

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 (¿respeta 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	respeto 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
- 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 EJM" <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/el-periodismo-etico-se-resume-en-5-principios-ejm>.
- 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