y el pueblo en la serie y en parte en la realidad apoya a los secuestradores, canalizan el rencor al sistema político corrupto, en el imaginario la banda y el público se consideran la resistencia y los buenos están de lado de la banda y si realmente lo son tendrán que ir pasándose a ella. Y más aún cuando se conoce de casos de mafias o personajes intocables a los que no les pasa nada, estos tíos sí que se hacen simpáticos y olé.

Unos personajes que no descubren ni la verdad de sí mismos, a los cuales la felicidad le es esquiva, y a veces les atrae lo que puede ser su autodestrucción, que canalicen todo eso contra la realidad que los generó los hace muy próximos, y el auditorio se llena de empatía hacia ellos. Y en cada acto la libertad se va descubriendo más y revelándose relativiza quién es el villano.

A veces en esta serie un personaje se torna tan bello física o espiritualmente, que quisiéramos que no fuera uno de los delincuentes, a veces son tan resilientes como para imitarlos, a veces detrás de sus diversos actos hay tanta ternura, que quisiéramos que fueran normales como los demás o que sean buenos o intentaran ser perfectos, pero qué es lo normal, la bondad o la perfección.

Tal vez, quisiéramos que una persona no emplee la violencia, no tenga tales defectos, que no haya eso irracional en él, o quisiéramos no sea tan contradictorio; pero como dice la frase atribuida a Vargas Llosa o a Jhonatan Haller: “Nunca digas que amas a alguien si nunca has visto su ira, sus malos hábitos, sus creencias absurdas y sus contradicciones. Todos podemos amar una puesta de sol y la alegría, solo algunos son capaces de amar el caos y la decadencia” (Arévalo, 2019), pues es fácil amar lo bello de alguien; pero solo quien realmente te ama y es noble como nadie, va a quererte en tus peores momentos, ser empático y va a comprenderte. ¿Cuánto nos parecemos a algunos de los secuestradores o policías?,

la serie nos los muestra en sus mejores o peores momentos, como a veces no son congruentes. En la serie en todos hay heridas y nos hace ver que hay heridas ocultas, que descubrir nuestra realidad con la suficiente inteligencia emocional y práctica nos permitirá ser felices. Haller nos habla de cómo no podemos retardar ser felices porque el tiempo de juventud pasa pronto, y tiene una frase brillante: “Le conté de ti a mis heridas y por primera vez las vi enamoradas” (Armijo, 2017). Curar heridas al comprender que no podemos contentar a todos, no podemos controlarlo todo, que todos valemos mucho y merecemos lo mejor, enfrentarnos a nuestros temores y replantear la soledad (Tobías, 2021). Para ello tenemos que romper con lo establecido, y quizá por ello esta serie seduce. Pero no solo es cuestionar al sistema, ni reemplazarlo por una dictadura burocrática que anule la libertad, sino empezar por un cambio en uno mismo donde reparar heridas y reinventarse es la clave para una auténtica libertad.

Conclusiones

La serie es muy original. La banda, por ser un grupo de desahuciados sociales, se convierten en los buenos y la policía en los malos. Los espectadores empatizan con la banda y con sus vidas. Los efectos están en función del contexto social, el cual es desesperanzador, donde hay corrupción, crisis de partidos, desconfianza de la clase política, pero sobre todo un sistema que no responde a las necesidades de las personas. El imaginario popular se construye manipulando la realidad y esta toma diversas formas todas manipuladas, pero esta vez la serie ha ganado este imaginario, y lo ha convertido en proceso, en reflexión, en análisis y en crítica. Pero diría que la serie revive y replantea el mito y la utopía actualizándolos. Pero sobre todo hace dudar de lo establecido.

Por momentos, la serie es muy rápida, pero el encierro está rodeado de lentitud, ¿qué hacer con el tiempo? Pues sentirlo en toda su lentitud. Cómo no sentir ese encierro y esa lentitud, sobre todo en la cuarta temporada de la serie que se dio en plena cuarentena por la pandemia del Covid 19.

Las máscaras de la banda en verdad desenmascaran a los soberbios que desprecian a los demás y su verdadero rostro devela las verdaderas máscaras de los impostores, absurdo mofarse de ellos cuando por una pandemia todos tenemos que salir enmascarados para prevenir el contagio de un virus, cuando el verdadero virus no es el Covid 19 sino el humano, sino aquel que contamina con sus actos todo para intereses personales adornándolos de fraseología igualitaria, así la hipocresía no está en la máscara sino en aquel que vive enmascarado y busca otros enmascarados.

Esta serie está llena de lecciones y reflexiones sobre lo tecnológico, lo económico, lo político, la guerra psicológica, los medios, el poder. Plantea otras formas del hacer saber, hacer, saber y creer. Sin embargo, es polémica, influida por el consumo, pero hasta qué punto es posible escapar de esta lógica, tanto es así que recientemente las redes sociales esta serie fueron hackeadas y se eliminó todo su contenido y aparece la inspectora diciendo: “Ahora esta cuenta de superhéroes de pacotilla es mía”, denomina payaso a El Profesor y se dirige a los más de 6 millones de fans, y los llama a cambiarse de bando; es un truco publicitario donde supuestamente habla el rival del producto. Ahora esta serie si bien no logra ser tan ácida y pesimista como la película argentina *Relatos salvajes*, pero sí muy crítica y más que destruir llama a luchar contra el sistema.

Los bancos e instituciones parecidas son nada confiables, generan rechazo, ellos se enriquecen

y los clientes empobrecen. El Profesor canaliza esa desconfianza en el sistema, lo pone en cuestión y gana al público haciéndolo dudar al decir que no están robando a nadie sino fabricando más dinero. ¿Ese dinero es de quién, no es acaso de los clientes? ¿Por qué creer en el sistema y no más bien desahuciarlo? ¿Por qué defender un sistema que genera rencor? Es algo que el sistema y los gobiernos deben reflexionar y generar cambios radicales, porque ya no será una ficción, ni una banda, ni será una Casa de papel, ni un Banco, hay millones de Dalí en el mundo, hay millones formando parte de una resistencia como en Irán, hay millones de desahuciados seguros que no importan al sistema. Este sistema colapsó sobre todo en salud y educación, ahora se requiere una sociedad del cuidado. Ser hegemónico y ser sujeto del poder no es garantía de no estar muriendo sea por el saber, el deber o el querer. Tal vez solo somos una Casa de Papel, tal vez los personajes de la serie se han multiplicado. Dedico este artículo al actor Kike Moreno Naya, a los Dalí transformados, a los Bella Ciao resilientes.

Referencias bibliográficas

- Arévalo, J. (2019). Última emoción. Blog wordpress.com
- Armijo, R. (2017). *Nafragando entre letras*, Facebook 9 de diciembre 2017.
- Blanco, A., Bueno, R. (1980). *Metodología del análisis semiótico*. Lima: Universidad de Lima.
- Barthes, R. (1964). *Retórica de las imágenes*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Delgado, C. (1971). *Problemas sociales en el Perú contemporáneo*. Lima: IEP.
- Metz, C. (1972). *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Montero, V. (2017). *Psicología de la Comunicación en el siglo XXI*. Mauritius: Académica Española.
- Montero, V. (2017a). *Metodología de Análisis Psicosocial de medios de comunicación*. Mauritius: Académica Española.
- Montero, V. (2017b). *Psicología del cine*. Mauritius: Académica Española.
- Montero, V. (2004). Hay amores que matan. Relaciones psicosociales entre poder y sexo. *Revista de Psicología, Año VII*, No. 1, UNMSM.
- Montero, V. (2020). Decodificando aspectos psicosociales e ideológicos en la búsqueda de la verdad objetiva y la verdad jurídica. *Revista De Investigación En Psicología*, 22(2), 379-394. DOI: <https://doi.org/10.15381/rinvp.v22i2.17436>
- Montero López, V. (2019). La adicción al poder y la soledad del poderoso. Descifrando aspectos ideológicos y psicosociales que traban la convivencia humana en el Perú. *Revista De Investigación En Psicología*, 22(1), 157-176. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v22i1.16588>
- Padalino L. (2018). *La casa de papel: ¿héroes o criminales?* <https://lamenteesmaravillosa.com/la-casa-de-papel-heroes-o-criminales/>
- Aguirre, J. (2018). *Soy la puta ama*. <https://www.pagina12.com.ar/106159-soy-la-puta-ama>
- Arango (2019). *Qué significa la máscara de Dalí para los protagonistas de La Casa de Papel*. <https://diariocorreo.pe/miscelanea/que-significa-la-mascara-de-dali-para-los-protagonistas-de-la-casa-de-papel-898540/>
- Prado, B. (2014). *Dalí el fascista*. https://elpais.com/diario/2004/07/08/madrid/1089285859_850215.html
- Palomar, E. (2017). *Dalí franquista*. <https://fnff.es/historia/666869233/dali-franquista.html>
- Martínez, A. (2011). *Por qué de la simpatía entre Franco y Dalí*. <https://elmanifiesto.com/tribuna/3827/por-que-la-simpatia-entre-franco-y-dali.html>

- Orsetti, F. (2018). *La casa de papel*. <https://malditosnerds.com/analisis/ANALISIS--La-Casa-de-Papel-Serie-completa-20180406-0002.html>
- Ortiz, M. (2018). *Serie La casa de papel*. <https://www.culturagenial.com/es/serie-la-casa-de-papel/>
- Ortiz, M. (2020). *Serie La casa de papel*. <https://www.culturagenial.com/es/serie-la-casa-de-papel/#:~:text=Sergio%20Marquina%2C%20alias%20El%20Profesor,fabricar%202.400%20millones%20de%20euros.>
- Ociocrítico.com (2019). *Crítica y análisis de 'La Casa de Papel': una tercera temporada innecesaria*. <https://www.diariocritico.com/television/critica-y-analisis-de-la-casa-de-papel>.
- Tobías, A. (2021). *4 frases que curan heridas emocionales*. <https://lamenteesmaravillosa.com/4-frases-que-curan-heridas-emocionales/>
- Turner, A. (2018). *Las dos caras de La casa de papel*, la serie que consiguió tomarnos a todos de rehenes. <https://www.infobae.com/cultura/2018/02/17/las-dos-caras-de-la-casa-de-papel-la-serie-que-consiguio-tomarnos-a-todos-de-rehenes/>
- Zarate, V. (2019). *El macabro proyecto de Dalí para el Valle de los Caídos que ni la Falange se atrevió a aceptar* https://elpais.com/elpais/2019/10/25/icon_design/1572029126_141785.html

* VÍCTOR EUSEBIO MONTERO LÓPEZ

Doctor en Psicología. Docente Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Aplicación de los principios éticos del Periodismo en los contenidos de dos medios peruanos durante las elecciones presidenciales 2021

Rosa Cruz Reyna Peláez
Universidad Jaime Bausate y Meza
<https://orcid.org/0000-0003-0290-6036>
Recibido: 9/11/22
Aceptado: 16/12/22

Resumen

La segunda vuelta electoral de las elecciones presidenciales 2021 se desarrolló en un clima de intensa polarización política. De 18 candidatos a la Presidencia de la República quedaron finalistas Pedro Castillo Terrones (Perú Libre) y Keiko Fujimori Higuchi (Fuerza Popular). La actuación de los medios de comunicación en este proceso fue muy comentada. El informe de la Misión de expertos electorales Perú de la Unión Europea (2021) reveló, entre otras cosas, la presencia de sesgo a favor de uno de los dos candidatos. Esto animó a realizar la presente investigación sobre el respeto a los principios éticos del periodismo en los contenidos de dos medios peruanos. El diseño fue descriptivo. Se analizó la aplicación de los principios éticos del Periodismo (Verdad y precisión, Independencia, Equidad e Imparcialidad y Humanidad) en 123 contenidos de La República y el Comercio, publicados entre el 1 de mayo y 28 de junio. Según los resultados de la presente investigación, los diarios La República y El Comercio aplicaron en nivel alto los principios éticos en sus contenidos informativos. De todos los principios, Verdad y precisión obtuvo el mayor porcentaje de aplicación (96%). El principio ético que tuvo menor porcentaje en ambos casos fue el de equidad e imparcialidad. Sin embargo, este no es un porcentaje negativo, ya que el resultado reveló que lo aplicaron “medianamente”.

Palabras clave:

Segunda vuelta electoral presidencial, Principios éticos, La República y El Comercio, género informativo.

Abstract

The second electoral round of the 2021 presidential elections took place in a intense political polarization. The finalists were Pedro Castillo Terrones (Perú Libre) and Keiko Fujimori Higuchi (Fuerza Popular). The performance of the media in this process was highly commented. The report of the Misión de Expertos Electorales Perú of the European Union (2021) revealed, among other things, the presence of an inequality in favor of one of the two candidates. This encouraged to carry out the present investigation on the respect for the ethical principles of journalism in the contents of two Peruvian media. The design was descriptive. The application of the ethical principles of Journalism (truth and precision, independence, equity and impartiality, and humanity) was analyzed in 123 publications of La República and El Comercio, from May 1 to June 28. These newspapers applied ethical principles at a high level in their news content. Of all the principles, truth and precision obtained the highest percentage of application (96%). The ethical principle that had the lowest percentage in both cases was equity and impartiality. However, this is not a negative percentage, since the result revealed that they applied it moderately.

Introducción

Los medios de comunicación social de Lima tuvieron una activa participación en el proceso electoral de 2021, que no se limitó a la función de informar sobre las actividades de los candidatos durante el proceso electoral en segunda vuelta, sino que fue más allá, al adoptar “comportamientos que eran contrarios al ejercicio ético del Periodismo”, según algunas instituciones.

Una de esas instituciones fue la Misión de Expertos Electorales Perú de la Unión Europea (2021) que hizo público su análisis sobre el comportamiento de los medios en el periodo analizado. Dijo que “el comportamiento de la mayoría de los medios de comunicación privados fue claramente sesgado a favor uno de los candidatos, en detrimento del otro, lo que “socavó el derecho de los votantes a recibir una información veraz” (p. 2).

La población fue de la misma opinión. Una encuesta del Instituto de Estudios Peruanos- IEP OP (Junio II 2021) dio cuenta de que el 70% de la población creía que los medios de comunicación favorecieron a uno de los candidatos, el 84% respondió que la favorecida era la representante de Fuerza Popular y solo un 10% creía que se beneficiaba al candidato de Perú Libre en la segunda vuelta electoral. La misma encuesta mostró que la percepción de parcialidad se había incrementado, de mayo a junio, de 59 a 70%.

Directamente conectado a este contexto se encuentran los principios éticos. La Red de Periodismo Ético por sus siglas en inglés (EJN –Ethical Journal Network) identifica los siguientes cinco principios fundamentales del Periodismo ético: verdad y precisión, independencia, equidad e imparcialidad, humanidad y responsabilidad (25 noviembre 2013). Estos principios fueron resumidos y difundidos ampliamente por la Red Ética de la FNPI (2018).

La Red EJN explica cada uno de ellos. Sobre **verdad y precisión** dice: no siempre podemos garantizar la “verdad”, pero debemos esforzarnos por la precisión y asegurarnos de que se hayan verificado. Respecto de la **independencia**, sostiene que “no debemos actuar, formal o informalmente, en nombre de intereses especiales, ya sean políticos, corporativos o culturales”.

Sobre la **equidad e imparcialidad**, señala que la objetividad no siempre es posible, pero se debe procurar que lo sea porque la información imparcial genera confianza. Respecto a la **humanidad** subraya que “Los periodistas no debemos hacer daño y ser conscientes del impacto de nuestras palabras e imágenes en la vida de los demás”.

Teniendo en cuenta esto, decidimos aplicar dichos principios a los contenidos informativos publicados en las plataformas digitales de dos medios de comunicación escritos del Perú: La República y El Comercio, durante las elecciones presidenciales de 2021, en su segunda vuelta, específicamente entre el 1 de mayo y 28 de junio de 2021, período de investigación.

Teniendo en cuenta todo esto, el objetivo general de la investigación fue determinar el nivel de aplicación de los principios éticos del periodismo en los contenidos informativos de los diarios La República y El Comercio de Lima, entre el 1 de mayo y 28 de junio de 2021. Como objetivos específicos se establecieron conocer los niveles de aplicación de los principios de **verdad y precisión, independencia, equidad e imparcialidad y humanidad** a los contenidos de los diarios La República y El Comercio, publicados durante el proceso electoral presidencial de la segunda vuelta 2021.

Las investigaciones sobre el comportamiento de los medios de comunicación durante las elecciones generales así como estudios específicos sobre el cumplimiento de los principios éticos no son nuevos, como tampoco son nuevos los estudios sobre la comunicación, participación y democracia, temas que se vinculan a la investigación propuesta.

Maidana (2005), citada por Hurel (2016), define la ética como “el conjunto sistemático de los principios sobre el comportamiento moral” y a la moral como “el entramado de normas y reglas de acción que regulan las relaciones de los individuos en una sociedad, aceptadas libremente, sujetas a variación y transformación histórica”. Concluye señalando que “La ética no debe ser un instrumento de control, censuras, prohibiciones o sanciones sino que pertenece al reino de la libertad, de la autonomía, y de la autenticidad. Es un acto libre porque compromete las elecciones y decisiones (p. 59).

A su vez, Guajardo (1967), citado también por Hurel (2016, p. 20), dice que “El periodismo tiene una triple escala que cumplir: el oficio, que reclama el dominio de los datos elementales; la profesión como rango en el trabajo; y su indiscutible superior nivel: la misión, que significa servir a la verdad y al bien de la comunidad”.

Para Rojas (2006) la ética se ha visto afectada en los últimos tiempos por un manejo de información inadecuado que realizan los periodistas. “Divulgar rumores, filtrar información sin confirmar, sensacionalismo, corrupción, escasa parcialidad, son problemas que llevan a los profesionales a caer en la falta de ética”, sostiene (p. 8).

Choque (2020) sostiene que los medios de comunicación solo ponen a disposición los intereses de los grupos económicos de poder en menoscabo de los de la sociedad en su conjunto, consecuentemente, su moral no concuerda con la de la colectividad.

Métodos

Para la medición del nivel de aplicación de los Principios Éticos del Periodismo en los contenidos Informativos, se elaboró un instrumento basado en los principios creados por Ethical Journal Network. El instrumento se denominó Lista de Cotejo para determinar la Aplicación de los mencionados instrumentos.

Se consideraron los siguientes principios éticos del periódico y sus ítems:

- Verdad y precisión (¿tiene datos exactos?, ¿tiene fuentes confirmadas?),
- Independencia (¿es independiente de la ideología del medio, es neutral?),
- Equidad e imparcialidad (¿Comprende a los dos candidatos?, ¿Confronta por igual a ambos candidatos?),
- Humanidad (¿respeto a las personas? (no es hiriente ni agresivo)).

La lista de cotejo consta de 4 partes, dos de las cuales contiene entre 1 a 2 ítems. El puntaje total es de 6 puntos.

El nivel de aplicación de los principios éticos del periodismo es la calificación que resulta de la aplicación de una lista de cotejo elaborada durante nuestra investigación. Dicha calificación se dio como Alto (5-6 Puntos), Mediano (3-4 Puntos), Bajo (0-2 Puntos).

La verificación se hizo por medio de los contenidos informativos de los diarios La Republica y El Comercio de Lima sobre la segunda vuelta electoral presidencial 2021 (del 01 de mayo al 28 de junio del 2021).

Para seleccionar los contenidos de las publicaciones digitales de los diarios mencionados se aplicó la fórmula para el cálculo del tamaño muestral. De una población total de 179 contenidos periodísticos, se obtuvo una muestra de 123 contenidos (considerando un 95% de confianza y un máximo error permisible de 0.05). Los contenidos fueron seleccionados de acuerdo a los siguientes criterios de inclusión:

- Contenidos informativos digitales.
- Contenidos que pertenezcan al género informativo y sus especies: noticia, entrevista y análisis (notas o columnas).
- Que hayan sido publicadas entre el 01 de mayo al 28 de junio de 2021.
- Contenidos que comprendan a los candidatos a la Presidencia.

Resultados

Los contenidos recopilados y luego procesados del diario La República fueron 83 mientras que los correspondientes al diario El Comercio fueron 40.

El género periodístico analizado fue el Informativo con un total de 123 contenidos, lo cual constituye el 100%.

Tabla 1

Subgénero informativo predominante

Subgénero	n	%
Noticia	105	85
Entrevista	6	5
Análisis	12	10

En la tabla 1 se observa que el sub género informativo más encontrado fue la Noticia con un 85% (105 contenidos informativos), seguido de la especie análisis con un 10% (12) y la entrevista alcanzó el 5% (6).

Tabla 2

Niveles de calificación de los principios éticos

Calificación	Condición	n	%
Alto	5-6 Puntos	74	60.16
Mediano	3-4 Puntos	44	35.77
Bajo	0-2 Puntos	5	4.07
Total de Formatos		123	100

En la tabla 2 se muestra que el 60.16% (74) de los 123 contenidos analizados, alcanzó un nivel alto de aplicación de los principios éticos. El 35.77% (44) obtuvo un nivel mediano y el 4.07% (5) alcanzó un nivel bajo de aplicación.

Tabla 3

Resumen de la aplicación de los principios éticos del Periodismo.

Principios Éticos	Ítems	n	%
Verdad y precisión	tiene datos exactos	116	94
	tiene fuentes confirmadas	118	96
Independencia	es independiente de la ideología del medio (neutral)	98	80

Equidad e imparcialidad	comprende a los dos candidatos	82	67
	confronta a por igual a ambos candidatos	75	61
Humanidad	respeta a las personas (no es hiriente ni agresivo)	117	95

En la tabla 3 se observa que en el análisis del principio ético *Verdad y precisión*, el ítem “Tiene fuentes confirmadas” obtuvo el mayor porcentaje de aplicación (96%); luego el ítem “Datos exactos” alcanzó el 94%. En el principio ético *Humanidad* el ítem que alcanzó el mayor porcentaje fue “Respeto a las personas” (95%). El ítem con menor aplicación (61%) fue “Confronta por igual a ambos candidatos” (Principio Ético Equidad e imparcialidad).

Tabla 4
Nivel de aplicación de los principios éticos en La República y en El Comercio

		La República		El Comercio	
Calificación	Condición	Total	%	Total	%
Alto	5-6 Puntos	50	60.2	24	60
Mediano	3-4 Puntos	32	38.6	12	30
Bajo	0-2 Puntos	1	1.2	4	10
Total de Formatos		83		40	100

En la tabla 4, los contenidos informativos del diario La República alcanzaron un nivel de aplicación del 60.2 (Nivel Alto) el 38.6% correspondió al nivel mediano, mientras que el 1.2% correspondió al nivel bajo. Los contenidos informativos del diario El Comercio alcanzaron un nivel de aplicación de del 60.0% (Nivel Alto), el 30.0 % correspondió al nivel mediano mientras que el 10 obtuvo el nivel bajo. Las cifras no son muy distantes entre uno y otro diario.

Tabla 5
Aplicación de los principios éticos en los contenidos de La República.

Principios Éticos	Ítems	n	%
Verdad y Precisión	Tiene datos exactos	82	99
	Tiene fuentes confirmadas	81	98
Independencia	Es independiente de la ideología del medio (Neutral)	67	81
Equidad e Imparcialidad	Comprende a los dos candidatos	58	70
	Confronta a por igual a ambos candidatos	50	60
Humanidad	Respeto a las personas (No es hiriente ni agresivo)	79	95

En la tabla 5, se observa que en el análisis del principio Ético Verdad y precisión, el ítem “Datos exactos” alcanzó el 99%, el ítem “Tiene fuentes confirmadas” obtuvo el (98%). En el principio ético Humanidad el ítem que alcanzó el mayor porcentaje fue “Respeto a las personas” (95%). El ítem con menor aplicación (60%) fue “Confronta por igual a ambos candidatos” (Principio ético Equidad e imparcialidad).

Tabla 6
Aplicación de los principios éticos en los contenidos de El Comercio

Principios Éticos del Periodismo	Ítems	n	%
Verdad y precisión	tiene datos exactos	34	85
	tiene fuentes confirmadas	37	93
Independencia	es independiente de la ideología del medio (neutral)	31	78
Equidad e imparcialidad	comprende a los dos candidatos	24	60
	confronta a por igual a ambos candidatos	25	63
Humanidad	respeto a las personas (no es hiriente ni agresivo)	38	95

En la tabla 6, en el principio ético Humanidad, correspondiente a El Comercio, el ítem que alcanzó el mayor porcentaje fue “Respeto a las personas” (95%). El ítem con menor aplicación (60%) fue “Confronta por igual a ambos candidatos. (Principio Ético Equidad e imparcialidad)

Discusión y conclusiones

Según los resultados de la presente investigación, los diarios La República y El Comercio aplican en nivel alto los principios éticos en sus contenidos informativos, concordante con los códigos de ética de las instituciones deontológicas como el Colegio de Periodistas del Perú, que recomiendan que el ejercicio del periodismo se basa en informar con la verdad, exactitud, precisión y claridad, en el marco de las libertades de expresión e información y el respeto a la dignidad humana.

Al respecto, encontramos que de 123 contenidos estudiados se alcanzó un nivel alto de aplicación de los principios éticos (60.16% en 74 contenidos). El 35.77% (44) obtuvo un nivel mediano y el 4.07% (5) alcanzó un nivel bajo.

El subgénero informativo más encontrado fue la Noticia (105), ello porque en nuestra investigación planteamos analizar el nivel de aplicación de los principios éticos en los contenidos del Género Informativo y en sus sub géneros, la noticia, la nota o columna de análisis y la entrevista. Los otros dos géneros del Periodismo de Opinión e Interpretativo no los incluimos porque consideramos que estos expresan la opinión de quienes la formulan y no se ciñen a la objetividad. Por ejemplo, el género interpretativo en sus especies como la crónica, el periodista puede ser subjetivo al usar recursos literarios como la comparación y la imagen, a decir de Manuel Jesús Orbezo en su texto de “Periodismo, Texto de Teoría y Práctica”.

El principio ético *Verdad y precisión*, en el ítem “¿Tiene Fuentes confirmadas?” se obtuvo el mayor porcentaje de aplicación (96%), seguido del ítem “Datos exactos” que alcanzó el 94% de aplicación.

Entendemos que los periodistas de los dos más importantes diarios del país, El Comercio con 183 años de fundación y La República con 38 años de creación, aplican la exactitud en la recopilación de

datos para redactar una noticia, de fuentes verdaderas y contrastadas, con lo cual logran credibilidad de sus lectores.

Dichos medios no solo aplican los códigos y normas deontológicas nacionales e internacionales, sino que siguen las recomendaciones de los grandes periodistas como Gabriel García Márquez, quien consideraba fundamental el cumplimiento de la ética en el ejercicio periodístico, sostenía que la ética y la técnica van de la mano.

En el principio ético *Humanidad* el ítem que alcanzó el mayor porcentaje fue “Respeto a las personas” (95%), el cual tiene relación con las recomendaciones para ejercer la libertad de expresión e información de la Constitución de 1993, las normas emanadas de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y de la Sociedad Interamericana de Prensa, como el Consejo de la Prensa Peruana, la Federación Internacional de Periodistas y el Colegio de Periodistas del Perú.

Sin embargo, tanto La República (60%) como El Comercio (63%) no lograron puntajes altos en el principio ético *Equidad e imparcialidad*, en sus ítems “Comprende a los dos candidatos” y “Confronta a los dos candidatos por igual”.

La Fundación Ethical Journalism Network (EJN) recomienda que la mayoría de las historias tienen al menos dos lados. Si bien no hay obligación de presentar todos los puntos de vista en cada pieza periodística, las historias deben ser equilibradas y presentadas con contexto. La objetividad no siempre es posible, y puede no ser siempre deseable (al narrar por ejemplo, actos de extrema brutalidad o crueldad), pero informar imparcialmente genera credibilidad y confianza.

Y en el principio ético de *Independencia*, en esta investigación La República obtuvo 81% y El Comercio 78%. Estos resultados vinculan a estos diarios con su ideología. En el caso de La República con un ideal social progresista, por lo cual su empatía se dirigió al candidato de izquierda Pedro Castillo Terrones de la agrupación política Perú Libre; mientras que El Comercio se inclinó por la candidata Keiko Fujimori, de Fuerza Popular, concordante con su ideología Conservadora Liberal.

Esto se deduce de las noticias sobre los Programas de Gobierno, que si bien eran publicados con exactitud, los diarios trataban de opacar a los candidatos con noticias en su desmedro para restarle credibilidad, como por ejemplo: “En un gobierno de Keiko va a ser difícil la Vigilancia y Salir a Protestar” (La República, 26/05/2021), “Si Keiko llega a ser presidenta tendría el monopolio del poder” (La República, 01/06/2021). Por su lado, un ejemplo de titular de El Comercio, “Castillo Usuario de necrofilia ideológica#” (22/06/2021).

Recomendaciones

Tras esta investigación consideramos necesario indagar en los géneros de Opinión e Interpretativo, para lograr el nivel de aplicación de los principios éticos y de ese modo tener resultados válidos para detectar el grado de “sesgo” hacia la candidata Keiko Fujimori por los medios privados con ideología de derecha o conservadurismo liberal.

Es pertinente recomendar a las instituciones deontológicas, como el Consejo de la Prensa Peruana, que organicen talleres de capacitación para periodistas sobre la Ética y sus principios en el Periodismo.

Referencias bibliográficas

Choque, S. (2020) “Análisis ético moral de los titulares de portada y el rol de los grupos económicos de poder en los medios de comunicación escrita región Arequipa”. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/20.500.12773/12513>

- Franco, S. (2021), "Cumplimiento de principios éticos del contenido periodístico sobre la segunda vuelta de las elecciones generales 2021 diario El Comercio"
- Godoy, J. (2019) Reseñas, El Comercio y la política peruana del siglo XXI: pugnas entre liberales y conservadores detrás de las portadas. Instituto de Estudios Peruanos. [file:///C:/Users/carlos/Downloads/2247-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5394-2-10-20200210%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/carlos/Downloads/2247-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5394-2-10-20200210%20(1).pdf)
- Guajardo, H. (1967). Elementos del Periodismo. Mexico: Gernika.
- Hurel, T. M. (2016). "El Valor de la Ética en el Ejercicio Periodístico" (Tesis de licenciatura) Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11953/1/UPS-CT005684.pdf>
- Iberico, L. (2018) "La autorregulación en el periodismo peruano : el derecho a la información y sus conflictos con el derecho a la intimidad y la vida privada"
- IEP-OP (Junio II 2021). Informe de Opinión – Junio II 2021. Encuesta telefónica a celulares a nivel nacional.
- Jaimes, E. (2019) Tesis "Influencia de los medios de comunicación en el voto de los electores del Centro Poblado El Encanto del Salvador del Distrito Jose Crespo y Castillo de la Provincia Leoncio Prado en las elecciones regionales y municipales 2018" .
- Misión de Expertos electorales Perú de la Unión Europea (2021). Informe final de la Misión de Expertos Electorales de la Unión Europea. República del Perú: Elecciones generales 11 de abril de 2021, Segunda vuelta presidencial 6 de junio de 2021. https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eu_eem_per_2021_fr_es.pdf
- Red Ética, FNPI. (Noviembre, 25 del 2013). "El Periodismo Ético se resume en 5 principios EJN" <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/el-periodismo-etico-se-resume-en-5-principios-ejn>.
- Red Ética de la FNPI (2018). Video explica alcance y logros de la Red Ética de la FNPI (Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano). <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/videos/video-explica-alcance-y-logros-de-la-red-etica-de-la-fnpi>
- Reid, M. (2017). Taller Periodismo de Análisis de América Latina es organizado por la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano – FNPI", <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/05/5-claves-para-escribir-una-columna-de-analisis/>
- Rojas, H. (2006) Life Sciences Communication University of Wisconsin – Madison2 (Estados Unidos) <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/2208/14>
- Romo-Martínez J. E. (2015). La lista de cotejo como herramienta para la lectura crítica de artículos de investigación publicados. Rev Enferm IMSS. 2015; 23 (2):109-113.

ROSA CRUZ CRUZ REYNA PELÁEZ

Periodista, relacionista público y psicóloga; doctora en Educación y magíster en Gobernabilidad, Past Decana Nacional del Colegio de Periodistas del Perú. Profesora de la Universidad Jaime Bausate y Meza. *Email: roreypre@gmail.com

El impacto de las redes sociales en el *newsmaking*

Amaro La Rosa Pinedo *
Universidad Femenina del Sagrado Corazón
<https://orcid.org/0000-0001-8105-4358>

Resumen

Se parte de una apreciación de lo que significan la comunicación, las redes sociales y el newsmaking como procesos de construcción de la noticia. A continuación se describen experiencias concretas de la influencia de las redes sociales sobre el newsmaking y se explican enfoques teóricos sobre el particular, basados en estudios desarrollados en diversas realidades. Se concluye estimando que se produce un impacto multidimensional tanto en la construcción de la realidad mediática como en las modalidades de acceso a la información por parte de los usuarios.

Palabras clave:

Newsmaking – redes sociales – Información – noticia

Abstract

The article starts with one viewpoint about the meaning of communication, social media and newsmaking as a process of construcción of news. Some concrete experiences of the influences of the social media on news-making are described explaining theoretical approaches on this topic based on research developed in diverse realities. As a conclusión is estimated a multidimensional impact in the construction of media reality and in the users access to information.

Keywords:

Newsmaking – social media . infdormation – news

A modo de introducción

Se encuentra inexorablemente perdida en la noche de los tiempos, probablemente a inicios de la condición humana, el momento en el cual los seres humanos produjeron por primera vez el lenguaje articulado. Por ende tampoco existen los registros de aquellos momentos en los cuales se comenzaron a establecer redes de contacto interpersonal de manera estable y sólida. No obstante, podríamos afirmar tomando como base al frecuentemente ninguneado sentido común, que estos cambios en la especie constituyeron factores de primera importancia para su supervivencia y recurso clave para la propia conformación de la sociedad así como de sus patrones normativos, los cuales, a decir de los especialistas de diversas disciplinas, configuran parte de toda cultura.

A lo largo de los siglos, fueron desarrollándose numerosos recursos de comunicación en el marco de las transformaciones experimentadas en las sociedades y de los avances de la tecnología, creada para responder a la multiplicidad de necesidades de la humanidad.

En la medida que los medios se fueron desarrollando, a decir de Simons (2016) se han producido variaciones que han permitido recursos comunicativos más rápidos, más simples y eficientes. Para ello toma en cuenta lo que denomina facetas de los medios (Tabla 1).

Tabla 1
Facetas de los medios

Faceta	Descripción
Extensión	Con qué amplitud se usa el medio
Velocidad	Rapidez de acceso y suministro
Simplicidad	Facilidad de operación
Ubicuidad	Tipos de locación en las cuales puede ser usado u operado
Impacto	Dimensión en que la accesibilidad y el uso del medio produce cambios en el estilo de vida del usuario

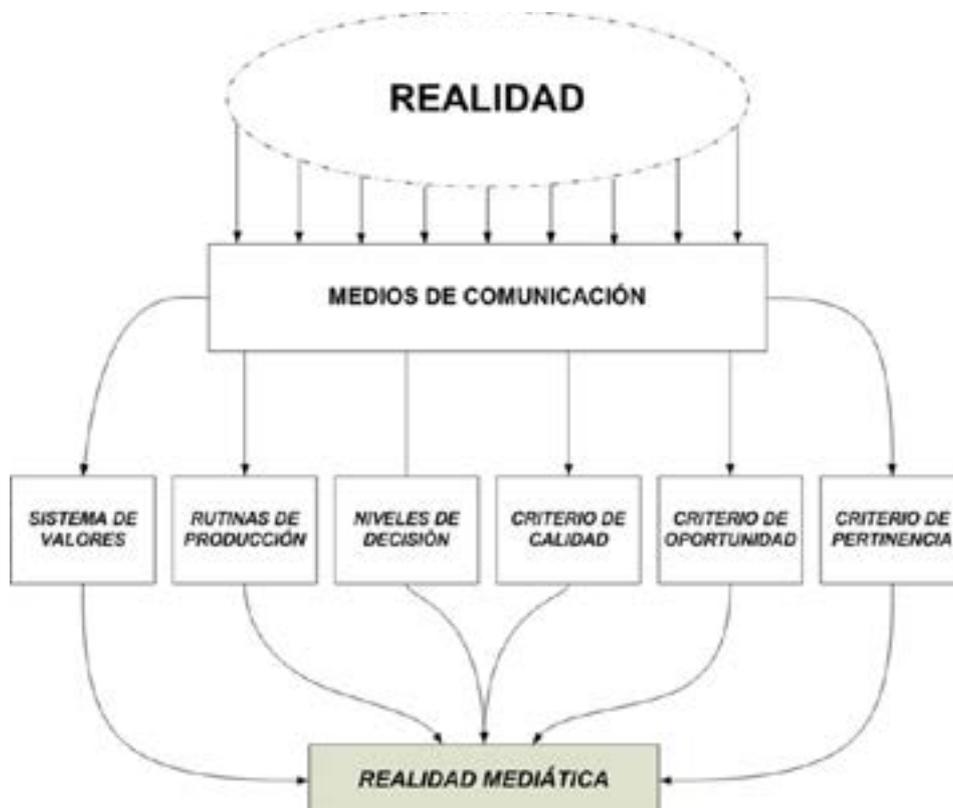
Fuente: Basada en Simons (2016)

Luego de un recorrido sumamente acelerado a través de la historia de la humanidad, puede aseverarse con plena convicción que sea cual fuere el enfoque teórico acerca de la sociedad contemporánea no puede negarse el papel que cumplen en la actualidad los medios de comunicación en general e Internet en particular. En este sentido, se comparte el criterio de Schirato y Webb (2003 p. 169) cuando afirman que “Los medios de comunicación, incluyendo Internet, se han convertido en el lugar más importante de la esfera pública para el debate y la discrepancia, al permitir que las personas y los grupos tengan acceso e influyan a las audiencias nacionales y globales”.

Acerca del *newsmaking*

Los fenómenos naturales y los que produce el ser humano constituyen los insumos para la producción de mensajes de los medios de comunicación. Esa realidad para ser presentada debe reconstruirse interpretando su significación en el marco del espacio o el tiempo que le permite la naturaleza del medio. En el libro de La Rosa (2013) se plantea que para la construcción de la realidad mediática, vale decir aquella que registran los medios de comunicación, deben tomarse en consideración una serie de factores (Figura 1).

Figura 1
Construcción de la realidad mediática



Desde la visión de Retegui (2017) la noticia es el resultado de un complejo proceso que involucra la participación de una diversidad de factores. La concibe como un producto de naturaleza social y organizacional para cuya producción comprende la recolección de datos, la selección de información y la edición.

Van Dijk (1990) formula un conjunto de rutinas cognitivas y sociales a partir de las cuales los periodistas escriben un texto informativo (Figura 2).

Figura 2
Rutinas cognitivas y sociales para un texto informativo

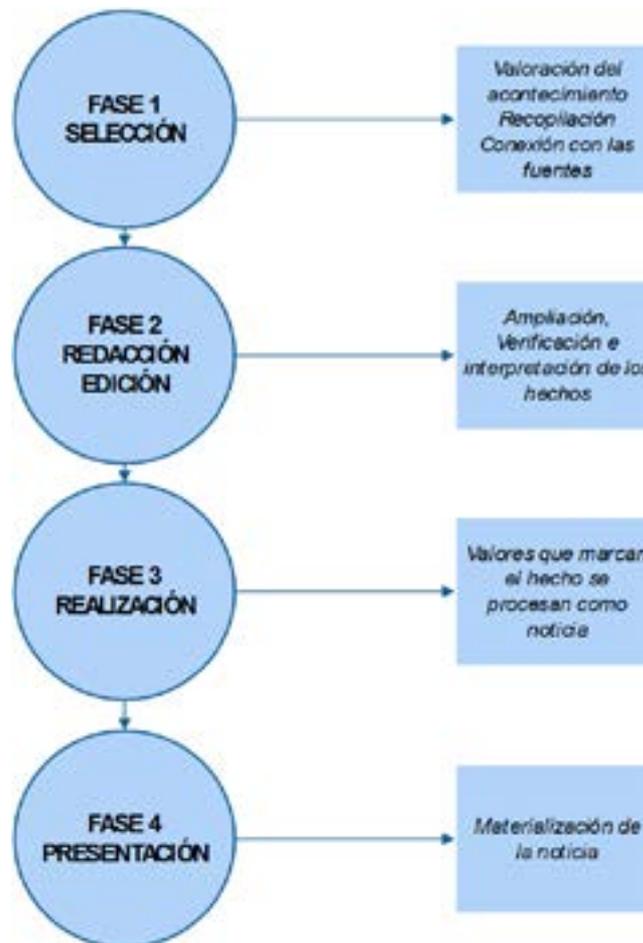


Dicho en palabras sencillas, el newsmaking es el proceso de construcción o elaboración de noticias, el cual permanece habitualmente oculto para la audiencia. Se trata de un proceso complejo en el cual entran en juego un sinnúmero de elementos. Sobre este particular Corona y Milan (2014) plantean una relación estrecha entre los valores del periodismo, las prácticas sociales del periodismo, los recursos tecnológicos y la dinámica social de las comunidades de usuarios. En términos generales concuerda con Benavides (2017, p.33) cuando lo categoriza como “una corriente que estudia el proceso en que los periodistas o profesionales de la información construyen la realidad...implica poner en evidencia los rasgos de las rutinas y prácticas de los autores, sus ideologías profesionales, las relaciones con las fuentes”.

Firsberg (2001, p.7) formula un modelo del proceso de newsmaking que nos parece pertinente revisar en detalle y ampliar a nuestro criterio. Parte del acontecimiento, vale decir de un hecho producido por el ser humano o por la naturaleza que se convertiría en un hecho noticiable determinando una cierta tarea noticiosa (informativa) que supondría la contextualización y el encuadre, la recopilación de ítems noticiosos y la elaboración de los componentes del relato. Como resultado se producirían notas de interés periodístico que se distribuirán como paquetes de contenido para los diversos medios.

El newsmaking, a decir de Urrea (2003), se hace efectivo a través de cuatro fases: Selección, redacción/edición, realización y presentación (Figura 3).

Figura 3
Fases del newsmaking. Adaptado de Urrea (2003, p. 557)



Redes sociales

Cuando aparecieron las redes sociales digitales fueron una novedad para las publicaciones dedicadas a la tecnología y para quienes buscaban nuevas modalidades de entretenimiento en Internet. Actualmente representan parte de la cotidianidad de millones de personas alrededor del mundo y siguieron creciendo inclusive en las épocas más complicadas de la pandemia del Covid-19, en las cuales sin lugar a dudas significaron una importante fuente de comunicación interpersonal frente al aislamiento obligatorio. La estimación hacia abril de 2022 era de 4,700 millones de usuarios de redes sociales, vale decir el 59 por ciento de la población mundial (Statista, 2022).

Aplicando de manera bastante general las anteriormente citadas facetas de los medios a las redes sociales (Simons, 2016) podemos visualizarlas en la figura 4.

Figura 4
Facetas de las redes sociales. Basada en Simons (2016)



Uno de los sitios más reconocidos en cuanto a la medición de recursos de Internet (Statista, 2022) revela las redes sociales más importantes de Internet en la actualidad (Tabla 2).

Tabla 2
Redes sociales más importantes

RED SOCIAL	PAÍS	UBICACIÓN
Facebook	Estados Unidos	1
Youtube	Estados Unidos	2
Instagram	Estados Unidos	3
WeChat	China	4
TikTok	China	5
Facebook Messenger	Estados Unidos	6
Douyin	China	7
QQ	China	8
Sina Weibo	China	9
Kuaishou	China	10

Fuente: Statista (2022).

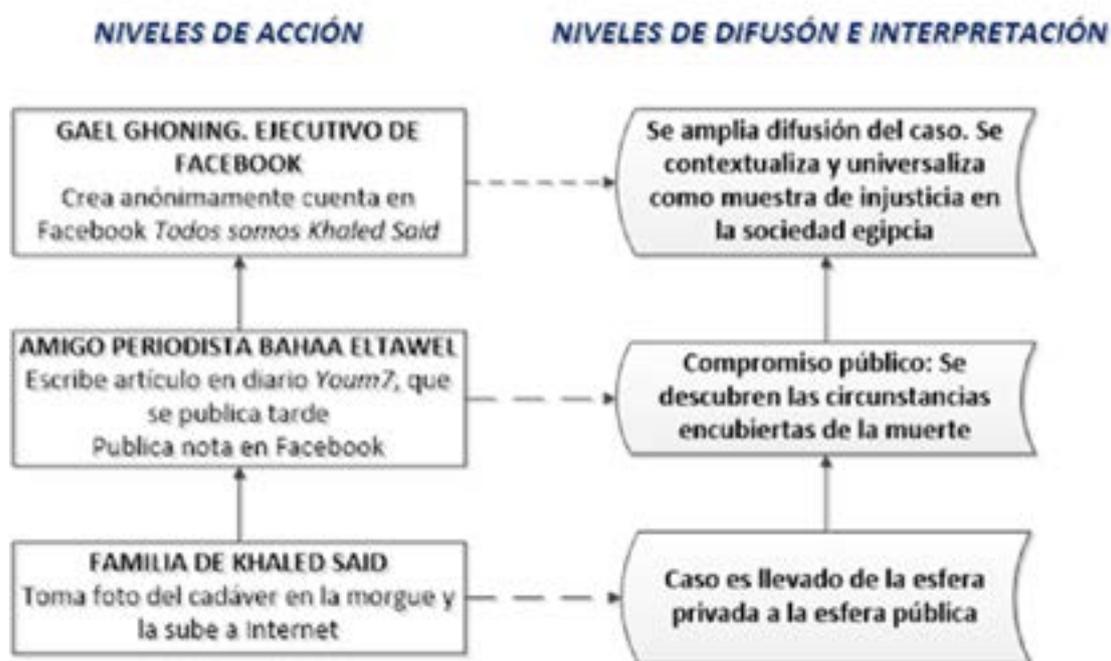
Las redes sociales digitales posibilitan una cobertura interactiva que permite a los individuos avanzar desde el rol de usuarios exclusivamente consumidores a usuarios productores y creadores de contenidos, generadores de conocimiento y de apoyo social. En este sentido, cabría aplicarles el concepto de prosumidores que, si bien fuera acuñado por Alvin Toffler (1980) en una etapa donde no existían las redes sociales digitales, promueve la idea de un consumidor activo que las caracteriza. Tanto más les correspondería, categorizarlos como produsuarios (Bruns, 2008), al entenderlos

de modo más apropiado como individuos que producen lo que se denomina actualmente contenidos generados por los usuarios (CGU).

Por cierto, en relación con lo anterior, tampoco puede dejarse de lado el papel de las redes sociales en el activismo social. Una prueba palpable de ello es la denominada Primavera Árabe, en la cual movimientos sociales lograron movilizar a la población e impactar a la comunidad internacional, logrando finalmente derrocar, de manera sucesiva, regímenes autoritarios de larga data como los liderados por Zine al-Abidine Ben Ali en Túnez y Hosni Mubarak en Egipto. Se comprueba que a partir de estas experiencias, las redes sociales son un recurso de suma importancia para informar a la población y motivar la incorporación de nuevos adherentes.

En el caso de Egipto cabe analizar brevemente el impacto detonador que tuvo en la sociedad la difusión en las redes sociales de la muerte del joven Khaled Said asesinado por la policía en Alejandría, el 6 de junio de 2010. La familia toma fotos al cadáver en la morgue. La secuencia de difusión se aprecia en la figura 5.

Figura 5
La muerte de Khaled Said: De lo privado a lo público



Fuente: Elaboración propia.

Newsmaking y redes sociales

Cualquier decisión gubernamental adoptada en países democráticos suele ser actualmente comentada, en tiempo real, desde diversos puntos de vista en las redes sociales. Así pasó en el Perú con la decisión del entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski de indultar al ex presidente Alberto Fujimori el 24 de diciembre de 2017, en momentos en que el país se disponía a celebrar la Navidad. La medida aplaudida por sus partidarios y controvertida para sus detractores, condujo a movilizaciones de rechazo promovidas a través de las redes sociales congregando personas en diversos puntos del país, especialmente jóvenes, alterando en parte el clima festivo de la Nochebuena en

el país. Naturalmente ello rebotó en los medios de comunicación que a la par de enfocarse en las celebraciones por Navidad debieron incluir en su agenda a las reacciones producidas frente al indulto e inclusive a convocar de urgencia a equipos periodísticos para la cobertura de los inesperados acontecimientos.

El newsmaking ha experimentado notables modificaciones a partir de la aparición y desarrollo de las redes sociales. Inicialmente se les mencionaba de modo limitado e inclusive se trataba de ignorarlas. En este sentido, Paulussen, Heinonen, Domingo y Quandt (2007) realizaron una investigación en Bélgica, Finlandia, Alemania y España. Encontraron que los periodistas profesionales tendían a ser bastante escépticos con respecto a la interactividad con sus usuarios y por ende con su participación en el newsmaking.

No obstante, en la actualidad los medios impresos las usan cotidianamente para tomarle el pulso a la opinión pública mientras que la televisión muestra cotidianamente contenidos generados por los usuarios, llegando a presentar en algunos casos una secuencia completa de los mismos. En el caso del atentado de Boston, por ejemplo, las pantallas de las televisoras mostraban las imágenes y los videos tomados por personas que pasaban por el lugar, en este caso como complemento pues la maratón era cubierta por la televisión. Las imágenes de los sospechosos aparecían en las cámaras de seguridad y en las tomas de los teléfonos móviles de asistentes a la maratón. Las imágenes difundidas por el Twitter de la policía de Boston (@bostonpolice) fueron reproducidas por los medios de comunicación, alertando a la población para no salir a las calles pues los sujetos iban armados y eran altamente peligrosos (Figura 6).

Figura 6
Sospechosos del ataque en la maratón de Boston



Fuente: Toma de cámara de seguridad.

Dada la inmediatez de la información transmitida a través de las redes, especialmente mediante Twitter, Litchfield (2013) reconoce que cadenas tan importantes como CNN y Associated Press (AP) resultaron claramente afectadas por la precipitación en la presentación de los hechos a la audiencia. La investigación de Israel y Pomares (2015) en cuanto a la calidad en el tratamiento del atentado de la maratón de Boston en el periodismo televisivo español, comprueba que la mayoría de las imágenes presentadas provienen de videos registrados por smartphones en momentos que se producían las explosiones. Se observa un predominio de los valores emotivos en comparación con los informativos y las redes sociales son omnipresentes en los materiales analizados.

Twitch es una plataforma, propiedad de Amazon, que hace posible transmisiones en vivo ampliamente empleada para certámenes deportivos y transmisión de videojuegos. El 6 de enero de 2021 durante la violenta toma del Capitolio por partidarios de Donald Trump, el streamer turco-estadounidense HasanAbi transmitió en directo los hechos que fueron presenciados por unas 225,00 personas (Figura 7). Messner y Wilde (2021) afirman, sin embargo, que muchos miles de personas más fueron “testigos presenciales” a través de otros canales de Twitch y de Youtube.

Figura 7
La violenta toma del Capitolio



Fuente: Twitch de Hasan Abi (<https://www.twitch.tv/hasanabi?lang=es>).

Una serie de investigaciones destacan que las redes cobraron importancia para la labor periodística al facilitar el contactar con fuentes y buscar información (Bunz, 2010; Carrera et. al, 2012a, Carrera et. al, 2012b). Esto condujo a varios cambios como la aceleración en la circulación de las noticias (Casero-Ripollés y Feenstra, 2012), el aumento del número de actores participantes en la producción de informaciones (Phillips, 2011) y la facilitación del proceso de construcción de la noticia (Stavelin, 2013).

La tesis de Cerviño (2013) intenta establecer cómo el periodismo recibe influencia de los temas discutidos en las redes sociales. Se analizan periódicos en línea de cuatro países europeos realizando encuestas a periodistas sobre el uso de redes sociales para su actividad profesional. Se demuestra que los temas y contenidos tratados en ellas influyen en la construcción de la noticia, de manera que las redes ejercen una innegable influencia en el establecimiento de la agenda de los medios. Confirma que Facebook y Twitter son los medios sociales más utilizados por los periodistas en la rutinas de producción diaria.

El estudio de González-Molina y Ramos (2014) analizó durante dos meses la actividad en Facebook y Twitter de 41 medios europeos, demostrando que la prensa utiliza ampliamente estas redes sociales con un claro propósito informativo, logrando dos metas observables: Incrementar una numerosa comunidad activa y una mayor eficacia en sus mensajes.

Bajo el título de “Preguntas y Respuestas sobre redes sociales”, a mediados de 2009 la agencia Associated Press (AP) difundió entre sus periodistas un documento que reconocía la importancia de las redes sociales como “importante herramienta de los periodistas para obtener noticias y buscar fuentes para las historias” (Noguera, 2012, p. 74).

La agencia Reuters, a través de la publicación de su “Handbook Reuters” del 2010, como destacan González-Molina y Ramos del Cano (2014), declaraba que especialmente debe adoptarse el manejo responsable de Twitter como recurso para la mejora del trabajo periodístico y la reputación.

Varona (2013) estima que de una forma u otra la irrupción de las redes sociales ha supuesto cambios profundos e irreversibles en las rutinas de producción de los periodistas al igual que en los hábitos informativos de la sociedad. Para Noguera (2012) el propio concepto de primicia se ha modificado dada la inmediatez de las redes. En la práctica pues el impacto de las redes es multidimensional.

Referencias

- Benavides, J. (2017). El newsmaking, un nuevo enfoque para el abordaje de las rutinas productivas de los cronistas freelances. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 28-41.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, second life, and beyond: From production to produsage*. New York: Peter Lang.
- Bunz, M. (2010). "Most journalist use social media such as Twitter and Facebook as a source". *The Guardian*, [en línea] [Consulta: 07 febrero 2018].
<http://www.theguardian.com/media/pda/2010/feb/15/journalists-social-music-twitter-facebook>
- Carrera, P., Sainz, C. Herrero, E. y Limón, N. (2012a). Periodismo y Social Media: cómo están usando Twitter los periodistas españoles. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18 (1), 31-53. http://dx.doi.org/10.5209/rev_eSMP.2012.v18.n1.39353
- Carrera, P., Herrero, E., Limón, N., Saiz, C. y Ocaña, E. (2012b). "¿Quién soy yo y quién eres tú?" ¿Están transformando las redes sociales la imagen que los periodistas radiofónicos españoles tienen del público?. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18 (Núm. especial), 223-231. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40976
- Casero-Ripollés, A. y Feenstra, R. (2012). The 15-M Movement and the new media: A case study of how new themes were introduced into Spanish political discourse. *MIA. Media International Australia*, 144, 68-76.
- Cerviño, B. (2013) El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas Tesis Master Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona
- Corona, A. y Milan, S. (2014) Fact-Checking and the Journalistic Tradition: How Does Technology Contribute to Shape Contemporary Journalistic Practice? Paper presented at the workshop Re-thinking Journalism II The Societal Role & Relevance of Journalism in a Digital Age. University of Groningen, January 23-24
- Firsberg, K. (2001) Mobile newmaking, Licenciante Thesis, Göteborg University, Sweden. Recuperado de <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/2962>
- Fowler-Watt, K. y Allan, S. (2013) *Journalism; New challenges*, Dorset: Centre for Journalism & Communication Research, Bournemouth University
- González-Molina, S. y Ramos, F. (2014). "Las redes sociales en el ámbito periodístico: ¿cómo usan los medios europeos de referencia sus perfiles en Twitter y Facebook?". *Comunicación y Hombre*, 10, pp. 37- 52.
- Israel, E. y Pomares, R. (2015) Indicadores de calidad en el tratamiento del atentado del maratón de Boston en el periodismo televisivo español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21 Especial noviembre "Periodismo e información de calidad", 231247
- La Rosa, A. (2013) *Construcción de la agenda mediática: Una mirada al interior de la comunicación*. Lima: Fondo Editorial Universidad de San Martín de Porres
- Lichfield, G. (2013) Four ways the media failed in covering the Boston bombings, and one reason why". *Quartz*, <http://qz.com/76668/bostonmarathonandthemedial/> [Consulta: 20/11/13].

- Messner, S. and Wilde, T. (2021), 'The storming of the US Capitol is currently Twitch's top stream'. PC Gamer, 06 January 2021. <https://www.pcgamer.com/uk/the-storming-of-theus-capitol-is-currently-twitchs-top-stream/>
- Noguera, J. (2020) *Redes y periodismo : cuando las noticias se socializan*. Barcelona: UOC
- Paulussen, S., Heinonen, A., Domingo, D. y Quandt, T. (2007) Doing it together: Citizen participation in the professional news making process, *Observatorio (OBS*)*, 1 (3), 131-154
- Phillips, A. (2011). Faster and shallower: homogenization, cannibalization and the death of reporting. En Lee -Wright, P., Phillips, A. y Witschge, T. (Eds.) *Changing Journalism*. London: Routledge, pp. 81-98
- Retegui, L. (2017) La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del news-making. *Revista Mexicana de Opinión Pública* 12 (23), 103-121. ISSN 2448-4911.
- . Schirato, T. y Webb, J. (2003) *Understanding globalization* London: Sage Publications
- Simons, P. (2016) Media and their emergence: The ontology, En Floyd, J. y Katz, J. (Eds.) *Philosophy of Emerging media*, New York: Oxford University Press, pp. 49-81
- Statista (2022) Number of internet and social media users worldwide as of July 2022. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/#:~:text=As%20of%20April%202022%2C%20there,population%20were%20social%20media%20users.>
- Stavelin, E. (2013) *Computational journalism: When journalism meets programming*, PhD Thesis, Bergen: Department of Information Science and Media Studies, University of Bergen.
<http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2013.813190>
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: William Morrow
- Urrea, J (2003) La producción de noticias en medios escritos y televisivos de El Salvador, *Realidad*, 94, 555-587
<https://politicadirecta.files.wordpress.com/2011/04/la-produccion-de-noticias-revista-uca.pdf>
- Varona, D. (2013) *La influencia de las redes sociales de internet en las prácticas, hábitos y técnicas de los periodistas Españoles* Tesis de Doctorado Madrid: Universidad Complutense de Madrid
- We are Social/Hootsuite (2018) *Digital 1n 2018* (Online report). Recuperado de: <https://digitalreport.wearesocial.com/>

(*) AMARO LA ROSA PINEDO

Periodista y psicólogo especializado en comunicación. Autor de más de 13 libros editados en el Perú y otros países. Actualmente es catedrático de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Correo: amaro@unife.edu.pe

Solo el periodismo (de calidad) salvará al periodismo

Ricardo Augusto Montero Reyes (*)
Universidad Jaime Bausate y Meza
<https://orcid.org/0000-0003-2797-2961>

Resumen

Los ciudadanos se están alejando de las noticias. No confían en la información periodística porque consideran que responde a intereses particulares, les genera estados de ánimo negativos o contiene desinformación o datos que resultan falsos. El periodismo, por tanto, está atravesando una crisis de credibilidad y, también, de identidad. El propósito de este artículo es demostrar que el periodismo podría sortear esta situación si pusiera en marcha la práctica de lo que se ha convenido denominar “periodismo de calidad”, que no es más que entregar información debidamente corroborada y útil para la sociedad.

Abstract

Citizens are moving away from the news. They do not trust journalistic information because they consider that it responds to particular interests, generates negative moods or contains disinformation or false data. Journalism, therefore, is going through a crisis of credibility and, also, of identity. The purpose of this article is to demonstrate that journalism could overcome this situation if it put in place the practice of what has been agreed to be called “quality journalism”, which is nothing more than delivering duly corroborated and useful information for society.

El historiador israelí Yuval Noah Harari sostiene en su best sellers 21 lecciones para el siglo XXI (2018) que el hombre alcanzó la modernidad cuando 10,000 años atrás adquirió habilidades para organizarse en grupos. De esta manera pudo ejecutar acciones de sobrevivencia y descubrir actividades, como la agricultura, que le permitieron desarrollarse. Este antepasado habitante de las cavernas se impuso a la naturaleza porque fue capaz de reunir información relevante y reproducirla con cierta exactitud, explican, por su parte, los profesores estadounidenses de periodismo Bill Kovash y Tom Rosenstiel en su libro *Los elementos del periodismo* (2012). De esta forma, el hombre añadió a sus necesidades básicas, entre ellas comer y protegerse de animales superiores, la urgencia por informarse para conocer su entorno y aun más allá.

Kovash y Rosenstiel (2012) precisan que el hombre descubrió desde tiempos inmemoriales que la transmisión de información satisfacía la necesidad intrínseca por saber. “Conocer lo que no podemos ver con nuestros propios ojos nos proporciona seguridad, poder y confianza”, remarcan estos investigadores.

El ser que vivió 10,000 años atrás, al que Yuval Noah Harari define como el “hombre moderno”, fue evolucionando gracias a su capacidad para conocer y transmitir lo que iba conociendo. Pasó de gritos y gestos a grabar las paredes de las cavernas y, más tarde, a descubrir el alfabeto. Harari (2018) afirma que “el homo sapiens conquistó el mundo gracias, por encima de otras especies, a su lenguaje único y su capacidad de trabajar y cooperar de manera flexible y en masa”.

Para lograrlo, Harari (2018) explica que el hombre debió atravesar por tres revoluciones. A la primera la denomina Cognitiva. Fija sus puntos de inicio y final entre 70,000 años y 30,000 años atrás, y la caracteriza como la evolución de las formas de comunicarse, de la capacidad de almacenar y de transmitir información sobre el mundo. La Agrícola, la segunda de las revoluciones, se inicia hace unos 12,000 años. Y la tercera, la Científica, se produce en nuestra era, en el siglo XVI, apenas 500 años atrás. Harari (2018) sostiene que este cambio se produjo solo porque los seres humanos repararon en su ignorancia y comenzaron a plantear muchas preguntas que la ciencia debió reponder.

En este último período surgió el periodismo como una organización que la sociedad se vio obligada a crear para suministrarse la información que le permitiera conocer y, de esta manera, abandonar la ignorancia y proporcionarse seguridad, poder y confianza.

Desde entonces, las noticias y el propio periodismo cautivan la atención de los seres humanos porque la esencia de ambos, noticias y periodismo, “tienen gran importancia para nuestra calidad de vida, para nuestros pensamientos y para nuestra cultura”, remarcan Kovash y Rosenstiel (2012).

Charaudeau (2013) explica que la información consiste en que alguien que posee un cierto saber lo transmita, con la ayuda de cierto lenguaje, a alguien que, se supone, no lo posee. De esta manera “se produciría (...) un acto de transmisión que haría pasar al individuo social de un estado de ignorancia a un estado de saber, que lo sacaría de lo desconocido para sumergirlo en lo conocido, y todo esto gracias a la acción, a priori benevolente, de alguien que podría ser considerado desde ese momento como un benefactor”.

Sin embargo, Charaudeau (2013) también plantea interrogantes que califica como terribles: ¿Quién es ese benefactor y qué motivos lo animan en su acto de información? ¿De qué naturaleza es ese saber y de dónde proviene? ¿Quién es ese otro al que se le transmite la información y cuál es su relación con el informador? ¿Cuál es, finalmente, el resultado pragmático, psicológico, social, de ese acto y cuál es su efecto individual y social?

Es claro que poseer información proporciona poder porque permite influenciar los pensamientos de los demás y así moldear la cultura. En esa línea actúa el periodismo, pues su objetivo es influenciar a la opinión pública usando sus instrumentos esenciales: los medios de comunicación y las noticias. In-

cluso, otras disciplinas de las ciencias de la comunicación, como la publicidad y el marketing, invierten cada vez mayores sumas de dinero en el diseño de estrategias y de grandes campañas para conocer qué desean y a qué aspiran hombres y mujeres, adultos y jóvenes, instruidos y analfabetos. El objetivo es estar al tanto de sus preferencias, aspiraciones y necesidades con el fin de moldearlas en un determinado sentido.

Al respecto, Tuchman (1983) afirma que “al buscar diseminar la información que la gente quiere, que la gente necesita y que la gente debería conocer, las organizaciones informativas hacen circular y, al mismo tiempo, dan forma al conocimiento” y añade que “los medios de información tienen el poder de dar forma a las opiniones de los consumidores de noticias sobre aquellos tópicos acerca de los cuales son ignorantes”.

Cabe, entonces, una primera conclusión: desde siempre se ha tenido claro que el individuo o el conjunto de individuos que posee información obtiene poder porque puede influenciar los pensamientos de los demás y, de esta manera, adaptar la cultura en una determinada línea. Al final de cuenta, como sentencia Tuchman (1983), “la noticia tiende a decirnos qué queremos saber, qué necesitamos saber, y qué deberíamos saber”.

Dado este poder de influenciamiento, el reto para el periodismo es obtener y difundir información que permita a las sociedades, y a sus componentes, individualmente, avanzar armados con la verdad, entendiéndose a esta, de acuerdo con el pensamiento aristotélico, en decir aquello que es y aquello que no es. El contrasentido nace cuando ansiamos poder y carecemos de información o esta no coincide con nuestros intereses. La ansiedad por obtener poder nos lleva a inventar la información, fenómeno que ahora es conocido como “fake news”, a distorsionar la lograda, profundizando la desinformación, o a cargar con intereses particulares la reconstrucción y difusión del acontecimiento. Evidentemente, la mentira, la desinformación y la manipulación generan desconfianza, prejuicios, aprensión y enfrentamientos en la sociedad.

Charaudeau (2013) subraya que la instancia mediática es “un agente manipulador”, y no tanto, agrega, “por la transmisión de un saber o por la manera de analizar un problema, sino por la aparición misma de ese problema en un contexto (ilusorio) de información, por el surgimiento casi mágico de lo que hemos denominado el ‘proceso de conversión en acontecimiento’”, que añade a los acontecimientos que aparecen en el espacio público los intereses específicos de los medios.

Es oportuno entonces retornar a las tesis de Kovash y Rosenstiel, quienes remarcan que el periodismo, y su principal insumo, la noticia, cumplen un papel trascendental en el propósito de construir sociedades en las que predomine la calidad de vida. Así, deben contribuir a generar el sano debate de pensamientos disímiles y, a la vez, actuar con respeto frente a las posiciones en minoría. En suma, el periodismo (aunque quizá exista la necesidad de adjetivizar y decir que se trata del buen periodismo) contribuye a solidificar la democracia, que no es más que el sistema que debe generar oportunidades para todos. Tengamos claro que la información veraz otorga poder real y veraz.

Comunicarnos mejor

El escenario descrito nos obliga a revisar ciertos conceptos emitidos por investigadores de las comunicaciones y del periodismo para que a partir de ese ejercicio proponer una línea de acción que conduzca a robustecer la relación del periodismo, los medios de comunicación y los periodistas con la escena pública. El propósito es encaminarnos a encontrar ideas y herramientas que permitan comunicarnos mejor y así abrir la posibilidad de entendernos para avanzar como sociedad.

Iniciemos este ejercicio tomando ideas de Inzunza-Acedo (2017), quien sostiene que “el papel de los medios de comunicación masiva es estructuralmente fundamental para la consolidación de una representación social, y por lo tanto, de acuerdos socialmente aceptados que se ven materializados en actitudes y conductas”.

Esto ocurre porque los medios de comunicación han alcanzado una superlativa importancia al actuar como fuentes primarias de información para la sociedad. Al reconstruir la realidad utilizando técnicas que posibilitan informar, interpretar u opinar, los medios difunden acontecimientos nacionales e internacionales que juzgan, de acuerdo con su punto de vista e intereses particulares, de interés público. Por tanto, debemos aceptarlos como potenciales instrumentos de influencia.

Al respecto, Masip (2016) sostiene que los medios han visto cómo su credibilidad se ha puesto en entredicho porque “los ciudadanos los perciben como partidistas e interesados en mantener una agenda propia marcada por sus estrechos vínculos con los poderes públicos y económicos”.

Kapuscinski (2002) era mucho más contundente. Sentenciaba que el periodismo de antaño “podía centrarse en la búsqueda de la verdad, en la individuación de lo que sucedía realmente, y en informar a la gente de ello, intentando orientar a la opinión pública”, y añadía que “para la información, la verdad era la cualidad principal”.

De esta manera, la influencia será positiva en tanto la información, la interpretación o la opinión deriven de una adecuada investigación, los contenidos procedan de fuentes suficientemente creíbles y los medios respondan a los intereses de la audiencia y no a los propios. Si es así, no es posible que los medios de comunicación y sus audiencias puedan actuar en tiempos y espacios separados. Ambos coexisten en un mismo tiempo y en un mismo espacio. A partir de esta teoría se puede concluir citando a Kapuscinski (2002): “El verdadero periodismo es intencional, a saber: aquel que se fija un objetivo y que intenta provocar algún tipo de cambio. No hay otro periodismo posible. Hablo, obviamente, del buen periodismo”.

“Narcotización de la audiencia”

Ya habíamos señalado que los estadounidenses Kovach y Rosenstiel subrayan que la sociedad se vio en la necesidad de fundar el periodismo porque carecía de una organización que se encargara de atender la necesidad humana de saber y conocer lo que sucedía en su entorno e, incluso, más allá, y así sentirse segura, empoderada y confiada. El periodismo pasó a convertirse, por tanto, en la herramienta que la sociedad usa para conocer y tomar decisiones. De esta manera, el periodismo, desde su origen, se constituyó en un elemento de influencia sobre la sociedad. El austriaco Paul F. Lazarsfeld y el estadounidense Robert K. Merton definieron ese poder de influencia como la “narcotización de la audiencia”.

Un siguiente ejercicio teórico para mostrar el poder de influencia del periodismo la tomaremos de los también estadounidenses Maxwell McCombs y Donald Shaw. Estos teóricos de las comunicaciones lanzaron en la década de 1970 la Agenda Setting, una teoría que evidencia cómo la agenda de los medios de comunicación, compuesta por los temas que estos eligen difundir, influye sobre la agenda pública, compuesta por los temas que la opinión decide conocer y debatir. McCombs y Shaw explicaron, sin embargo, que los medios de comunicación pueden orientar a las audiencias a determinar qué deben pensar o sobre qué deben pensar, aunque advirtieron una sutil diferencia: los medios de comunicación no necesariamente pueden orientar a las audiencias sobre cómo deben pensar.

McCombs sostiene que los medios de comunicación tienen el poder de colocar en la agenda de la opinión pública los asuntos que juzgan importantes, induciendo a las audiencias a constituir opiniones y a generar cambios en las ya existentes. Así, pues, los temas más importantes para los medios de comunicación se constituirán como los más importantes para el público.

Responsabilidad ética

Esta facultad de poderosa influencia del periodismo y de los medios de comunicación sobre la opinión pública obliga a esos agentes a elegir con una fuerte e indisoluble responsabilidad ética los temas que están dispuestos instalar en la agenda de la opinión pública. Es indudable que el escándalo, en ocasiones asentado sobre la mentira o la desinformación, vende, pero existen evidencias de que la verdad y la racionalidad otorgan mayores y mejores ganancias. Ha ocurrido, por ejemplo, durante el período más duro de la pandemia de la COVID-19. En esa etapa, los ciudadanos se volcaron a internet para encontrar información que le resultara útil para entender lo que estaba ocurriendo en el mundo.

Comscore, empresa especializada en medición de audiencias digitales, reportó a inicios de la pandemia (marzo 2020) un “crecimiento increíble” de las visitas digitales totales (móviles y de escritorio) a los sitios web de los centros para el control y prevención de enfermedades, de los institutos nacionales de salud y de la Organización Mundial de la Salud. De acuerdo con la medición, las visitas digitales totales aumentaron en el mundo un 425% del 9 al 15 de marzo del 2020 en comparación con la semana del 6 al 12 de enero del mismo año. En el Perú, según la misma fuente, del 4 al 18 de marzo del 2020 el incremento de visitas a los sitios de los principales medios de comunicación (Latina, Editora Perú: El Peruano y Agencia Andina, Grupo RPP, Grupo La República y Grupo El Comercio) se incrementó en 85% respecto al período 18 de febrero al 3 de marzo del mismo año. En cuanto a la categoría Social Media, alcanzó a más del 96.4% de la población total digital peruana.

Los usuarios buscaban información de buena calidad, que los orientara con veracidad y precisión. Sin embargo, se toparon con información carente de veracidad, difundida por individuos y hasta por organizaciones que negaban, por ejemplo, la utilidad de las vacunas. En este particular caso, la desinformación llevó a parte de la audiencia a tomar decisiones equivocadas, como renunciar a vacunarse bajo argumentos que contradicen a la ciencia.

Uno de estos casos de desinformación tuvo como escenario el programa Rey con Barba, dirigido en Willax TV por el ingeniero Rafael Rey y el abogado José Barba. Ambos entrevistaron el domingo 29 de noviembre del 2020 a la abogada Rosa María Apaza, a quien presentaron como presidenta de la Organización Médica Peruana de Investigación (OMPEI). La invitada afirmó, sin presentar pruebas, que el objetivo de las vacunas contra la COVID-19 es convertir a los ciudadanos en celulares, pues al ser inoculados se les insertaría un chip para controlar sus pensamientos y acciones. Además, señaló, entre otras denuncias, que la vacuna contra la COVID-19 inyecta genes para dañar las células humanas.

El portal de verificación de datos saludconlupa.com (2021) demostró que la abogada había desplegado una campaña de desinformación valiéndose de los espacios que le habían cedido ATV y Willax, entre otros medios de comunicación.

Ante la afirmación de que el objetivo de las vacunas contra la COVID-19 es convertir a los ciudadanos en celulares, saludconlupa.com (2021) precisó que es “una mentira” que surgió a raíz de la malinterpretación de declaraciones de Bill Gates, cofundador de Microsoft, quien dijo que en un futuro existirán los certificados digitales para saber quién recibió la vacuna o quién se hizo una prueba. Para demostrar que no es cierto que la vacuna dañaría las células humanas, saludconlupa.com entrevistó a científicos que aclararon que las vacunas de ARN mensajero –como las de Pfizer– solo ingresan hasta el citoplasma y no al núcleo, donde está el ADN, por lo que esta teoría es falsa.

Pero además de este caso de abierto uso de la mentira en información propalada por los medios de comunicación, el propio gobierno contribuyó a la desinformación de la población. Al inicio de la pandemia no entregaba cifras exactas sobre la cantidad de personas que fallecían a consecuencia de la COVID-19 y sobre la cantidad de camas UCI que existían en los hospitales de todo el país, pese a que el presidente de la República y sus ministros ofrecían diariamente conferencias de prensa.

Una investigación titulada “Publicación de noticias falsas en el Perú durante la pandemia de COVID-19 en el Perú” (2022) da cuenta que entre el 1 de febrero y el 4 de junio del 2020, instituciones del Estado peruano identificaron en las redes sociales Facebook y Twitter 72 noticias que contenían datos falsos. Estas informaciones abordaban principalmente temas económicos (41.7 %) o sociales (30.6 %) y, en menor medida, de educación (12.5 %), política (1.5 %) y salud (2.8 %).

En sus estudios sobre el uso de la tecnología para recoger información, Comscore hace hincapié sobre dos puntos. Primero, la prensa adquiere una superlativa importancia cuando el público requiere de información técnica o especializada; y, segundo, las redes sociales funcionan como amplificadoras de los mensajes mediáticos, es decir, son medios para los medios, no solamente para la replicación de contenidos, sino también para difundirse como marcas comunicadoras creíbles.

De esta forma, sin información fidedigna no hay posibilidad de un debate serio e inteligente en la sociedad, y esta carencia crea el escenario propicio para intercambiar prejuicios y opiniones descontextualizadas, privadas de argumentos fundados en el raciocinio que otorga la ciencia. En espacios de ese tipo, las sociedades inadecuadamente informadas toman decisiones inconvenientes y peligrosas para su existencia.

Y esto está ocurriendo, entre otras razones, porque las personas están sufriendo de infoxicación, fenómeno caracterizado por la enorme cantidad de información que se difunde por todas las plataformas comunicativas, creándose el espacio adecuado para que circule información falsa. En ese escenario, el periodismo está perdiendo influencia sobre la sociedad.

Periodismo de calidad

El periodismo siempre se ha basado en un tipo especial de contrato que vincula a los medios de comunicación con la comunidad. En esta relación interviene principalmente la credibilidad: los ciudadanos consumen ciertos medios y prefieren a ciertos periodistas y profesionales de la comunicación porque confían en la información que estos brindan. También intervienen, claro está, otros aspectos como el estilo, las temáticas abordadas y el modo en el que se transmiten las noticias.

El 73 Congreso Mundial de Medios de Comunicación (World News Media Congress 2022) que se celebró en Zaragoza (España) en septiembre último incidió en la necesidad, ahora más que nunca, de reivindicar la función social de los medios de comunicación y en la labor de los periodistas que creen en la dignidad de su oficio, pues se advirtió en esa reunión que los ciudadanos y ciudadanas en todo el mundo “estamos viviendo bajo la confusión permanente de las ‘fake news’ y la actualidad parece adoptar un ritmo cada vez más vertiginoso en nuestras pantallas”.

La urgente recuperación de la confianza fue uno de los asuntos del que más se habló en la cita de tres días. Para lograrlo, se acentuó en la necesidad cardinal de ejercer un periodismo de calidad, que use las fuentes adecuadas y en forma correcta, que investigue lo ocurrido y otorgue a los ciudadanos información indispensable para que forme su propio criterio.

En simples palabras, el periodismo tiene que reconquistar sus valores nucleares, que Dean Roper, director de investigación y redactor jefe de las publicaciones de la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA, por sus siglas en inglés) resumió en: “hacerse muchas preguntas, ajustarse a la realidad, documentarse, cuidar la escritura y la edición, (...) manejar con habilidad nuevos lenguajes y herramientas, así como manejar datos y las aplicaciones que los obtienen y clasifican”.

“Hay más información que nunca, pero no hay información de calidad” y por eso es momento de apostar por “periodismo, periodismo y periodismo”, así como por las historias bien contadas, enfatizó Héctor Aranda, consejero delegado del diario Clarín de Argentina.

Ahora, bien, es necesario conocer de qué hablamos cuando hacemos referencia a la palabra calidad. El Diccionario de la Real Academia define al término como “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor” y “adecuación de un producto o servicio a las características especificadas”.

La calidad como principio inherente a la satisfacción del cliente interno y externo es de reciente data en la historia de la producción de bienes y servicios en el mundo. En el primer cuarto del siglo XX las grandes industrias comienzan a tomar medidas para lograr que sus productos se distingan de otros por su utilidad, duración, presentación y otras características que los llevaban a ser considerados únicos. Ford, empresa estadounidense fabricante de automóviles, fue una de las que puso en marcha en la década de 1920 un plan para fabricar vehículos bajo un esquema único. El proceso de otorgar calidad a la producción se profundizó luego de la Segunda Guerra Mundial y alcanzó mayor énfasis en las décadas de 1970 y 1980 al extenderse el conocimiento de la tecnología gracias al mayor alcance de los medios de comunicación. En el siglo XXI, la calidad es insoslayable a la producción de bienes y al otorgamiento de servicios.

En lo que concierne al periodismo, la calidad “es relativa, interpretable, personal, empresarial o institucional, en definitiva, adaptable y acorde con su moral (de cada periodista)”, sostienen Gómez, Gutiérrez y Palau (2013). Por tanto, estos investigadores afirman que sigue en espera la respuesta a la pregunta, ¿qué se entiende por calidad periodística?

No obstante, existen ensayos de respuesta a esa interrogante. Así, Schultz (2000) señala que la calidad informativa depende de tres elementos: Disponibilidad de recursos adecuados para efectuar un trabajo periodístico, un ordenamiento político y legal que proteja y garantice la libertad del ejercicio de los medios de comunicación y la adhesión del periodista a unos estándares profesionales.

De La Torre y Téramo (2015) destacan la importancia de la calidad periodística en tanto su discurso tenga como eje a la persona y más precisamente las acciones humanas.

“Los acontecimientos son el resultado de acciones humanas, la construcción de la noticia es el producto de acciones humanas, la interpretación de las noticias constituye también una acción humana y, además, a partir de las interpretaciones, se despliegan múltiples acciones humanas, expresadas en la toma de decisiones cotidianas que van desde qué película ver, vender o no vender un inmueble, votar por uno u otro candidato, ahorrar o invertir el dinero, hasta caminar con o sin temor por las calles de la ciudad.” (De La Torre y Téramo. 2015).

En su tesis doctoral, Osuna (2018) acude a estudiar los medios de comunicación creados para difundir información solo en plataformas digitales, a partir de lo cual llega a la conclusión que “se está produciendo en Internet una corriente de regeneración del periodismo con la aparición de nuevos medios que buscan alcanzar altos estándares de calidad”. Este periodismo que llama regenerador presenta características comunes, entre las que destaca las siguientes: Está fundado por periodistas; se desvincula de las dependencias que impone el comercialismo; reivindica los estándares del mejor profesionalismo e incentiva el periodismo de investigación y géneros olvidados o reducidos por el modelo tradicional; crea impacto periodístico; se desvincula de la sujeción financiera y política de los entramados sistémicos de las grandes corporaciones; pretende ser independiente del conglomerado económico-político; acude a modelos de negocio alternativos al tradicional publicitario del siglo XX y su principal desencadenante ha sido un momento de especial crisis del periodismo, en el que ha influido también la crisis financiera mundial.

Robert Picard, fundador de la European Media Management Association y uno de los investigadores académicos más reconocidos en el área de economía y gestión de medios, es de los que opta por la prudencia al hablar de calidad periodística. La considera, en primer lugar, como un desafío

enorme, y, en segundo lugar, como un asunto complejo porque “no hay realmente unos indicadores de referencia”.

Incluso, en una entrevista a un medio español rompe con la teoría de que la imparcialidad es un componente de la calidad periodística, y subraya que sí debe existir un tratamiento justo, una atención al detalle y presentar las cosas de manera creíble.

“Yo creo que (la imparcialidad) es un concepto más bien adecuado para los medios comerciales, es decir, para los que quieren ser amados por todo el mundo o los que no quieren ofender, o bien ofender a todo el mundo de la misma manera, y al final acaban siendo medios sin opiniones básicamente. La imparcialidad y la objetividad no creo yo que sean buenas bases para un buen periodismo. Si tú ves algo mal y dices que lo vas a presentar con imparcialidad se trata de tu imparcialidad. Si tú piensas que la democracia es buena no eres imparcial. Si decimos que no está bien comer niños tampoco somos imparciales. Al final, lo que el público quiere oír son valores que son de fiar. Antes, cuando había menos ‘media’, en general se tendía a situarse en el centro, pero hoy, con la explosión de los medios, cada uno puede estar en el lado que quiere y ahí la imparcialidad en el buen periodismo no tiene lugar. Lo que sí debe tener lugar es un tratamiento justo, una atención al detalle y presentar las cosas de manera creíble. No tiene que ser objetivo e imparcial”. (Picard. 2019).

Estas ideas nos podrían acercar, al menos teóricamente, a señalar que el periodismo de calidad será consecuencia de un trabajo informativo riguroso, comprometido con intereses públicos y democráticos, con una independencia basada en modelos comerciales que facilitan su autosuficiencia económica y financiera. En suma, “el periodismo de calidad, en tanto que objeto y acción social de la información cívica, no necesita moral, sino ética y deontología profesional, sea actitud, además de talento y aptitud”, como anotan Gómez, Gutiérrez y Palau (2013).

Señor (2022), presidente de Innovation Media Consulting, agrega condiciones relacionadas con la gestión de los medios de comunicación. Al clausurar el Congreso Mundial de Medios 2022 fue contundente al señalar que “ninguna innovación va a salvar el negocio. Solo hay un camino: reinvertir en el periodismo de calidad”, y sentenció que “la única cosa que va a salvar el periodismo es el periodismo”.

El Congreso de WAN-IFRA, si algo ha confirmado, es que los medios de comunicación deben tener muy claro qué quieren, dónde quieren llegar y de qué forma hacerlo “para recuperar de manera urgente la confianza del lector en los medios de comunicación”, como indicó Alessandra Galloni, editora jefa de la agencia de noticias Reuters.

La sociedad está transitando fatigada, hastiada y desalentada el sendero informativo, principalmente porque entiende que los medios de comunicación no les otorga información que le sea de utilidad para su desempeño diario.

El Digital News Report (2022), investigación del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo, advierte que el interés en las noticias y el consumo general de noticias ha disminuido considerablemente en muchos países, mientras que la confianza ha retrocedido en casi todas partes. “Estamos viendo la fatiga de las noticias, no solo en torno al COVID-19 sino también en torno a la política y una variedad de otros temas, y la cantidad de personas que evitan activamente las noticias aumenta notablemente”, se subraya en el informe (2022).

El estudio (2022) que la entidad miembro del Departamento de Política y Relaciones Internacionales de la Universidad de Oxford elaboró sobre la base de encuestas en 46 países, entre ellos el Perú, llega a las siguientes conclusiones:

1. La confianza en las noticias ha disminuido en casi la mitad de los países de la encuesta y ha aumentado solo en siete, revirtiendo en parte los avances logrados en el punto álgido de la pandemia del coronavirus.

2. En promedio, alrededor de cuatro de cada diez de la muestra total (42%) dicen que confían en la mayoría de las noticias la mayor parte del tiempo.

3. Finlandia sigue siendo el país con los niveles más altos de confianza general (69%). Estados Unidos sigue siendo el país donde menos se confía en las noticias (26%).

4. El consumo de medios tradicionales, como la televisión y los impresos, disminuyó en casi todos los mercados (antes de la invasión de Ucrania), y el consumo social y en línea no cubrió la brecha.

5. El interés por las noticias ha caído en todos los mercados, del 63% en el 2017 al 51% en el 2022.

6. La proporción de consumidores de noticias que dicen que evitan las noticias, a menudo o a veces, ha aumentado considerablemente en todos los países.

7. Muchos encuestados dicen que las noticias tienen un efecto negativo en su estado de ánimo.

8. Una proporción significativa de personas más jóvenes y menos educadas dicen que evitan las noticias porque pueden ser difíciles de seguir o entender.

9. Las preocupaciones globales sobre información falsa y engañosa se mantienen estables. Los encuestados dicen haber visto más información falsa sobre el coronavirus que sobre política en la mayoría de los países.

10. Facebook es la red social más usada para noticias. Sin embargo, los más jóvenes se inclinan por redes más visuales. TikTok es la de más rápido crecimiento, alcanzando el 40% de personas entre 18 y 24 años. Un 15% usa la plataforma para noticias.

En cuanto al Perú, el promedio alcanzado es similar al promedio general: cuatro de cada diez peruanos confían en las noticias. Un minoritario 41% de los encuestados dijo que guarda confianza en las noticias en general. No obstante, el Instituto Reuters destaca para el caso peruano que “la confianza general en las noticias permaneció bastante estable durante el último año”. En esa línea están los dos principales medios de comunicación estatales: El Peruano (58%) y TV Perú Noticias (53%), que, aun habiendo perdido puntos respecto a la encuesta del 2021, se mantienen entre los tres medios de comunicación más confiables en el país, antecedidos por RPP Noticias (59%).

Un 43% de los encuestados (43%) globalmente explicó que evitan las noticias porque contienen mucha política y COVID-19; un 36%, porque generan un efecto negativo en el estado de ánimo; un 29% dijo que se siente desgastado por la cantidad de noticias; un 17% manifestó que las noticias lo llevan a discusiones que preferiría evitar, y un 16% considera que no hay nada que pueda hacer con la información que proporcionan los medios de comunicación.

En consecuencia, el Digital News Report (2022) señala que la evasión informativa se relaciona con el exceso de noticias y la fatiga que los encuestados dicen experimentar, así como la desconfianza en las noticias y su poca utilidad.

Justamente, en el Congreso Mundial de Medios (2022), Phoebe Connelly, directora de Audiencias de Next Generation de The Washington Post, preguntaba, aludiendo particularmente a la población más joven, ¿cómo van a leernos si no nos involucramos y les contamos muy bien lo que de verdad les afecta en su día a día?, mientras que la periodista Laura Oliver, colaboradora del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo, dijo en la sesión sobre Periodismo y Cambio Climático del Congreso (2022), que “la gente quiere leer sobre qué se puede hacer, sobre soluciones a los problemas y no solo noticias negativas”.

Señor (2022) resumió en dos las acciones indispensables que deben ejecutar los medios para acercarse a la definición del concepto periodismo de calidad y así otorgar mejor información a la audiencia:

1. Datos de primera. Los medios deben usar datos importantes y debidamente contrastados para conectar con los usuarios y también con sus anunciantes y así generarse ingresos.

2. Verificación de datos. Aseguró que un 70% de los lectores dicen que la verificación de hechos es lo más importante, la razón por la que pagan en periodismo.

“En un mundo en el que ya se habla de informar en el metaverso y de la robotización de las redacciones, la clave del futuro de los medios de comunicación está en el fundamento de lo que siempre ha sido su trabajo: contar una buena historia con seriedad y credibilidad”, sentenció Señor (2022) al clausurar el Congreso Mundial de Medios.

Responsabilidad social

Kovach y Rosenstiel (2012) sostienen que “el propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos”. Para lograrlo, plantean nueve pilares sobre los cuales debe recaer la labor periodística:

1. la verdad
2. la lealtad con el público
3. realizar la verificación de los hechos
4. mantenerse independiente a cualquier tipo de poder
5. ejercer una fiscalización autónoma
6. impulsar el foro público para la crítica
7. encargarse de que las noticias sean relevantes
8. esforzarse para que la información sea rigurosa y proporcionada
9. respetar la conciencia individual de los profesionales

El cumplir con estos principios hará que el trabajo de los periodistas se encuentre más cerca de lo ideal y, entonces, se podrá hablar de un “periodismo de calidad”.

“Los medios informativos nos ayudan a definir la comunidad y a elaborar un lenguaje y un conocimiento compartidos basados en la realidad. El periodismo también contribuye a identificar los objetivos de una comunidad, y reconocer a sus héroes y villanos. (...) Los medios de comunicación actúan como un guardián, impiden que el ciudadano caiga en la complacencia y ofrecen voz a los olvidados. (Kovach y Rosenstiel, 2012, pp. 24–25).

Lo anterior nos obliga a plantear ciertas tareas para lograr que el periodismo, el buen periodismo, claro está, esté emparentado con la reponsabilidad social y el comportamiento ético. En este escenario, es oportuno distinguir al llamado periodismo de calidad, el cual se despliega con una comprometida política de responsabilidad social que resumo en estos nueve puntos:

1. El buen periodismo enlaza a la ciudadanía con el poder, emane de autoridades o de instituciones civiles. Los medios de comunicación, cuando cumplen cabalmente su tarea, vehiculan los mensajes de uno a otro lado, desde la parte más alta de la pirámide social hacia la más baja y viceversa. Para ello, deben verificar que se cumpla lo ofrecido y denunciar los incumplimientos y las acciones ilegales.

2. Hasta el siglo XX, el receptor era un sujeto pasivo que ‘consumía’ información sin contar con

real poder para influenciar. Hoy, el desarrollo de internet y de las redes sociales ha potenciado el poder comunicativo de los receptores. Henry Jenkins, profesor de la Universidad del Sur de California, atribuye este cambio al “comportamiento migratorio de la audiencia de los medios de comunicación”, la cual –añade– está “dispuesta a ir a cualquier lugar en búsqueda del tipo de experiencia que quiere”. En consecuencia, la segunda función de responsabilidad social del buen periodismo es adecuarse a los cambios para entregar la información requerida por los usuarios.

3. El periodismo atraviesa una seria crisis, y no solo por la caída de la publicidad, sino también porque no previó cómo atendería los nuevos hábitos de ‘consumo’ de información. Este vacío está siendo aprovechado por agentes disfrazados de periodistas para difundir información incompleta o falsa, actuando sin criterios profesionales y éticos. La tercera función de responsabilidad social del buen periodismo es actuar como barrera para detener la desinformación y la mentira.

4. La sociedad ha caído en confusión, incertidumbre y caos por el intenso uso de internet y de las redes sociales. En este escenario, la cuarta función de responsabilidad social del buen periodismo es difundir información que beneficie a la humanidad, propicie la acción colectiva, genere confianza y seguridad, fortalezca las instituciones e incluya a los grupos minoritarios.

5. David Coldevilla, profesor de la Universidad Complutense de Madrid, sostiene que la cultura digital está abriéndose espacio, con dificultad, para conectarse con el gusto por crear y compartir buena información y conocimiento, rechazar el adoctrinamiento ideológico y las jerarquías verticales. Tomo esta idea para distinguir la quinta función de responsabilidad social del buen periodismo: difundir las nuevas formas de relacionarse y socializarse, y reconocer los liderazgos que crean valor e innovación. Su compromiso debe ser con la diversidad.

6. El periodismo de investigación está comprometido con el bienestar ético, moral y legal de la sociedad. Su principal facultad es poner bajo vigilancia al poder, descubrir cuando actúa incorrecta y delictivamente. De esta manera, contribuye a crear equilibrio entre el poder ciudadano y el poder de la autoridad, otorgándole a la ciudadanía la posibilidad de conocer y denunciar las acciones que contravienen el correcto gobierno.

7. Los ciudadanos requieren de los medios de comunicación para informarse sobre qué ocurre exactamente en épocas de crisis, como la que vivimos ahora. En ese contexto, observo que la séptima función de responsabilidad social del buen periodismo no es solo informar y decir qué sucede, sino explicar, mediante la interpretación, qué ocurre y cuáles serán las consecuencias de los hechos. El público exige explicaciones, y los medios tienen la responsabilidad de dárselas.

8. El mundo ingresó al siglo XXI con la necesidad de crear escenarios para que puedan actuar agentes que no se habían podido organizar globalmente o no habían podido dar a conocer abiertamente sus propuestas, como los grupos feministas, ambientalistas, consumidores y otros. Ha surgido la necesidad de generar más información para los miembros de estos espacios sociales, publicaciones con fines y temáticas específicas. En esa línea, es mayor la influencia de las informaciones especializadas sobre las agendas informativas de los medios de comunicación. Esta es, entonces, la octava función de responsabilidad social del periodismo: fomentar el desarrollo del periodismo especializado para entregar a los usuarios la información que le sirva para desenvolverse adecuadamente en sus actividades cotidianas.

9. Dada la alta proliferación del conocimiento, el periodista tiene la obligación de actualizar sus conocimientos. La novena función de responsabilidad social del periodismo es, entonces, incentivar la capacitación de los periodistas y apoyar la formación universitaria de los futuros trabajadores de la prensa. Así, aminoraremos la posibilidad de distorsionar los hechos por ignorancia.

Conclusiones

1. La comunicación permitió a los seres más primitivos evolucionar hasta alcanzar la condición de seres humanos. En su afán de dominar la naturaleza fueron perfeccionando destrezas basadas en el conocimiento de los espacios que habitaban. Ya en su estadio más evolucionado, los seres humanos organizados en sociedades debieron dar forma a las herramientas que le permitieran estar al tanto de lo ocurrido en su entorno y más allá, y de esta manera sentirse en libertad para desenvolverse con seguridad.

2. En el siglo XV, período en el que los europeos comenzaron a ampliar sus dominios territoriales, de afianzamiento de un nuevo orden social y económico, basado en el comercio, y de surgimiento de la creatividad tecnológica, la sociedad se sintió en la necesidad de fundar una organización que difundiera la información que desconocía. Así nació el instrumento más útil para viabilizar la circulación de información e ideas: el periodismo.

3. El periodismo da a conocer lo que sucede en el mundo, registrando los acontecimientos de interés público de toda naturaleza. De esta manera, contribuye al desarrollo del conocimiento y construye las bases de la libertad de las personas y de las sociedades.

4. El periodismo debe actuar con absoluta libertad para que las personas y las sociedades se puedan desenvolver en esas mismas condiciones. Es claro, entonces, que una prensa censurada y atemorizada es el reflejo de una sociedad que vive bajo esas mismas condiciones.

5. El libre, responsable y ético ejercicio del periodismo contribuyen a desterrar del imaginario colectivo la idea de soportar lo incorrecto, ya sea por temor, desidia o por una falsa conveniencia de los ciudadanos. Inoportunas frases como: “No importe que robe mientras haga obra”, puede ser alejada del pensamiento común si la prensa analiza y critica con libertad y ética las acciones de los personajes públicos.

6. El periodismo practicado con calidad profesional se sostiene en el andamio armado con verdad, libertad y justicia. En esa línea, la mala práctica del periodismo debe ser observada y recusada por los ciudadanos y las instituciones porque les resta la oportunidad de aspirar a vivir en una comunidad sana.

7. En nuestros días, la sobreinformación, la difusión de información incompleta, que no incorpora los elementos básicos de la contextualización, y la información falsa actúan como las sombras proyectadas dentro de la caverna dibujada por Platón en sus mitos. Llevan a los ciudadanos a construir una realidad falsa.

8. La principal labor del periodismo es poner en manos de los ciudadanos informaciones, análisis y opiniones ajustándose a la debida contrastación de los datos obtenidos de fuentes creíbles y que se difundan debidamente contextualizados.

9. Los ciudadanos están perdiendo confianza en las noticias, y las evaden, porque consideran que les generan efectos negativos en su estado de ánimo, porque pueden ser difíciles de seguir o entender o porque contienen información falsa y engañosa.

10. Está disminuyendo el consumo de medios tradicionales, como la televisión y los impresos, y aunque está subiendo en las redes sociales, este incremento no cubre la brecha.

Referencias

CONTRERAS-PIZARRO, Carlos H.; MAZA OLIVARES, Alicia Jimena; BASILIO FLORES, Yajayra Luz; VALLE, Rubén (2022). Publicación de noticias falsas durante la pandemia de COVID-19 en el Perú. Publicado en Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud. Vol. 33. Rescatado de: <http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/1947/pdf>

- CHARAUDEAU, Patrick (2012). El discurso de la información. La construcción del espejo social. Editorial Gedisa. Barcelona, España.
- DE LA TORRE, Lidia; TÉRAMO, María Teresa (2015). La calidad de la información periodística: estrategias para su observación. Coincidencias y divergencias entre los medios y el público. Publicado en Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 21, Núm. especial noviembre. Rescatado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/50666>
- GÓMEZ MOMPART, Josep; GUTIÉRREZ LOZANO, Juan; PALAU SAMPIO, Dolors (2013). La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales. Universitat Autònoma de Barcelona. España.
- HARARI, Yuval Noah (2018). 21 Lecciones para el siglo XXI. Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U. Barcelona.
- INZUNZA-ACEDO, Beatriz Elena (2017). Los medios de comunicación como fuente de información en la construcción de representaciones sociales de la delincuencia. Publicado en Revista Comunicación y Sociedad. N° 29. May/Ago 2017. Rescatado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000200185&lng=es&nrm=iso
- KAPUSCINSKI, Ryszard. Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo. Editorial Anagrama. Barcelona, España.
- KOVASH, Bill; ROSENSTIEL, Tom (2012). Los elementos del periodismo. Editorial Aguilar. Madrid, España.
- MASIP, Pere (2016). Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. Revista Científica Internacional El profesional de la información. V. 25. N° 3. 2016. Rescatado de: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2016.may.01>
- OSUNA FERNÁNDEZ, Carmen María. Periodismo de regeneración profesional en Internet: alternativas de autosuficiencia económico-política y mecenazgo ciudadano (2018). Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Salud con lupa (2021). Desinformantes - Una herramienta contra los voceros de la mentira en la pandemia. Rescatado de: <https://saludconlupa.com/series/desinformantes/rosa-maria-apa-za-estano/>
- PICARD, Robert. (30 de junio 2019). En Robert Picard: "Imparcialidad y objetividad no son buenas bases del buen periodismo". El Confidencial. Rescatado de: https://www.elconfidencial.com/espana/2019-06-30/entrevista-robert-picard-investido-doctor-honoris-causa-universidad-navarra-experto-gestion-medios_2095430/
- SCHULTZ, Winfried (2000). Preconditions of Journalistic Quality in an Open Society. News Media and Politics. Ponencia presentada en la Conferencia Internacional Independent Journalism. Budapest.
- TUCHMAN, Gaye (1983). La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- WORLD NEWS MEDIA CONGRESS 2022 (2022). Cumbre Mundial de Líderes de Medios, Cumbre Mundial de Editores, Cumbre de Mujeres en Medios, Galardón Golden Pen of Freedom. World Association of News Publishers (Wan-Ifra). Zaragoza, España.

(*) RICARDO MONTERO REYES

Periodista, profesor universitario. Trabajó como director en la Agencia Peruana de Noticias ANDINA.
Correo: rmontero@bausate.edu.pe

Noticias falsas y aceptación de las vacunas contra el COVID-19 en Lima Metropolitana (2022)

Caroline Nicole Salcedo Vásquez (egresada)

<https://orcid.org/0000-0002-4057-8785>

Cluber Fernando Aliaga Lodtmann (asesor coautor)

<https://orcid.org/0000-0001-9819-3362>

Recibido: 1/09/22

Aceptado: 4/11/22

Resumen

La presente investigación trata sobre las noticias falsas y aceptación de las vacunas contra el Covid-19 en Lima Metropolitana. Su objetivo fue determinar el impacto de las noticias falsas difundidas por distintos medios, pero de manera especial por la red social Facebook, en relación con la aceptación o rechazo de los ciudadanos a las vacunas contra el Covid-19. La investigación siguió el diseño no experimental, debido a que no se manipularon las variables; fue transversal porque se recogieron los datos en un momento dado mediante la aplicación de una encuesta *on line* con el uso de la plataforma Google Forms, que alcanzó a 128 personas mayores de edad de Lima Metropolitana, la mayoría de los cuales tienen estudios profesionales de nivel superior. Los resultados de la encuesta se han cruzado con las estadísticas oficiales del Repositorio Único Nacional de Información en Salud (REUNIS) del Ministerio de Salud publicadas en su página oficial REUNIS - MINSA, que evidencian que hay un porcentaje considerable de la población que ha sido influenciada por las noticias falsas, lo que se refleja en los resultados de la encuesta y en la falta de vacunación en las dosis completa por parte de la población de Lima Metropolitana, a pesar de ser gratuita.

Palabras clave:

Noticias falsas, medios de comunicación

Abstract

The present investigation "Fake News and acceptance of vaccines against Covid-19 in Metropolitan Lima (2022)", aimed to determine the impact of false news spread by different media, but especially by the social network Facebook in relation to with the acceptance or rejection of citizens to vaccines against Covid-19. The research followed the non-experimental design, because the variables were not manipulated, it was transversal because the data was collected at a given time through the application of an On Line Survey with the use of the Google Forms platform, which reached 128 people. of legal age from Metropolitan Lima, most of whom have higher-level professional studies. In this sense, the study is exploratory and seeks an approach to the issue raised. The results of the survey have been crossed with the official statistics of the Ministry of Health through its official page REUNIS - MINSA, which show that there is a significant percentage of the population that has been influenced by false news, which is reflected in the results of the survey and in the lack of vaccination in full doses by the population of Metropolitan Lima, despite being free.

Keywords:

Fake News, media

Introducción

Los medios de comunicación social son los canales que permiten a la población estar adecuadamente informados sobre distintos temas, como en el caso específico de las vacunas contra el Covid-19, que es materia del presente estudio, para lo cual estos tienen la obligación moral y legal de informar con la verdad noticias del acontecer mundial, nacional y local, sobre temas de interés para las personas.

Sin embargo, debemos admitir que siempre se han difundido noticias falsas, en pro de intereses personales o grupales. “Chismes, rumores, murmuraciones, son algunos sustantivos con los que, en siglos pasados, se denominaba a los antecedentes de la posverdad; hoy día, además, conviven con otros términos, como “noticias falsas” (*fake news*), “hechos alternativos” (Morales, 2018, p. 8). Estas noticias falsas ahora son más evidentes por las facilidades que para su difusión ofrecen el Internet y las redes sociales como el Facebook, que permiten compartir información a cualquier persona que tenga acceso a ellas, sin estar obligados a verificar su autenticidad.

El presente estudio tiene como propósito determinar el impacto que han tenido al 2022 (en plena vigencia de la pandemia del Covid-19) las noticias falsas difundidas por la red social Facebook en relación con la aceptación o rechazo de las vacunas contra el Covid-19 y sus variantes, por parte de los ciudadanos de Lima Metropolitana.

Partimos por afirmar que no existe el derecho a mentir, pero sí existe el derecho a conocer la verdad; en ese sentido, informar con la verdad es una obligación de todas las personas y no solo de los medios de comunicación social, los que funcionando como empresas deben adoptar todas las medidas necesarias para asegurar a sus clientes y consumidores que la información que difunden es verdadera o probablemente verdadera.

Debemos tener presente, que se construyen noticias falsas en su mayor parte por fines ilícitos, buscando dañar a una o más personas o manipular a la población para influir en el diseño y ejecución de políticas públicas, o en pro de un beneficio específico en el ámbito económico, militar, político y social, lo que generalmente termina afectando la credibilidad de los medios de comunicación y las redes sociales.

La lógica y el sentido común nos indican que cualquier mentira que produzca perjuicios a una o más personas, constituye una afectación a sus derechos y debe ser sancionado por el Estado; sin embargo, es difícil hacer un seguimiento a todas las noticias falsas que circulan por las redes sociales, el Internet y los medios de comunicación social tradicionales y verificar si cumplen con la exigencia de verdad o verosimilitud.

Debemos tener presente también que la verdad objetiva suele presentarse en grados de certeza que van desde el 100 % (comprobados y verificados objetivamente), a las verdades que son probabilísticas, y que no pueden ser confirmados al 100%, motivo por el que se les acepta como verdades probables con la posibilidad de que tengan algún margen de error.

El “empleo de noticias falsas tiene consecuencias” para quienes las emiten, las reciben, las utilizan, las replican y propagan; en fin, para todos los involucrados en el ciclo de la información (Morales, 2018, p. 89).

Las noticias falsas responden usualmente “al propósito de engañar, difamar, distorsionar hechos y situaciones, diseminando desinformación en determinadas audiencias”.. (Arribas, Islas y Gutiérrez, 2018, p. 5); en este entorno, el rol del periodista profesional consiste no solo en presentar los diferentes ángulos de la noticia, sino en fungir como gatekeeper de la información, verificando hechos y fuentes para contribuir al conocimiento de las audiencias y evitar así la propagación de noticias falsas y los efectos negativos de éstas (Arribas, Islas y Gutiérrez, 2018, p. 19).

Las noticias falsas, conocidas también como *fake news*, se emplean para realizar ataques políticos, alarmar a la población ante desastres naturales, desacreditar a las personas, empresas, teorías de conspiración, entre otros (Sandoval, J y Miranda, I, 2019).

El 6 de marzo de 2020, se detectó el primer caso de Covid-19 en el Perú, declarado oficialmente pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS), y que motivó se declare el Estado de Emergencia Sanitaria en todo el territorio nacional, iniciando con un aislamiento social obligatorio (Cuarentena).

La presente investigación definió sus problemas de investigación en los siguientes términos: **¿Cuál es el impacto de las noticias falsas sobre el Covid-19, difundidas por la red social Facebook en la aceptación de las vacunas, por la población de Lima, al 2021?**

Asimismo, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles fueron las noticias falsas más difundidas en torno al Covid-19?
2. ¿Cuál ha sido la noticia falsa que más ha influido en el rechazo de las vacunas contra el Covid-19?
3. ¿Cuál es el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, por parte de la población de Lima Metropolitana?
4. ¿Cuál es la vacuna que ofrece más seguridad a percepción de los pobladores de Lima Metropolitana?
5. ¿Cuál es el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, por parte de la población de Lima Metropolitana?
6. ¿Cuál es el nivel de aceptación de la vacunación obligatoria por los pobladores de Lima Metropolitana?
7. ¿Cuál es el nivel de cumplimiento con las vacunaciones dispuestas por el gobierno?
8. ¿Cuál es el nivel de aceptación o rechazo a las vacunas contra el Covid-19?

Existen muchas investigaciones sobre el tema. En el ámbito académico, Sandoval & Miranda (2019) dieron a conocer el fenómeno de las noticias falsas y la manera en que estas afectan la credibilidad de los medios periodísticos en el Perú. Utilizaron la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para recolectar información. En San Juan de Lurigancho se encuestó a 46 jóvenes; en Ate se encuestó a 26 jóvenes y, en San Martín de Porres se encuestó a 25 jóvenes. Resultados: Los jóvenes encuestados declararon usar Facebook entre 2 a 5 horas al día en promedio, y, ante una noticia que genera impacto, dijeron que leen los comentarios, usan las reacciones del Facebook y comparten la publicación, dejando en último término el entrar al enlace o leer, verificar y contrastar la fuente, lo que evidencia que no suelen tener sentido crítico al guiarse de los demás comentarios. La mayoría de los jóvenes declaró no tienen confianza en los medios de comunicación en general.

Honores (2016), en su tesis de licenciatura, buscó identificar, analizar y describir la circulación de informaciones falsas en las redes sociales Twitter y Facebook, así como también explicar las formas de hacer frente al encontrar estos contenidos que, cada día, aparecen masivamente en la red, confundiendo a miles de usuarios con rumores y/o falsas informaciones. El estudio fue de tipo cualitativo, nivel exploratorio descriptivo y se empleó como la entrevista a profundidad, el análisis de casos emblemáticos de información falsa y la encuesta rápida, realizada a 50 usuarios de la web Foros Perú. Algunas de las conclusiones a las que llegó son: 1) No solo se genera tráfico de información debido a la publicación de información falsa, sino también por los comentarios que los usuarios realizan, así como también por el número de compartir y etiquetar efectuados, masificándose rápi-

damente la noticia y volviéndose viral, a tal punto de volverse polémica. 2) La curiosidad del usuario de redes sociales es importante en el proceso de difusión de contenidos virales. Los memes atraen al usuario con sus imágenes/texto/video y lo invitan a interactuar con ellas, en algunos casos cae víctima de un virus disfrazado de contenido viral. 3) Debido a esto, se concluye que el usuario peruano de Internet no posee el suficiente conocimiento informático para evitar ser engañado por las informaciones falsas que pululan en las redes sociales, las formas de redacción de noticias y encabezados cambian constantemente, por lo que siempre seremos sorprendidos por noticias falsas y bromas. 4) A pesar de ello, miles de usuarios de Internet en el Perú prefieren navegar sin leer lo necesario para estar precavidos. 5) Los memes de Internet son la moda actual de la red. Junto con ellas, una avalancha de contenidos virales aparece a diario y a toda hora en las redes sociales, siendo masificadas y enviadas a través de páginas web y portales de información. El tráfico de información falsa y no confirmada es muy alta, las llamadas telefónicas a modo de broma y las falsas alarmas son parte de este día, que complica las labores del periodismo de informar con exactitud.

Catalina, Sousa y Cristina (2019) señalan como objetivo de su investigación, establecer coincidencias y diferencias de los futuros periodistas y comunicadores brasileños, españoles y portugueses sobre las fake news, así como las rutinas que desarrollan para discernir entre estas y las noticias reales. Los resultados muestran más similitudes que diferencias en su capacidad de detectar noticias falsas y de percibir dónde se originan y por dónde circulan. Entre los hábitos de consumo, hay un abandono de los medios tradicionales en sus soportes de origen, pero se observa una alta adhesión a las versiones digitales de periódicos, radios y emisoras de televisión, y una especial preferencia por la información que llega a través de redes sociales. Los estudiantes no tienen el hábito de leer / escuchar / ver todo el contenido de una noticia y la mayoría se concentra en la lectura de los titulares y entradillas. Los jóvenes estudiantes de Brasil, España y Portugal, sin diferenciación de su nacionalidad, utilizan, casi sin excepción, los medios digitales y las redes sociales –especialmente Instagram, Twitter, YouTube y Facebook, por este orden– para informarse, y prefieren contenidos con registros audiovisuales, cuya presencia consideran que aporta más veracidad a la información, idea particularmente relevante entre los ibéricos. Sin diferenciación por nacionalidad, los jóvenes tienden a contrastar por varios medios las noticias que reciben, aunque solo una minoría lo hace siempre, siendo los brasileños quienes más lo hacen. Sin embargo, los jóvenes españoles contrastan más noticias de varias fuentes cuando el contenido genera alarma social, mientras que los brasileños y portugueses tienden a hacerlo cuando el contenido es interesante. Igualmente, sin diferencias por nacionalidad, consideran que es más probable encontrarse noticias falsas en los contenidos relacionados con la prensa rosa, política y sociedad que en los referidos a ciencia y tecnología, categoría que, según creen, es más raro encontrar contenidos carentes de veracidad. Desprestigiar a individuos influyentes en la esfera pública es mayoritariamente el motivo que todos los estudiantes consideran que está detrás de la mayoría de las noticias falsas. Los estudiantes no tienen el hábito de leer / escuchar / ver todo el contenido de una noticia y la mayoría se concentra en la lectura de los titulares y entradillas. Puede ser sorprendente, ya que son estudiantes universitarios de comunicación, pero su comportamiento probablemente mimetiza el comportamiento de la mayoría de los consumidores de noticias, facilitando la circulación de Fake News (cuando se lee poco de una pieza periodística se tiene menos capacidad para detectar las mentiras).

Mendiguren, Pérez, y Meso (2020) se pusieron como objetivo conocer la actitud de los estudiantes universitarios de la Universidad del País Vasco ante las fake news. Es un estudio cuantitativo y cualitativo. A través de un cuestionario, se han registrado los datos relacionados con el perfil del encuestado (edad, género, curso, área de conocimiento) y trece preguntas en torno al grado de conocimiento del alumnado sobre el fenómeno de las fake news, la percepción y actitud de los propios estudiantes ante las mismas, las áreas temáticas donde creen que destacan las noticias

falsas, las vías a través de las cuales consideran que se difunden, la consideración ética de los medios convencionales en torno a la información que publican, para tratar de combatir la proliferación de noticias falsas. Tras analizar las respuestas del cuestionario, la investigación derivó en una segunda fase: comparar estos resultados con los que se obtendrían en una segunda vuelta de encuestas a estudiantes de otras áreas de conocimiento. Con ese fin se pasaron las mismas encuestas a 200 alumnos y alumnas del Grado de Ciencias Políticas, Económicas, Física, Medicina y Bellas Artes. Los resultados del presente estudio señalan un alto índice de alerta por parte de los estudiantes de periodismo, ante las fake news. Gracias a su capacidad casi innata para manejar las nuevas tecnologías, no consideran que en el futuro vayan a encontrar muchas dificultades para gestionar grandes cantidades de información y para seleccionar aquellos datos que les resulten más verídicos. Esta capacidad de lidiar con bulos o noticias de dudosa credibilidad también la tienen asumida, aunque en menor medida (o así lo consideran) los estudiantes de otras áreas de conocimiento.

Noticias falsas: definición, características, clases o tipos

Amoros (2018) refiere que son “informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un beneficio político o financiero.” (p. 25).

Cortés e Isaza (2017) indican que “se trata de contenidos deliberadamente falsos que se publican en sitios web cuya apariencia intenta ser formal y auténtica. A veces el diseño del sitio y su URL suplantan un portal de noticias reconocido. El propósito claro es engañar al usuario. Generalmente estos contenidos se mueven en las redes sociales a través de las cuentas propias de esos portales, ya sea de manera orgánica –mediante likes, retweets y compartidos de los usuarios– o con acciones promocionadas, es decir, pagando para que estos contenidos sean publicitados por las plataformas.” (p. 5).

Muñoz (2017), dice que: “Desde siempre han existido las informaciones fabricadas, pero nunca como en este último tiempo. La posverdad es un fenómeno que coincide con la irrupción de otra era: Las noticias falsas. En 2016 se inscribieron 43 sitios web, los que publicaron más de 750 Fake News solo en Estados Unidos que tuvieron un amplio compromiso –compartir, likes, comentarios– en redes sociales, particularmente en la plataforma Facebook. Asimismo, existe una relación entre la posverdad y las noticias falsas: Por una parte, por apelar a las emociones y valores –marcos– las noticias falsas tienen la característica de parecer verdaderas, es decir son posverdades; por otra parte, la política de la posverdad, usa como herramienta de campaña las noticias falsas para extender sus falsedades y a la vez desacreditar a sus detractores, impulsando la difusión de las Fake News.” (p. 36).

Campos (2008) rescata que: “Los avances de las tecnologías de la información y de la comunicación han incorporado nuevas herramientas y formas de intermediación e interactividad que están reconfigurando el espacio mediático. Esas relaciones y redes sociales o profesionales establecidas y desarrolladas a través de Internet nos sitúan ante una nueva fase, que algunos califican como posmediática, con una sociedad de servicios aún mucho más acelerada y en la que la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea, diluida, convergente, transparente, flexible, liviana, conversacional, interconectada y abocada a la colaboración, participación y trivialización. Las relaciones de los públicos con los medios están cambiando: crece la fragmentación y se diluye la mediación.” (p. 2).

Las noticias falsas son informaciones carentes de verdad y que aparentan ser verdaderas, en la mayoría de casos se filtran a través de las redes sociales que por tener millones de usuarios facilita su difusión.

Características: Según Blázquez (2018), “las noticias falsas se caracterizan por presentar: 1) Alteración de los hechos en distintos grados; 2) Discurso superfluo de las noticias; 3) Discurso emocional primario; 4) Vocabulario y recursos lingüísticos propensos a mensajes embaucadores, exageración, hipérbolos y circunloquios; 5) Titulares cortos e impactantes; 6) Escasez de texto que desarrolle la noticia; 7) Incumplimiento de las cinco W del periodismo (¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué?); 8) Ausencia de fuentes y reseñas; 9) Falta de pruebas documentales; 10) Inmediatez de la información; 11) Información no contrastada con otras fuentes y noticias enlazadas; 12) Alto nivel de difusión en redes sociales; 13) Alto porcentaje de comentarios prefabricados o valoraciones positivas en las redes sociales; 14) Mensajes orientados a influir en la opinión y decisión del destinatario; 15) Mensajes con doble moral, enfocados a asuntos de alta sensibilidad para el destinatario; 16) Mensajes que presentan el problema y la solución velada y dirigida.” (p. 14).

Clases o tipos: Wardle (2017), clasifica 7 tipos de noticias falsas: Sátira o Parodia: “No pretende causar daño, pero posiblemente engañe”

- a. Conexión Falsa: “Cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido”
- b. Contenido Engañoso: “Uso engañoso de información para incriminar a alguien o algo”
- c. Contexto Falso: “Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa”
- d. Contenido Impostor: “Cuando se suplanta fuentes genuinas”
- e. Contenido Manipulado: “Cuando información o imágenes genuinas se manipulan para engañar”
- f. Contenido Fabricado: “Contenido nuevo que es predominantemente falso, que es diseñado para engañar o perjudicar”

Causas: Morales (2018), señala que las causas de las noticias falsas son:

- a. Pereza, al no tomar con seriedad su trabajo, copiar un texto y reproducirlo como real, probado y de creación propia.
- b. Por las facilidades que ofrecen las TIC y el candor de muchos usuarios que por el solo hecho de verlo por escrito, le dan el valor de certeza.
- c. Por la casi adicción de difundir notas apoyadas en la posverdad, noticias parciales; “o de manera premeditada, algunos grupos construyen noticias falsas para un fin no lícito y que tiene como objetivo manipular a conjuntos sociales a fin de influir en el diseño de políticas sobre un tema, o para obtener un beneficio específico en diferentes ámbitos de interés, como el económico, el político y el social.” (p. 89).

Consecuencias: Morales (2018), señala: “La consecuencia de la aparición y uso de la posverdad y sus derivados o conceptos afines en el terreno de las ciencias –las duras, las humanidades y las sociales– son muy graves porque el científico y el académico en general tienen un compromiso con su disciplina y desarrollo profesional íntegro; tienen la obligación de una actuación ética comprometida con su grupo académico y con la sociedad donde se privilegia la verdad, el bien común y el respeto al otro.” (p. 90).

Crear y difundir noticias falsas trae consecuencias, entre ellas la falta de credibilidad de la plataforma que difunde este tipo de contenido, generan también pánico en la población, así como penales. En el Perú, actualmente hay una condena de 2 a 4 años por crear o difundir una noticia falsa con el objetivo de obtener provecho o generar perjuicio a terceros y una pena privativa de la libertad de 3 a 6 años por crear o difundir una información falsa que genera pánico o afecta la tranquilidad de la población, según los artículos 438° y 315°A respectivamente del Código Penal.

Factores, condiciones o procedimientos: Morales (2018) indica: “Las TIC han permitido tanto canalizar la inteligencia colectiva como difundir noticias falsas; han cambiado la forma de consumir y asimilar la información. Hoy, uno de los indicadores del desarrollo de un país es la medición del uso de Internet. Sin embargo, la conectividad sin un uso reflexionado de la información conlleva a una mayor desinformación. En la globalización actual, las redes sociales son el medio idóneo para difundir información sin apego a la verdad, sometiendo la información a las emociones y no al raciocinio. Se magnifica la inmediatez antes que ponderar la verificación de los hechos, de los datos, de la información, (...). La aceptación sobre lo que corre en redes sociales dificulta reconocer lo falso de lo verdadero. (...) Una noticia tarda escasos segundos en transmitirse en las redes sociales y viajar por todo el mundo acompañada de fotos, videos o sonidos; todo llega en un flujo incesante a YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, entre otras redes sociales.” (p. 49).

El procedimiento para difundir una noticia falsa es muy fácil y rápido si se emplean las redes sociales, en especial Facebook. Respecto a esta red social, Aliaga, C y Condori, E (2020), citando a (Marreros, 2018), refieren que en el Perú, en el 2022 es la más popular con 23'500,000 de cuentas creadas, siendo la más utilizada para informarse (El Peruano, 16 de marzo de 2020).

Las redes sociales han revolucionado las formas en las que las personas se comunican a nivel mundial, donde el espacio y el tiempo parecen han perdido su poder, ya que la información puede estar presente en todas partes al mismo tiempo. Faverón (2018), señala que “Los usuarios de una red social pueden escribir, poner páginas de sus contactos, subir fotos y etiquetar personas en esas fotos, además de incluir videos y canciones. También, se puede tener el número de contactos que se quiera, los cuales pueden provenir de diferentes contextos, colegios, amigos, familiares, personas de otros países” (p. 2).

Guzmán (2015) nos dice que las redes sociales son herramientas que permiten la interacción social mediante el intercambio y la creación de contenidos informativos en diversos formatos por cualquier persona con acceso a las mismas.

Noticias falsas sobre el Covid-19

En la página oficial web única del Estado Peruano (Gob.pe), en la sección salud, aparece la siguiente lista de las principales noticias falsas difundidas en el Perú, en relación con las vacunas contra el Covid-19 (Gob.pe, 2022)

1. Si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip.
2. Las vacunas son experimentales, se han hecho sin pasar por todos los requisitos de una investigación seria. No sean un conejillo de indias.
3. Las vacunas van a modificar tu ADN. Se notará en los próximos años.
4. Las vacunas se crearon en secreto y no publican los datos obtenidos ni se sabe qué sustancias contienen.
5. La Covid-19 no existe. Es un invento para vender vacunas, inventada por intereses políticos ¡Todo es una farsa!
6. ¿Para qué vamos a vacunarnos si no protege de la infección y podemos seguir contagiando?
7. Vacunarnos provoca Covid-19 y así se crean nuevas olas de la pandemia.

Desde enero del 2020 y hasta la culminación de la presente investigación (mayo, 2022), el mundo se viene enfrentando a la pandemia del Covid-19, un virus proveniente de la familia corona-

virus (CoV), que causaba diversas afecciones, desde un resfriado hasta infecciones respiratorias que podrían llevar a la muerte. Este virus surgió en la ciudad de Wuhan, China, y millones de personas se contagiaron y miles de ellas lamentablemente perdieron la vida.

Desde que apareció la Pandemia y luego se desarrollaron las vacunas para combatirla, surgieron y se difundieron muchas noticias falsas por las redes sociales, noticias sobre la escasez de productos de primera necesidad, remedios caseros para curar este virus, muerte de presidentes y muchas más, las cuales generaron pánico en la población. Lo sorprendente fue que las noticias falsas no solo circularon por redes sociales, sino también aparecieron como noticias en algunos medios de comunicación social tradicionales del Perú, que las comentaron como si fueran verdaderas, luego, al desmentirse, tuvieron que rectificarse con la pérdida de credibilidad que ello acarrea.

Vacunación contra el Covid-19

La página oficial del MINSA, a través de su Repositorio Único Nacional de Información en Salud (REUNIS), pública, al 11 de mayo de 2022, los siguientes datos sobre el programa de vacunación contra el Covid-19, y sus avances:

Informa que las vacunas son preparaciones que buscan la inmunidad frente a una determinada enfermedad. Inoculan el virus o bacteria debilitado o muerto al organismo humano, el cual advierte su presencia y genera anticuerpos para luchar contra este virus o bacteria. Luego de haber enfrentado a este virus o bacteria, el cuerpo humano es capaz de recordarlo y combatirlo.

Vacunación en todo el Perú

	Primera dosis	Segunda dosis	Tercera dosis	Cuarta dosis
Meta:	32,781,250	32,781,250	32,781,250	32,781,250
Dosis:	29,219,047	27,057,724	16,562,166	334,692
Cobertura:	89.1%	82.5%	58.0%	1.02%

Vacunación en Lima Metropolitana

	Primera dosis	Segunda dosis	Tercera dosis
Meta:	9,732,876	9,732,876	9,732,876
Dosis:	9,185,918	8,661,841	8,616.236
Cobertura:	94.4 %	89%	69%

Material y métodos

Esta es una investigación de enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario. El diseño de la investigación fue no experimental, ex post facto, no habiéndose manipulado las variables de estudio; asimismo, fue transversal, debido a que se recolectaron los datos en un solo momento, con el propósito de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación. (Rodríguez y Vargas, 2013).

La población del estudio comprendió a la población mayor de edad de Lima Metropolitana, en especial a personas con nivel de estudios superiores, que por conveniencia llegó a 128 personas, que fueron encuestadas por la plataforma Google Forms.

La encuesta fue aplicada en la modalidad online, a 128 personas mayores de edad, 70 varones y 58 damas, en su mayor parte egresados de diferentes carreras profesionales. El rango de edad de los encuestados es el siguiente: De 18-25: 56 encuestados; de 26-33: 26; de 34-41: 16; de 42-49: 18 y de 50-60: 12. El nivel de instrucción de los encuestados es el siguiente: Egresados de Periodismo 7, Comunicación 13, Administración 10, Contabilidad 3, Psicología 1, Ingeniería 9; Derecho 2, Economía 1, Publicidad 2, Fisioterapia 5, Enfermería 2, Nutrición 1, Obstetricia 1, Mecánica automotriz 1, Marketing 2, Docencia 2, estudiante 3, sin estudios superiores 6, No contesta 57. Total 128. Tenemos que la mayoría de los encuestados son egresados universitarios y jóvenes entre 18 y 33 años.

Es importante destacar que para la encuesta se ha tomado como base las estadísticas oficiales del Repositorio Único Nacional de Información en Salud (REUNIS) del Ministerio de Salud publicadas en su página oficial REUNIS - MINSA, que evidencian que hay un porcentaje considerable de la población que ha sido influenciada por las noticias falsas.

Resultados:

Gráfico 1

Noticia falsa más difundida por Facebook

¿Cuáles fueron las noticias falsas más difundidas en torno al Covid-19?



Gráfico 2

Noticia falsa más influyente

¿Cuál ha sido la noticia falsa que más ha influido en el rechazo de las vacunas contra el Covid-19?

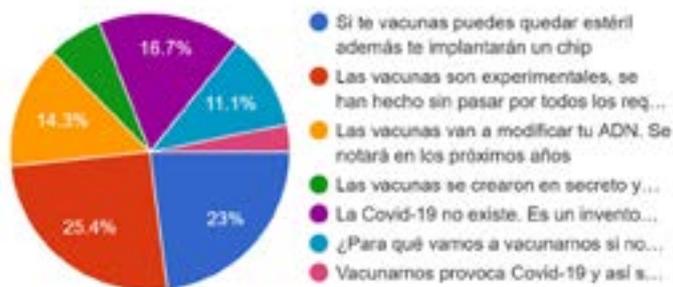


Gráfico 3

Nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19

¿Cuál es el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, por parte de la población de Lima Metropolitana?

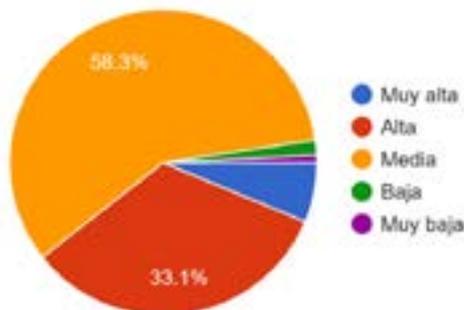


Gráfico 4

Vacuna contra el Covid-19 más aceptada

¿Cuál es la vacuna que ofrece más seguridad a percepción de los pobladores de Lima Metropolitana?

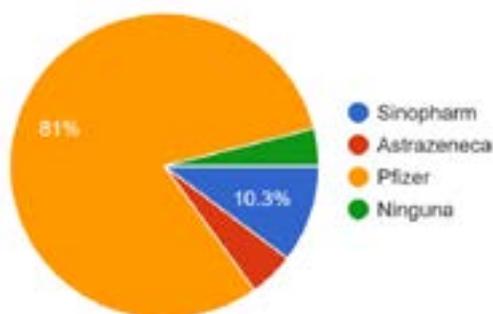


Gráfico 5

Nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19

¿Cuál es el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, por parte de la población de Lima Metropolitana?

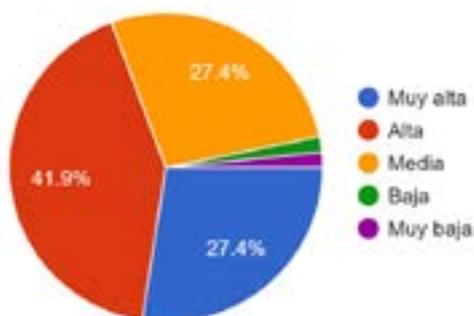


Gráfico 6

Nivel de aceptación de la vacunación obligatoria

¿Cuál es el nivel de aceptación de la vacunación obligatoria por los pobladores de Lima Metropolitana?

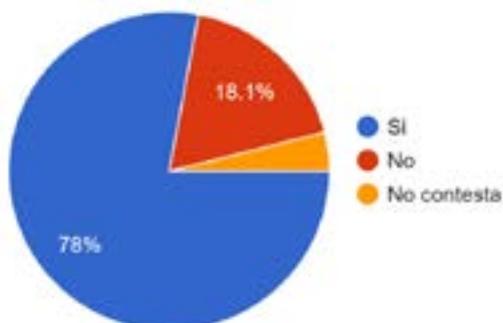


Gráfico 7

Nivel de cumplimiento con la vacunación dispuesta por el gobierno

¿Cuál es el nivel de cumplimiento con las vacunaciones dispuestas por el gobierno?

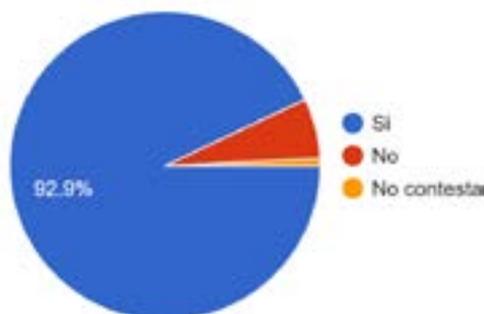
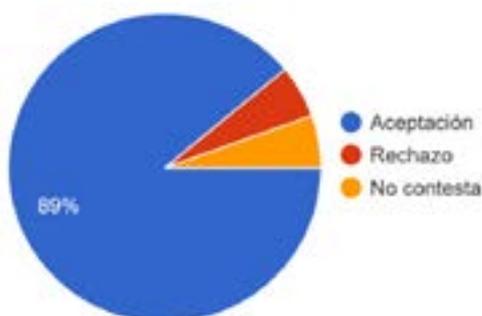


Gráfico 8

Nivel de aceptación o rechazo de las vacunas contra el Covid-19

¿Cuál es el nivel de aceptación o rechazo a las vacunas contra el Covid-19?



Discusión:

La noticia falsa más difundida a través de Facebook, según la percepción de los encuestados, fue “si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip” (33.3%), seguida de “las vacunas son experimentales, se han hecho sin pasar todos los requisitos” (22.2%), y “La Covid-19 no existe. Es un invento” (22.2%).

La noticia falsa que más ha influido en el rechazo a las vacunas contra el Covid-19, ha sido “las vacunas son experimentales, se han hecho sin pasar por todos los requisitos” (25.4%), seguida de “Si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip” (23%), y “La Covid-19 no existe. Es un invento” (16.7%).

El nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, la mayoría de encuestados señala que es media (53%), alta (33.1%).

La vacuna más aceptada por la población ha sido la vacuna Pfizer (81%), seguido de la Sinopharm (10%) y luego las demás en menor porcentaje.

El nivel de aceptación personal de los encuestados por las vacunas contra el Covid-19, muestra que el 41.9%, lo considera alta, (27.4%) muy alta y el (27.4%) media. Lo que se explicaría en parte por el nivel de educación de la mayoría de los encuestados.

El nivel de aceptación de la obligatoriedad de las vacunas contra el Covid-19, los encuestados se muestran favorables a su obligatoriedad en un 78%, y en contra en un 18.1%.

El nivel de cumplimiento de las vacunas por parte de los encuestados, en un 92.9% señalan haber cumplido con todas las dosis. Lo que también tendría su explicación en el nivel de educación de los encuestados.

Respecto del nivel de aceptación o rechazo a las vacunas contra el Covid-19 por parte de los encuestados, tenemos que la mayoría las acepta (89%), que se explicaría por el nivel de educación de la mayoría de encuestados.

Sin embargo, cuando observamos las estadísticas oficiales del Ministerio de Salud, sobre el porcentaje de personas que han cumplido con sus vacunas, tenemos que el 94.4% de la población objetivo de Lima Metropolitana, al mes de mayo de 2022, recibió la primera dosis, el 89% la segunda dosis y un 69% la tercera dosis. Cifras que revelan que la mayor parte de la población viene cumpliendo con recibir sus dosis de vacuna y que hay un 6.6% de la población de Lima Metropolitana que es renuente a las vacunas.

Conclusiones:

Los resultados de la investigación arrojan que las noticias falsas en torno al Covid-19 y sus vacunas, difundidas mayormente por las redes sociales, entre ellas Facebook en Lima Metropolitana, fueron en orden de prelación: 1) Si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip (33.3%), 2) Las vacunas son experimentales, se han hecho sin pasar por todos los requisitos de una investigación seria. No sean un conejillo de indias. (22.2%), 3) La Covid-19 no existe. Es un invento para vender vacunas, inventada por intereses políticos ¡Todo es una farsa! (22.2%), 4) Las vacunas van a modificar tu ADN. Se notará en los próximos años (11.1%), 5) ¿Para qué vamos a vacunarnos si no protege de la infección y podemos seguir contagiando?, 6) Vacunarnos provoca Covid-19 y así se crean nuevas olas de la pandemia, 7) Las vacunas se crearon en secreto y no publican los datos obtenidos ni se sabe qué sustancias contienen.

Según la percepción de los encuestados, la noticia falsa que más impacto tuvo en el rechazo a las vacunas contra el Covid-19, fue la que decía: “las vacunas son experimentales, se han hecho sin

pasar por todos los requisitos” (25.4%), seguida de “Si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip” (23%), y “La Covid-19 no existe. Es un invento” (16.7%).

Sobre el nivel de aceptación de las vacunas por parte de los encuestados, la mayoría de ellos señala que es media (53%), y alta (33.1%), lo que evidencia que existe una aceptación mayoritaria; siendo la vacuna que goza de mayor aceptación por parte de la población de Lima Metropolitana la Pfizer (81%), seguido por la Sinopharm (10%) y las demás en porcentaje menor.

Los encuestados señalan que su aceptación personal de las vacunas contra el Covid-9, es alta 41.9%, muy alta 27.4% y media 27.4%. Lo que evidencia una aceptación mayoritaria de la población; asimismo el 78% de los encuestados aprueba la obligatoriedad de las vacunas, frente a un 18.1% que rechaza esa condición. Respecto del cumplimiento con tener todas las dosis dispuestas por el gobierno, el 92.9 % de los encuestados indica haberlas cumplido.

Se puede señalar que las noticias falsas han registrado porcentualmente un leve impacto en relación con la aceptación de las vacunas por parte de la población de Lima Metropolitana, que como capital de la república tiene a la población mejor informada, registrándose que solo el 6.6% del total de la población objetivo no ha recibido vacuna alguna al mes de mayo de 2022. Asimismo, el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, a pesar de las noticias falsas en Lima Metropolitana, llegó al 94% de la población vacunada con la primera dosis y al 89% con la segunda dosis, lo que ratifica nuestras conclusiones.

Referencias:

- Abreu, J. L. (2014) El método de la investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 9(3)195-204.
- Aliaga, C y Condori, E (2020). Lucha política en el ciberespacio (Twitter) en tiempos del Covid-19 (Perú: marzo-mayo-agosto 2020). <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/comunife/article/view/2492/2750>
- Arribas, Islas y Gutiérrez, (2018) El difícil e indispensable ejercicio del periodismo en América Latina <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/995/CAP%c3%bdTULO%20El%20dif%c3%adcil%20e%20indispensable%20ejercicio%20del%20periodismo%20en%20Am%c3%a9rica%20Latina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Blázquez, M. (2018) El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. Departamento de Biblioteconomía y Documentación Universidad Complutense de Madrid, 1.
- Campos, F. (2008) Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63)2.
- Catalina, B., Sousa, J., y Cristina, L. (2019). Consumo de noticias y percepción de Fake News entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista De Comunicación*, 18(2), 93-115.
- Cortés, C., e Isaza, L. (2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación. <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>
- Código Penal Peruano actualizado (2022). Diario Oficial El Peruano. D. Leg. 635 promulgado el 3 de abril de 1991. <https://lpderecho.pe/codigo-penal-peruano-actualizado/>
- Faverón, N. (2018) Autoestima y habilidades sociales en usuarios de Facebook que estudian en una universidad privada de Lima. (Tesis de licenciatura, Universidad peruana de ciencias aplicadas, Lima, Perú) Recuperada de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625179/Faver%c3%b3n_VN.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Facebook es la red social más popular en el Perú. (16 de marzo de 2020). *El Peruano*, p. 1. <https://elperuano.pe/noticia/93094-facebook-es-la-red-social-mas-popular-en-el-peru>

- Gob.pe (2022). Mitos sobre las vacunas contra el Covid-19. Plataforma digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/12362>
- Guzmán, Z. (2015) Redes sociales y participación ciudadana. (Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú) Recuperada de http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/5240/yma%20c3%b1a_lkm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Honores, I. (2016) Libertad de expresión en Internet: Informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales. (Tesis de licenciatura), Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú) Recuperada de http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/23/Ivan_Honores_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Mendiguren, T., Pérez, J. y Meso, K. (2020) Actitud ante las Fake News: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco. *Revista de Comunicación*, 19(1), 171–184.
- Mejía, c. (2020) Estadísticas de redes sociales 2020: usuarios de Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, Twitter, Tiktok y otros. Recuperado de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- Sandoval, J. y Miranda, I. (2019). Fake News y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú. Caso: Suicidio de Alan García. (Tesis para título profesional, Universidad Tecnológica del Perú, Lima, Perú) Recuperada de http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2720/1/John%20Sandoval_Irving%20Miranda_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf
- Ministerio de Salud. (2022). Repositorio Único Nacional de Información en Salud REUNIS. Mayo de 2022 (p.1). Perú: Ministerio de Salud. <https://www.minsa.gob.pe/reunis/> https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/resumen_covid19.asp
- Ministerio de Salud. (2020). Repositorio Único Nacional de Información en Salud REUNIS. Mayo de 2020 (p.1). Perú: Ministerio de Salud. <https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/vacunas-covid19.asp>
- Montesinos, R. A. (2011). Medios de comunicación y ciudadanía. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 2(1), 18.
- Morales, E. M. (2018). La posverdad y las noticias falsas: El uso ético de la información. **México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.**
- Muñoz, P. (2017) Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016. (Trabajo Fin de Máster en Medios, Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona-España) Recuperada de <https://recercat.cat/bitstream/handle/2072/293813/TFM%20Priscilla%20Mu%20c3%b1oz.pdf?sequence=1>
- Pauner C. (2018) Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y Realidad Constitucional*. 41 297 – 318.
- Peña, T y Pirela, J. (2007) La complejidad del análisis documental. *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones*, (16), 55–81.
- Rendón, H. (2007) El periodista digital mexicano: Hacia su definición. (Tesis de licenciatura, Universidad nacional autónoma de México, ciudad de México, México) Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?id=Ze6Ua6CRoLIC&pg=PA175&dq=definicion+url&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiLw7mwjeLpAhXhHrkGHZzeBhUQ6AEIjAA#v=onepage&q=definicion%20url&f=false>
- Rodríguez, C. (2019) No diga Fake News, di desinformación: una revisión por el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones: *Comunicación* (40) 65–74.
- Rodríguez, R. y Vargas, E. (2013). Diseño de Investigación No Experimental Transeccional. Universidad Yacambú. Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. Instituto de Investigación y Postgrado.
- Salaverria, R., García, J. y Masip, P. (2010) Concepto de convergencia periodística. Recuperado de https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/23730/1/cap3_concepto_de_convergencia_periodistas_pp41-64.pdf

- Sandoval, J & Miranda, I. (2019). "Fake News y credibilidad de los medios de comunicación digitales en lima Perú. Caso: suicidio de Alan García". Tesis para optar la Licenciatura en CCCCSS. UTP. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2720/John%20Sandoval_Irving%20Miranda_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Torres, M., Paz, K. y Salazar, F. (s.f) Métodos de recolección de datos para una investigación. Recuperado de http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin03/URL_03_BAS01.pdf
- Wardle, C. (2017) Noticias Falsas. Es complicado. First draft. Recuperado de <https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicad>

Material audiovisual accesible a personas con discapacidad sensorial de Lima Metropolitana, 2021

Cristian E. Pacherras Jiménez*

ORCID: 0000-0002-8349-8355

Lizzet R. Aponte Rodríguez (asesora coautora)**

ORCID: 0000-0002-7722-3371

Luis E. Garay Peña (asesor coautor) ***

ORCID: 0000-0002-2864-5885

Recibido: 20/10/22

Aceptado: 30/11/22

Resumen

El **objetivo** de esta investigación fue determinar de qué manera el material audiovisual accesible influye en las personas con discapacidad sensorial en Lima Metropolitana, 2021. Según la **metodología**, fue una investigación cuantitativa, del nivel descriptivo, se utilizó como técnica la encuesta y el instrumento un cuestionario conformado por 15 preguntas elaboradas mediante la Escala de Likert y complementadas con preguntas abiertas para conocer los motivos de sus respuestas. La muestra estuvo conformada por (19) docentes que desarrollan el proceso de Enseñanza-Aprendizaje de la especialidad de Comunicación Audiovisual en una universidad de Lima. Los **resultados**: En cuanto al enunciado: el material auditivo accesible es limitado y no garantiza su cobertura, hay un 73.7% que está de acuerdo con esta afirmación, el 15.8% en desacuerdo y para un 10.5% le es indiferente. Asimismo, el estudio indica que en cuanto al material visual accesible en los ambientes de entretenimiento, el 63.2% afirma estar de acuerdo, el 21.0% está en desacuerdo y el 15.8% se muestra indiferente **Conclusión**: De acuerdo al resultado obtenido sobre la accesibilidad al material audiovisual se infiere que este no influye en las personas con discapacidad auditiva, puesto que aquello que no es utilizado no genera ninguna influencia (73.7%), lo mismo acontece con la accesibilidad al material visual accesible en los ambientes de entretenimiento, no hay ningún nivel de influencia (63.2%) no lo emplea.

Palabras clave:

Discapacidad sensorial; material audiovisual y personas.

Abstract

The objective of this research was to determine how the accessible Audiovisual Material influences people with sensory disabilities in Metropolitan Lima, 2021. According to the methodology, it was quantitative research, at the descriptive level, the survey was used as a technique and the instrument was a questionnaire made up of 15 questions prepared using the Likert Scale and complemented with open questions to find out the reasons for their answers. The sample consisted of (19) teachers who develop the Teaching-Learning process of the Audiovisual Communication specialty at a university in Lima. The results: Regarding the statement: accessible hearing material is limited and does not guarantee its coverage, there are 73.7% who agree with this statement, 15.8% disagree and 10.5% are indifferent. Likewise, the study indicates that regarding the visual material accessible in entertainment environments, 63.2% agree, 21.0% disagree and 15.8% are indifferent **Conclusion**: According to the result obtained on the accessibility to the material audiovisual it is inferred that this does not influence people with hearing disabilities, since what is not used does not generate any influence (73.7%), the same happens with the accessibility to accessible visual material in entertainment environments, there is no level of influence (63.2%) do not use it.

Keywords:

Sensory disability; audiovisual material and people.

Introducción

Los medios audiovisuales revolucionaron la sociedad humana en su aparición durante el siglo XX, y actualmente forman parte de la principal fuente de información transmitida diariamente o contenida en soportes digitales, siendo un tipo de mecanismo de comunicación masiva que tiene el fin de transmitir un mensaje a través de canales comunicativos que involucran la utilización conjunta del oído y de la vista, mediante imágenes y sonidos grabados de manera articulada, es decir, simultánea y sincronizada, para lograr un potente efecto de realidad nunca antes visto en la historia de la comunicación humana, y esto lo podemos presenciar hoy, en la televisión, el cine y la internet.

Es por ello que las personas con discapacidad sensorial tienen recortados sus derechos de formación y desarrollo integral, al no poder acceder al conocimiento y disfrute de las diversas expresiones audiovisuales que se realizan, donde es notorio que no existen ofertas que incluyan elementos de accesibilidad.

Entrando en el plano de la accesibilidad, esta es una condición que deben de acatar los medios audiovisuales para presentar material que pueda ser comprendido y utilizado por personas con discapacidad sensorial. La audiodescripción y el subtítulo son instrumentos esenciales para facilitar la accesibilidad universal a los distintos medios audiovisuales, asegurando a los usuarios su derecho de acceso a la cultura, al ocio y a la información ofrecida en la sociedad en distintas formas y lugares, es por ello que las personas con discapacidad sensorial presentan limitación o deficiencia en algún área de los sentidos, tanto visual como auditiva, presentando problemas en la comunicación y el lenguaje.

En Lima Metropolitana las personas con discapacidad sensorial tienen recortados sus derechos de formación y desarrollo integral, al no poder acceder al conocimiento y disfrute de las diversas expresiones audiovisuales que se realizan, donde es notorio que no existen ofertas que incluyan elementos de accesibilidad.

Material y métodos:

La presente investigación corresponde al tipo básica, se empleó el conocimiento obtenido de manera rigurosa y sistematizada de la realidad. (Murillo, 2008). El Nivel descriptivo, porque se presentó las características del comportamiento que presenta el sujeto en la variable de estudio. (Hernández, et al, 2014). El diseño fue no experimental, porque no existió manipulación de la variable, y transversal, porque los datos se recolectarán en un solo momento, tiempo único en un momento dado (Hernández, et al, 2014).

La muestra estuvo conformada por 19 personas de la especialidad de Comunicación Audiovisual que laboran en una institución universitaria de Lima, no probabilística, seleccionados a través de un muestreo por conveniencia.

En lo que respecta a la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario que incluyó datos sociodemográficos y 20 preguntas elaboradas mediante la Escala de Likert complementadas con preguntas abiertas con el propósito de justificar sus respuestas.

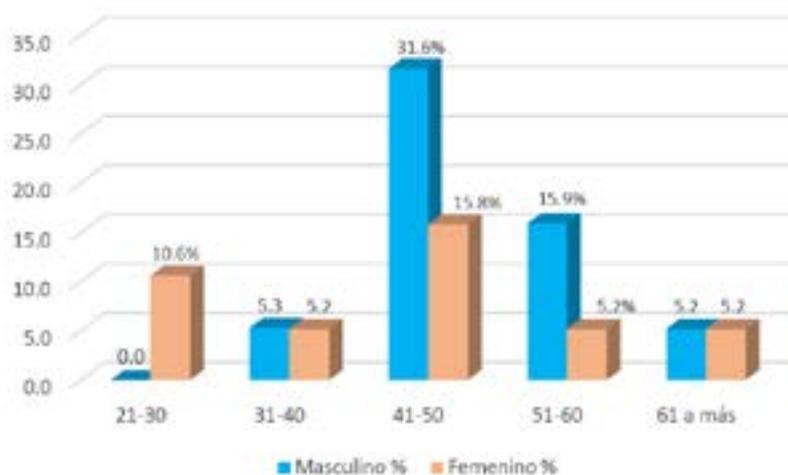
Resultados

Resultados descriptivos

A continuación, se incluyen los resultados descriptivos

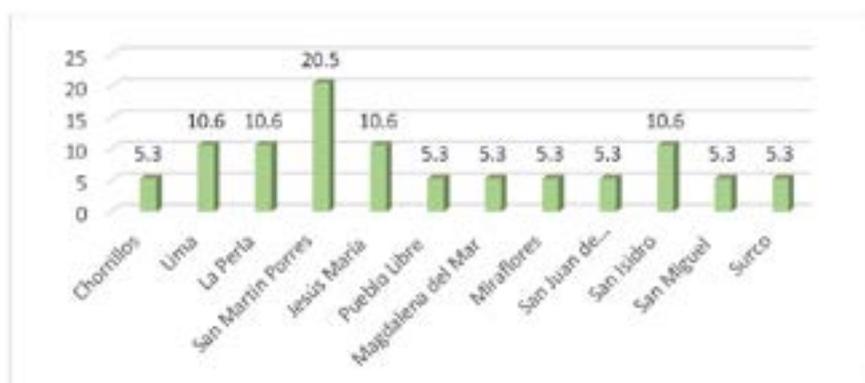
En la Figura 1 se observa que el 58% de la muestra pertenece al sexo masculino y el 42% al femenino. Tomando en cuenta la relación entre edad y sexo, en el caso del masculino, el 5.3% está entre 31-40 años, 31.6% entre 41-50 años, el 15.9% de 51-60 años y 5.2% de 61 a más años. En el caso del sexo femenino, el 10.6% está entre 21-30 años, el 5.2% se halla entre 31-40 años, el 15.8% se ubica entre 41-50 años, el 5.2% entre 51-60 años y 5.2% de 61 a más años.

Figura 1
Distribución de la muestra por la edad según el sexo



Considerando el distrito de residencia (Figura 2), se observa que el 20.5% de los integrantes de la muestra residen en el distrito de San Martín de Porres, el 10.6% (en forma independiente) en los distritos de: Lima, La Perla, Jesús María y San Isidro, en tanto el 5.3% lo hacen en los distritos de: Chorrillos, Pueblo Libre, Magdalena del Mar, Miraflores, San Juan de Lurigancho, San Miguel y Surco, respectivamente.

Figura 2
Distribución de la muestra según el distrito de residencia



Relacionando sobre el uso de material audiovisual (Tabla 1) un 52% afirma estar asociada con la discapacidad auditiva y el 42% con la discapacidad visual.

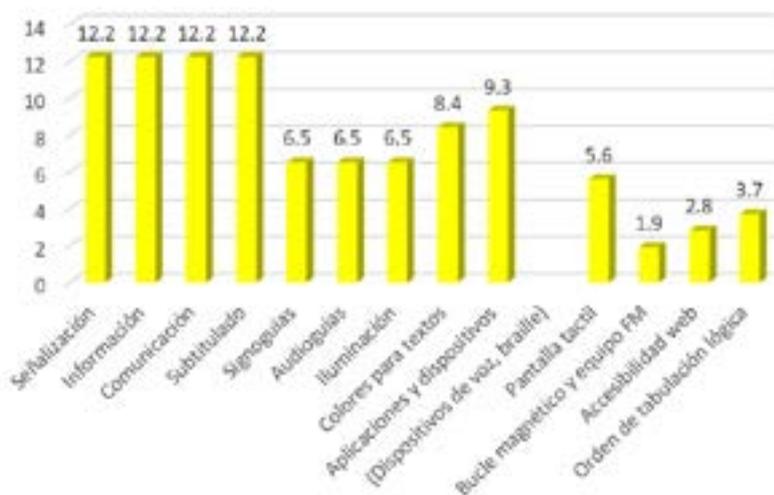
Tabla 1
Distribución del uso de material según discapacidad

Discapacidad	%
Auditiva	58.0
Visual	42.0
Total	100.0

Sobre los materiales de accesibilidad auditiva

Conforme se observa en la Figura 3, respecto de los materiales de accesibilidad auditiva y visual, el 12.2% de la muestra señalan como materiales a: la señalización, información, comunicación, subtítulo, el 6.5% expresan que tiene mejor uso: signoguías, las audioguías, e iluminación, el 8.7% con colores para textos, el 9.3% con aplicaciones y dispositivos (de voz, Braille), el 5.6% con la pantalla táctil, el 1.9% con Bucle magnético, y equipo de FM., el 2.8% indica la accesibilidad a la Web y 3.7% con orden de tabulación lógica.

Figura 3
Materiales de accesibilidad auditiva y visual



Importancia del material auditivo accesible en personas con discapacidad sensorial.

Respecto de esta pregunta el 100% de la muestra considera muy importante, los motivos por los cuales lo mencionan son:

- a. Permite al sujeto que no ve, escuchar y enterarse de lo que sucede alrededor de él.
- b. Es una de las alternativas que se tiene para transmitir el mensaje sin interferencias sonoras.
- c. Con el material auditivo no se limita la capacidad de información del estudiante.
- d. Permite a los estudiantes a sentirse incluidos y partícipes de las actividades.
- e. Permite a quienes tienen discapacidad auditiva escuchar por otros sentidos.
- f. Mayor detalle auditivo puede compensar la limitada capacidad visual.
- g. Ayuda a comunicarse.
- h. Está acorde con las necesidades de quienes tienen discapacidad.
- i. Fortalece los conocimientos.
- j. Es una alternativa que se tiene para transmitir el mensaje al que tiene discapacidad visual.

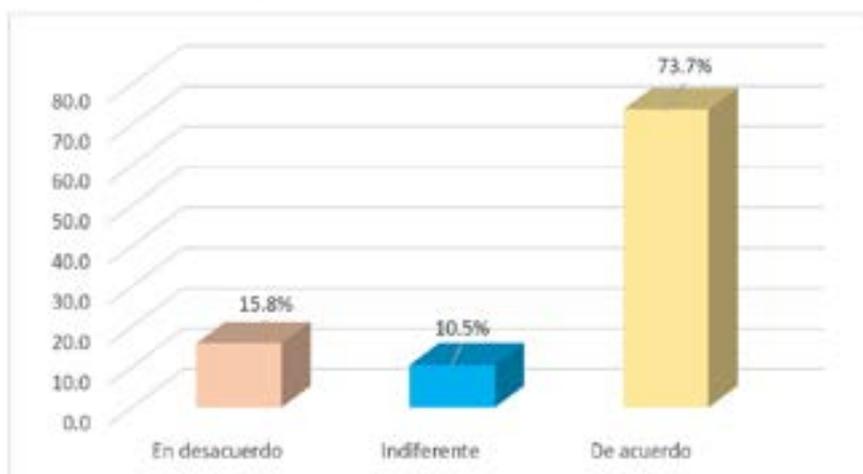
Importancia del material visual accesible en personas con discapacidad sensorial.

En relación con esta pregunta el 100% de la muestra considera muy importante, las razones por las cuales lo mencionan son:

- a. Permite tener una mejor comprensión de la apariencia del mundo que nos rodea.
- b. Para que se sientan incluidos y puedan participar en las actividades.
- c. A través de las imágenes podrá entender lo que se quiere transmitir.
- d. Muchas veces una imagen es mucho más explicativa que un mensaje escrito.
- e. Con apoyo de material visual se evita se limite la capacidad de información del estudiante con discapacidad respecto del grupo y mejora su aprendizaje.
- f. Mayor detalle visual puede compensar en parte la limitada capacidad auditiva.
- g. Es un gran apoyo para quienes sufren de problemas auditivos.
- h. Facilita la comunicación y amplía el conocimiento.
- i. Por un tema de seguridad en espacio público.

Figura 4

El material auditivo accesible es limitado y no garantiza su cobertura en todos los ambientes de Información



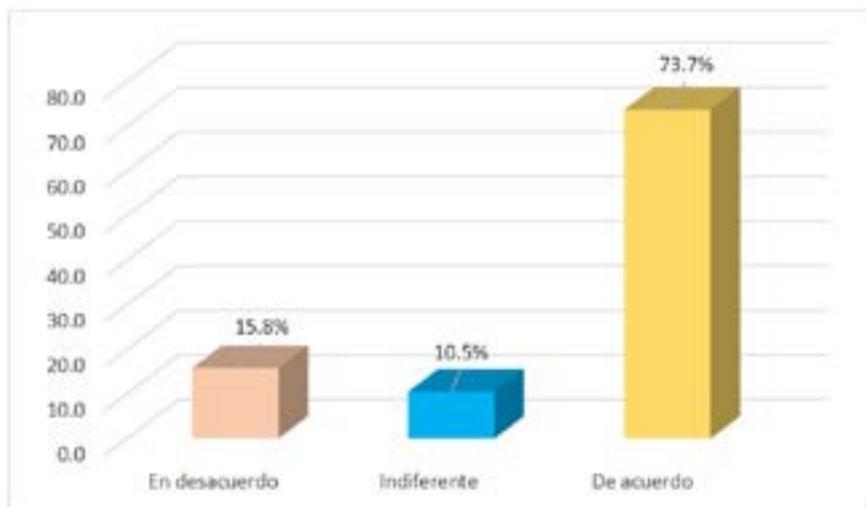
Conforme se observa en la Figura 4, en cuanto al material auditivo accesible es limitado y no garantiza su cobertura, el 73.7% afirma estar de acuerdo, el 15.8% está en desacuerdo y para el 10.5% es indiferente.

Las respuestas están sustentadas en:

- a. No hay datos estadísticos.
- b. Porque este material no siempre está al alcance de las personas que lo requieren.
- c. Aunque se ha mejorado mucho en temas de inclusión, todavía existen brechas en los materiales, especialmente de temas recientes.
- d. El material auditivo es solo una opción, se debe acompañar con otros para lograr el objetivo de incluir a todos.
- e. Muchas veces los anuncios son solo visuales.
- f. Pocos medios informativos lo usan.
- g. Falta mayor difusión sobre su importancia y así fomentar su uso.
- h. La mayor parte de la producción de este tipo de material no están pensadas para cumplir una función social.

Figura 5

El material auditivo accesible es limitado y no garantiza su cobertura en todos los ambientes de educación



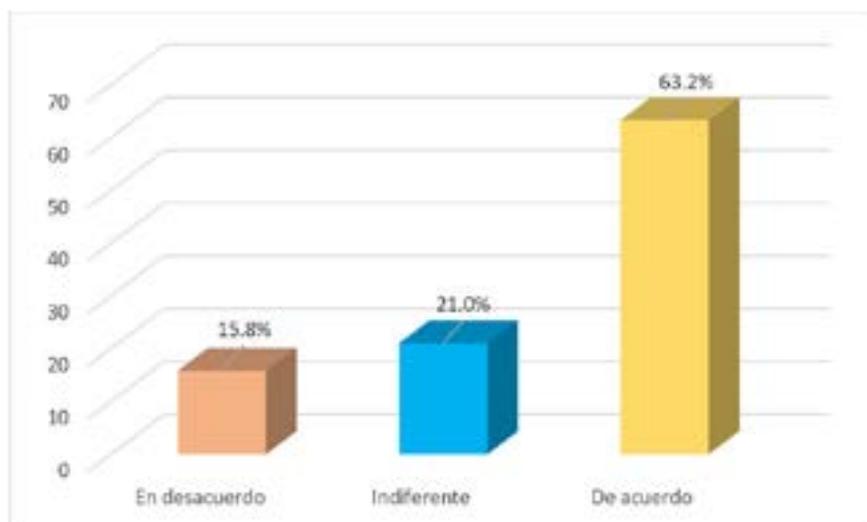
Conforme se observa en la Figura 5, en cuanto al material auditivo accesible es limitado y no garantiza su cobertura en los ambientes de educación, el 73.7% afirma estar de acuerdo, el 15.8% está en desacuerdo y para el 10.5% es indiferente.

Las respuestas están fundamentadas en:

- a. Somos un país pobre, con muchas limitaciones.
- b. Porque no hay una gran variedad de materiales auditivos disponibles (audiolibros, podcasts, etc.) en comparación con los materiales visuales.
- c. Por falta de implementación y recursos.
- d. No siempre se tiene en cuenta a las personas con discapacidad ni se prepara material exclusivo para ello.
- e. También hay limitación por el trabajo estratégico que hace falta para poder incluir a los estudiantes en escuelas estatales o particulares, sin necesidad de un mundo paralelo en la educación.
- f. Porque hay material auditivo para todas las materias y temas que son de mucha utilidad para la educación.
- g. Porque pocas plataformas educativas lo usan. Porque falta mayor difusión sobre su importancia y así fomentar su uso.

Figura 6

El material visual auditivo accesible es limitado y no garantiza su cobertura a la información

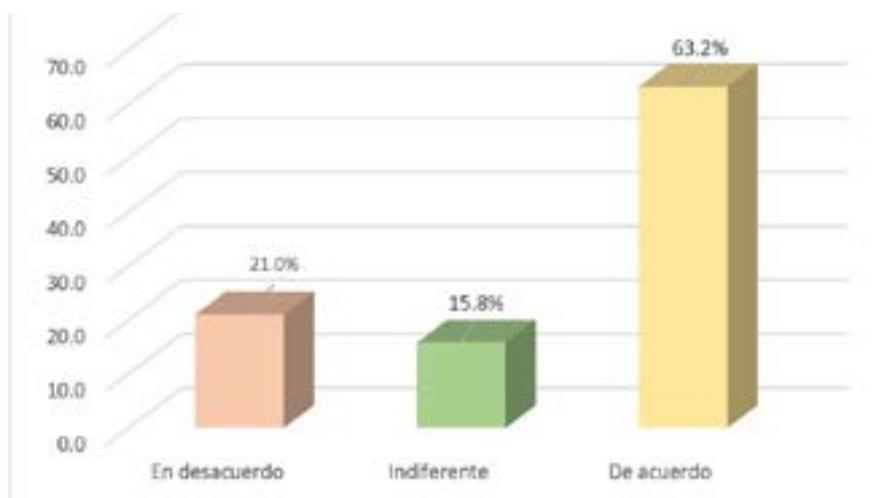


De acuerdo con lo que se distingue en la Figura 6, en cuanto al material visual accesible es limitado y no garantiza su cobertura a la información, el 63.2% afirma estar de acuerdo, el 21.0% es indiferente y el 15.8% está en desacuerdo.

Las respuestas están sustentadas en:

- a. Hay más material visual disponible y al alcance de todos, que material auditivo.
- b. Por falta de coordinación con los programas de lenguaje de señas y la reducida inversión en la elaboración de los mismos.
- c. No siempre se tiene en cuenta a las personas con discapacidad ni se prepara material exclusivo para ello.
- d. En muchas zonas de Lima Metropolitana, no se cuenta con la señalización adecuada para evitar accidentes o confusión en las rutas.
- e. Falta mayor difusión sobre su importancia y así fomentar su uso.
- f. La señalización visual es fundamental para la seguridad en espacio público.
- g. Su interés es comercial y no social.
- h. Producirlo puede que resulte costoso, y como no son muchas las personas con discapacidades, no se considera una necesidad producir contenido para ellos.
- i. Es notorio que no hay cobertura en todos los ambientes de información, solo en algunos.

Figura 7
El material visual auditivo accesible es limitado y no garantiza su cobertura en todos los ambientes de entretenimiento

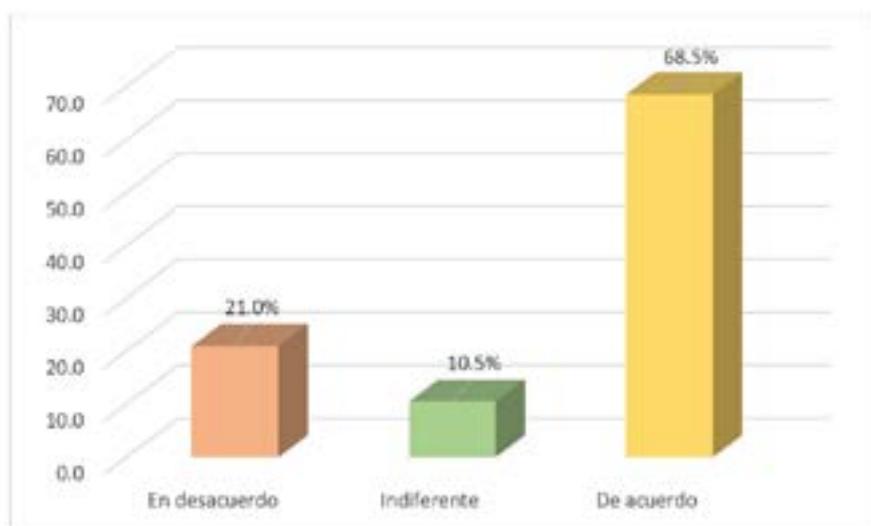


Conforme se distingue en la Figura 7, en cuanto al material visual accesible en los ambientes de entretenimiento, el 63.2% afirma estar de acuerdo, el 21.0% está en desacuerdo y el 15.8% se muestra indiferente.

Los motivos por los cuales expresan esas respuestas son:

- a. Porque existe mucho material visual disponible para el entretenimiento (videojuegos, películas, televisión, redes sociales, etc.).
- b. En gran medida los locales están preocupados en atender las demandas de entretenimiento de la mayoría, así como por una deficiente fiscalización.
- c. Nuestra sociedad no presenta aún un grado de inclusión con las personas con cualquier tipo de discapacidad. Es un largo proceso para lograrlo, partiendo de las autoridades.
- d. No todos los ambientes de entretenimiento cuentan con los materiales integrados, siempre carecen de alguno.
- e. Porque el material visual para entretenimiento está al alcance de cualquier persona.
- f. Falta mayor difusión sobre la importancia y fomentar su uso.
- g. Pocos medios de entretenimiento lo utilizan.
- h. No se respeta a las personas con discapacidad en el área de entretenimiento.
- i. Al ser limitado no se accede a la posibilidad para la que es creada.
- j. Producirlo resulta costoso, y la cantidad de discapacitados no constituye un mercado rentable.
- k. Concretar estas medidas es un proceso largo para lograrlo, partiendo de las autoridades.

Figura 8
El material visual accesible es limitado y no garantiza su cobertura en todos los ambientes de educación



Conforme se distingue en la Figura 8, en cuanto al material visual accesible en los ambientes de educación, el 68.5% afirma estar de acuerdo, el 21.0% está en desacuerdo y el 10.5% se muestra indiferente.

Las razones por las cuales expresan sus respuestas son:

- Porque existe mucho material visual disponible con fines educativos.
- Falta de coordinación con los programas de lenguaje de señas y la reducida inversión en la elaboración de los mismos.
- No se tiene en cuenta a las personas con discapacidad ni se prepara material exclusivo para ello.
- Hace falta aplicar una estrategia que permita trabajar con ambos tipos de materiales para poder incluir a todo como parte de la transmisión de un mensaje, para ofrecer un producto y/o servicio.
- Existe mucho material visual que se utiliza en educación.
- Pocas plataformas educativas lo usan.
- Falta mayor difusión sobre su importancia y fomentar su aplicación.
- Porque no se respeta a las personas con discapacidad en la educación.
- El discapacitado no accede a una información educativa oportuna.
- Los productores de material visual tienen un interés comercial y no social.
- No toman en consideración a las personas con discapacidad para elaborar material exclusivo para ellos.

Discusión

En el Perú no se ha determinado normas que permitan la accesibilidad a los recursos audiovisuales por parte de las personas que tengan distintos tipos de discapacidad, por lo que su uso también es reducido, están en proceso de desarrollo, cambio y adaptación. En esa labor se encuentran el Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS), el Ministerio de Cultura (MINCUL), el Ministerio de Educación (MINEDU) y la Municipalidad de Lima.

Mientras no exista la adecuada implementación no se puede hablar de la influencia que pueda tener este material audiovisual en las personas con discapacidad sensorial auditiva (sordas). Igual criterio se aplica respecto del material audiovisual referente al uso de la audio descripción. A diferencia de lo que sucede en el Perú, en España las normas al respecto están hechas a buen tiempo difundidas y muestran mejores avances.

Lo anterior conlleva que, en el Perú, las entidades del Estado vinculadas con la problemática de los discapacitados establezcan las normas con su respectiva reglamentación y efectúen una labor integrada para tener logros gratificantes en la difusión de la información, el entretenimiento y la educación de los medios audiovisuales, en forma concreta en la discapacidad auditiva y visual.

Conclusiones:

Primera: Tomando en cuenta el objetivo específico uno de la presente investigación, se ha llegado a la siguiente conclusión: El Material Audiovisual no influye en las personas con discapacidad sensorial auditiva según el subtitulado en Lima Metropolitana, 2021, por que el 90.5% de la muestra considera que la falta de material auditivo priva la información, el entretenimiento y educación de los estudiantes con discapacidad auditiva, todo lo cual es corroborado por lo siguiente: El material no siempre está al alcance de las personas que lo requieran (en este caso quienes tienen discapacidad auditiva), aún existen brechas en la inclusión, por lo que muchos no tienen acceso a tales materiales y falta mayor difusión sobre su importancia, luego cómo fomentar su uso. Una gran limitante en la accesibilidad a los materiales audiovisuales tanto para la discapacidad auditiva como visual ha sido los efectos producidos por la Pandemia de COVID-19.

Segunda: Estableciendo la relación con el objetivo específico dos de la presente investigación, se llega a la siguiente conclusión: El material audiovisual accesible no influye en las personas con discapacidad sensorial visual según la audio descripción en Lima Metropolitana, 2021, porque el 84.2% de la muestra afirma que en ocasiones se priva de información y de entretenimiento debido a la falta de material visual accesible para su comprensión; asimismo, existe un 73.7% de la muestra que manifiesta que se le priva de educación por falta de material visual para su debida comprensión, lo cual se confirma pues el material auditivo es una opción que debe ser acompañar a otros para lograr el objetivo de incluir a otros, pocos medios informativos lo usa y finalmente falta mayor difusión sobre su importancia y fomentar su uso.

Recomendaciones

Primera: Las autoridades del Estado (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables -MMIPV- y Ministerio de Educación -MINEDU-), a través de sus respectivas direcciones generales vinculadas con las personas con discapacidades, elaboren normas que respondan a la realidad sobre la producción, comercialización y accesibilidad de material auditivo y visual.

Segunda: Los funcionarios, en coordinación con el personal de las instituciones educativas donde ofrecen educación inclusiva (atención de las discapacidades auditivas y visuales), seleccionen los materiales educativos accesibles para atender la discapacidad auditiva y visual de los estudiantes, y contribuya con eficacia a la información, entretenimiento y educación para el uso de dichos materiales.

Tercera: Los funcionarios de la Dirección General Especial e Inclusiva del MINEDU coordine con los directivos de las empresas radiales y televisivas, al inicio de cada semestre académico, para realizar campañas de información sobre la diversidad de materiales (auditivos y visuales) utilizados durante la atención de los estudiantes con discapacidad auditiva y visual, para contribuir a mejorar la educación de éstos.

Referencias bibliográficas:

- AENOR (2012). *Subtitulado para personas sordas y personas con discapacidad auditiva*. UNE 153010. Madrid: AENOR.
- Arjona, G. (2015). *La Accesibilidad y el Diseño Universal entendido por todos*. De cómo Stephen Hawking viajó por el espacio. Colección Democratizando la Accesibilidad Vol. 4. La Ciudad Accesible 2015.
- Barros, C. y Barros R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Revista Universidad y Sociedad*.
- Bariffi, F., Barranco, M., Moreno, L., Palacios, A., Utray, F., Vid, J. (2008). *La accesibilidad universal en los medios audiovisuales de comunicación*. Real Patronato sobre Discapacidad.
- Carhuavilca, D. (2020). Perú: *Estadísticas de las personas con alguna discapacidad*. INEI. https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2020/InclusionSocialDiscapacidad/files/presentaciones_ppt/poblaci%C3%B3n_con_alguna_discapacidad_20_julio_de_2020.pdf
- Carabajal, R., & Bianchini, M. (2015). *La accesibilidad de los medios audiovisuales: una experiencia de SPPS en la UN Comahue*. Recuperado el 1 de 4 de 2020, de <http://repositoriocdpd.net:8080/handle/123456789/720>
- CONADIS (2021). *Registro Nacional de la Persona con Discapacidad – RNPCD a mayo del 2021*. conadisperu.gob.pe/observatorio/estadisticas/?tipo_estadisticas=registro-nacional-de-la-persona-con-discapacidad
- Coromina, M y Pérez. (2005). *Posibles enfoques en torno a la discapacidad en el derecho constitucional interno y europeo*. pp. 1–19. /Users/Arturo/Downloads/ATICA2017_paper_75.pdf
- Díaz, J. (2010). *La accesibilidad a los medios de comunicación audiovisual a través del subtitulado y de la audiodescripción*.
- Díaz-Cintas, J. (2010). *La accesibilidad a los medios de comunicación audiovisual a través del subtitulado y de la audiodescripción*. Recuperado el 10 de noviembre de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/314262122_La_accesibilidad_a_los_medios_de_comunicacion_audiovisual_a_traves_del_subtitulado_y_de_la_audiodescripcion/citations
- Gallardo, J. (2019). *Accesibilidad a la cultura audiovisual para personas con discapacidad sensorial*.
- García, A; Quintana, I; Ruiz, B; Mauch, C y Mauch, L. (2012). *Principios de accesibilidad audiovisual en el cine*. Real Patronato sobre Discapacidad. p. 25. <https://www.cesya.es/sites/default/files/documentos/AccesibilidadCine.pdf>
- Gob.pe (s/f)
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado en noviembre 18, 2018. Sitio web: https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Ibáñez, A. (2015). *Traducción y accesibilidad en los medios audiovisuales: el subtitulado para personas sordas y con discapacidad auditiva*.
- ITC. (2000). *ITC Guidance on Standards for Audio Description*. Recuperado de http://www.ofcom.org.uk/static/archive/itc/uploads/ITC_Guidance_On_Standards_for_Audio_Description.doc. [Consulta: 29 de septiembre de 2019].
- Ley 29973 de 2012. *Ley general de la persona con discapacidad*. 24 de diciembre del 2012.
- Mas, B. (2017). *Cumplimiento de la norma UNE (AENOR, 2012) en el subtitulado para sordos de la película peruana Juliana, año 2017*.
- Maszerowska, A., Matamala, A., & Orero, P. (Eds.). (2014). *Audio description: New perspectives illustrated*. (112). Amsterdam: John Benjamins.

- Murillo, W. (2008). *La investigación científica*. Recuperado en enero 27, 2021, de Monografías.com. Sitio web: <https://www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/invest-cientifica.shtml>
- National Rehabilitation Information Center. (NARIC). *Discapacidades sensoriales*. <https://naric.com/?-q=es/content/recursos-para-la-discapacidad>.
- Organización Mundial de la Salud. (2001). *Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud*. España: OMS-Organización Panamericana de la Salud.
- Organización Mundial de la Salud. (2011). *Informe Mundial Sobre la Discapacidad 2011*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report/en/index.html
- Organización Mundial de la Salud. (2011). *Informe Mundial Sobre la Discapacidad 2011*. Ginebra: OMS.
- Orero, P. (2005). *La inclusión de la accesibilidad en comunicación audiovisual dentro de los estudios de traducción audiovisual*. Recuperado el 19 de mayo de 2020, de <https://search.proquest.com/docview/2258099368?accountid=43860>
- Orrego, D. (2013). Avance de la traducción audiovisual: desde los inicios hasta la era digital. *Mutatis Mutandis: Revista latinoamericana de traducción*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5012656>
- Paniagua, F; García, A; López, J.L y González, I. (2009). *Tecnologías de subtítulos de recursos audiovisuales para su publicación en Internet*. en *Accesibilidad a los contenidos audiovisuales para personas con discapacidad*, III., Madrid, España: pp. 85– 96.
- Sánchez, D; Romero, R y Padrón, J. (2018). *Inclusión de personas con discapacidades auditivas y visuales en la investigación*.
- Sánchez, Y. (2020). *Accesibilidad Audiovisual en Perú y México*.
- Travezaño, M. (2017). *El subtítulo para sordos y la interpretación de lengua de señas en la comprensión de la película la última noticia por parte de las personas sordas del centro sueños compartidos, año 2017*.
- Utray, F. (2008). *Accesibilidad a la TDT en España para personas con discapacidad sensorial (2005–2007)*.
- Villoslada, A. (2015). *Estudio descriptivo de la lengua de la audiodescripción: Análisis del guion audiodescripto de Ocho apellidos vascos*. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/145586/TFM_2014_VillosladaS%25C3%25A1nchezA.pdf?sequence=1

***CRISTIAN PACHERRES JIMÉNEZ**

Estudiante de la Universidad Jaime Bausate y Meza

****DRA. LIZZET ROSARIO APONTE RODRÍGUEZ**

Docente principal investigadora y Coordinadora de los Semilleros de Investigación en el Instituto de Investigación de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

*****DR. LUIS EDILBERTO GARAY PEÑA**

Docente investigador en el Instituto de Investigación de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

Evolución de los derechos humanos, situación actual y proyecciones de las libertades informativas

Claudia Ruiz Pardo

ORCID: 0000-0002-5271-3331

Angie Saavedra Romero

ORCID: 0000-0002-0857-8021

Lizzet R. Aponte Rodríguez (asesora coautora)

ORCID: 0000-0002-7722-3371

Luis. E. Garay Peña (asesor coautor)

ORCID: 0000-0002-2864-5885

Recibido: 4/09/22

Aceptado: 29/11/22

Resumen

El objetivo fue analizar el desarrollo de los derechos humanos, la situación actual y proyecciones de las libertades informativas en el período 2019-20. Metodología: fue una investigación mixta, descriptiva, se utilizó como técnicas; la encuesta y el análisis documental, los instrumentos: un cuestionario (validado previamente por IPSOS) y guía de análisis documental de informes de la Asociación Nacional de Periodistas (ANP) (2018-2021) y la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), la población fue de 12.000 ciudadanos entre 19 a 60 años (INEI 2022). La muestra no-probabilística, conformada por 120 ciudadanos de ambos sexos, residentes en 25 distritos de Lima Metropolitana. Los resultados: Derechos que más les importan a los ciudadanos son: Derecho: a la salud el 84.2%, al trabajo y salario digno el 58.3%, a la educación el 56.6% y a la libertad de expresión el 45.0%, su percepción sobre el problema acuciante que afecta los Derechos Humanos es: la corrupción (80%), las autoridades incapaces (55%) y la falta de educación (28.3%). Manifestaron formas de agresión a periodistas, el año 2020 (239), el 2021 (206) y el 2019 (108) que dificultaron las distintas labores de los periodistas. La agresión física y verbal se expresó así: el 2020 fue (31.7%), el 2019 (28.7%) y el 2020 con (28.2%). La amenaza y hostigamiento el año 2021 fue (29.6%), el 2019 un (25.9%) y el 2020 un (22.1%). Y la intimidación judicial se manifestó el 2019 (24%), el 2021 con un (15%) y el 2020 mediante discursos estigmatizantes con (13.4%).

Palabras clave:

Evolución derechos humanos; libertades informativas; proyecciones y situación actual

Abstract

The objective was to analyze the evolution of human rights, the current situation and projections of information freedoms in the 2019-20 period. Methodology: it was a mixed, descriptive investigation, it was used as techniques; the survey and the documentary analysis, the instruments a questionnaire (previously validated by IPSOS) and a documentary analysis guide of reports from the National Association of Journalists (ANP) (2018-2021) and the Inter-American Court of Human Rights (IACHR), the population was 12.000 citizens between 19 and 60 years old (INEI 2022). The non-probabilistic sample, made up of 120 citizens of both sexes, residing in 25 districts of Metropolitan Lima. The results: The rights that matter most to people are: Right to health 84.2%, right to work and living wage 58.3%, right to education 56.6% and right to freedom of expression 45.0%, their perception of the main problem that affects Human Rights is: corruption (80%), incompetent authorities (55%)

and lack of education (28.3%). They manifested forms of aggression against journalists, in 2020 (239), in 2021 (206) and 2019 (108) that hindered the different tasks of journalists. In 2019, the predominant aggression was physical and verbal with 28.7%, threats and harassment with 25.9% and judicial intimidation with 24%; During the year 2020, physical and verbal aggression showed 31.7%, threats and harassment 22.1% and stigmatizing speeches with 13.4% and in 2021 the predominant aggression was threats and harassment with 29.6 %, physical and verbal aggression with 28. 2% and judicial intimidation with 15%.

Keywords:

Human rights evolution; information freedoms; projections and current situation.

Introducción

Los derechos humanos establecen en la actualidad un mecanismo de elementos que respaldan el atributo de la existencia humana basándose en el respeto, igualdad de modestia y la autonomía de cada individuo.

Los derechos humanitarios restringen el dominio incondicional del Estado, para certificar la existencia de los habitantes; son internacionales, pues sobrepasan los límites de las poblaciones; son absolutos, por ser la condición igual del individuo; son innatos a todos los sujetos, no consiguen desistir a sus derechos negociarlos o concederlos; son perdurables, no se dispersan por acción del período; son intangibles, ningún individuo o autoridad puede infringir, lastimar los derechos humanos; son absolutos, se puede reclamar sin distinción a cualquier autoridad; son necesarios, una vez reconocidos, la persona y el Estado deben respetarlos.

El informe anual sobre los Derechos Humanos refiere un temor por parte de la entidad internacional en cuanto a la violación de los derechos de las personas, libre asociación, libertad de expresión, abuso a los derechos de los pueblos indígenas y comunidades rurales.

Las reflexiones académicas sobre la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH) no parecen tener una idea precisa y semejante del discurso del odio. En segundo lugar, aplica el mismo tratamiento legal a estas diferentes realidades, ignorando el hecho de que la ley debe ofrecer diferentes contestaciones a los problemas. Luego, la Corte no ha precisado si este análisis jurídico del discurso del odio ha aplicado a los mensajes expresados por los medios de comunicación tradicionales (*mutatis mutandi*), movilizarse al discurso por las redes sociales. Estos tres importantes temas son objeto de estudio de este artículo. En concreto, la disertación busca dar pasos para demarcar el concepto de discurso de odio; proponer diferentes tratamientos legales para diferentes tipos de discurso de odio; y analizar cuáles serían los efectos de emplear al discurso del odio en la información por Internet.

Higuera (2020) refiere que los fundamentos de las disposiciones de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, se enfoca en la relación entre la libertad de expresión, el transcurso democrático y la regulación de la opinión pública. Al hacerlo, se elaboran dos paradigmas desde los cuales la liberación de palabra ha sido interpretada en la entidad y la jurisprudencia de los Estados Unidos –el “libre mercado de ideas” y el “debate público abierto”–. Luego, las decisiones de la Corte Interamericana son escrutadas a la luz de estos modelos (pp. 17– 57).

De igual manera Donado (2019) manifiesta que la libertad de expresión es uno de los derechos más significativos y un componente ordenado del gobierno constitucional actual. Protegiendo y respondiendo la reciprocidad de opiniones, la reflexión política y la generación de aprobaciones para la vida en sociedad. Debiendo plantear nuestros propios fundamentos, es decir lo que pensamos, y de disfrutar de la libertad de opinar e informar. La totalidad de los medios de información quedarían minúsculos a un simple instrumento de difusión sin libertad de expresión. También, una diversidad de derechos quedaría reducida a la inexistencia sin el suceso de una plática libre, sincera y autónoma. Este artículo es un intento de mostrar la forma esencial de la liberación de término para el derecho constitucional occidental y el derecho internacional de los derechos humanos, la primera parte trata de los fundamentos filosóficos y la importancia de la libertad de expresión, y la segunda parte expone los efectos prácticos del derecho. Definitivamente, se propone que siendo la libertad de expresión un derecho humano, debe comprenderse continuando el método moral de interpretación.

Así mismo se manifiesta su interés respecto al contexto de falta de apoyo de los defensores de los derechos humanos frente el violentismo y la intimidación, como el escenario de los derechos de la mujer, los derechos sexuales y reproductivos y los derechos de la población LGTBI, en particular los derechos a la equidad y no discriminación.

De forma más general, Universal o Internacional de los Derechos Humanos tristemente no están siendo ejecutados con eficacia y no perder de vista la vulneración o la violación de los derechos humanos fundamentales del individuo y la llamada “universalidad” de ciertos derechos, aún no es un contexto que se vive en todo el mundo.

Nos preguntamos, ¿De qué manera han evolucionado los derechos humanos? ¿Cuál es su situación actual? y ¿Cuáles son esas proyecciones de las libertades informativas? Estas son razones que evidencian el juicio de la actual investigación.

Esta realidad nos permitió formular la siguiente interrogante: ¿Cuál es la evolución de los derechos humanos, la situación actual y proyecciones de las libertades informativas? Cuyo objetivo fue analizar la evolución de los derechos humanos, situación actual y proyecciones de las libertades informativas.

En cuanto a los antecedentes presentamos a Castro (2016), quien concluyó que, coexiste una interacción entre el derecho Internacional de los derechos humanos y las Constituciones iberoamericanas al punto de apoyarse mutuamente en el transcurso de afirmación y de ayuda de los derechos humanos. Pudiendo profundizar las relaciones de interacción, cooperación y eventual compromiso que se pueda empezar entre los derechos y la constitución, ya que pueden impulsar o motivar a la reforma o modificación al punto de generar una mutación constitucional.

Seguido, Rojas (2015) concluyó que, el intento de la indagación está asociado a la transgresión del derecho de la persona en base a las nuevas formas de la libertad de expresión propiciadas por el desarrollo técnico e informático dentro del formato regulador que no ha resultado eficaz ni operativo en sus tareas de supervisión, fiscalización y control de la información privada e íntima que se difunde sin la autorización correspondiente a través las redes sociales como el difundido en programas de contenido pseudo periodístico. Trabajó con una muestra de 95 unidades de análisis (45 procesos legales, 10 litigantes, 05 magistrados, 10 abogados, 05 periodistas, 10 estudiantes de derecho, 10 ciudadanos), seleccionados de una población conformada por 380 unidades. Afirmó que la violación del derecho a la intimidad de la persona es mejorable una vez se logre implementar sea –la creación o reforma– de un sistema de tutela y protección de las transgresiones del derecho a la intimidad en rigor al ejercicio del derecho a la libertad de expresión. Recomendó un proyecto de modificación de la norma constitucional con el fin de obtener eficacia en la protección del derecho reconocido en la carta magna. De igual forma, se exhorta la penalización de las infracciones que involucran como bien jurídico protegido el derecho a la intimidad, frente a las transgresiones propiciadas por los medios de información derivadas del entrenamiento de la libertad de expresión.

Por otro lado, Vílchez y Frisancho (2014) señalaron como objetivo explorar el nivel de información y creencias sobre los derechos humanos en dos grupos de alumnos universitarios en un curso de Ética y Ciudadanía abordando temas asociados a derechos humanos y el otro grupo no. A través de un cuestionario y entrevistas se exploró la información, creencias, utilidad e importancia de los derechos humanos para los alumnos como la percepción sobre la asignatura de Ética y Ciudadanía. Siendo notoria la diferencia entre los grupos con respecto a la utilidad y pertinencia que le atribuyen a los derechos humanos dentro de la formación profesional. Identificando que ambos grupos presentan dificultades en el nivel de información y algunos prejuicios acerca del papel que la educación tiene sobre derechos humanos.

Finalmente, Jurado (2013) en su artículo concluyó que se ha conocido un grado general de la representación de lo que fue Estados Unidos, a través de Eleanor Roosevelt –Presidenta de la comisión encargada de la redacción de la Declaración Universal de Derechos Humanos–, quien suscitó el espacio de esta afirmación; opinión que no solo es errónea sino también indigna con sometimiento a la riña pertinaz que tienden las representaciones latinoamericanas en la reciente Organización de Naciones

Unidas. En efecto, la ideología es latinoamericana y la condición política de la región, a la que el mundo lo compromete, en mayor medida, que la Declaración Universal de Derechos Humanos se haya situado como un contenido de la ONU y que, en forma máxima, posteriormente se haya promulgado como la piedra angular del sistema de derechos internacionales fundamentales.

Material y métodos:

El tipo de investigación es básica, permite agregar nuevos conocimientos respecto de la variable de investigación, se ubica en el nivel descriptivo, porque conlleva observar y describir el contexto de los derechos humanos en la actualidad, y sus proyecciones de estos en el futuro (Shuttleworth, 2008) apreciar cómo se concretan o manifiestan algunos y que otros se hallan lejanos en su aplicación. El diseño de investigación corresponde al no experimental porque las variables son independientes, debido a que sus exposiciones ya han ocurrido y no son manipulables (Kerlinger y Lee, 2002) y transversal porque la recolección de los datos se dio en un solo momento (Hernández, 2014). La población fue de 12,000 ciudadanos comprendidos entre los 19 a 60 años (INEI 2022 estimación). La muestra utilizada fue no-probabilística ya que su muestreo fue por conveniencia (Rodríguez, 2010). La muestra contó con 120 ciudadanos, residentes en 25 distritos de Lima Metropolitana.

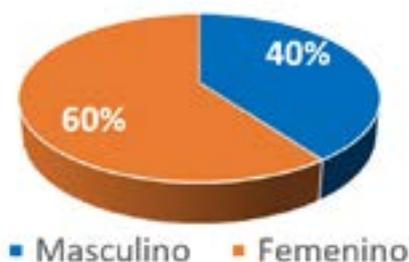
La técnica fue la encuesta y el instrumento un cuestionario estructurado, compuesto principalmente por preguntas cerradas, de carácter simple y múltiple, el mismo que fue utilizado por IPSOS para realizar la Segunda Encuesta Nacional de Derechos Humanos por el Ministerio de Justicia, quienes oportunamente sometieron a un panel de expertos para la validación del instrumento así como el reporte de resultados y sugerencias de las mejoras correspondientes y como segunda técnica se utilizó el análisis documental y como instrumento la guía de análisis, donde se registraron los datos relacionados con la revisión de las agresiones sufridas por los periodistas en el ejercicio de su labor profesional de los años 2019 al 2021.

Resultados

Resultados de la encuesta:

A continuación, se muestran figuras de grupos etarios, sexo, y la situación de distintos derechos humanos descritos por los ciudadanos encuestados. Se hace hincapié que las alternativas (o indicadores) que corresponden a cada una de las respuestas de las figuras 2,4,5,6,7,8,9, 10,11,12,13,14,15,16 y 17 de esta investigación se han tomado de la elaborada por IPSOS para el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

Figura 1
Distribución de la muestra según el sexo



Se distingue que el 60% de la muestra corresponde al sexo femenino y el 40% al masculino.

Figura 2

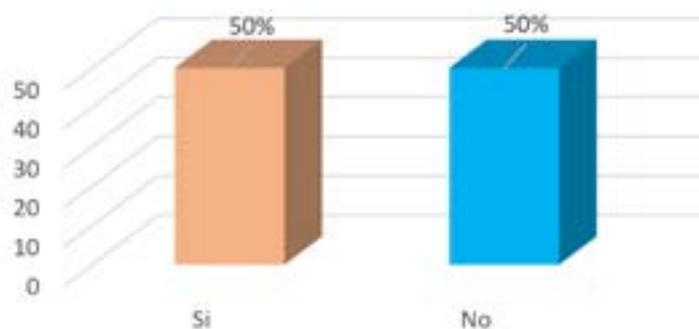
¿Distribución según la forma en que los medios de comunicación promueven la discriminación?



Respecto del rol que desempeñan los medios de comunicación en la discriminación: el 50.9% considera que lo promueven mucho, pues en los distintos programas de la televisión local los concursantes son de tez clara, rasgos físicos que no corresponden a la mayoría de los peruanos, el 28.3% algo, el 17.5% poco y 3.3% nada.

Figura 3

Distribución según algún tipo de discriminación sufrido en meses últimos



Los resultados de la Encuesta realizada a la muestra de estudio revela: que el 50% de la población ha sido discriminada en los últimos doce meses. Desde luego es fundamental reconocer que los actos discriminatorios se producen de las características negativas que asume el grupo al que el sujeto pertenece (Paredes y Thorp, 2011, p. 42). Esto lleva a distinguir que la primordial partida de la continua separación en nuestro contexto es la desconfianza. (Paredes y Thorp, 2011, p. 21).

Figura 4

Razones por la que se discrimina



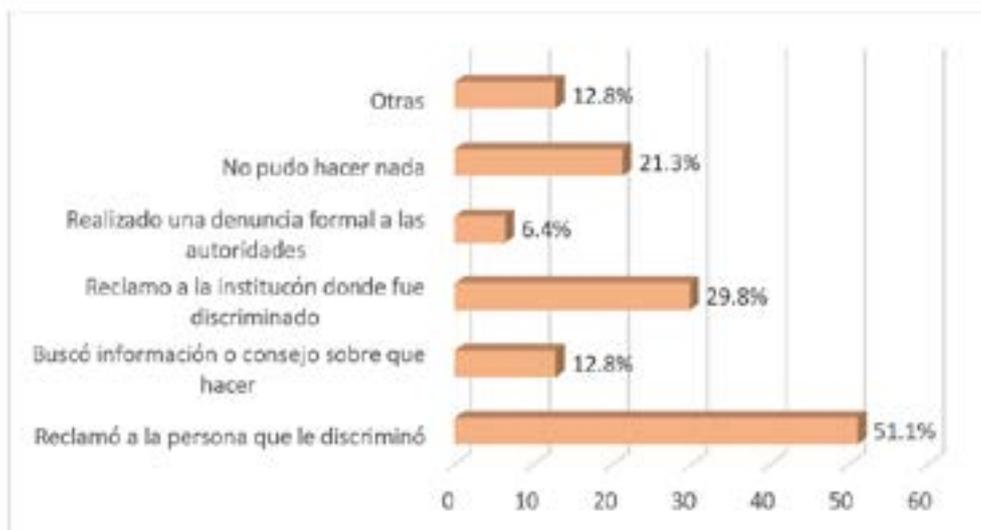
Se reconoce que uno de cada dos peruanos se siente discriminado en los últimos doce meses, y que las razones principales están relacionadas con sus ingresos (condición de pobreza) el 23%, con sus rasgos físicos (29.1%), por ser joven (23.4%) y por su sexo el (21.3%).

Figura 5
Lugares donde se realiza la discriminación



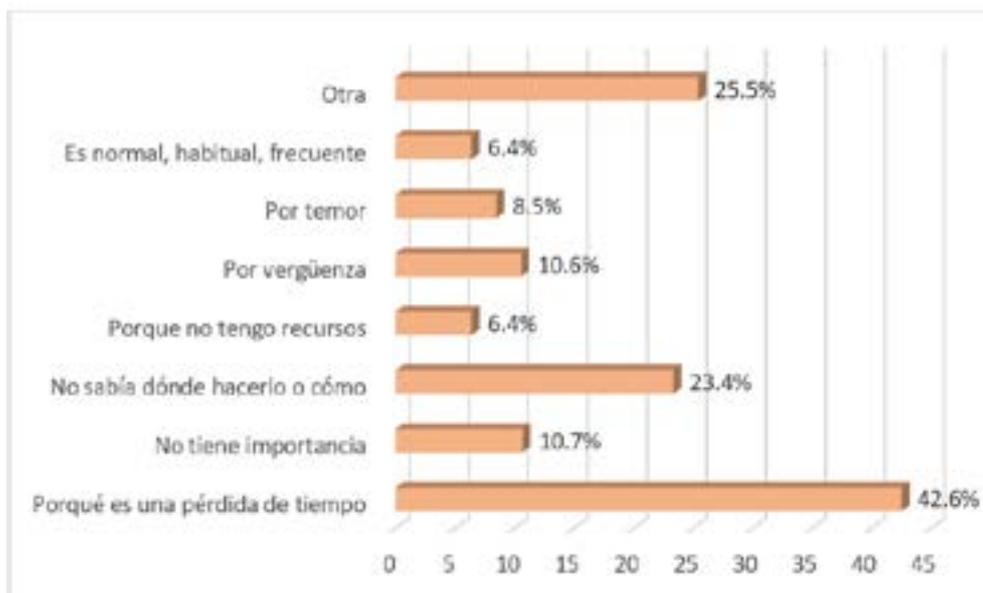
Asimismo, los resultados de la encuesta muestran los espacios en los cuales se ejercen los actos discriminatorios, en la actualidad, esos espacios públicos son: la calle (36.2%), en el transporte público (bus, tren o metro) (31.3%), en algún restaurante (25.5%), con el mismo porcentaje en autoservicios por jurisdicción, en una clínica particular y en alguna institución del Estado (21.3%).

Figura 6
¿Qué hizo cuando se sintió discriminado?



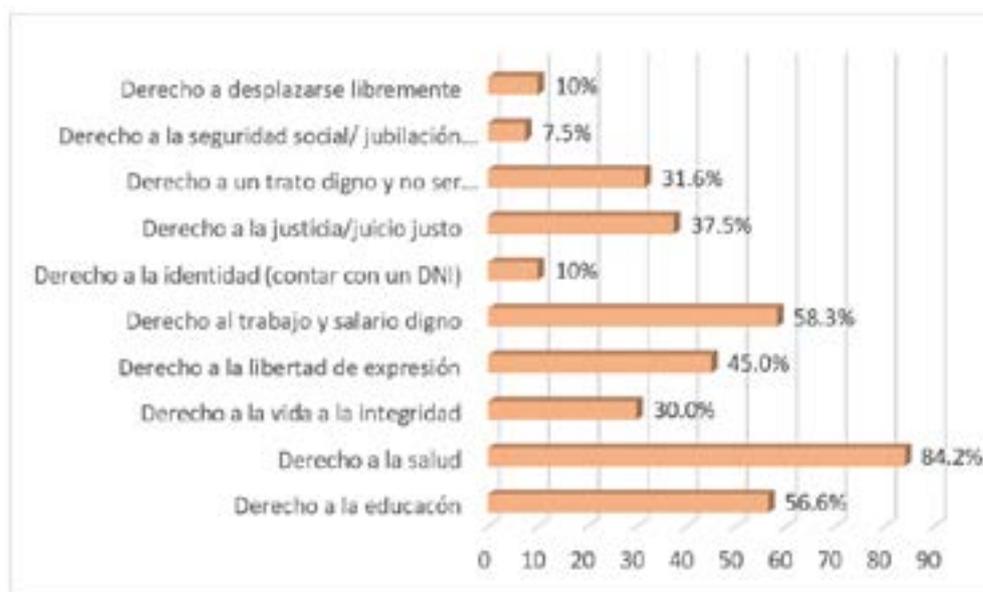
También los resultados nos muestran, respecto de la actitud asumida por las personas que han sufrido algún tipo de discriminación, como acciones: reclamó a la persona que le discriminó (51.1%), reclamó a la institución donde fue discriminado (29.8%) y no pudo hacer nada (21.3%).

Figura 7
Motivos por lo que no denunció o reclamó



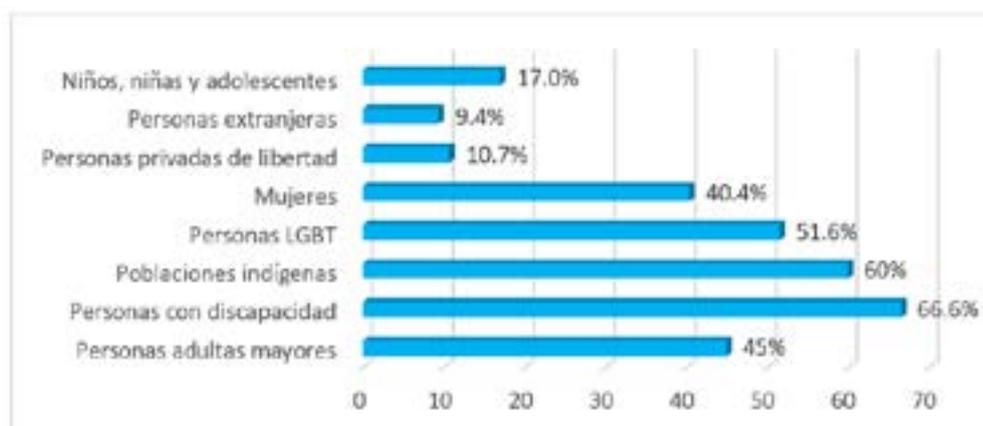
La respuesta pasiva por parte de los ciudadanos discriminados se observa en los motivos por los cuales no hicieron un reclamo ante la autoridad policial, se debió porque es una pérdida de tiempo para ellos (42.6%), no sabía dónde hacerlo o cómo (23.4%) o tomó otra actitud como no dar importancia (25.5%).

Figura 8
Derechos de mayor importancia para la población



Entre los derechos que más le importan a la gente figuran: a la salud el 84.2%, al trabajo y salario digno el 58.3%, a la educación el 56.6% y a la libertad de expresión el 45.0%.

Figura 9
Derechos no respetados de los sectores de especial protección.



Del total de encuestados sobre los derechos que no son respetados en los grupos de especial protección son: 2 de cada 3 personas no respetan los derechos de las personas con discapacidad (66.6%), seguido de 3 de cada 5 ciudadanos de Lima no conocen los derechos de las poblaciones indígenas por lo tanto no lo respetan (60%), de igual manera 1 de cada 2 limeños no considera los derechos que le asisten a las personas LGBT (51.6%), por otro lado 1 de cada 2 ciudadanos no reconoce los derechos de las personas adultas mayores (45%), asimismo 2 de cada 5 personas desconocen los derechos de las mujeres (40.4%) y por último 1 de cada 5 personas no toman en cuenta los derechos de los niños, niñas y adolescentes (17%).

Figura 10
Principales DD.HH. de las personas lesbianas, gays, trans y bisexuales no son respetados



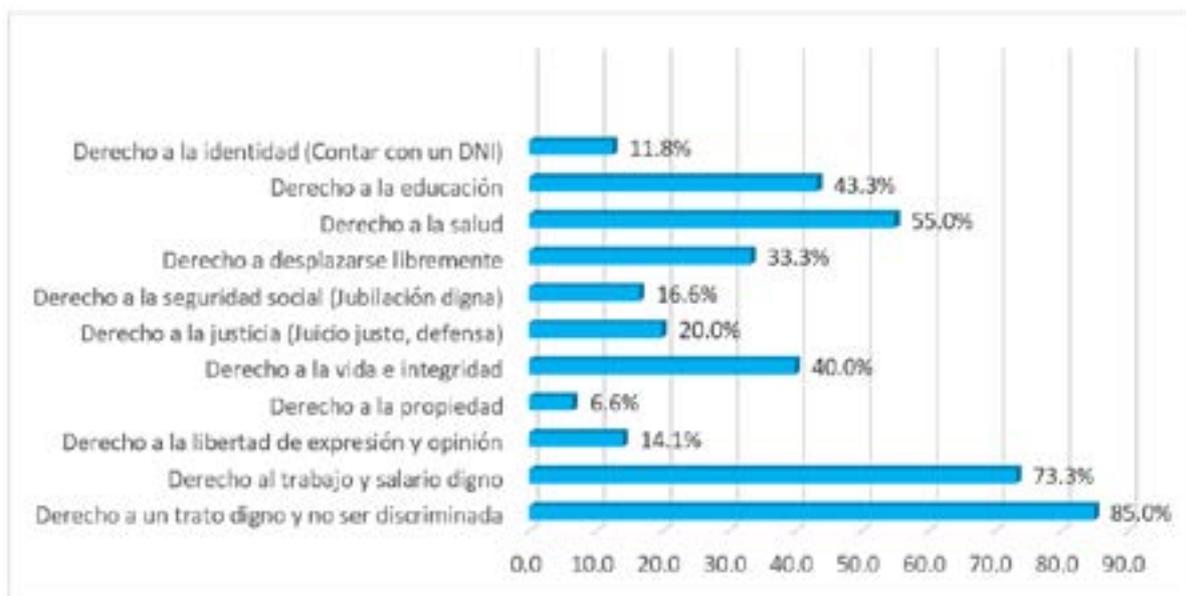
Los derechos no respetados corresponden: a un trato digno y no ser discriminado con un 87.2%, a desplazarse libremente el 46.8%, a la libertad de expresión y opinión en un 40% y a la identidad (contar con un DNI) como al trabajo y salario digno con un 38.3% respectivamente.

Figura 11
Derechos de las mujeres que no son respetados



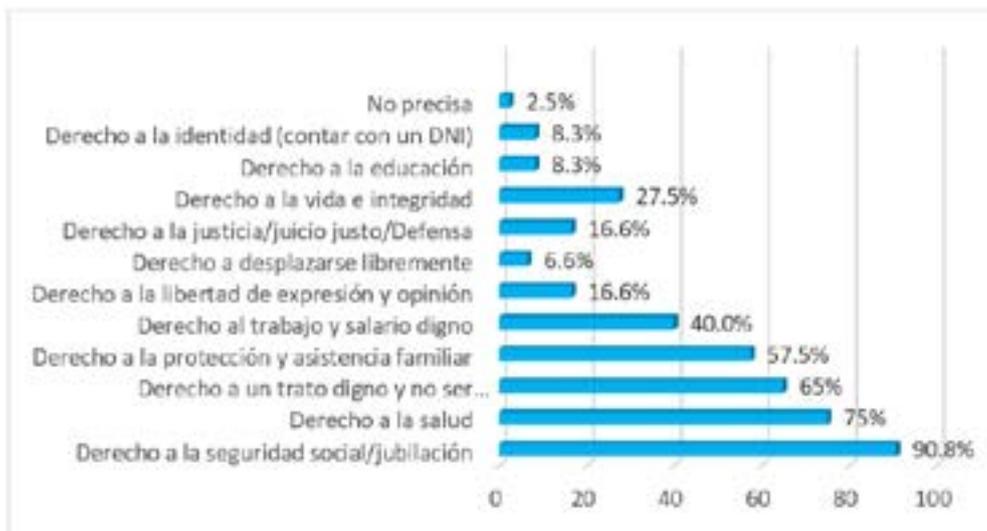
En lo que concierne a las mujeres, los derechos no respetados abarcan: Derecho a un trato digno y no ser discriminada con un 73.3%, al trabajo y salario digno en un 70%, a la vida e integridad en 60% y a la justicia (juicio justo, defensa) en un 45%.

Figura 12
DD. HH. de las personas con discapacidad no respetados



Observando la figura, de las personas discapacitadas no se les respeta el: Derecho a un trato digno y no ser discriminado en un 85%, al trabajo y salario digno 73.3%, a la salud en un 55% y a la educación en un 43%.

Figura 13
Derechos humanos de las personas adultas mayores, no respetados



Sobre los DD. HH. de las personas mayores, el 90% afirma no respetar el Derecho a la seguridad social (jubilación digna), el 75% a la salud, 65% el derecho a un trato digno y no ser discriminado y el 57.5% el derecho a la defensa y apoyo familiar.

Figura 14
Percepción sobre los principales DD.HH. de las poblaciones indígenas



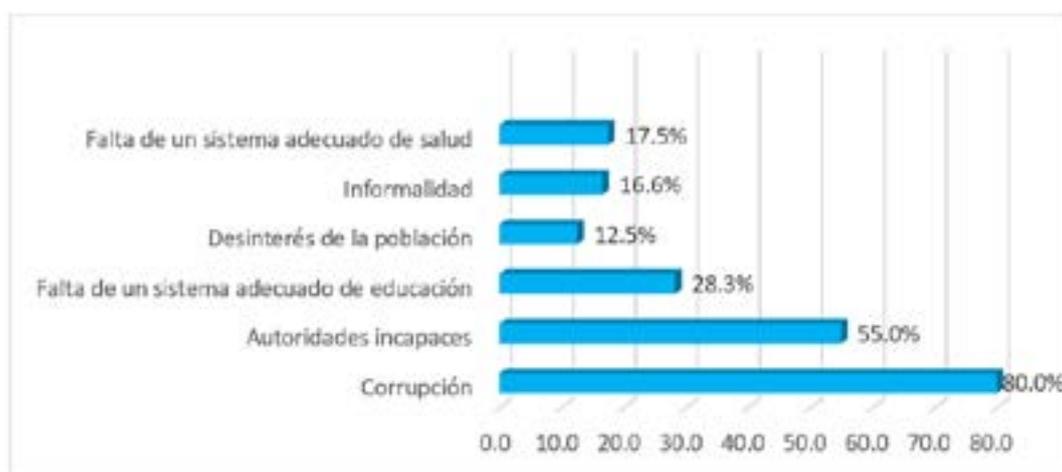
En cuanto a la percepción de los encuestados, el 90% afirma que los derechos humanos de las poblaciones indígenas tienen derecho a un trato digno y no ser discriminados, 83.3% refieren que tienen derecho a la educación, 60 % derecho a la salud, el 50% derecho a la libertad de expresión y opinión, el 45% derecho al trabajo y salario digno, también se observa que el 33% señala que tienen derecho a la vida e integridad.

Figura 15
Derechos de los niños y adolescentes



Respecto a los Derechos de los niños, los encuestados expresan en un 85% que no respetan su educación, 75% tampoco la protección y asistencia familiar, el 55% a la salud, el 40% a un trato digno y no ser discriminado, 35.8% a la vida e integridad entre otros.

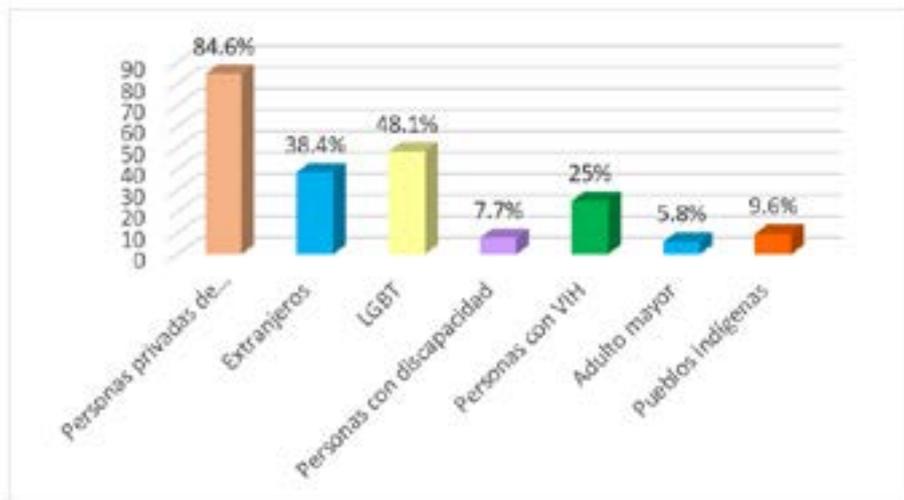
Figura 16
Principal problema que influye respetar sus DD. HH.



Los encuestados señalaron que el principal problema que afecta respetar sus Derechos Humanos es: la corrupción con un 80%, las autoridades incapaces con un 55% o la falta de un sistema de educación con un 28,3%.

Figura 17

Hacia qué grupos de especial protección tiene prejuicios y actitudes negativas



Los grupos de especial protección que tiene prejuicios y actitudes negativas por parte de los encuestados son las personas privadas de su libertad (84,6%), LGBTI (48,1%) y los extranjeros (38,4%).

Resultados del análisis documental:

Figura 18

Formas de agresión a periodistas

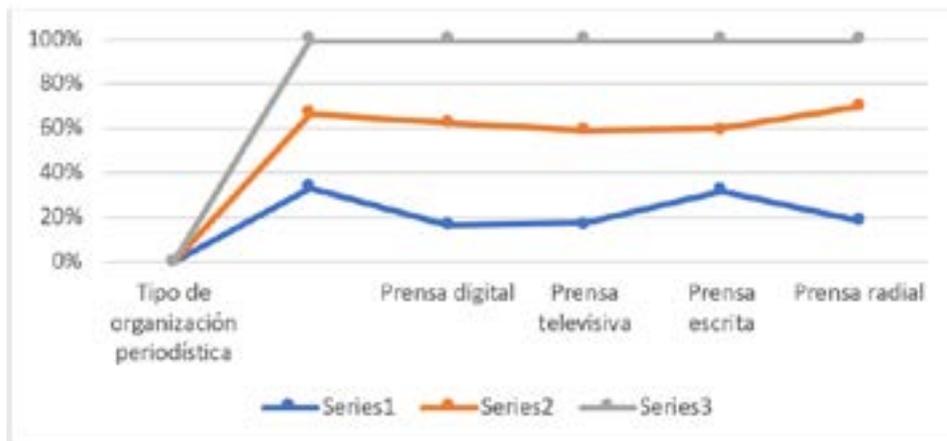


En cuanto al análisis documental las formas de agresión a periodistas en los años del 2019 al 2021 se evidenció que el año 2020 hubo 239 agresiones a la labor que desempeñaron los periodistas, en el 2021 hubo 206 casos y el 2019 con 108 agresiones.

La agresión como amenaza y hostigamiento se presenta en un 25.9% (2019), en un 22.2% (2020) y en 29.6% (2021).

La agresión física y verbal se observa en un 28.7% (2019), 31.8% (2020) y 28.2% (2021). En la intimidación judicial en un 24% (2019), un 12.1% (2020) y 15% (2021).

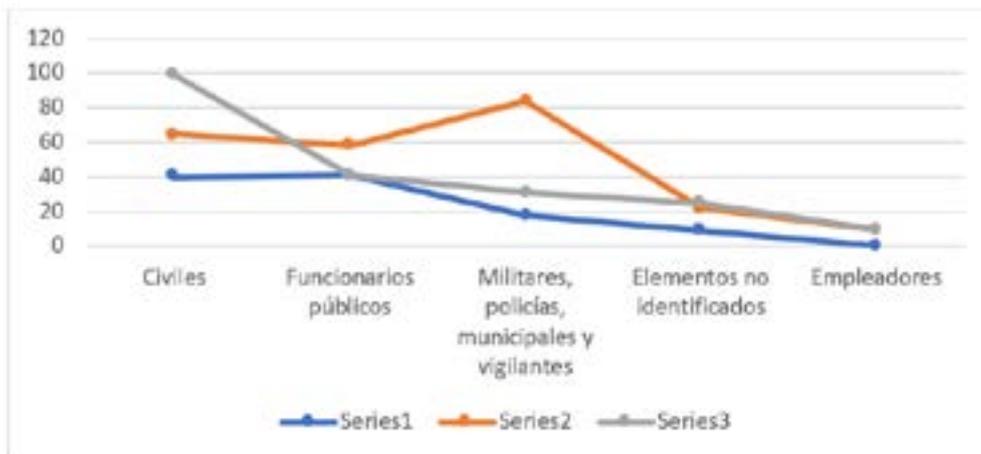
Figura 19
 Agresiones según el tipo de organización periodística



Observando las agresiones a las organizaciones periodísticas, se distingue que la agresión a la prensa digital muestra los siguientes datos: el 34.3% (2019), el 43% (2020) y el 40.8% (2021).

Respecto a la agresión a la prensa televisiva se observa: el 21.3% (2019), el 23.0% (2020) y el 26.2% (2021). En tanto la agresión a la prensa escrita se registró: el 25.9% (2019), el 10.5% (2020) y el 17.0% (2021). Finalmente, la agresión a la prensa radial se registró: el 18.5% (2019), el 23.4% (2020) y 16.0% (2021).

Figura 20
 Tipo de agresores



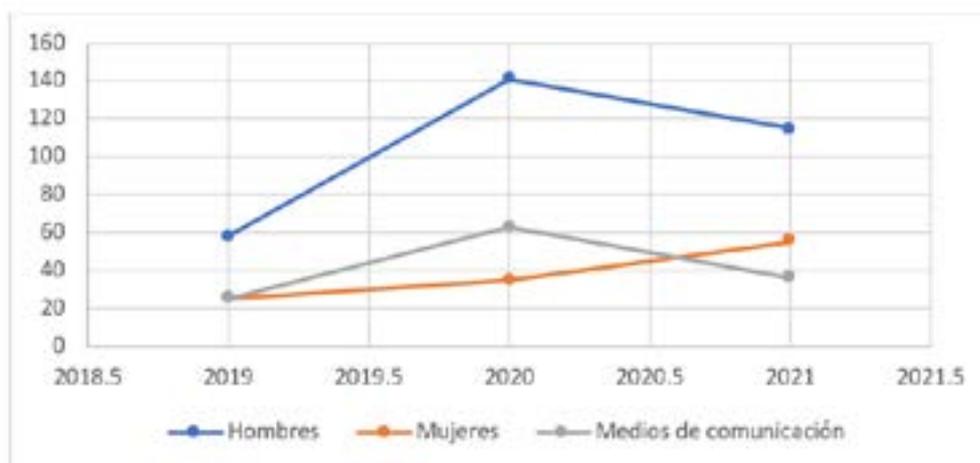
De acuerdo con el análisis se registraron diferentes tipos de agresores como: civiles el 37.0 % (2019), el 60,2% (2020) y el 9% (2021).

También *funcionarios públicos* con el 37.9 % (2019), el 24.3% (2020) y el 19,9% (2021).

Por otro lado, *militares, policía, municipales y vigilantes* con el 16.7% (2019), el 35.1% (2020) y el 15.4% (2021).

De igual manera *elementos no identificados* con el 8.3 % (2019), el 9,2% (2020) y el 12.1% (2021). Finalmente, *empleadores* con: el 4.1% (2020) y el 4.8% (2021).

Figura 21
Profesionales y medios agredidos



En cuanto al análisis de los profesionales y medios agredidos, los hombres fueron: el 53.7% (2019), el 59.0% (2020) y el 55.8% (2021).

Mientras que en mujeres: el 23.1% (2019), el 14.6% (2020) y el 26.7% (2021).

También se agredió las instalaciones de los medios de comunicación: se registró: el 23.1% (2019), el 26.4% (2020) y 17.5% (2021).

Respecto a la **Libertad de Expresión el año 2018**, la Relatoría de la CIDH, detectó:

La amenaza a los periodistas que realizan investigaciones sobre los actos de corrupción por parte de congresistas, jueces, políticos y empresarios, también son víctimas de amenazas y agresiones verbales durante el desarrollo de su función, tanto del contingente policial, de los manifestantes en el desarrollo de las protestas sociales, como el hostigamiento desde el espacio judicial. En cuanto a la normatividad el Poder Legislativo aprobó ley que prohibió a los medios privados contratar publicidad con el Estado, posteriormente fue declarada inconstitucional.

Observó algunos avances normativos a través del DS N° 044-2018-PCM, para el “Plan Nacional de Integridad y Lucha Contra la Corrupción 2018-2021”, “fortalecer la Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la Información Pública con el fin de garantizar su autonomía y eficacia”, amplía la comunicación del Estado a través de programas en lenguas: ashaninka, quechua y Aimara.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) indica que la instancia judicial absuelve a Daniel Urresti respecto del asesinato del periodista Hugo Bustíos.

También describe una serie de acciones intimidatorias contra los periodistas, se mencionan los casos en que la Relatoría Especial recabó información, así:

Fecha	Periodista afectado	Medio de comunicación, lugar	Acto -Motivo
06-01-18	Juan F. Barrios Jiménez	Radio Tahuamanu RTV	Incendiado su vehículo a cargo de desconocidos por publicar acciones de corrupción en un municipio.
24-01-18	Eduardo Juárez	RPP. Fiori – San Martín de Porres	Intimidado con un arma de fuego, al transmitir un desalojo de un grupo de transportistas.
29-01-18	Manuela Camacho Jaramillo Johnny R. García Tarrillo	América TV. Reportera y Camarógrafo - Pucusana	Agredidos por comerciantes ambulantes, mientras documentaban la contaminación del lugar.
13-02-18		Portal Noticierolibre.com Radio Armonía y Canal 13 Huaraz	Habrían sido secuestrados y atacados a golpes en distrito por pobladores, al cubrir denuncias de instalar agua y alcantarillado por la Municipalidad.
27-03-18	Nancy Alarcón	Canal 21-Programa En Directo	Congresista Patricia Donayre amenaza con demandar porque le reitera participación en posibles actos de corrupción.
27-03-18	Nancy Alarcón	Canal 21-Programa En Directo	Congresista Patricia Donayre amenaza con demandar porque le reitera participación en posibles actos de corrupción.
25-09-18	Liubomir Fernández	La República. Colaborador - Puno	Amenaza de muerte por publicar investigaciones de Alexander Flores Pari, candidato a gobernador, y su familia tener vínculos con la minería ilegal
09-10-18	Edgar Alarcón	El Poder – Sede Poder Judicial	Agredido a golpes por congresista de FP Esther Saavedra, por fotografiarla mientras asistía a declarar.
04-10-18	Pedro Salinas y Paola Ugaz	Periodistas	Demandado penalmente por el Obispo de Piura José Antonio Eguren Anselmi por difamación agravada y admitida a trámite por la Jueza Esther Alva Pantaleón.
	Sol Carreño	América TV-Lima	Denunciada por la Fiscalía por el supuesto delito de lavado de activos a insinuación de Laura Bozo, de que habría recibido dinero de Vladimiro Montesinos 1990.

Fuente: Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) 2018

En cuanto a la **Libertad de Expresión el año 2019**, la Relatoría de la CIDH, observó: que hubo información respecto al permanente asedio a la labor periodística en el país, mediante formalidades del derecho penal (calumnia, injuria y difamación) como procedimiento para coaccionar a periodistas y comunicadores, que busca un efecto abstencionista. Son notorios los casos de Paola Ugaz, Pedro Salinas y del sitio Ojo Público, como el cambio de un alto funcionario del Instituto de la Televisora Nacional generó desconcierto en distintas instituciones periodísticas. Igualmente, el Congreso intimida a través de distintas acciones para regular y sancionar la comunicación digital.

En lo que respecta a la parte legislativa los congresistas preparan el proyecto para despenalizar los delitos contra el honor estipulado en el Código Penal que pretende sancionar en forma económica y no privar la libertad. También la Comisión de Transportes y Comunicaciones aprobó un predictamen que regula la publicidad estatal en los medios privados (*Comisión de Transportes y comunicaciones*), ambos proyectos se encontrarían pendientes de debate y/o sanción en el pleno del Congreso (*Consejo de la Prensa Peruana*). De igual manera, la Sala especializada resolvió favorable al periodista Romero Rafael por el delito contra el honor por la difamación agravada contra el empresario Ivcher respecto de la “Captura internacional” (*Expreso*, 2019).

También observa la decisión de la corte Suprema de Justicia que anula la decisión de absolución a Daniel Urresti respecto de las sanciones definitivas contra los autores de los crímenes a los periodistas Hugo Bustíos y Jaime Ayala, pese a la versión de algunos testigos, incluyendo ex marinos, quienes habrían manifestado que dicho periodista fue torturado y asesinado. (Ojo Público), igual impunidad hay en cuanto a la muerte del periodista David Choquepata, ultimado el 2016 en la estación radial. Caso que habría sido archivado por la Fiscalía (Ojo Público).

Ataques, agresiones a periodistas y medios de comunicación

Fecha	Periodista afectado	Medio de comunicación, lugar	Acto -Motivo
05-03-19	Ericka Alvarado	Diario Correo-Chiclayo	Habría sido atacada por un agente de la Policía nacional del Perú (PNP) y quitado equipo de trabajo.
27-03-19	Carlos Orozco García	Revista Hualina – Huarochirí	Amenaza y hostigamiento de Jesús Lozano Sotil, alcalde del distrito, por publicación sobre analfabetismo en el lugar. Exige retirar.
05-04-19	Juan M. Valera Luyo	Periodista	Atacado por hermana de burgomaestre de Cañete, Segundo Díaz de la Cruz, por las publicaciones que realizaba sobre la labor de dicha autoridad.
07-05-19	Alfredo Jaime Magallanes	Revista Alerta Región Ica	Ataque por un sujeto no conocido al intentar entrevistar al alcalde de Chincha Armando Huamán Tasayco sobre cuestionamientos a su labor.
15-05-19	Alessandro Currarino	El Comercio reportero gráfico - Chorrillos	Uso excesivo de agentes químicos por personal de la (USE-PNP) al cubrir traslado de ex alcaldesa de Lima Susana Villarán al Penal de Chorrillos.
23-05-19	Elizabeth Mamani Chambi y Fredy Puma Mamani Máximo Lanza	Panamericana TV Fama TV	Agresiones y amenazas debido a sus investigaciones sobre irregularidades cometidas por el Gobernador Regional de Puno. Luego campaña de difamación.
14-06-19	Gustavo Gorriti	IDL - director	Integrantes del movimiento “La Resistencia” protesta de hostigamiento en el local de IDL. Igual hizo congresista Becerril con anterioridad.
18-10-19	Luigi A. Rodríguez Tasso	Corresponsal de Panamericana TV	Malos tratos y obstaculizar cobertura de la celebración del aniversario de provincia de Chincha-Pueblo Nuevo
10-12-19	Sonia Alvarado	Radio Láser. San Lorenzo Datem del Marañón	Asesinato, por investigar a una red de tráfico de madera donde estaría implicada su expareja Felipe Cáceres.

Fuente: Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) 2019

El Estado Peruano está en la obligación de investigar de manera integral estos asesinatos, esclarecer los motivos, y establecer en el Poder Judicial la posible vinculación que pudiera tener con las indagaciones que efectuaba la periodista asesinada, por atentar contra la libertad de expresión (ANP).

Hay casos de periodistas objeto de atropello por la Policía Nacional del Perú, cuando se realizan protestas sociales, significativos, contra:

La periodista Xiomara Soto, en la manifestación contra los peajes de la Panamericana Norte, permaneció detenida en la Comisaría (*Unión de Trabajadores*).

Los periodistas Castro Quispe Johnny y Santy Juan José, sobre la retención de su material de trabajo por los policías mientras cubrían la protesta de los pobladores en Arequipa contra el proyecto “Tía María”.

Igual abuso contra los periodistas Alexander Cornejo y Juan Cervantes, así como los comunicadores del periódico La República, Robert Orihuela y Oswald Charca, habrían sido amedrentados por los manifestantes (*La República*) en acciones contra el proyecto minero Tía María.

(En agosto) cinco periodistas y fotoperiodistas de distintos diarios y canales de TV habrían sido arremetidos por miembros de la PNP durante la cobertura de las propuestas en la parte externa de la sede del Poder Judicial en Lima.

El movimiento “La Resistencia”, habría acosado al director del IDL, Glatzer Tuesta, y al equipo legal dirigido por Carlos Rivera durante los reclamos organizados en la primera audiencia de la querrela por difamación entablado por la defensa legal de IDL en contra de Javier Villa Stein (*IDL Reporteros*).

La CIDH ha indicado que las manifestaciones sociales son formas de defensa de los DD.HH. frente a la situación política y social de los funcionarios públicos. La Comisión ha indicado que “resulta en principio inadmisibles la penalización per se de las demostraciones en la vía pública cuando se realizan en el marco del derecho a la libertad de expresión y del derecho de reunión” y que “el ejercicio del derecho de reunión a través de la protesta social no debe sujetarse a una autorización por parte de las autoridades ni a requisitos excesivos que dificulten su realización”.

Para ello un Estado puede imponer limitaciones razonables a las manifestaciones con el fin de asegurar el desarrollo pacífico de las mismas o dispersar aquellas que se tornan violentas, siempre que tales límites se encuentren regidos por los principios de legalidad, necesidad y proporcionalidad. El uso de la fuerza en manifestaciones públicas debe ser excepcional y en circunstancias estrictamente necesarias conforme a los principios internacionalmente reconocidos”. (*Relator Especial*).

Asimismo, la Relatoría Especial hace referencia a apertura de procesos penales, contra los periodistas Oscar Castilla, Edmundo Cruz, como la absolución de Gustavo Mohme, director de La República y los periodistas César Romero y Ricardo Uceda. La sentencia condenatoria contra el periodista Pedro Salinas, por probable delito de difamación. O también la audiencia contra Yofre López, la interposición de una querrela contra la periodista Rosa Chambergo Montejo, y los cinco procesos judiciales abiertos contra Paola Ugaz Cruz, despido de la periodista Josefina Townsend de Radio Programas del Perú. De igual manera, se menciona las renunciaciones de Carolina Albornoz Falcón y David Ponce de León Gómez de la presidencia de la Gerencia de Prensa de IRTP. (*La República*, 02-12-19).

La CIDH y la Corte IDH indicaron respecto a los Estados no pueden gravar limitaciones al derecho a la libertad de expresión “cuando quiera que se trate de expresiones atinentes al Estado, a asuntos de interés público, a funcionarios públicos en ejercicio de sus funciones o candidatos a ocupar cargos públicos, o a particulares involucrados voluntariamente en asuntos públicos, así como al discurso y debate político” (*CIDH Informe Anual*).

Así algunos congresistas de Fuerza Popular adjetivan como terrorista a columnista Rosa-Ma Palacios y otros periodistas, en vista a ello los funcionarios públicos deben asegurar que la expresión y difusión del pensamiento de los comunicadores no constituyen, según la Corte, “formas de injerencia directa o indirecta o presión lesiva en los derechos de quienes contribuyen en la deliberación pública mediante la expresión y difusión de su pensamiento”.

Finalmente da cuenta sobre la censura impuesta contra el periodista Juan-José Santy Cusián por agentes de seguridad del Gobierno Regional de Arequipa respecto de un incendio a través del video de los hechos (*Crónica Viva*, 03-04-19).

Informe de la Relatoría Especial sobre la Libertad de Expresión, en el Perú 2020

En 2020, el país pasa por los efectos de la pandemia COVID-19, y admite que existieron acciones que afectaron la labor periodística en distintos lugares del país, a través de actos violentos, agresiones verbales, detenciones, uso de perdigones (existen testimonios sobre el particular) pero también otorga un valor positivo a la resolución del Tribunal Constitucional; además admite que el derecho de reclamo se halla “conexo” al “ejercicio de otras libertades *ius* fundamentales, como es el caso de las libertades de opinión, expresión, y difusión del pensamiento, el derecho a huelga, la libertad de tránsito y el derecho de reunión”.

Se presentan casos específicos de amenazas, ataques y hostigamiento judicial a periodistas y medios de comunicación

Fecha	Periodista afectado	Medio de comunicación, lugar	Acto - Motivo
13-02-20	Carlos Enriquez Salinas	“Tierra Nuestra” Nuevo Chimbote.	Recibió agresión física de empresario acusado de usurpación de terrenos, al cubrir una diligencia judicial.
21-02-20	Jimmy Castillo Gamarra	Noticias de Radio San Pedro- Huarochirí	Amenaza y hostigamiento de Jesús Lozano Sotil, alcalde del distrito, por publicación sobre analfabetismo en el lugar. Exige retirar.
29-01-20	María Teresa García	Diario Expreso	Petición de grabaciones de las cámaras de seguridad de vivienda para identificar a autores de sustracción, a cargo de la Fiscalía provincial Penal del Callao y agentes de PNP.
31-01-20	Hugo Gonzáles e Yldelfonso Espinoza	Portal Noticiero Libre	Pidieron garantías de seguridad ante la autoridad política de la Región Ancash por las presuntas amenazas de muerte, reglaje y amedrentamiento como víctimas de María Isabel Barreto Romero.
13-02-20	Javier Córdor Ticllavilca y Willy Vila Navarro.	Periodista en Pichari y director de Radio La Calle en San Francisco-Ayacucho.	Les amenazan, en especial Julián Pérez, líder cocalero del VRAEM y pidieron garantías a las autoridades.
16-02-20	Carlos Tovar	Caricaturista del diario La República	Recibió varias amenazas de muerte y ataques después de mostrar una caricatura en la que se observa al expresidente Alan García.
18-03-20	Martín Gonzáles Salazar	Labora en Cosmos Televisión, Puno	Fue detenido por un patrullero al momento de retornar a su domicilio porque no debía caminar de noche. Después de media hora fue liberado.
28-03-20	Ralph Zapata	Portal Ojo Público	Los Policías (10) ingresaron a su vivienda y lo detuvieron y trasladado a la dependencia policial con rigor. A las tres horas fue liberado.
26-01-20	Deysi Lizeth Mina Huamán	Reportera de Cable Vraem	Desaparecida luego de realizar la cobertura sobre las elecciones 3.30 pm, posteriormente se encontraron sus pertenencias en la vía Santa Rosa-San Francisco.
03-09-20	Yanira Dávila Herrera	Contra del Grupo La República	El Tribunal de Ética del CPP declaró fundada la queja por las ofensas y agresiones verbales atentatorias contra la dignidad humana.
10-20	Periodistas de la provincia de Jaén	Visión TV	Denunciaron hostigamientos, por efectuar la cobertura del onomástico de la subgerente de fiscalización Liz Yanet Campos Martínez.
10-20	Clever Mendoza Hernández	Visión TV	Agentes de Policía impidieron el acceso del periodista a una actividad oficial del alcalde provincial de Jaén

-10-20	Christian Oblitas García	Radio Marañón- Jaén	Impiden el acceso a una actividad de la subgerente de Fiscalización a tomarle declaraciones.
27-10-20		Cadena Sur Canal 15 Radio Sistema y Radio La Mega	Agentes Policiales y funcionarios del Ministerio Público habrían allanado las instalaciones, quienes incautaron computadoras, laptops, celulares dejando la radio fuera del aire.
-10-20	Ricardo Herrera	Radio Exitosa - Ica	Habría recepcionado coacciones a través de su esposa, porque el periodista informa sobre el irregular uso de los recursos públicos por la esposa del Gobernador Regional de Ica.
26-10-20		Semanario Hildebrandt en sus Trece.	La Dependencia del Ministerio de Justicia y DD.HH. habría iniciado proceso administrativo con sanción económica de 215 mil soles. Una forma de amedrentar a periodistas y medios.

Fuente: Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) 2020

Se realizan responsabilidades posteriores a varios periodistas iniciando acciones legales en contra de ellos, así se dan los siguientes casos:

Fecha	Periodista afectado	Medio de comunicación, lugar	Acto - Motivo
2020	Ernesto Guillermo Peña Huari	Radio y Televisión Activa	Hermana del burgomaestre provincial de Cañete (Maritza Adela Díaz de la Cruz) habría hostigado por supuestos insultos a su honor, imagen y buena reputación, por vincularla con funcionario integrante con redes de tráfico de tierras.
2018-2020	Paola Ugaz Cruz	Procesos penales y civiles por personas vinculadas con El Sodalicio	Por su intervención en el libro “Mitad monjes, mitad soldados” del periodista Pedro Salinas (Quien narra un probable historial de abuso sexual, físico y psicológico dentro de la organización).
2018-2020	Paola Ugaz y Pedro Salinas	Recurso de queja de Carlos Alberto Gómez de la Torre Pretell	Continuar denuncia por presunto delito de falso testimonio (La denunció en Piura y Lima) solicita 3 años de prisión y la reparación civil de 2 millones. Seguimientos sospechosos por desconocidos
03-2020	Daniel Yovera	Carlos Gómez de la Torre Pretell	Acusado de presunta difamación, sobre probable caso de tráfico de tierras en el distrito de Castilla que involucraría a personas asociadas al Sodalicio.

Fuente: Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) 2020

Protesta social

- La CIDH realizó una visita para, observar la situación de los DD.HH en el contexto de la vacancia del Presidente Martín Vizcarra por “incapacidad moral permanente”.

- La relatoría recabó información sobre distintos actos de violencia en la ciudad de Lima y otras regiones del país, realizados por la Policía Nacional con medidas disuasivas e hiriendo a manifestantes para dispersar las protestas (*Espacio 13-11-20*). En este ambiente, perdieron la vida Jordan Inti Sotelo Camargo y Jack Bryan Pintado Sánchez, y 200 personas habrían resultado heridas, incluyendo algunos miembros de la Policía (*Convoca 14-11-20*). Según la Defensoría del Pueblo, al menos 47 personas habrían sido detenidas entre el 10 y el 14 de noviembre de 2020 (*CIDH 7-12-20*).

- La Oficina de Relatoría Especial recibió información sobre la muerte de tres indígenas de una comunidad de la Selva causada por los disparos de la Policía Nacional, reclamo social dirigido al

Gobierno y la petrolera PetrolTal en el Lote 95–Loreto (*Deutsche Welle* 09–08–20).

En lo concerniente a la **publicidad oficial**, la Relatoría tiene información sobre proyectos de ley para discutir sobre la regulación de la dación de publicidad estatal a los medios de comunicación, proponen favorecer la publicidad del Estado para los medios que posean, como mínimo, 50% de programación local, estas fueron criticadas por especialistas locales e incluso motivaron un pronunciamiento de la SIP que advirtió que la publicidad estatal debe ser asignada con principios técnicos, transparentes y equitativos, y considerando a los medios de acuerdo con el alcance de sus audiencias, geografía y características (*El Comercio*, 21–08–20).

Se observan algunas situaciones relevantes:

El fallecimiento de 39 periodistas a causa del Coronavirus que fueron contagiados en la realización de su labor periodística, además.

-2020	Chris Valery Villalobos Muñoz	Prensa Chalaca	Extrabajadora denunció abandono por la organización después de ser diagnosticada de COVID-19 por realizar su labor de reportera. No disponía de EPPs (<i>ANP</i> , 13-06-20)
2020		Trabajadores de medios de comunicación	Informalidad laboral, carencia de ingresos en los meses de cuarentena para los medios generó despidos arbitrarios de periodistas.
2020	Despidos de periodistas durante cuarentena	Empresas periodísticas Grupo El Comercio, La República, RPP, ATV	Hubo pronunciamientos de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú, la Federación de Periodistas del Perú y Colegio de Periodistas de Lima, porque las empresas periodísticas accedieron al Plan “Reactiva Perú” para seguir abonando las remuneraciones de los empleados y proveedores y no lo hicieron.

Los resultados de la visita de la Relatoría durante 2020, advierte al Estado que:

- Admita la resolución del Tribunal Constitucional que reconoce el derecho al reclamo como derecho constitucional, y evitar las agresiones contra la labor de los periodistas. (40 casos denunciados).
- Al impedir el ejercicio laboral de los periodistas utilizando actos hostiles, contraviene al principio 9 de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la CIDH.
- Los discursos sobre asuntos de interés público son frenados por el uso de procedimientos penales para castigar a periodistas, los cuales atentan contra el artículo 13 de la Convención Americana.
- La expresión pública de opiniones, percepciones, valores de disenso, oposición, denuncia o reivindicación, se realizan a través de la reacción social, que incorpora los derechos de reunión pacífica y sin armas, asociación y libertad de expresión, por lo que “resulta inadmisibles la penalización per se de las demostraciones en la vía pública cuando se realizan en el marco del derecho a la libertad de expresión y del derecho de reunión” (*CIDH-Informe*, 31-12-2009).
- Se han cometido asesinatos de periodistas, sigue la impunidad contra los autores, es obligación inmediata de los Estados de seleccionar y sancionarlos de estos hechos criminales de acuerdo con lo indicado por la CIDH. (*Ibidem*, párr. 125–126).

Discusión

Tomando en cuenta el objetivo general de la presente investigación, se ha llegado a la siguiente discusión:

Sobre la interrogante ¿Qué derechos le importan más a la gente?, las respuestas revelan: el 84.2% derecho a la salud, 58.3% al trabajo y salario digno, 56.6% a la educación y 45.0% a la libertad de expresión.

En cuanto a los derechos que no se respetan en los grupos de especial protección, destacan: dos de cada tres limeños no lo realizan con los derechos de las personas discapacitadas (66.6%).

Tres de cada cinco ciudadanos de Lima no respetan los derechos de las poblaciones indígenas (60%), esa falta de respeto también lo es del Estado peruano y de los ciudadanos, que entre otros aspectos comprende: a) violación del derecho a la identidad colectiva y personalidad jurídica, no reconocen esa persona como “pueblos, naciones o nacionalidades”, b) El derecho a la participación, la consulta y consentimiento previo, libre, informado. Se les excluye de la participación política, acciones con las cuales se viola compromisos internacionales en esta materia.

Uno de cada dos limeños no considera los derechos que le asisten a las personas LGBT (51.6%), y uno de cada dos ciudadanos no reconoce los derechos de las personas adultas mayores (45%).

Respecto de los derechos humanos de las personas lesbianas, gays, bisexuales y trans (LGBT) que no se respetan, son: el 87.2% derecho a un trato digno y no ser discriminado, un 46.8% derecho a movilizarse libremente, el 40% derecho a la libertad de expresión y opinión, y un 38.3% los derechos a la identidad (contar con un DNI).

En cuanto a los derechos de las mujeres que no son respetados figuran: 73.3%, derecho a un trato digno y no ser discriminada, 70% derecho al trabajo y salario digno, un 60% derecho a la vida e integridad y 45% derecho a la justicia (juicio justo, defensa).

A las personas discapacitadas no se les respeta: Un 85% derecho a un trato digno sin discriminación, 73.3% al trabajo y salario digno, 55% a la salud y un 43% a la educación.

A las personas adultas mayores, los derechos que no le son respetados, abarca: 90% derecho a la seguridad social, el 75% a la salud, 65% a un trato digno sin discriminación y el 57.5% a la protección y asistencia familiar.

En cuanto a la percepción con los Derechos Humanos de las poblaciones indígenas que no son respetados, existen: el 90% a un trato digno libre de discriminación, 83.3% a la educación, 60% a la salud, y el 50% a la libertad de expresión.

Asimismo, sobre los Derechos Humanos de los niños(as) y adolescentes que no se respetan, señalan: 85% a la educación, 75% a la protección y asistencia familiar, el 55% a la salud, y el 40% a un trato digno sin ser marginado.

También se recoge información sobre el principal problema que influye en respetar los Derechos Humanos, indican: 80% es la corrupción, 55% las autoridades incapaces y 28.3% la falta de un sistema de educación.

Finalmente, se indican los prejuicios y actitudes negativas que tienen a los grupos de especial protección, resaltando: 84.6% a las personas privadas de su libertad, 48.1% al grupo LGBT y 38.4% a los extranjeros.

Todos los resultados anteriores tienen un grado de aproximación con los porcentajes obtenidos por la II Encuesta Nacional de Derechos Humanos realizada el año 2019 por el Ministerio de Justicia y

Derechos Humanos y la encuestadora IPSOS, lo cual confirma que se mantiene el nivel de discriminación a los ciudadanos (por ser cholo(a), como la falta de respeto a distintos DD. HH. que concierne a los pobladores de las denominadas zonas nativas (Amazonía e indígenas), igual sucede con las personas integrantes del grupo LGTBI, con los discapacitados, con los adultos mayores, con los niños, niñas y adolescentes y de las mujeres (cualquiera sea su estado, y cada día hay incremento de los atentados en sus diferentes formas, siendo la más cruel el feminicidio).

Conclusiones:

Primera: Conforme al objetivo general: analizar la evolución de los derechos humanos, situación actual y proyecciones de las libertades informativas. Los datos recogidos a través de la encuesta realizada sobre el conocimiento y respeto a los Derechos Humanos de los distintos sectores de la población, revela que se mantiene igual que hace un quinquenio atrás y que en algunos casos se ha incrementado, en especial los derechos que atañen a las personas denominadas LGTBI (donde se acentuó las actitudes y prejuicios con el comportamiento de ellos), la discriminación a las personas de manera especial al cholo(a) por razones de racismo, (rasgos físicos) estatus y cultura. También contra las personas adultas mayores, personas con discapacidad, mujeres, personas privadas de libertad, niños(as) y adolescentes. Asimismo, muestra que los derechos humanos que no se respetan son: Derecho a un trato digno y no ser discriminado, derecho al trabajo y salario digno, derecho a la educación, derecho a la salud, derecho a la justicia y equidad.

Segunda: De igual manera, al analizar la situación actual respecto de las libertades informativas (de manera específica sobre la libertad de expresión), los datos expuestos por el Consejo de la Prensa Peruana (CPP), la Asociación Nacional de Periodistas (ANP) como el Informe del Relator Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH, manifiestan su preocupación por la amenaza permanente que sufren los periodistas en la labor que desarrollan a través de: agresiones físicas, verbales, detenciones, decomiso de los equipos de fotografía y grabación, daños a las instalaciones de las empresas periodísticas, o cometiendo el asesinato de algunos de ellos.

En estas acciones de atentado a la libertad de expresión figura el mismo Estado (a través de las distintas administraciones que se suceden hasta la actualidad), donde los tres poderes tienen evidente responsabilidad. Así, el Ejecutivo impide la revelación de una serie de actos de corrupción cometido por los funcionarios de los niveles municipal, regional y nacional (en las licitaciones públicas, en los favores políticos), el Legislativo por elaborar proyectos o leyes que distorsionan el ejercicio pleno de la labor periodística y el Poder Judicial por la lenidad que muestra en aplicar el rigor de las leyes a los responsables de los crímenes cometidos a muchos periodistas los últimos años.

Referencias

- Andina. 12 de abril de 2019. *Corte Suprema anula absolución de Urresti por caso Bustíos y ordena nuevo juicio.*
- Asociación Nacional de Periodistas del Perú (ANP). 10 de diciembre de 2019. *ANP expresa consternación y exige justicia para Isabel Alvarado, periodista asesinada en Loreto.*
- ANP. 13 de junio de 2020. *ANP se solidariza con comunicadora que denuncia abandono de empresa periodística;* Nteve. 12 de junio de 2020. *Periodista denuncia maltrato laboral luego de contagiarse de COVID por quehacer reporteril.*
- ANP. 1 de septiembre de 2020. *El Comercio.* 3 de septiembre de 2020. *Daniel Urresti: Poder Judicial reprograma inicio de juicio oral por caso Hugo Bustíos;*

- AP Noticias. 10 de noviembre de 2020. *Violencia y represión: postales de las manifestaciones contra asunción de Merino y vacancia a Vizcarra - FOTOS*; CIDH. Relatoría Especial
- Bidart, G. (1985). *Manual de Derecho Constitucional Argentino*. Buenos Aires: Ediar. p. 288.
- Castro. (2016). *El derecho internacional de los derechos humanos como factor condicionante de la reforma y la mutación constitucional*. [Tesis para optar el Grado de Doctor en Derecho Constitucional]. Universidad de Castilla - La Mancha. Escuela de Posgrado. Disponible en: <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/9771/TESIS%20Castro%20Padilla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- CIDH. Relatoría para la Libertad de Expresión. Ref: Solicitud de información sobre el proyecto de ley que crea el "Sistema Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales". 11 de octubre de 2018.
- CIDH. Informe Anual 1994. OEA/Ser. L/V/II.88. Doc. 9 rev. 17 de febrero de 1995; CIDH. Informe Anual 2009. Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. OEA/Ser. L/V/II. Doc. 51. 30 de diciembre de 2009. Párr 100; Corte IDH, Caso Ivcher Bronstein Vs. Perú. Sentencia de 6 de febrero de 2001. Serie C No. 74.
- CIDH. Informe sobre Seguridad Ciudadana y Derechos Humanos. OEA/Ser.L/V/II.Doc. 57. 31 de diciembre de 2009. Párr. 197
- Ibidem*, párr. 125-126; CIDH. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. *Impunidad, Autocensura y Conflicto Armado Interno: Análisis de la Situación de la Libertad de Expresión en Colombia*. OEA/Ser.L/V/II Doc.51. 31 de agosto de 2005, párrs. 65-66.
- CIDH. 7 de diciembre de 2020. *Comunicado de prensa 290/2020. La CIDH culmina visita de trabajo al Perú*.
- Comisión de Transportes y Comunicaciones (mayo, 2019) Senado del Perú. Proyectos de Ley 3100/2017-CR, 3107/2017-CR, 3109/2017-CR, 3142-2017-CR, 3223/2018-CR, 4147/2018-CR y 4258/2018-CR. Dictamen 2018-2019. CTyC para consulta en: <http://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2018/Transportes/files/expedientep13107/predictamenpublicidadestatalv02.pdf>
- Consejo de la Prensa Peruana. Perú 21. 23 de mayo de 2019. *Consejo de la Prensa Peruana saluda el dictamen que busca regular la publicidad estatal*; El Comercio. 22 de mayo de 2019. *Ley que regula la publicidad estatal en manos del pleno del Congreso*; La República. 22 de mayo de 2019. *Consejo de la Prensa Peruana aclara que a libertad de expresión no ha sido alterada*.
- Convoca. 14 de noviembre de 2020. *Evidencias y testimonios confirman abusos de la Policía en las manifestaciones de protesta contra el gobierno de Merino*; Coordinadora Nacional de Derechos Humanos. 18 de noviembre de 2020. *Verdad y Justicia para la Generación del Bicentenario y para todo el País*.
- Crónica Viva. 03 de abril de 2019. *ANP condena agresión a periodista en Arequipa*.
- Deutsche Welle (DW). 9 de agosto de 2020. *Perú: protesta contra petrolera deja indígenas muertos y heridos en Amazonía*; El País. 9 de agosto de 2020. *Tres indígenas mueren por disparos de la policía en Perú*.
- El Comercio. 21 de agosto de 2020. *Congreso evalúa proyectos para regular la publicidad estatal*;
- Espacio. 13 de noviembre de 2020. *Una nube de gas lacrimógeno cubre el centro de Lima en una nueva noche de protestas*; Human Rights Watch. 17 de diciembre de 2020. *Perú: Graves abusos policiales contra manifestantes*.
- Expreso. 21 de agosto de 2019. *Poder Judicial absuelve a periodista Romero*.
- Herrera, J. y Medici, A. (2003) *Derechos Humanos y orden global: tres desafíos teórico-políticos*. En *Coloquio Internacional – Direito e Justicia no seculo XXI*.
- IDL reporteros. 11 de septiembre de 2019. *Encuentros con La Pestilencia*. IDL reporteros. 16 de junio de 2019. *La pestilencia*.
- La República. 10 de agosto de 2019. *Tía María: Asociación de Periodistas respalda a comunicadores agre-*

- dididos durante protestas. La República. 29 de junio de 2019. Tía María, la otra cara del conflicto.*
- La República. 02 de diciembre de 2019. *Funcionaria del IRTP presenta su renuncia tras destitución de Hugo Coya* ; El Comercio. 03 de diciembre de 2019. Relator de la CIDH: “Es preocupante que la motivación haya sido de algún modo imponer una línea más gobiernista”.
- Ojo Público. 10 de setiembre de 2019. *Reporte a la SIP 2019: Congreso, querellas e impunidad judicial son enemigos de la prensa.* Crónica Viva. 4 de agosto de 2019. *Jaime Ayala, la incesante lucha de Rosa Pallqui por justicia y verdad*
- Ojo Público. 10 de setiembre de 2019. *Reporte a la SIP 2019: Congreso, querellas e impunidad judicial son enemigos de la prensa*
- Relator Especial de las Naciones Unidas para la Protección y Promoción del Derecho a la Libertad de Opinión y de Expresión y Relatora Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA. 13 de septiembre de 2013. Declaración conjunta sobre violencia contra periodistas y comunicadores en el marco de manifestaciones sociales.*
- Rojas. 2015. *Las nuevas formas de materialización de la libertad de expresión y la vulneración del derecho a la intimidad de la persona.* [Tesis de posgrado en Derecho y Ciencias Políticas]. Universidad Nacional de Trujillo. Escuela de Posgrado.
- Sagües, N. (1993). *Elementos de Derecho Constitucional.* Buenos Aires: Astrea. Tomo II. p. 105.
- Solozábal, J. (1991). La libertad de expresión desde la teoría de los derechos fundamentales, en *Revista Española de Derecho Constitucional (Madrid)*, N° 32, p.8.
- UNESCO. (2020). *Declaración de los derechos humanos.* Disponible en: <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/human-rights/index.html>
- http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632009000300015
- Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires. 1 de junio de 2019. *Detienen a la periodista Xiomara Soto: Mano Alzada.* 30 de mayo de 2019. *Periodista es detenida ilegalmente en protesta por peajes.*
- Útero. 27 de noviembre de 2020. *Siempre se puede caer más bajo: Urresti usa el caso Bustíos para pedir votos.*
- Vílchez y Frisancho. (2014). Creencias sobre los derechos humanos en estudiantes universitarios de la ciudad de Lima. Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. Disponible en: <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a13v20n1.pdf>

Los conservadores. Vida y obra de una élite intelectual en los albores de un Perú independiente, de Fernán Altuve-Febres Lores

Mario Rubén Gonzales Ríos (*)
<https://orcid.org/0000-0003-4810-889X>

Sorprende que, desde el controvertido mundo de la política peruana conservadora, uno de sus miembros, acaso uno de los más activos en el espacio público, irrumpen en el campo de la historia de las ideas, con un sencillo estudio que es una interesante contribución a la historia de las ideas en el Perú.

Desde el inicio del periodo de la Independencia, después de las batallas, y aún con muchas de ellas en todo el gran territorio, se libraron otras luchas por las ideas en el Perú: Liberalismo y Absolutismo. Los liberales no lo eran tanto, públicamente se confesaban republicanos, íntimamente eran feudales y poseían indios esclavizados. Con Sánchez Cerro de gonfalonero promovieron el liberalismo en el Perú y fundaron la República liberal, desde este momento, con mayor energía, emergen progresivamente escuelas de pensamiento como el espiritualismo, el positivismo, socialismo, indigenismo, anarco-sindicalismo, entre otras tendencias y corrientes de pensamiento, que ayudan a la mejor comprensión y estudio del Perú y a una configuración de la realidad peruana. Ideas, ideologías, para explicar el nuevo Perú en ciernes.

No cae mal ante la histórica tradición de violencia en el Perú, ir al rescate y a resaltar el acervo, las ideas, que los hombres y mujeres destas tierras forjaron para construir una nación. Nos referimos al hecho que, en los inicios del Perú independiente, más que un pensamiento conservador orgánico, emergen exponentes intelectuales que sostenían, entre otras ideas, la fidelidad a la monarquía hispánica, durante la Independencia debatían la alternativa monárquica o republicana como la forma de gobierno más adecuada para el nuevo Estado. Creyeron ver grandes beneficios para el Perú al instaurar una monarquía moderada sobre la base de la confederación con Bolivia, intentaron con afán fortalecer la alianza entre la élite conservadora y la iglesia para mantenerse en el poder.

Fernán Altuve-Febres Lores, con este libro –propiamente su tesis de posgrado– en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, participa decididamente y con gran capacidad en el debate sobre la existencia o no de un pensamiento conservador en el Perú, que es –probablemente– una de las discusiones más importantes entre los investigadores y académicos tanto de derecha como de la izquierda y otras tendencias. Para fijar los hitos de su estudio, Altuve-Febres, señala a José de la Riva Agüero y Sánchez Boquete (1783–1858), como el creador del primer grupo político conservador de alcance popular: Los rivagüerinos, autodenominados los “antiguos patriotas”, conocidos también como los “copetudos” o “godos”, vistos por sus detractores, como los supérstites patricios virreinales, sostenidos por sus plebeyos. Este tipo de trabajo, en particular, el estudio del pensamiento conservador hasta nuestros días, es una preocupación valorada muy en alto, por los escritores peruanos, sino veamos algunos nombres: Francisco García Calderón, Raúl Porras Barrenechea, Luis Alberto Sánchez y, no es el último, Jorge Basadre.

Aplicando el método “biográfico-intelectual”, y centrándose en el periodo que abarca desde el ocaso del Reino del Perú (1809) hasta la consolidación definitiva de la República (1839), el autor aborda

la vida y obra de Blas de Ostolaza, un tradicionalista, al decir del autor: un “brillante orador” y un hombre caracterizado por la templanza; de José Ignacio Moreno, abogado, don Toribio Rodríguez de Mendoza lo consideró indispensable y lo nombró vicerrector del Convictorio de San Carlos, con el encargo especial de renovar la enseñanza de matemáticas, mixtas y puras. Introdujo las teorías de Newton en el Plan de estudios; José de la Riva Agüero Sánchez Boquete, primer presidente del Perú, tomó su labor con gran dedicación, en el gobierno fue productivo e infatigable. Logró la cooperación de los comerciantes más poderosos, influyentes, extranjeros y naturales. No tenía dotes militares, sí la visión de reforzar el Callao, organizar el Ejército y la escuadra. José María de Pando, que reunía en su casa a las fuerzas y personalidades en un frente por una “cultura de la autoridad”, para formar las nuevas generaciones; Juan García del Río, monárquico a favor de una monarquía peruana con vínculo dinástico con España invocados en la reunión del Libertador con el virrey La Serna. Ministro de Relaciones Exteriores en varios países; Antonio José de Irisarri, escribió: *El cristiano errante* (1847), publicó sátiras que lo enfrentaron al virrey Abascal; fue elegido regidor de Santiago y Director Supremo del Estado de Chile; intensa actividad diplomática; y José Joaquín de Mora, nació en Cádiz, estudió en la Universidad de Granada, donde obtuvo el título de abogado y fue catedrático de Lógica. Amigo de Jeremy Bentham (1748–1832), a quien patrocinó para que el publicista inglés asesorara en reformas a la legislación española.

Estos son los 7 de Altuve–Flores, quienes delinearon las bases ideológicas de los conservadores del Perú, ninguno fue peruano, fueron intelectuales que defendieron el proyecto Confederado con ideas muy originales. Todos son, hoy, miembros de la diversidad histórica, social y cultural del país, aun cuando estos conservadores de la desconfianza de los pueblos a gobernarse, han pasado al desprecio, racismo y exclusión de los pueblos andinos.

A modo de conclusión

El autor pretende dar una visión coherente al discurso ideológico conservador que, según señala, carece de organicidad, por lo tanto, su pretensión de dar forma y continuidad, así como mentores, y sobre estos, precisamente, abunda el estudio que comentamos y que es una gran contribución.

** Altuve–Febres, F. (2022) *Los conservadores. Vida y obra de una élite intelectual en los albores de un Perú independiente*. Taurus.

* MARIO RUBÉN GONZALES RÍOS.

Profesor y coordinador académico de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Correo electrónico: mgonzales@bausate.edu.pe

Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos, de Adriana Amado

Javier Cabello Candela (*)

<https://orcid.org/0000-0003-1804-2471>

La docente, investigadora y periodista argentina Adriana Amado nos entrega un libro fundamental para entender el periodismo en la actualidad en pleno avance incesante de las nuevas tecnologías. La lectura de las 324 páginas del libro “Las metáforas del periodismo” servirá para situarnos y comprender con mucho detalle a los medios de comunicación y las redes sociales. El privilegio de la investigadora Adriana Amado, para poder analizar muy de cerca a los mass media, es que incursiona paralelamente en dos espacios que finalmente resultan productivos, pero sobre todo provechoso para sus fines académicos. Es decir, realiza su carrera como docente y de periodismo en un canal de televisión, lo que la ayuda a analizar los contenidos que producen diariamente los medios de comunicación.

Como lo afirma la misma autora, doctora en Ciencias Sociales, trata de convertirse en la traductora para poder contar o revelar lo que pasa dentro de los medios con sus limitaciones y condicionamientos. Asimismo, resalta con contundencia y de alguna manera busca desmitificar afirmaciones de teóricos que en décadas anteriores presentaron una verdad recalcitrante para seguirlo como modelo. Una de ellas es que el periodismo es un espejo de la realidad de la sociedad. Amado se muestra totalmente contraria a dicho “postulado” y es una de las metáforas que en las primeras páginas de su libro comienza a desmenuzar. Explica que el periodista siempre contará una historia desde una perspectiva; es decir, desde un punto de vista personal y valorativo debido a la complejidad que demanda entender todo un sistema o contexto de un hecho noticioso con la finalidad de entregar lo más claro posible y rápido a su público. Sostiene que el periodista es más un traductor que un espejo, debido a que su relato pierde algunos detalles del mensaje en el momento de difundirlo por buscar la inmediatez y sobre todo la comprensión.

Resalta que la coincidencia de ambas categorías: inmediatez y comprensión, es una tarea ardua en el periodismo. “El sistema conceptual humano organiza las realidades cotidianas a través de conceptos de naturaleza metafórica, y su análisis permite comprender la lectura social de las actividades: en este caso, el periodismo” (2021, p. 26). Asimismo, la periodista argentina analiza las metáforas del cuarto poder, servicio público, la verdad, libertad de prensa entre otras. Además, resalta la importancia de las redes sociales y su impacto en el periodismo. Sostiene que las redes sociales trajeron una conversación pública que se ha convertido en masiva. En ese sentido, se debe tener en cuenta el aprendizaje de un nuevo lenguaje que traspasa fronteras y llega a los medios de comunicación tradicionales (prensa, televisión y radio).

Un antecedente histórico que presenta la analista de medios en su libro y resulta fundamental resaltar es la presencia oportuna del novelista, dramaturgo y periodista francés, Honoré de Balzac, a quien referencia para contextualizar el comportamiento del periodismo en una sociedad. Decide citar su grandiosa novela “Las ilusiones perdidas” para entender cómo determinadas actuaciones dañinas de la prensa se repiten en la actualidad, pero con la aparición de distintos ejercicios irresponsables o denominaciones como las noticias falsas. De esta manera, la obra literaria de Balzac ayuda a vislum-

brar el tránsito controversial de la prensa a mediados del siglo XIX y que Amado la comparte para entender que la historia no ha cambiado tanto en estos nuevos tiempos.

“Durante el siglo XIX, el periodismo se afirmó como oficio destinado a preparar contenidos para difusión masiva dentro de una prensa dominada por identidades ideológicas y, crecientemente, por objetivos mercantiles. Se suponía que el periodista no se encargaba de las cuestiones técnicas, propias de artesanos, ni de las financieras, que nacieron atadas a la propaganda y luego intentaron superarse con la publicidad, dividiendo el financiamiento en pequeños anuncios que pagaban diversas personas en lugar de un patrocinador único que usaba el medio como plataforma política. Entonces ya era más barato comprar al periodista que un espacio en el periódico, como cuenta Balzac” (2021, p. 41). En esa misma línea también Balzac demuestra su crítica a la prensa de su tiempo a través de su monumental ensayo “Los periodistas: Monografía de la prensa parisina”.

Asimismo, Amado cuando expone la metáfora del servicio público realiza una equivalencia entre la información como servicio público y el agua. Sostiene, en una interpretación aguda, que no todos estarían recibiendo dicho bien o servicio público de manera igualitaria, como debería corresponder en una sociedad donde supuestamente sus integrantes cuentan con los mismos derechos. Amado puntualiza que quien pueda pagar más tendrá mayor cobertura y mejores prestaciones a la información al igual que al acceso del líquido elemento. Entonces, de esta manera Amado inicia una discusión a través de esta metáfora y que detrás esconde un carácter exclusivo. La autora realiza el repaso de distintas metáforas utilizadas en el periodismo y que resulta una obligación entenderlas para quienes nos encontramos inmersos en el mundo de las comunicaciones.

Además, el libro “Las metáforas del periodismo” nos introduce a un universo muy cotidiano, en el día a día del periodista, pero poco investigado debido, quizás ahora mucho más, a la irrupción de lo digital. Amado nos presenta una obra original donde las figuras retóricas cumplen un rol primordial en el quehacer periodístico. También resulta crucial señalar el cambio de paradigma que en los últimos años viene sufriendo el periodismo al momento de identificar a los nuevos medios, así como en la retroalimentación del lector. “Si antes se decía ‘lo dijo el noticiero’, ahora se dice que lo dijo el Twitter, sino ‘lo vimos en Twitter’, o ‘lo compartió tal en su Facebook’. Es una operación sutil, pero que marca claramente el paso de un lector-receptor a un usuario-interlocutor” (2021, p. 229). En definitiva, podemos entender que a partir de la lectura de este libro los periodistas debemos de ser más honestos y comprensibles a la hora de informar al público. Y sobre todo adaptarnos a una nueva realidad en el periodismo. Es decir, estar preparados a nuevos desafíos.

*Amado, A. (2021). Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos. Ed. Ampersand. ISBN: 978-987-4161-65-9

* JAVIER AURELIO CABELLO CANDELA

Periodista, docente universitario y coordinador de la Incubadora de Empresas de la Universidad Jaime Bausate y Meza.
Correo electrónico: javier_delpais@yahoo.es

