



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SECCIÓN DE POSGRADO

**ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA EN MEDIOS
DIGITALES PERUANOS CASO: ALAN GARCÍA PÉREZ**

PRESENTADA POR
NATALIA ISABEL SOFIA TARNAWIECKI CHAVEZ

ASESOR
ALAN ANTONIO PATRONI MARINOVICH

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
SECCIÓN DE POSGRADO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA EN
MEDIOS DIGITALES PERUANOS
CASO: ALAN GARCÍA PÉREZ

PRESENTADA POR

NATALIA ISABEL SOFIA TARNAWIECKI CHAVEZ

ASESOR

ALAN ANTONIO PATRONI MARINOVICH

TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

LIMA-PERÚ

2021

DEDICATORIA

Para todos los que no se rinden, que comienzan con esperanza cada nuevo día.

Ahora es casi imposible imaginar la vida sin internet, algo que ha ocurrido muy pocas veces en la historia de la humanidad: la rueda, el fuego, la imprenta o la máquina de vapor. Tomar conciencia de eso es importante porque el paradigma acaba imponiéndose.

Julio Cerezo.

El periodismo es muy viejo y muy nuevo. Es viejo como el sol eso de contar a los demás lo que sucede.

Borja Ventura.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor Alan Antonio Patroni Marinovich, por la paciencia y por acompañarme en esta aventura que es investigar y aprender.

A mis compañeros de maestría por el aliento y la compañía.

A mi familia y amigos por estar ahí.

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE	iv
INDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
INTRODUCCIÓN	ix
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	23
1.1 Antecedentes de la investigación	23
1.1.1 Acerca del periodismo en la era digital.....	23
1.1.2 Un breve panorama del periodismo digital en el Perú	34
2.2 Bases teóricas	37
2.2.1 La teoría del Framing y la noticia.....	37
1.2.2 La importancia del lenguaje y el discurso.	41
1.2.2.2 Análisis crítico del discurso de Teun Van Dijk.....	44
2.2.2.3 Semiótica y el triángulo del significado	47
1.2.3 La Acción comunicativa de Habermas	50
1.3. Definición de términos básicos	68
CAPÍTULO II Diseño de investigación	70
2.1 Diseño de la investigación	70

2.2 Diseño muestral	71
2.3 Procesamiento de la información	72
CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	74
3.1 Resultados de la búsqueda de información en los medios digitales	74
3.2 Resultados de la búsqueda de la noticia en Google.....	75
3.3 Análisis.....	79
3.3.1 Framing de la noticia: Enfoque, línea temática, léxico y fuentes de información.....	81
3.3.2 El valor de la noticia.....	96
3.3.3 Estructura de la noticia.....	100
3.3.4 Importancia del discurso: Significante y significado.....	129
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN.....	133
CONCLUSIONES	155
RECOMENDACIONES	159
REFERENCIAS.....	160
REFERENCIAS WEB	169
ANEXOS	170

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados de la búsqueda de la noticia en Google	76
Figura 2. La República, 17 de abril 2019.....	77
Figura 3. El Comercio del 17 de abril 2019	77
Figura 4. RPP Noticias del 17 de abril 2019, 10 pm.....	78
Figura 5. RPP 17 de abril 2019, 4pm.	78
Figura 6. Diario Correo 17 de abril 2019	79

RESUMEN

La presente es una investigación de carácter cualitativo que se centra en el análisis del discurso periodístico en cuatro plataformas digitales peruanas. Se investigó la forma en que se construyó el mensaje noticioso en el caso del fallecimiento del expresidente Alan García el 17 de abril del 2019. Se comprobó la aplicación de conceptos como la verificación y uso de fuentes de información entre otras ideas que provienen de la teoría del periodismo tradicional tales como la búsqueda de la verdad, la precisión, la imparcialidad y la independencia periodística.

A partir de una noticia de interés general que tuvo gran impacto por estar relacionada a un personaje emblemático, se analiza la estructura y enmarcado de las notas informativas publicadas en portales digitales de cuatro importantes casas editoras en Perú: La República, El Comercio, Radio Programas del Perú (en adelante RPP) y Correo.

La investigación se sirve de herramientas cualitativas como el análisis del discurso y la teoría del *Framing* aplicadas para evaluar la construcción de la noticia en un contexto digital. Tras esa premisa surge la siguiente interrogante: ¿Qué valores y rutinas periodísticas están aún vigentes en la construcción de una noticia? Se percibe que la estructura de la pirámide invertida y el uso de las 5Ws están aún vigentes para estructurar la noticia. Asimismo, se observa que redes sociales como Twitter forman parte de las fuentes citadas para elaborar el mensaje noticioso.

Palabras clave: Periodismo digital, rigor, imparcialidad, manejo de fuentes, noticia, *framing*, análisis del discurso, independencia.

ABSTRACT

This work is of a qualitative nature and is centered in analyzing the journalistic discourse in the digital age. Our intention is to analyze the routines and news values used in the construction of the news, considering concepts such as the search for truth, precision, impartiality, objectivity, transparency and use of sources. We began by analyzing the coverage of a high impact news story that had a prominent political figure as protagonist. We analyzed how the news story of the death of former Peruvian president Alan García was constructed in online platforms belonging to four important Peruvian digital Newspapers: La República, El Comercio, RPP and Correo.

Through the use of analysis tools such as the theory of framing and discourse and of news theory we discovered how these messages were constructed for a digital news environment. We asked ourselves: How do journalists work in the digital world? What traditional news values are still relevant? What formats emerge from covering the news online? How are sources used in digital journalism? We found that social media like Tweeter is used as a source and that structures such as the inverted pyramid and 5Ws are still used.

Key words: *Digital journalism, impartiality, precision, independence, sources, news, framing, discourse analysis.*

INTRODUCCIÓN

Hay algunas noticias que impactan más que otras. Con el paso del tiempo hay hechos que aún se recuerdan de generación en generación. Existen personajes y figuras que han marcado la historia y que han sido un referente en la sociedad. En noviembre de 1963 la cadena estadounidense CBS transmitió durante cuatro días de forma ininterrumpida el asesinato del entonces presidente estadounidense John F. Kennedy.

El fallecimiento de Kennedy fue una de las muertes de figuras públicas más polémicas de toda la historia. Este hecho se convirtió por mucho tiempo en la noticia de más larga transmisión de la historia hasta la cobertura de los ataques a las torres gemelas en Nueva York el 11 de setiembre de 2001. (Escobedo, 2019).

En el mismo sentido, en el Perú en abril de 2019, ocurrió un hecho que acaparó las portadas de diarios impresos y digitales del mundo entero: El final de la vida de uno de los líderes políticos y expresidentes que más impactó en la política peruana de los últimos años. Tomando eso en consideración es posible afirmar que Alan García es uno de los personajes más importantes de los últimos tiempos en el contexto político en el Perú.

El APRA revolucionó la política en el Perú desde 1931, siendo su líder el fundador del partido Víctor Raúl Haya de la Torre, desde entonces “Sus ideas, su organización y su líder introdujeron al país al siglo XXI” (Vergara, 2013, p. 106), siguiendo los pasos heredados por García Pérez llevó al partido a la presidencia en dos ocasiones.

La mañana del 17 de abril de 2019, según recuerda la periodista Meneses, no hizo falta abrir un periódico o encender la televisión pues circulaban por mensajería instantánea en las redes sociales videos del momento en que García iba a ser detenido, supuestas tomografías y fotografías del exmandatario en el hospital (Meneses, 2019).

En una nota del portal de América Noticias (2019) se desmintieron rumores respecto a la muerte del expresidente. Lo que es cierto es que la opinión pública volcó interés en el hecho. El caso Alan García Pérez sirve para analizar el impacto que tienen las noticias, la importancia de la calidad de información y el rigor de las rutinas periodísticas usadas para transmitir la noticia.

Más allá de esta noticia y del personaje, la presente investigación mira de cerca cómo se construyó el mensaje noticioso en los portales digitales de cuatro importantes medios peruanos: La República, El Comercio, Correo y RPP. Con el cual se analizará el desempeño periodístico en un formato digital.

La sociedad actual está acostumbrada a consumir noticias. Pero, la manera cómo se informa diariamente está cambiando de forma acelerada. Ahora existen más canales para recibir información, sea por los medios masivos tradicionales (prensa, televisión y radio) o por páginas web y blogs en internet y por las redes sociales.

A pesar de la llegada de internet, los investigadores estadounidenses Kovach y Rosenstiel (2012) perciben que lo que no ha cambiado en la sociedad es el instinto del hombre de estar informado y la necesidad del ser humano de consumir información para crearse una imagen del mundo que lo rodea (p. 28).

Una de las características de esa transición entre los medios tradicionales y los medios digitales es la difusión de noticias en formatos híbridos, la actualización constante de la formación y lo multimedia. En el siguiente análisis, se describirán qué lineamientos y rutinas periodísticas se evidencian en la prensa digital y será verificable producto a la construcción de la noticia en el caso García.

En la llamada era digital, uno de los retos que tiene el periodismo es hallar la forma de delimitar las responsabilidades editoriales de los medios. Discernir entre el legado de los estándares periodísticos de antaño y perfilar cuales aún están vigentes en la era digital. En la transición entre el periodismo tradicional de los medios masivos como el periódico, la radio y la televisión hacia formatos en internet, los viejos modelos se adaptan para crear nuevas maneras de hacer periodismo. Los procesos también se renuevan y aparecen formas híbridas de trabajar en una profesión muy antigua como es el periodismo. Lo interesante es que hoy en día la prensa sigue existiendo en nuevos formatos y plataformas y lo que persiste es la necesidad de la sociedad de difundir, compartir y seguir consumiendo información.

Uno de los aspectos en los que se centra este trabajo es responder qué rutinas aún están vigentes en la elaboración de la noticia. Resulta necesario revisar la construcción de la noticia en las plataformas digitales de medios nacionales para aproximar los conceptos como la precisión, verificación, la independencia, la imparcialidad y el uso de fuentes de información aplicados a la hora de informar.

A partir de la teoría del *Framing* o de los marcos y sus dimensiones, como aparato teórico formal, se analizarán los contenidos informativos de las páginas web que se han seleccionado previamente en la muestra elegida. Es fundamental

resaltar la importancia del lenguaje, del léxico y del enfoque para elaborar sentido a través de las noticias. Donde se aplicará al cuerpo de estudio, conceptos como denotación y connotación y “El triángulo del significado” que proveniente de la teoría del análisis del mensaje.

En la edición de mayo 2020 de su reconocido blog dedicado al periodismo, el periodista y académico estadounidense Jeff Jarvis (2020) advirtió que antes de la Pandemia mundial de este año, el periodismo ya estaba en crisis y afirmó no creer que haya una única solución o un único salvador que devuelva los viejos estándares y calidad al periodismo. En su blog buzzmachine.com, reveló que los periodistas están ante una oportunidad para re pensar en lo que el periodismo puede volver a ser. El autor considera que es momento de crear un nuevo periodismo que se adapte a las circunstancias del mundo moderno. El experto opinó que en el periodismo actual se experimentará mucho y habrá tanto derrotas como aciertos en el camino a innovar y gestar nuevos formatos y nuevas formas de hacer periodismo.

De igual manera, la periodista Kellie Riordan (2014) publicó una investigación sobre los estándares editoriales para el periodismo digital, en la cual concluyó que hay una tercera forma de periodismo que se está gestando. Un periodismo que combina lo mejor de los estándares del periodismo tradicional con los nuevos enfoques de los llamados nativos digitales que proponen formatos híbridos que según la autora requerirán reglas y lineamientos profesionales nuevos para esta época de internet.

En la revista académica *Vida Nueva*, Javier Darío Restrepo (2017) reflexiona sobre el periodismo del siglo XXI, afirma que en los últimos años la información ha perdido importancia y es el factor emocional lo que prima a la hora de informar.

Para Restrepo (2017) la inmediatez de la información, lo instantáneo además de la mezcla de información con entretenimiento ha degradado el concepto de noticia. El experto en ética periodística cree que el híbrido de información de entretenimiento ha marcado un giro nefasto para el ejercicio del periodismo, “Si no entretiene no vende” parece ser el nuevo lema en las redacciones según lo que explicó el autor.

El académico colombiano comentó que la presión comercial y económica por ganar lectores y vistas en la era digital, el llamado *clickbait* (gancho para generar tráfico en las páginas web o ganar clics), ha estado guiando a los medios de comunicación a agrandar y a darle en el gusto al consumidor y no a prestarle atención a los hechos reales y verdaderos. Como ejemplo, en 2018 varios medios peruanos publicaron la noticia del fallecimiento de Javier Pérez de Cuellar, hecho que resultó ser falso y fue desmentido en otros portales (Perú 21, 2018). Otro caso, según la agencia Andina (2019), Canal N habría anunciado la muerte del cómico Guillermo Campos, hecho que luego desmintió su cónyuge.

Para Restrepo (2017), el consumo comercial ha hecho desaparecer la exigencia, la rigurosa distinción entre lo digno e indigno, entre lo trivial y lo de fondo. Es así que él opinó acerca de que el único criterio es la información que vende versus la que no vende. Esto sin importar criterios tradicionales como la pertinencia, la importancia y la relevancia entre otros que caracterizaron durante siglos a una profesión que era sinónimo de servicio público.

Además, en la era digital el dominio de la información ya no es exclusivo del periodismo porque todos pueden ser emisores y publicar noticias. Pero justamente, hoy en día es aún más importante que los periodistas sirvan de guía, de orientadores en medio de un gran caudal de información que se transmite, la que no necesariamente es de calidad.

Las redes sociales hasta cierto punto, según opinan expertos, han reemplazado al lugar de la investigación periodística porque nadie se da el trabajo de comprobar. Restrepo (2017) indica que en las redes sociales la inmediatez de la transmisión de contenidos reemplaza a la verdad. El criterio de lo verdadero es suplido por lo viral. Para ilustrar lo anterior, se hace mención del caso de un falso corte de agua que fue difundido, en Marzo 2019, como noticia en las redes sociales y que RPP (2019) luego logró desmentir.

Para la experta en contenidos digitales, Kellie Riordan (2014) “en la era digital, uno de los retos más importantes para los que trabajan en medios de comunicación es cómo darle forma a las responsabilidades editoriales que se dan en el periodismo” (p.3). La investigadora cuestiona cuáles son los estándares periodísticos que aún quedan vigentes en la era digital. Y se pregunta cuáles son los nuevos estándares en el periodismo digital que destaca por una mezcla de formatos, soportes y lenguajes. Su artículo académico se centra en indagar cómo se aplican, en la era digital, estándares periodísticos históricos como la precisión, la independencia y la imparcialidad.

En la misma línea, en la presente investigación se examinan rutinas periodísticas como la claridad, la veracidad, la verificación se unen a la precisión, la independencia, la imparcialidad y el manejo de fuentes de información en la

noticia digital. Estos criterios sumados al análisis de la estructura de la nota informativa y el uso de conceptos de análisis cualitativo, provenientes de la teoría del *framing*, ayudan a averiguar cómo fue construida la noticia del caso Alan García en formatos de periodismo digital.

Los casos que han sido calificados como tema sensible, en el pasado, son el fallecimiento de líderes como John F. Kennedy, Martin Luther King, Robert Kennedy, Salvador Allende, Sadam Husein, Muamar el Gadafi, Benazir Bhutto, Nicolae Ceaucesco, Haya de la Torre, José Balta, o hace poco Javier Pérez de Cuellar han atraído la atención de los medios de comunicación.

La noticia del caso García, por su importancia, impacto y circunstancias fue elegida para analizar la manera en que hoy en día los periodistas elaboran la noticia en las plataformas digitales.

Hoy más que nunca es necesaria la información de calidad para que los ciudadanos tomen decisiones libres e informadas (Kovach y Rosenstiel, 2012). El periodismo era considerado como un perro guardián en la sociedad, su función consistía en proteger al ciudadano del engaño, pero para muchos como Restrepo (2017) es un perro adormecido por lo digital. Sin embargo, no se puede generalizar. Hay valiosos esfuerzos periodísticos *online* que luchan por continuar haciendo buen periodismo.

Por los 180 años de El Comercio, el periodista Pedro Ortiz (2019) entrevistó a ex directores del decano de la prensa peruana y todos coincidieron que la precisión es mejor que la velocidad en el periodismo sin importar si se trabaja para un soporte digital o uno impreso.

Según Katherine Viner (2019) editora de The Guardian en Australia, en la era digital es más fácil publicar información falsa o no confirmada o incompleta porque existe la posibilidad de compartir contenido mucho más rápido. Viner (2019) cree que las redes sociales se encargan de difundir la falsedad entre una audiencia que no está acostumbrada a pedir pruebas de nada, predispuesta a créelo todo, especialmente lo que alimenta sus prejuicios e ideas políticas y religiosas.

Para Rafael Chacón (2020), editor de Redes Sociales de la British Broadcasting Corporation (BBC en adelante), los nuevos medios interactivos pueden servir como una herramienta para el periodismo si se usan correctamente. Chacón (2020) afirma que las redes sociales les permiten a los periodistas estar en contacto constante con su audiencia y estar pendiente de los debates, temas de interés y las tendencias del público. Por ejemplo, respecto al uso de Facebook, el editor explica que es una plataforma importante porque permite debatir temas con la audiencia y generar comunidad a través de la interacción y de involucrar a la audiencia en la historia.

Otro aspecto útil para los periodistas es recolectar información, opiniones y descubrir distintos enfoques de la noticia a partir de consultar las redes sociales. En el caso de Twitter, para Chacón (2020), permite acceder a información instantánea y al periodista publicar rápidamente mientras que Instagram posibilita al periodista o al medio crear una comunidad con los lectores.

Sin embargo, el editor de Redes Sociales de BBC (2017) advierte que la veracidad y la verificación del contenido que se comparte en redes es una prioridad para los periodistas y aconseja no bajar la guardia.

En su libro “Verdad”, el investigador británico Hector Macdonald (2018), experto en temas de comunicación, explica que actualmente la población atraviesa una epidemia de noticias falsas y de hechos alternativos. El autor espera que políticos, empresarios, líderes y comunicadores profesionales se hagan responsables de la veracidad de sus palabras. “Confío en que valoremos la verdad lo suficiente como para luchar por ella” (2018, p. 9).

Viner (2020) coincide y expresa que la verdad es una pelea, es un trabajo difícil. Viner piensa que los valores del periodismo tradicional son relevantes y vale la pena defenderlos. Es en este espíritu que se realiza la presente investigación. Evaluar el manejo de la información en las notas informativas producidas por diferentes medios digitales para cubrir la noticia del 17 de abril de 2019 en el caso del ex mandatario peruano Alan García Pérez.

Lo expuesto lleva a formular la siguiente pregunta de investigación:

Problema general

¿Cuáles fueron los criterios periodísticos, las fuentes el uso del lenguaje, la estructura y métodos empleados para construir la noticia del fallecimiento del expresidente Alan García en portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?

Problemas específicos

¿Cuáles fueron los criterios periodísticos, el enfoque y líneas temáticas empleadas para construir la noticia del fallecimiento del expresidente Alan García en los portales digitales de La República, El Comercio y RPP?

¿Cuáles fueron las fuentes de información usadas en la construcción de la noticia en torno al fallecimiento del expresidente Alan García en los portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?

¿Cuál fue el lenguaje y la estructura de la noticia usada en torno al fallecimiento del expresidente Alan García en los diferentes portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?

¿Cuáles fueron los métodos de construcción de la noticia usados para transmitir el fallecimiento del expresidente Alan García en las notas informativas digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?

Objetivo general.

Analizar los criterios periodísticos, las fuentes, el uso del lenguaje, la estructura y métodos empleados para construir la noticia del fallecimiento del expresidente Alan García en portales digitales La República, El Comercio, RPP y Correo.

Objetivos específicos.

Analizar los criterios periodísticos, el enfoque y líneas temáticas empleadas para construir la noticia del fallecimiento del expresidente Alan García en los portales digitales de La República, El Comercio, Correo y RPP.

Demostrar las fuentes de información usadas en la construcción de la noticia en torno al fallecimiento del expresidente Alan García en los portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo.

Indagar sobre el uso del lenguaje, el enfoque y la estructura de la noticia acerca del fallecimiento del expresidente Alan García en los diferentes portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo.

Verificar los métodos de construcción de la noticia usados para transmitir el fallecimiento del expresidente Alan García en las notas informativas digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo.

La investigación se justifica porque los cambios en el panorama informativo continúan desarrollándose a partir del impacto que tienen las nuevas tecnologías en las diversas manifestaciones de la comunicación en la sociedad de hoy. Con la abundancia de información que circula y la ola de noticias falsas a la orden del día es importante detenerse a pensar en el impacto que el rumor, la propaganda, la mentira y la desinformación tienen en el ejercicio del periodismo. Hay estudios que incluso cuestionan la capacidad del periodismo para transmitir información relevante, verídica e independiente.

Varios autores se han dedicado a analizar qué rutinas periodísticas están aún vigentes en el paso del periodismo tradicional a uno digital. Muchos estudios han intentado responder con rigor, compromiso, responsabilidad, verificación y veracidad aún son relevantes e importantes en las redacciones a nivel mundial.

Diversas investigaciones apuntan a que los medios digitales serían en los cuales se evidenciaría con más frecuencia las faltas a la precisión por la velocidad con la cual se puede publicar una noticia. Pero no hay aún estudios concluyentes para decir que en el periodismo online se falla más que en los medios tradicionales o multiplataforma.

Las características inherentes a la comunicación digital han afectado de manera determinante al modo de hacer y entender el periodismo: la interactividad de los productos digitales, su estructura hipertextual, la multimedialidad o la actualización constante de los contenidos, explican la naturaleza versátil, descentralizada y relativamente horizontal del nuevo entorno comunicativo.

Los medios tradicionales ya no son los únicos que tienen la posibilidad de difundir información. Mediante las Redes Sociales cualquiera puede comentar noticias o publicar y compartir vídeos, audios o fotografías. Los internautas comparten información desde sus dispositivos móviles en aplicativos como Twitter, WhatsApp, Instagram y Facebook. Sin embargo, dicha información no pasa necesariamente por un filtro periodístico.

Entonces, recae en la calidad de la información periodística la responsabilidad de transmitir contenidos de forma ética y veraz que cumplan con una equidad y objetividad para lograr sensibilizar a la ciudadanía sobre temas de importancia y relevancia.

La presente investigación cree pertinente analizar la construcción de la noticia en medios digitales para evidenciar a través de la teoría del framing qué conceptos se aplican hoy en día en la producción de noticias.

Según Kovach y Rosenstiel (2003, p.13) es importante y pertinente en este momento revisar los marcos teóricos y éticos relativos a la formación de los contenidos periodísticos tales como el deber de transmitir la verdad, la verificación, la objetividad, balance, equidad y respeto. Y la relación que los periodistas tienen con las fuentes de información.

En el contexto nacional se han encontrado pocas investigaciones sobre el tema de los procesos de la noticia en medios digitales. El peso académico se encontró en investigaciones sobre el proceso de convergencia de distintas casas editoras y su proceso de paso de lo impreso a lo digital.

Por esta razón se estima pertinente el presente estudio puesto que mira más de cerca a la construcción de la noticia en portales digitales, formatos híbridos y nuevas formas de hacer periodismo en el Perú. Un campo de estudio aún en desarrollo en el país.

El estudio ha sido viable porque existe un interés profesional y académico por realizar un trabajo novedoso e interdisciplinario relativo a la construcción de la noticia en importantes medios digitales del Perú.

La cobertura del fallecimiento del ex presidente Alan García fue extensa tanto en medios tradicionales como digitales. Esta investigación se centra en las notas informativas de cuatro medios digitales peruanos y no incluye en el análisis comparativo otros formatos como entrevistas o videos que también informaron sobre la noticia y que aparecieron en las páginas web de La República, El Comercio, RPP y Correo.

Esta investigación se centró en analizar la noticia publicada el día 17 de abril 2019. Solo se consideraron las notas informativas publicadas en cuatro medios digitales nacionales. Sin embargo, la noticia trascendió y fue cubierta por importantes medios informativos alrededor del mundo.

Sería pertinente que a futuro se analice dicha cobertura internacional. Por otro lado, no incluimos en el cuerpo de estudio entrevistas ni escritas ni

audiovisuales sobre el tema del fallecimiento del expresidente García, ni otro material que no fuese en formato de nota informativa publicado en las páginas de El Comercio, La República, RPP y Correo.

Además, una de las limitaciones que se presentó es que se buscó un día en particular para analizar la noticia porque en las versiones de los medios Online desaparece el repositorio total de la cobertura, no se puede acceder a todas las versiones de la noticia en todos los soportes multimedia mientras esta estuvo desarrollándose y solo queda publicada la versión final. No hay una hemeroteca o archivo como sí ocurre con los medios impresos. Tampoco hubo acceso al resumen de la cobertura en medios audiovisuales o radiales.

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Acerca del periodismo en la era digital.

Desde mediados de la década de 1990 un grupo de académicos a nivel internacional vienen investigando “*Las implicancias de internet para el ejercicio del periodismo*” (Fenton, 2010, p. 6).

Natalie Fenton (2010), investigadora de la Universidad de Goldsmiths de Londres, explica que académicos como Reddick y King, Miller, Singe, Garrison, Gilmor, Rivas-Rodriguez entre muchos otros se han dedicado a revisar varios temas derivados de dicha problemática: la naturaleza del contenido de las noticias, los procesos del trabajo de los periodistas, la relación entre periodistas, organizaciones periodísticas y el público. “La mayoría de estudios concuerda que internet ha traído a las salas de prensa nuevas formas de recolectar información y de reportarla” (Fenton, 2010, p. 6).

Entonces, la presente investigación recoge estos antecedentes para continuar indagando en los nuevos formatos en los que se difunde la noticia en el mundo digital y los valores y conceptos que definen dichas rutinas de trabajo.

Porlezza (2019, p. 1) explica que el concepto de precisión o rigor, considerado como una de las normas centrales del periodismo, tiene su origen en la objetividad, concepto que proviene de las tradiciones periodísticas anglo-estadounidenses.

Sin embargo, según varios estudiosos del tema, el término objetividad ha sido reemplazado por otras cláusulas y valores en la práctica del periodismo digital como el hecho de verificar en una próxima instancia.

Otro de los argumentos que Fenton (2010) expone en su libro “Nuevos Medios, Noticias Viejas”, donde hace un exhaustivo análisis del periodismo y la democracia en la era digital, es que al periodismo de hoy se le acusa de haber sacrificado la precisión por la velocidad “la investigación rigurosa ha sido cambiada por la intuición barata y se ha cambiado la credibilidad y fiabilidad por el entretenimiento” (Fenton, 2010, p. 12).

Sin embargo, la autora advierte que históricamente los periodistas siempre han sido blanco de críticas y que la profesión siempre se ha visto afectada y transformada por cambios tecnológicos. Fenton (2010) cita a Habermas (1981) quien reflexiona acerca del impacto del cambio tecnológico, el cual se puede valorar de forma positiva o negativa de acuerdo a la contribución que el periodismo tenga al sistema democrático dado que según Habermas esta es una disciplina que pertenece a la esfera pública.

Graber (2017), politóloga estadounidense, explica que la mayoría de las constituciones protegen la libertad de prensa como requisito para la democracia puesto que la información debe circular libremente sin intervenciones estatales para que los ciudadanos puedan formarse sus opiniones de forma libre. Contar con información veraz es un requisito de la vida en democracia (p. 237).

En ese mismo sentido, Fenton (2010) comenta que “...el supuesto declive de la integridad periodística y de los estándares de la calidad en el periodismo

se ha atribuido al ego de los periodistas, a actitudes parasitarias, a la explotación de la tragedia humana y en general a informaciones poco confiables” (p. 6).

Porlezza (2019), investigador y docente de la facultad de Periodismo de City University de Londres, estipula que en un contexto de desinformación como es el actual, son más necesarios que nunca los esfuerzos del periodismo por trabajar con precisión y credibilidad. Por ello, según el autor, a nivel global, en la web, han proliferado servicios de verificación de datos o *fact-checking* puesto que el vínculo entre la calidad y la veracidad del reporte es estrecho.

La adopción de nuevas tecnologías resulta en una negociación de las normas y límites en el ejercicio de la profesión. La tendencia en la elaboración de contenido informativo digital es a crear productos que interactúen a nivel emocional con el público y que sean atractivos pero que también respeten la precisión y el rigor de los hechos. Sin embargo, en el mundo del periodismo digital las nociones de objetividad y de precisión ligadas a la rigurosidad profesional continúan evolucionando y cambiando gracias al uso de nuevos formatos y tecnología.

Entonces, uno de los temas más abordados hoy en día, tanto por académicos, estudiosos y en la práctica del periodismo es la idea de lo nuevo versus lo viejo: El periodismo tradicional enfrentado al llamado Nuevo Periodismo o periodismo digital.

No todos los autores creen que estos dos mundos están enfrentados o que la era digital sea la peor. Hay muchos esfuerzos que consideran que tanto los “Legacy journalists” de la prensa de antaño tienen mucho que aprender de

los nativos digitales y viceversa. Hay valores y rutinas que se mantienen y otras que se adaptan.

En esta acelerada transición entre un mundo analógico y uno digital, todas las esferas de la comunicación se encuentran en constante modificación. En un artículo académico, Suárez (2013) de la Universidad de Sevilla, plantea los nuevos retos del periodismo digital. En concordancia a ello, el autor señala que “Es fundamental reflexionar sobre conceptos como la responsabilidad social, la veracidad y la elaboración de agendas informativas y poder determinar el rol que juega el periodista en el entorno digital” (p. 140).

Sobre ese rol, se cree que el periodista hoy además de informar sobre la noticia la debe poner en contexto y servir como un curador para ayudar al lector o consumidor a identificar contenido de calidad en medio de un exceso de alternativas.

La actividad informática profesional compite con otras fuentes que generan información gracias a la horizontalidad y la transversalidad de medios y ciudadanos que de la Internet. Es por ello, que Suárez (2013) acota que

En un universo informativo en el que cualquier individuo que conoce y maneja las tecnologías del auto publicado, redes sociales, micro-blogging, etcétera, puede convertirse en productor de información, los medios de comunicación oficiales y privados desarrollan nuevas estrategias y prácticas informativas para diferenciarse de los «amateurs» (p. 141).

Una de las conclusiones a las que llega el autor es que en tiempos de nuevas tecnologías de la información hay desafíos éticos y profesionales que los periodistas deben asumir, revisar valores y normas de excelencia para garantizar al público que el periodismo en línea es pertinente y necesario en una sociedad democrática.

Otra conclusión de la investigación de Suárez (2013) es que el periodista en la llamada sociedad digital se convierte en un filtro de los contenidos de calidad, en un intermediario entre los ciudadanos y la ingente cantidad de información, de mejor o peor calidad, que se difunde a través de la red.

Finalmente, el autor reflexiona sobre las demandas éticas del periodista en la era digital y menciona que “El periodista digital está sujeto a las mismas normas deontológicas que cualquier otro medio. Aquí surge la siguiente pregunta: ¿qué determina la ética en el periodismo digital, el periodista, el propio medio o las características del canal a través del que se difunde la información?” (Suárez, 2013, p. 143).

En el estudio titulado: “Periodismo digital en tiempos de crisis”, definen que el principal problema de la actual realidad comunicativa es que, como expone Diezhandino (2009), lo que “...los medios periodísticos pierden en credibilidad, lo están ganando con creces en fervor ciudadano blogs y redes sociales, distantes por su propia naturaleza del fin periodístico clásico, basado en «la veracidad de lo contado»” (p. 16).

La investigadora plantea que la discusión más importante es sobre si sobrevivirá o no el periodismo, entendido como profesión cuyo objetivo es elaborar y transmitir información veraz de interés general.

Diezhandino (2009) reflexiona sobre la profesión periodística y sostiene que

...cuestión es si está o no en peligro la profesión de ser devorada por la inabarcable dimensión del flujo incesante de información de todo tipo que circula por la Red: información actualizada, instantánea, en bruto, espontánea, valorada, personalizada, voluntarista, profesional... información vertida, tanto por los máximos organismos internacionales o nacionales, por los propios medios periodísticos, como por cualquier usuario con voluntad de compartir desde sus conocimientos, a sus vivencias o sus sospechas, sus filias o sus fobias, su análisis ecuánime".
(p. 16)

Al hablar de periodismo digital surgen preguntas como, por ejemplo, ¿Qué diferencia tienen con los llamados periodistas tradicionales? En un artículo académico para la Universidad Pompeu Fabre, aparecido en la revista Hipertext.net y titulado "Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia", Álvarez (2003) define que en lo que concierne al ejercicio de la profesión tanto los llamados tradicionales como los digitales son exactamente iguales.

La académica reflexiona sobre la definición del periodismo como una profesión cuya razón de ser es informar. La función por tanto de los periodistas llamados tradicionales y los denominados como digitales es exactamente la misma: informar. Para Álvarez (2003) lo que cambia radicalmente es la forma de producir esas noticias, esa información en todos sus géneros. Es más, los propios géneros periodísticos han cambiado notablemente.

En ese sentido el presente estudio indaga en algunas de esas formas diferentes de informar que conciernen a los periodistas en Red. Según Álvarez (2003) hay que destacar las características de este nuevo medio en línea, que no es televisión pero que transmite videos, que tiene texto pero que no es prensa escrita, transmite audios y fotografías, pero es completamente distinto a los medios que lo preceden. Es en función a ello, que Álvarez (2003) reflexiona sobre el tema tratado y se cuestiona

¿En qué se diferencia entonces esta información digital de la llamada tradicional? En dos cosas fundamentales, además, claro, de una serie de condiciones tecnológicas. De una parte, en que la producción periodística digital es multi-código, es decir, es un compuesto informativo que conjuga distintos elementos textuales y audiovisuales. (p. 74)

María Javiera Aguirre Romero (2014) en su tesis titulada *Una Ética de la Responsabilidad para la Era Mediática* para optar por el Magíster en filosofía por la Universitat de Barcelona, Departamento de Filosofía Teorética y Práctica, hace una reflexión sobre la legitimidad del rol de la prensa en las sociedades actuales. Su principal objetivo es demostrar que pese a las críticas realizadas al trabajo de los medios de comunicación y a las suspicacias respecto de sus métodos, la función social que la prensa heredó de la teoría liberal es necesaria para la vida democrática. Y que, en consecuencia, el ejercicio del periodismo no está deslegitimado, sino que se ha producido una mala praxis (p. 3).

Aún posicionados en el proceso de migración entre un mundo análogo a uno digital y aún es materia de estudio las consecuencias de este proceso de cambio, a una sociedad red como refiere Castells (2003), acelerado y continuo

y además informa que “Al igual que en otros cambios estructurales anteriores, esta transformación ofrece tantas oportunidades como retos plantea” (p. 345).

En este sentido el investigador concluye que, para bien, el Internet brinda más libertad, pero también trae un lado oscuro, es decir, un saldo negativo para el desarrollo y bienestar de la sociedad. “La infraestructura de las redes puede ser apropiada privadamente, el acceso a las mismas puede ser controlado y sus usos pueden estar sesgados o incluso monopolizados por intereses comerciales, ideológicos y políticos” (Castells, 2003, p. 346).

Jesús Cruz-Álvarez y Juan Carlos Suarez-Villegas (2016) publicaron un artículo para la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla que tuvo el objetivo de repasar los lineamientos deontológicos del periodismo en internet. Los autores concluyen que el periodismo de hoy no se parece al tradicional. Asimismo, plantean que los periodistas ya no sólo se ocupan de recabar la información, editarla y publicarla, sino que ahora deben hacerlo en un entorno donde las fuentes e inputs informativos se multiplican, donde es preciso interaccionar con esas redes, en una vorágine inabarcable de información.

La misión del periodismo digital hoy es la de ser una guía en medio de la vorágine de información: debe surgir como la legítima correa de transmisión entre los ciudadanos y los elementos de poder, haciendo especial hincapié en los códigos deontológicos que corroboran un ejercicio veraz, riguroso y honesto de la comunicación. (Cruz-Álvarez y Suarez-Villegas, 2016, p. 80).

Otra conclusión a la que llegan los autores es que a pesar de que hoy en día los periodistas y las casas editoras reconocen la necesidad de revisar y ceñirse a códigos deontológicos y periodísticos que regulen la profesión, la

realidad es que muchos medios no cuentan con lineamientos claros sobre cómo comportarse en el periodismo digital.

Cruz-Álvarez y Suarez-Villegas (2016) concluyen que los “medios de comunicación y sus profesionales se enfrentan al ecosistema digital sin unas guías claras de cómo gestionar la nueva realidad, incidiendo consecuentemente en la calidad de su ejercicio” (p. 83).

En la tesis doctoral titulada, “*La prensa digital, lenguaje y características*” de Marcos Andrés Bonvin (2007) quien expone que con el periodismo *Online* se ha reinventado un lenguaje y de algún modo también la prensa. Se transmite información, pero de una forma diferente a la tradicional.

En ese sentido cabe la reflexión de Natalie Fenton de que el periodismo y las noticias contribuyen al proceso de acumulación de información, debate y acción en la sociedad. “Las noticias son consideradas como el torrente sanguíneo de la democracia” (Fenton, 2010, p. 3).

Entonces, hay una ética del periodismo que traspasa el formato y la tecnología y es que la vocación y práctica periodística está relacionada a un servicio y al funcionamiento de la democracia. De ahí la importancia del periodismo de calidad sea impreso o en formato digital.

Sin embargo, cabe resaltar que no todos los públicos ni medios de comunicación trabajan con dichas nociones de democracia y vocación del servicio. En muchos países como el Perú, el desarrollo y la práctica de dichos ideales aún tiene mucho camino por recorrer.

Marisa Aguirre (2003), investigadora de la Universidad de Piura, en su trabajo titulado, "Veracidad y objetividad: Desafíos éticos en la sociedad de la información" hace un llamado a la reflexión sobre el desempeño periodístico en esta época. Aguirre (2003) propone que los periodistas y sus empresas intercambien ideas y experiencias para diseñar el futuro de la profesión (p. 27). La ruta de la mejora, según la académica, es la innovación en el quehacer informativo.

Del mismo modo, Aguirre (2003) expresa que "Es la Ética quien armoniza y encuentra soluciones imaginativas, por eso la entiendo como una invitación al hombre a que juzgue ordenadamente, en cada ocasión, lo que corresponde o no hacer. Es una invitación al ejercicio más genuino de su libertad" (p. 28).

Pero, como veremos más adelante en la casuística, estos ideales éticos y democráticos del ejercicio periodístico distan de los estándares propuestos por investigadores tanto locales como internacionales.

En la introducción a su investigación sobre la epistemología del periodismo digital, Mats Ekstrom (Universidad de Gotemburgo), Seth C. Lewis (Universidad de Oregon) y Oscar Westlund (Universidad Metropolitana de Oslo) (2020) explican que la información verificada, basada en hechos, es un rasgo importante en la sociedad actual, tanto para los individuos como para la democracia y la gobernabilidad (p. 206).

Los autores antes mencionados se plantean varias preguntas en torno a la producción y al consumo de noticias en el mundo digital de los Nuevos Medios. Por ejemplo, aducen que es un buen momento para revisar las normas, definiciones y rutinas y prácticas del periodismo las que están siendo cambiadas,

adaptadas y modificadas por la misma producción de noticias para formatos online. Se cuestionan cosas tales como: ¿Cómo los periodistas obtienen hoy en día información? También creen importante entender cómo los ciudadanos perciben la noticia verdadera o falsa. Por otro lado, no solo los periodistas requieren ser letrados en los lenguajes de los Nuevos Medios si no también los ciudadanos lo necesitan para evaluar la calidad de la información que consumen y desarrollar las competencias y sabiduría necesaria para informarse en el ambiente digital contemporáneo (p. 207).

Exstrom et al. (2020) citan a Klinger-Vilenchik y Tenenboim quienes entrevistaron a varios periodistas para conocer sus rutinas de producción en medios digitales y concluyeron que los periodistas hoy en día co-construyen el conocimiento al usar los comentarios de plataformas como WhatsApp, blogs y comentarios del público durante todo el proceso de elaboración de la noticia. Esto se da ya que hay una reciprocidad entre periodista y público en los Nuevos Medios.

Por todo el análisis y antecedentes expuestos en esta sección queda claro que los cambios en los valores del periodismo continúan. Riordan (2014) encontró, luego de una “investigación basada en entrevistas a profundidad a periodistas y editores digitales y a tradicionales, que la precisión, la independencia y la imparcialidad serían los nuevos valores del periodismo hoy” (p. 4).

Si bien los antecedentes investigados en esta sección son en su mayoría de estudios europeos o estadounidenses, hay pocas investigaciones sobre la transformación digital y la actual práctica en el periodismo peruano.

Vílchez (2015, p. 3) en la tesis sobre Convergencia Periodística en el Perú afirma que el país está inmerso en un periodo de reconfiguración y re-inención de los medios de comunicación. La académica reconoce que no hay muchos estudios sobre el proceso peruano.

La investigadora explica que muchas redacciones en Perú se encuentran dando el paso a la convergencia, es decir, la convivencia de redacciones tradicionales con las web. Vilchez (2015) observa que los contenidos multimedia son una amalgama de los lenguajes explorados durante el SXX por los medios impresos y audiovisuales. Es en este sentido que parece útil repasar los antecedentes de la actividad periodística con sus rutinas y conceptos y también explorar lo que se sabe del trabajo del periodista digital alrededor del mundo hoy.

En los siguientes apartados se analizan los hallazgos y se expone lo encontrado sobre el periodismo en torno a conceptos como definición y estructura de la noticia, verdad, verificación, independencia, imparcialidad, transparencia y honestidad entre otros a fines a la idea del rigor o rigurosidad en la práctica de la profesión.

1.1.2 Un breve panorama del periodismo digital en el Perú

Buscando antecedentes de periodismo en línea en Perú se pudieron encontrar pocos estudios recientes a nivel de Maestría. Sin embargo, existen varias tesis de licenciatura de diferentes universidades locales que generalmente se centran en temas como el proceso de convergencia de las redacciones tradicionales con las digitales.

En la tesis para obtener el grado de Licenciatura en Comunicación Social para la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lucía Borja Marquina (2016) explica que, a finales de 1991, Perú inició su historia en la era de la información gracias a que la Red Científica Peruana (en adelante RCP) le dio acceso a Internet a Centros de Investigación y a Universidades (p. 47).

En la década de los 90 las redacciones de los medios de comunicación de masas comenzaron a fundar páginas web, pero el camino, ajustes y mejoras continúan hasta el día de hoy. Por ejemplo, El Comercio incursiona desde 1997 en Internet y crea “elcomercioperu.com”. Un año antes, en 1996, RPP dio su paso a la vida digital.

Vilchez (2015) en su tesis de licenciatura para la PUCP sobre convergencia digital hace una cronología del ingreso de los medios peruanos a Internet. En 1995 la revista Caretas funda su dominio online seguida de La República y El Peruano en 1996. En 1998 Expreso lanzó su página web y en 2001 le siguió el diario Correo del grupo EPENSA (p.55).

Marquina (2016) consigna el año 2005 como la fecha en la cual las empresas periodísticas en “...nuestro país dan un giro a sus modelos de negocio para introducir los medios tradicionales al modelo digital. Como parte de dicha modernización de la empresa periodística varios medios implementaron un sistema de pago por contenido y acceso a información especializada” (p. 65). Asimismo, menciona que dicha práctica aún hoy siguen empresas como El Comercio.

Tanto Marquina (2016) como Vilchez (2015) investigan sobre el proceso de convergencia que siguen los medios impresos para integrar las redacciones

tradicionales a las redacciones online. Este proceso de convergencia periodística ocurre en el Grupo El Comercio, Radio Programas del Perú y EPENSA como en otras empresas del rubro.

Sin embargo, tal y como se mencionó anteriormente, Vilchez (2015) destaca que "...a pesar de que hace tiempo se ha iniciado el proceso, no se han realizado investigaciones al respecto" (p. 61).

En el año 2011, tanto RPP como EPENSA inician un proceso radical de convergencia. En el caso de RPP, a fines de ese año, integraron radio, televisión y web. En esa fecha, EPENSA inauguró su mesa de Redacción Central que integra a Correo, Ojo, Ajá y El Bocón.

En enero del 2014, El Comercio empezó el proceso de convergencia periodística de sus redacciones y lanzó su nueva página web y su sala de redacción integrada (Vilchez, 2015, p. 1).

Para Marquina (2016) entre los años 2000 y 2004 nace en Perú "...el llamado periodismo digital continuo, puesto que se da la actualización constante de noticias en soportes digitales" (p. 65).

El paso a lo digital en los medios periodísticos peruanos, al igual que sus pares en otras partes del mundo es un proceso en continua evolución. En lo que sí coinciden tanto Valdivia (2018), Vilchez (2015) y Marquina (2016) es que las características de la noticia y del trabajo online son la hipertextualidad, la multimedialidad, interactividad y la actualización constante.

El panorama en cifras se observa desde el caso de El Comercio. En "Contra todo pronóstico: Prensa Peruana rompe las tendencias", un libro

publicado en 2012 por la editora El Comercio S.A. sobre los productos de dicho grupo editorial, se indica que para fines del 2012 la web de El Comercio superó los 8 millones de usuarios únicos (p. 175). Para junio del 2018 según datos de ComsCore, que es citado por Valdivia (2018), esa cifra llegó a pasar los 41 millones de usuarios únicos (p. 57). Y los números de consumidores de soportes digitales van en aumento puesto que no sólo los periodistas cambian si no también los patrones de consumo, los soportes y las audiencias se van modificando.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 La teoría del Framing y la noticia

El concepto del *framing* fue aplicado en 1954 por el antropólogo Gregory Bateson y años más tarde en 1974 por el sociólogo Erving Goffman. Actualmente, la teoría del *framing* está siendo aplicada a diversos campos de investigación entre ellos al de la comunicación y en específico al del análisis de la noticia.

En un artículo académico elaborado por Chihu (2012) para la Universidad Autónoma de México el investigador repasa los conceptos relacionados a la teoría del *framing*. El autor resume las definiciones de Bateson y Goffman. Según Chihu (2012), Bateson define al marco o *frame* como un concepto proveniente de la psicología. Es decir, que un marco psicológico es o limita una clase o conjunto de mensajes y les da sentido. Por su parte, Goffman expone

que las personas tienen un conjunto de marcos de comprensión que sirven para darle sentido a eventos.

Para la presente investigación fue de real interés el aporte de los teóricos del *framing* en tanto ayudan a explicar que un mensaje está delimitando la realidad y mostrando un aspecto de esta y de cierta forma dicho marco resalta lo que es importante de lo que no lo es. El uso de un marco o frame enmarca lo que se quiere destacar para que el resto, lo que queda fuera, pierda relevancia.

Merritt y McCombs (2003) vinculan la transmisión de la noticia a la teoría del *framing* diciendo que cuando el periodista va más allá de la mera transmisión de hechos de alguna manera está enmarcándolos. Las ideas planteadas por este académico sirven como insumo para analizar muestras de este tipo.

D'Angelo (2018, p.112) se dedica a investigar cómo los valores de las noticias y de los enfoques guían la creación de los marcos utilizados en las salas de prensa para crear los mensajes noticiosos. El académico destaca la importancia de analizar las normas y rutinas de las salas de redacción y también las relaciones entre los periodistas y sus fuentes a la hora de hacer un análisis de los marcos o del *news framing*.

D'Angelo (2018) cita a Price, Teksbury y Powers en una investigación que estos realizaron en 1997, en la cual concluyen que los valores periodísticos posibilitan que cada periodista procese lo que sus fuentes le han informado sobre un evento y los detalles de los hechos noticiosos que van apareciendo. Así mismo, Scheufele (1999) también citado por D'Angelo (2018) afirma que la "...construcción de los marcos o *frames* depende de combinar los valores y

puntos de vista individuales de los periodistas con los de la empresa o sala de redacción a la hora de armar una noticia” (p. 112).

Del mismo modo, D’Angelo cita a Van Dijk (1983) y aclara que “La noticia es, antes que nada, la reconstrucción de los discursos que estén disponibles” (p. 28), para concluir que el significado de los hechos es maleable y se forma a partir de procesos y reglas que dependen de los valores periodísticos de cada institución y de cada periodista.

Reese (2010) citado por D’Angelo (2018) expresa que en el presente contexto hay que averiguar cuáles son los marcos (*frames*) o valores periodísticos que se emplean en la cultura online. Es en relación a ello, que el autor considera que “Los marcos de las noticias son el resultado del uso por parte de los periodistas, de los valores, los ángulos y los enfoques de la noticia” (p. 113).

Tuchman (1983) en su libro “La producción de la noticia”, percibe a la noticia como una realidad construida, la noticia como un marco. “Los marcos organizan tiras del mundo cotidiano” (p. 206). Es así importante recalcar que varios académicos como Tuchman (1983) tienen la noción de la noticia como un marco que da sentido al mundo cotidiano, a la experiencia diaria. Esta noción ya la planteaba Goffman en 1974, a quien Tuchman (1983) cita.

Tomando eso en consideración, la teoría del *framing* es usada para identificar los valores, la estructura, ángulos, enfoques y uso de fuentes que se utilizaron para construir la noticia del caso Alan García en los portales de La República, El Comercio, RPP y Correo.

La teoría del *framing* aún es vigente para analizar la construcción del mensaje noticioso y entender los procesos y conceptos usados a la hora de elaborar la noticia en formatos digitales.

Un ejemplo de dichos valores periodísticos que se aplican para construir la noticia es la precisión y cada redacción tendrá su propio conjunto de valores. “Ser un periodista significa estar familiarizado con los dispositivos racionales que son parte del discurso de las salas de prensa y del cual depende la construcción de cada historia periodística tanto impresa como digital” (D’Angelo, 2018, p. 114).

Según coinciden varios académicos, el concepto de la precisión periodística está íntimamente ligado a la rigurosidad, a la verificación, a la veracidad y a un uso ético de las fuentes de información que conllevan a elaborar una noticia de calidad. Es por ello que Tuchman (1983) comunica que “En lugar de poner el acento en los hechos, los periodistas como Walter Lippman invocaron la importancia de los métodos usados para reunir los hechos” (p. 174).

El público, afirma D’Angelo (2018), está expuesto a los procesos del *framing* de la noticia y señala como ejemplo de marcos al uso de metáforas, frases hechas, imágenes, mitos, selección de léxico o palabras y cuantificación entre otros componentes (p. 114).

Según Entman, Gitlin y Tankard, citados por D’Angelo (2018), lo que “...el público lee y ve son noticias que han sido seleccionadas y que reflejan aspectos de una realidad percibida” (p. 114).

Swidler (1986) quien es citado por D'Angelo (2018) acota que es en el "...proceso de elaboración de las noticias es importante considerar la relación que los periodistas tienen con sus fuentes de información, con el público porque esta relación articula la comprensión de los hechos y articula los argumentos en torno de los hechos" (p. 114).

Finalmente, D'Angelo (2018) cita a DeVreese (2003) quien expresa que los "...valores noticiosos no solo influyen en la selección de los hechos e información sino también afectan a cómo dichos hechos están presentados al público" (p. 115).

1.2.2 La importancia del lenguaje y el discurso.

Teun Van Dijk (1990) presenta un análisis estructural de las dimensiones principales del análisis del discurso periodístico. Dicho análisis surge a partir de disciplinas de las humanidades y de las ciencias sociales como la lingüística, los estudios literarios, la antropología, la semiótica y la comunicación oral pero históricamente tiene sus raíces en la retórica cuyo estudio data de los Griegos como Aristóteles quienes clasificaron las diferentes estructuras del discurso recalcando su efectividad en los procesos de persuasión en la esfera pública.

Según Van Dijk (1990) el principal objetivo del análisis del discurso consiste en producir descripciones a profundidad de las unidades del lenguaje que se ha denominado como discurso (p. 45). El autor destaca que algunas de estas dimensiones del discurso son la forma, el lenguaje, el significado o referencia, el estilo, el contexto y la acción que están relacionados. Del mismo

modo, Van Dijk comenta que “El discurso de la noticia debe también formularse en un estilo específico, formal, el estilo característico de los medios impresos” (p. 50).

Van Dijk (1990) explica que otra dimensión del discurso es la dimensión persuasiva del lenguaje. El teórico propuso un marco teórico de análisis cualitativo para el estudio de las noticias en la prensa. Distingue que el discurso periodístico se diferencia de otro tipo de relatos y que consiste en un tipo especial de narrativa. Asimismo, el autor considera importante “...evaluar los procesos implicados en la producción de la noticia. Uno de estos procesos o rutinas de elaboración del mensaje periodístico son los llamados valores periodísticos” (p. 13).

Del mismo modo, Van Dijk (1990) explica que en el “...análisis de la producción periodística se ha usado con frecuencia la noción de valor periodístico para explicar la selección de los ítems informativos y para validar periodísticamente el acontecimiento” (p. 173). Además menciona a autores como Breed, Galtung y Ruge, Gans, Tuchman y Golding y Eliot como estudiosos del tema.

Además, distingue dos categorías de valores periodísticos. En la primera categoría están los valores periodísticos relativos a lo económico y comercial, que están regidos por el mercado y las empresas. Limitaciones como las ventas, presupuestos, suscripciones, volumen de la publicidad determinan lo editorial. En esta categoría también coloca a las fuentes de información y al público como determinantes de la agenda para los temas, los enfoques y el tratamiento de los relatos periodísticos (Van Dijk, 1990). La segunda categoría de valores

periodísticos está relacionada estrechamente con las rutinas de recopilación de noticias y la organización de su producción. Como parte de estos valores, el autor distingue a la novedad, actualidad, presuposición, consonancia, proximidad, relevancia, desviación y negatividad como conceptos que son requisitos para la noticia. (p. 175).

Por novedad, el autor entiende, que la noticia debe tratarse de acontecimientos que son nuevos. Por ello, hace énfasis en que los lectores prefieren recibir información nueva, antes que la que ya conocen.

Sobre el criterio de Actualidad, Van Dijk (1990) menciona que “No toda información nueva es una posible noticia. Para la noticia periodística, un requisito posterior es que los acontecimientos descritos sean nuevos, es decir, recientes, dentro de un margen de entre uno y algunos días” (p. 176). Para el autor, la actualidad es un factor importante en la atención, el interés y la evocación.

La Presuposición se refiere a las creencias o conocimiento existentes relacionadas a la novedad y a la actualidad de un hecho noticioso. Se parte de algún saber o información previa y se da nuevos datos.

El criterio o valor de Proximidad puede ser local al referirse al aspecto geográfico de la noticia o ideológica al hacer referencia a lo cognitivo y cultural de los acontecimientos.

La Consonancia es un valor que requiere que la noticia esté en consonancia con los valores y actitudes socialmente compartidos. Aquí están implicadas “las opiniones y actitudes preexistentes” (Van Dijk, 1990, p. 176).

La Relevancia como valor de la noticia explica que se prefiere información sobre acontecimientos que son relevantes para el lector, pero el autor advierte que “...generalmente se seleccionan hechos que impactan a un gran número de personas o debido a los intereses de los que ejercen algún poder en la sociedad” (Van Dijk, p. 178).

Finalmente, Van Dijk (1990) enumera a la desviación y negatividad como criterio para la selección de los hechos noticiosos. “Tal vez lo más conocido sea el valor general de la negatividad de la noticia” (p. 179). Generalmente se publican noticias de temas negativos, por ejemplo; escándalos, conflictos, crímenes, guerras o desastres. El autor explica que esto se debe a factores psicoanalíticos y que en las noticias expresarán los temores internos de las personas. En este sentido el autor acota que el procesamiento de la información respecto de esos acontecimientos se parece a una simulación general de los posibles incidentes que pueden irrumpir en la cotidianidad.

1.2.2.2 Análisis crítico del discurso de Teun Van Dijk

El análisis crítico del discurso (en adelante ACD) es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos por los textos y el habla en el contexto social y político (Van Dijk, 1999).

El ACD puede entenderse como una reacción contra los paradigmas formales dominantes en los años sesenta y setenta. Cabe encontrar una

perspectiva más o menos crítica en áreas tan diversas como la pragmática, el análisis de la conversación, el análisis narrativo, la retórica, la estilística, la sociolingüística interaccional, la etnografía o el análisis de los Medios de comunicación entre otras disciplinas. El aspecto más relevante de esta teoría es el análisis de los medios de comunicación por el papel que ejercen en la sociedad.

La reflexión sobre el rol de los medios de comunicación tanto en la sociedad como en la política se vuelve parte crucial de la empresa analítica del discurso de la cual teoriza Van Dijk (1999).

El autor refiere que el abuso de poder de los grupos e instituciones dominantes puede en tal caso ser críticamente analizado desde una perspectiva que es coherente con la de los grupos dominados. El ACD es así una investigación que intenta contribuir a dotar de poder a quienes carecen de él, con el fin de ampliar el marco de la justicia y de las igualdades sociales.

Asimismo, Fairclough y Wodak, quienes son citados por Van Dijk (1999) resumen como siguen los principios básicos del ACD. En primer lugar, el ACD trata acerca de problemas sociales. En segundo lugar, expone que las relaciones de poder son discursivas. En tercer lugar, estipula que el discurso constituye la sociedad y la cultura. En cuarto lugar, se expone que el discurso tiene que ver con la ideología. En quinto lugar, se le da un valor histórico al discurso. Luego el autor hace un lazo entre texto y la sociedad que define como mediato. Para Fairclough el análisis del discurso es a la vez interpretativo y explicativo, el discurso es una forma de acción social.

Dentro del marco teórico del autor se explica que cada actor social es tanto usuario del lenguaje y a la vez se involucra con el texto como parte de grupos sociales. Van Dijk (1999) da el ejemplo del texto periodístico y dice que el que redacta un reportaje puede escribirlo como individuo o como representante de un colectivo o grupo social. De esta forma quedaría en evidencia las relaciones entre los medios y la política, o entre los medios y el público, y también el rol de los medios de comunicación en la sociedad.

Van Dijk (1999) explica que la identidad de las personas, las cuales pertenecen a un grupo social, la crean los otros y se generan construcciones mentales a partir de los usos del lenguaje. “La interacción social en general, y la implicación en el discurso en particular, no presuponen únicamente representaciones individuales tales como modelos (por ejemplo, experiencias, planes); también exigen representaciones que son compartidas por un grupo o una cultura, como el conocimiento, las actitudes y las ideologías” (Van Dijk, 1999, p. 83).

Esta teoría del discurso realza la importancia de analizar los mensajes que son compartidos en los medios de comunicación y el impacto que tienen en la creación de una identidad colectiva.

Según esta teoría, el texto periodístico representa y refuerza la identidad colectiva tanto del que crea el mensaje como del que lo consume. Además, a través del mensaje periodístico se transmiten valores culturales y sociales. Esta teoría sirve para justificar el análisis centrado en el discurso. Para el presente caso, este discurso se analizó en los formatos digitales de la noticia.

2.2.2.3 Semiótica y el triángulo del significado

La Universidad de Minnesota (2016) adquirió los derechos de autor del libro “Comunicación en el mundo real”, en el cual se exploran diversas aristas del campo de la comunicación. Uno de estos temas es sobre la importancia del lenguaje y del significado.

Minnesota (2016) reconoce que “La relación entre el lenguaje y el significado, según dicho texto, no es lineal y es porque los sistemas del lenguaje moderno parecen ser ilimitados” (p. 112).

Del mismo modo, Minnesota (2016) refiere que el lenguaje es simbólico y que este se encuentra integrado en su mayoría por símbolos, además sostiene que “...se entiende que un símbolo es algo que reemplaza o representa a otra cosa. Los símbolos son combinados y utilizados para crear sistemas o códigos lingüísticos que son una convención cultural” (p. 112). A su vez, el autor cita a Leed-Hurwitz (1993) quien explica que dichos sistemas de símbolos ayudan a organizar, entender y generar sentido.

En relación a ello, en la publicación de Minnesota (2016) se exhibe que “Una de las herramientas de análisis cualitativo que usaremos es el llamado Triángulo del Significado” (p. 114). Que es un modelo de comunicación que indica la relación entre el pensamiento, el símbolo y el referente. Para el autor, el símbolo es “...esa palabra que representa al pensamiento y el referente es el objeto o idea representada. Sin embargo, llegar a un consenso sobre lo que entendemos es muy difícil” (p. 115). Considerando eso, las personas definen los símbolos y referentes que tienen en común.

De acuerdo al triángulo del significado expuesto por Minnesota (2016) hay dos niveles de lectura: El denotativo y el connotativo. El denotativo se refiere a las definiciones que están aceptadas por el lenguaje como por ejemplo las definiciones que se encuentran en el diccionario. El nivel connotativo se refiere a las definiciones que están basadas en lo emocional o que se basan en la experiencia y las asociaciones que las personas forman con las palabras o términos específicos (p. 116).

Las connotaciones estarían más influenciadas en la cultura popular y su código simbólico. Por ejemplo, la noción de lo que es entendido comúnmente por héroe o heroico pueda mutar en el tiempo.

Para la presente investigación resultó útil comprender la importancia del lenguaje en la construcción de la noticia. Tanto el uso de palabras como los niveles denotativo y connotativo para generar significado. Umberto Eco (2011) ya se refería a la cultura de masas y los mensajes que se consumen en la sociedad como mensajes estructurados para ocasionar una reacción en el que decodifica, en función a ello, afirmó que "...tendremos un mensaje que procura producir un efecto, de excitación, de evasión, de tristeza, de alegría etc." (p. 108).

Por otro lado, la comunicación no verbal también influye enormemente en la decodificación del mensaje noticioso como explica el académico y fotógrafo español, Fontcuberta (2016), quien en su libro "Estética fotográfica" expone que la fotografía es un medio de expresión poderoso y utilizada adecuadamente ayuda a mejorar una idea, pero mal usada puede tener el efecto contrario. Del mismo modo, acota que "...el fotoperiodismo influye sobre el pensamiento y la opinión pública más que ninguna otra rama de la fotografía. Entonces, el autor

advierte que se debe usar prudentemente esta poderosa herramienta, reflexionar para presentar un tema correctamente” (p. 209).

En relación con el periodismo como creador y contenedor de significado, Heemsbergen (2013) explica que se crea un aparato de significación a partir de la interacción entre los medios, los protagonistas, las estructuras y los valores. Es así que el autor refiere que “Todos trabajan en conjunto para crear productos que funcionan en un contexto, lugar, ideología y tecnología determinados” (p. 48).

En el texto escrito por Wolton (2006) hay conceptos aún vigentes, por ejemplo, la idea de que independientemente del soporte, la información sigue estando vinculada al mensaje y en el caso del periodismo dicho mensaje es la noticia que debe ser producida y difundida de la forma más libre posible (p. 16). Además, la relación entre el emisor, el mensaje y el receptor, sigue siendo como Wolton (2006) la definió, sin embargo, el mismo autor advierte que “...comunicar no es tan sólo producir información y distribuirla; también es estar atentos a las condiciones en que el receptor la recibe, la acepta, la rechaza o la remodela en función de su horizonte cultural, político y filosófico” (p. 16).

Del mismo modo, Wolton (2006) asegura que tanto las técnicas, los canales y la dinámica entre el emisor, receptor y la forma en que se elabora el mensaje han cambiado debido a la era digital, reforzado en la idea de que “Las relaciones entre información-recepción-comunicación serán cada vez más complicadas” (p. 34).

Wolton (2006) explica que “la identidad es un factor importante en el proceso de comunicación e identifica un triángulo de significado entre identidad,

cultura, y comunicación” (p. 52). El estudioso hace una crítica a los medios porque según él “Los medios también tienen, casi involuntariamente, una responsabilidad en esa desvalorización de la comunicación” (p. 52).

1.2.3 La Acción comunicativa de Habermas

Los mensajes que circulan en los medios de comunicación crean un bagaje común entre los actores sociales de una sociedad. Existen referentes comunes, se comparten códigos y una lectura de los signos y símbolos de los mensajes que se comunican en los canales establecidos. Es así que, en la teoría de la Acción Comunicativa de Habermas (1981) se explica que en la sociedad se manejan saberes compartidos y que hay un consenso de la lectura de un mensaje.

Habermas (1981) también menciona el concepto de racionalidad pues dice que hay ciertas condiciones que han de cumplirse para que pueda alcanzarse comunicativamente un consenso. Del mismo modo, el autor se refiere a la comunidad y como esta se orienta a sí misma en el mundo como algo “...esencialmente constante y que es común entre las personas y le da a esa comunidad razones para cuestionarse en torno a lo que percibe el otro y uno mismo” (p. 31).

Hay un código común que suelen ser compartido en sociedad, al que Habermas (1981) denominó “expresiones simbólicas” y que existen ciertos requisitos que son necesarios para validarlas. Es en ese camino que el autor señala que “Las condiciones de validez de las expresiones simbólicas remiten a un saber de fondo compartido intersubjetivamente por la comunidad de comunicación” (p. 31).

Migración hacia lo digital.

En el Perú, los primeros meses del año 2020 serán recordados para siempre por una pandemia que sumió al mundo entero en una guerra frontal contra un virus que traspasó las fronteras. Pero, más allá de este significativo problema de salud pública, quedó en evidencia la aceleración, por necesidad, de terminar de pasar a un mundo donde la economía, la salud, la educación, el trabajo y casi todas las actividades humanas dependen de una conexión a internet. La llamada revolución digital viene generando cambios en la sociedad, la economía y la cultura desde hace 15 años y la pandemia llegó para acelerar dichos procesos.

El periodismo no ha sido ajeno a esto. En otras palabras, los procesos de migración hacia lo digital se aceleraron y la era que se inició en 1990, la llamada era digital exige cada vez más dejar lo analógico. En estos momentos es importante analizar los procesos y el impacto que lo digital tiene en el periodismo.

Para muchos investigadores internet añade una nueva dificultad al periodismo. Según lo expuesto por Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz (2008) el internet "...permite que haya información sin filtro de calidad" (p. 15). Es en relación a ello que el autor plantea que actualmente el periodismo sufre una crisis de credibilidad. El autor afirma que hace falta una autorregulación en el periodismo digital para no caer en mentiras, banalidades y se afecte la veracidad.

Ramón Reig (2015), catedrático de la Universidad de Sevilla, resume el panorama actual del periodismo. Los medios y sus productos han bajado de

calidad, muchos han cerrado y hay una creciente desconfianza en el periodismo de parte de la audiencia.

En el contexto que la investigación aborda, se exploran los aparatos de construcción de la noticia, tanto a nivel de lenguaje como en base a conceptos y procesos periodísticos y de formatos que llevaron a construir la noticia en un caso de relevancia e importancia informativa como fue el del caso García. Cierta cantidad de medios tradicionales en Perú ya han apostado por migrar hacia lo digital y en el camino se evidencian apuestas exitosas y otras que presentan formatos híbridos aún en construcción.

En una conferencia vía internet, organizada por una universidad peruana, titulada: “El periodismo en cuidados intensivos”, el 17 de Junio 2020, el académico, periodista estadounidense, experto en innovación y periodismo digital, Jarvis (2020), expresó que este es el momento ideal para re-inventar al periodismo. El autor opina que la pandemia del Covid-19 “incendió la casa” del periodismo, es decir, agudizó una crisis que ya existía y ha generado una oportunidad de cambio siempre basado en los valores originales de la profesión como son el servicio, la transparencia, la investigación y la independencia del poder. El académico estadounidense dijo que el periodismo existe para mejorar las vidas de las personas y para mejorar el mundo. También reconoció que las Redes Sociales manejan la agenda de temas y conversaciones. En ese sentido expresó que el periodismo debe rescatar esa conexión con el público que al parecer ha perdido.

Crisis y futuro del periodismo

En 2011 varios académicos y reconocidos periodistas españoles reunieron ensayos sobre la crisis del periodismo en un texto llamado: “El futuro del periodismo”. Gurmesindo La Fuente, ex director del diario El País, uno de estos autores, recalca que los medios y sus industrias y estructuras tienen que adaptarse a lo digital, pero conservando la calidad de los contenidos. La Fuente ve esta crisis como una oportunidad de renovar a la profesión, afirmación que respalda diciendo que “...tenemos que reinventarnos en tecnología, en organización, en maneras de construir el mensaje periodístico” (Cerezo, La Fuente, Salaverría, 2011, p. 5).

Pero, ¿cuándo se inicia esta crisis del periodismo y por qué ocurre? Ramón Salaverría explica que la primera crisis evidente fue a finales de 2007 por la depresión financiera en países de occidente. Está respaldado por la idea de que las organizaciones periodísticas acumulan muchos años de recortes (Cerezo, La Fuente, Salaverría, 2011) Dichas medidas han afectado a diarios, emisoras de radio, televisión, agencias de noticias, portales de internet en todo el mundo.

La segunda crisis, aunque menos obvia, es la del cambio tecnológico que afecta a la industria de los medios desde 1990. El autor opina que no se puede gestionar medios del siglo XXI con rutinas profesionales del siglo XX (Cerezo, La Fuente y Salaverría, 2011).

Sin embargo, los autores consideran que hay fundamentos de la profesión que no se deben alterar. Antes y ahora el periodismo ha consistido en proveer a los ciudadanos de información veraz, novedosa e interesante. “Resulta importante seleccionar, jerarquizar e interpretar la información de verdadero

valor, que el periodista contextualice los hechos” (Cerezo, La Fuente y Salaverría, 2011, p. 11).

Una de las preocupaciones expresadas en Polis, el sitio de debate del London School of Economics (en adelante LSE) sobre el ejercicio del periodismo digital es la competencia por ser los primeros en publicar y esto se ve reflejado en los casos de noticias falsas y errores accidentales a la hora de publicar. Estas serían algunas de las razones que explican la falta de confianza que actualmente tiene el público en los medios de comunicación. Según los autores del LSE este problema de calidad de contenido va más allá de cambiar los modelos de negocio y de mayor fragmentación de la audiencia: La gente realmente no confía en las noticias.

En este ensayo sobre la falta de credibilidad actual en las empresas de noticias se citó a diversos medios periodísticos. Tanto la BBC y la estación de televisión Sky resaltaron que en medio de todo siguen apostando por la objetividad y la verificación durante la cobertura noticiosa en la era digital.

En la actualidad las empresas periodísticas no destinan suficiente o no tienen suficientes recursos económicos para obtener nuevas herramientas o capacitarse en los avances tecnológicos puesto que hoy en día la información viaja ahora en “los bolsillos” de los ciudadanos. En 2017 Growth from Knowledge (GFK en adelante) publicó una encuesta Nacional sobre el uso de internet y redes sociales de los peruanos.

En dicha encuesta GFK expone que el “Internet se vuelve un importante espacio para compartir aprendizajes entre marcas y personas” (p. 5). Además

de afirmar que “...las personas son cada vez más parte activa de una red de contactos, desarrollada por Facebook y Whatsapp principalmente” (p. 5).

Según esta encuesta, a septiembre de 2016, la penetración de Internet en el “Nivel Socioeconómico” (NSE en adelante) AB era de 81% y en el NSE C, 61%. Entre las edades de 18 a 24 años este porcentaje es 82% y entre los 25 a 39 años representa 64%. En el Perú urbano a setiembre del 2016, solo en Lima la penetración de internet fue de 60%. Otra cifra relevante es que el 35% de la población del Perú urbano usa internet de 5 a 7 veces por semana, 47% se conecta a internet por más de dos horas al día. Un 89% usa Facebook, 59% Youtube, Google 40%, 16% Twitter, 10% IG y 59% Whatsapp. Por otro lado, el Perú urbano 39% tiene Smartphone, 23% tiene laptops y 8% un Tablet, cifras que van en aumento.

Como explicó Jeff Jarvis (2020), el público que antes consumía medios tradicionales, ahora utiliza las redes sociales para informarse, debatir, compartir y actuar. De alguna manera Twitter, Facebook e Instagram han tomado el control o parte del control de la información y los medios deben retomar el interés de los ciudadanos y difundir información que sea relevante para esas nuevas comunidades. Según explicó el autor existe un “nuevo periodismo” que debe atraer a las comunidades hacia una conversación informada, “respetuosa y productiva”.

En un documento publicado en 2019 por la Organización de Naciones Unidas (en adelante ONU) sobre el impacto de lo digital en la economía y sociedad mundial. El Secretario General de la ONU, Antonio Guterres, explica que la llamada revolución digital ha transformado las vidas y las sociedades a

una velocidad y a una escala sin precedentes. Esto tras afirmar que dicho avance “...brinda simultáneamente inmensas oportunidades, pero también, desafíos de enormes proporciones” (ONU, 2019, p. 25).

ONU (2019) expuso que es preciso cerrar la brecha digital puesto que más de la mitad del mundo tiene un acceso limitado a internet o carece de él. Sin embargo, las cifras de consumo y de tráfico online van en aumento ya que el flujo de datos, eran de 100 gigabytes (GB) al día en 1992 y pasaron a más de 45,000 GB *por segundo* en 2017, estimándose una proyección para el 2022 de unos 150,700 GB por segundo, alimentado por un número cada vez mayor de personas que se conectan por primera vez y por la expansión de la Internet de las Cosas.

Según el reporte de la ONU (2019) las plataformas digitales son cada vez más importantes en la economía mundial. En 2017, el valor general de las empresas con una capitalización bursátil de más de 100 millones de dólares que operaban a través de plataformas se estimó en más de 7 billones de dólares en 2017, esto es, un 67 % más que en 2015. Algunas plataformas digitales globales han logrado posiciones de mercado muy sólidas en determinadas esferas. Un claro ejemplo de ello es Google, que acapara alrededor del 90 % del mercado de búsquedas en Internet. Mientras que Facebook representa dos tercios del mercado mundial de los medios sociales y es la principal plataforma de medios sociales en más del 90 % de las economías del mundo. Amazon presume de tener una cuota de casi el 40 % de las ventas minoristas en línea del mundo, y los Servicios Web de Amazon representan una cuota similar del mercado mundial de servicios de infraestructura en la nube.

Las plataformas digitales globales han tomado medidas para consolidar sus posiciones competitivas, incluso comprando a los posibles competidores y expandiendo su actividad hacia productos o servicios complementarios. Entre las principales adquisiciones de las empresas que operan a través de plataformas digitales pueden citarse la adquisición de LinkedIn por Microsoft y la de WhatsApp por Facebook. Alphabet (Google) y Microsoft han invertido en el sector de equipos de telecomunicaciones con la adquisición de Motorola y Nokia, respectivamente. Entonces, la tendencia a migrar hacia lo digital en las empresas periodísticas es inevitable si se analiza el mercado de usuarios y consumidores de información.

El instituto de investigación en temas periodísticos Poynter (2020) publicó un informe sobre el consumo en internet durante enero 2020. Por ejemplo, el consumo de la plataforma YouTube tiene actualmente 2 billones de usuarios activos cada mes. Según el estudio, entre las edades de 18-24 años lo utilizan el 90%, entre 13-17 años, 85% y entre los 50 y 64 años de edad lo usa el 70% de estadounidenses.

En cuanto al consumo de Instagram, esta red social convoca mensualmente a más de 1 billón de usuarios. El 75% de los que lo consumen tienen entre 18-24 años y el 72% de usuarios tiene entre 13-17 años de edad. Sin embargo, las cifras de consumo entre la población entre los 50-64 años de edad va en aumento a pesar de que hoy en día aproximadamente solo el 23% lo usa activamente.

Otras plataformas importantes son Facebook, Twitter y TikTok, Pinterest y LinkedIn que tienen cifras de consumo menores pero que igual atraen al público

estadounidense. El informe reflexiona que el periodismo debe estar en las plataformas que el público consume y estar conectado con estas nuevas comunidades de las redes sociales.

La revista británica *The Economist* (2011) publicó una investigación sobre lo que le esperaba al periodismo en los próximos años sentenciando que el Internet ha volteado la industria de las noticias y la ha hecho más participativa, social, diversa de lo que era antes de la llegada de los medios de comunicación de masa” afirma Tom Standage en dicha investigación.

Entonces, son tiempos fértiles para analizar los formatos digitales en los cuales se transmite la noticia e investigar qué nuevas herramientas y lenguajes se utilizan y qué conceptos y procesos aún quedan vigentes del aparato tradicional.

Asimismo, *The Economist* (2011) confiere que “Al afectar la inversión en publicidad, internet acabó con el modelo de negocios tradicional de los periódicos. Pero, a la par de demoler las formas antiguas de hacer las cosas, ha hecho que nuevas formas aparezcan”. Mientras las formas cómo se consumen noticias siguen cambiando surge mucha experimentación y se ha estimulado la innovación en periodismo.

Para los autores del informe de la revista *The Economist* (2011), en un mundo en el que millones de nuevas fuentes de información aparecen diariamente en internet, los consumidores están abrumados y el periodismo debe ayudar a explicar lo que dicha información significa.

Por otro lado, el informe especial explica que hoy en día más que hablar de objetividad se debe hablar de transparencia en las empresas periodísticas. Rosen sugiere abandonar la idea de que no existe un punto de vista y aceptar que los periodistas tienen diversos puntos de vista y que deben ser transparentes y explicar abiertamente que los tienen, pero sin dejar los estándares de precisión, rigurosidad, balance y honestidad intelectual. “Usar la transparencia más que la objetividad como la nueva base para construir la confianza con el público. Transparencia también significa vincular los datos a las fuentes, algo que resulta más fácil hacer en el mundo web de hoy”, detalla Rosen para The Economist.

Según un estudio de CPI (2017) sobre lectoría de diarios en Lima en las 15 principales ciudades del país, entre octubre y noviembre de 2016, El Comercio, Correo y La República estuvieron entre los medios más consumidos de Lunes a Domingo entre la población estudiada: 5,776 personas.

Cada semana, en esas fechas 15.4% de la población estudiada consumió El Comercio, siendo este el medio más consumido. Correo 4.6% y La República 4,5%. Los porcentajes indican que fueron los medios más consumidos entre octubre y noviembre del 2016. En dicho informe RPP tuvo el primer lugar en sintonía acumulada semanal en el índice Nacional Urbano de emisoras de radio FM/AM con 24.9%.

Según el informe de Monitoreo de Propiedad de los Medios de Comunicación (MOM), publicado por Acevedo (2016) para Ojo Público y Reporteros sin Fronteras, El Comercio es la empresa periodística con mayor concentración de medios en el Perú.

Dicho estudio dice que, dieciséis, de entre cuarenta medios que analizaron Ojo Público y Reporteros Sin Fronteras, pertenecen al grupo El Comercio quien tiene la mayor audiencia en distintos formatos entre estaciones de radio, portales web, canales de televisión y periódicos. En ese sentido, Acevedo (2016) señala que “Al ser el mayor dueño, la publicidad también se concentra en los medios que administra: capta alrededor de 70% de la publicidad impresa, televisiva y radial, según cifras del MOM. En internet el panorama no cambia: concentra el 68% de la lectoría y audiencia web” (p. 16).

En la radio hay un panorama similar y las diez radios más importantes del país están en manos de cuatro grupos: Grupo RPP, CRP, Corporación Universal y Panamericana de radios. Siete de estas son de propiedad del Grupo RPP y CRP. En el caso de los diez principales medios digitales, seleccionados por MOM Perú, siete de ellos pertenecen a El Comercio, y concentran el 90% de los ingresos por publicidad. Por la importancia e influencia en las diferentes plataformas que manejan esta información, fueron seleccionados los medios mencionados como parte de la muestra que hemos analizado.

En un estudio hecho para la Universidad de Oxford, Kellie Riordan (2014) se dedicó a analizar cuáles estándares editoriales forman parte del periodismo digital. Para la autora hay tres pilares o estándares que se mantienen vigentes y que nacen en el periodismo tradicional: la precisión, la independencia y la imparcialidad (p. 3).

Entre sus hallazgos, Riordan (2014) mencionó que la velocidad para publicar, el peso de lo viral y la falta de verificación de la información están entre

las áreas que requieren atención y que amenazan a los estándares periodísticos en la era digital (p. 4).

La banalización de la información

Uno de los requisitos de las sociedades democráticas es que exista la libertad de información, de prensa y de expresión para poder balancear los poderes. Sin embargo, cada medio de comunicación se autorregula en términos de calidad. Para el escritor Mario Vargas Llosa (2012) en su renombrado libro “La Civilización del espectáculo”, el Estado no debe recortar la libertad de creación y de crítica, pero debe apoyar y preservar la promoción de la cultura, esto a través de la aseveración en la que indica que “...la cultura debe ejercitar una influencia sobre la vida política, sometándose a una continua evaluación crítica e inculcando valores y formas que le impidan degradarse” (p. 34).

Sin embargo, Vargas Llosa (2012) advierte que en la actualidad se vive en lo que él denomina como una civilización del espectáculo en la cual la influencia que ejerce la cultura sobre la política, en vez de exigirle mantener ciertos estándares de excelencia e integridad, contribuye a deteriorarla moral y cívicamente. En ese sentido, Vargas Llosa (2012) indica que “...Hemos visto cómo, al compás de la cultura imperante, la política ha ido reemplazando cada vez más las ideas y los ideales, el debate intelectual y los programas, por la mera publicidad y las apariencias” (p. 35).

Esta idea de la banalización de la cultura también se encuentra en la información y en el periodismo según comprueban los académicos Kovach y Rosenstiel (2012) en su célebre libro Los Elementos del Periodismo. En dicho libro, los autores reflexionan sobre el infotainment como un estilo de hacer

periodismo que se centra en pasar como noticia hechos ligeros que no tendrían relevancia para la sociedad.

Para Vargas Llosa (2012), la función crítica del periodismo se ha visto en muchos casos distorsionada por la frivolidad y el hambre de diversión de la cultura imperante. Según el premio Nobel, la frenética búsqueda del escándalo y la chismografía barata ha tenido gran impacto en la cultura de las sociedades actuales donde existe un público ávido de diversión.

Otros autores como el periodista español Gurmesindo La Fuente, quien aportó en Cerezo, La Fuente y Salaverría (2011), creen que el problema de un periodismo poco comprometido y banal está en buscar nuevos formatos y hacer un periodismo atractivo que pueda captar el interés del público con información de calidad. Para La Fuente, hoy más que nunca se debe hacer un periodismo de rigor.

En el ensayo titulado, “Diez años de periodismo digital en España”, el investigador Borja Ventura quien aportó en Artero, Cerezo, Escolar, Lloret y Ventura (2014) explica que el periodismo actual está dominado por la velocidad: “La prisa por ser los primeros, el pensar primero en posicionar que en investigar, el interés por los *trending topics* y virales antes que por las personas y los hechos” (Artero, Cerezo, Escolar, Lloret y Ventura, 2014, p. 49).

Según Artero, Cerezo, Escolar, Lloret y Ventura (2014) se cree que es consecuencia de la llegada de internet, pero aclara que en realidad es consecuencia de una conversión definitiva del periodismo en negocio donde “cuadrar cuentas es el único objetivo y la audiencia es la única moneda” (p. 49). Asimismo, Ventura explica que las investigaciones exclusivas toman tiempo y

trabajo tanto como cultivar fuentes, investigar, recorrer la calle y analizar mucha información y es en función a ello que concluye que eso toma tiempo y el tiempo es caro.

En “Salvemos a la comunicación: Aldea global y cultural”, Dominic Wolton (2006) explica que comunicar no es sólo producir información y hoy en día el proceso de la comunicación se ha vuelto muy complejo. En ese sentido, el autor manifiesta que cada vez existen más mensajes intercambiados alrededor del mundo y con la globalización “...hay cada vez más receptores. Los riesgos de incomunicación son, pues, cada vez más elevados. Ya no hay un vínculo directo, como hubo durante mucho tiempo, entre aumento del volumen de la información y aumento de la comunicación” (p. 17).

Todo en la sociedad ha sido modificado por la revolución de la comunicación, desde el trabajo, la vida familiar, la vivienda a la educación y el entretenimiento. (Wolton, 1997, p. 25).

Por otro lado, como lo hicieron Vargas Llosa (2012), Kovach y Rosenstiel (2012), Wolton (2006) también se refirió a una sociedad del espectáculo que impacta en los procesos de comunicación, acotando que “Los excesos de la comunicación son conocidos, ya que son el fundamento de la crítica que se le hace. En esas derivas, deben distinguirse dos fenómenos. En primer lugar, el hecho de que, en una economía capitalista, es comprensible que la información y la comunicación se hayan convertido en mercancías” (Wolton, 2006, p. 57).

Wolton (2006) concluye que el problema está en saber hasta dónde se respeta el ideal, las normas, y a partir de cuándo, inversamente, es instrumentalizado, trastocado incluso. En segundo lugar, debe considerarse que,

con frecuencia, la ideología de la comunicación es sostenida por quienes hacen comunicación. Los periodistas, los políticos, los publicitarios y personalidades mediáticas a menudo dan la sensación de no saber guardar sus distancias con respecto a la corriente y de no resistir ante ésta. Los medios también tienen, casi involuntariamente, una responsabilidad en esa desvalorización de la comunicación.

Por su parte, Maxwell McCombs (2004) se centra en investigar la relación entre opinión pública y la agenda de los medios de comunicación como responsables de los contenidos que circulan los periodistas, es por ello que el autor manifiesta que “Los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día” (p. 24).

Según McCombs (2004) es importante recordar dicha facultad que tienen los medios informativos de influir en la relevancia de los hechos que consideran de interés público, es decir, lo que se conoce como la fijación de una agenda de contenidos tanto en los medios tradicionales como televisión y radio como en las páginas web.

Existen periodistas que niegan la influencia en la opinión pública de los contenidos que se transmiten por los medios y a esto McCombs (2004) responde con una cita del humorista Will Rogers: “Todo lo que se es porque lo he leído en la prensa” (p. 24).

Walter Lippman, quien es citado por McCombs (2004) estableció que el mundo exterior y las imágenes que las personas se hacen en la cabeza están vinculadas por puentes hechos por los medios (p. 55).

Hoy las pruebas acumuladas en décadas de investigación de las ciencias sociales sobre el papel de los medios de difusión como fijadores de agenda subrayan aún más la influencia que los medios de comunicación tienen en la opinión pública.

Por ello, Katherine Viner (2019), editora del periódico The Guardian edición Australia explica que actualmente hay una responsabilidad tanto de medios tradicionales como de los nuevos medios de hacer un mejor periodismo y cuidar los contenidos.

Crisis de credibilidad

En el artículo académico publicado en noviembre de 2008, titulado: La ética del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet, diversos autores encabezados por Josep Lluís Micó (2008) de la Universidad Ramon Llull plantean una serie de retos y consideraciones para los periodistas que producen información para ser publicada en internet.

Para comenzar, aprecian que hay un “combate por la verdad”. La tecnología presenta innumerables posibilidades, pero también retos deontológicos de la profesión del periodismo. “Internet añade una nueva dificultad para el periodismo, puesto que hay una información sin un filtro de calidad” (Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz, 2008, p. 15).

Este artículo académico afirma que con la llegada de la era digital hay un descenso en la confianza que los habitantes depositan en los medios para contarles la verdad detrás de los hechos. “Existe una crisis de credibilidad y una

falta de independencia por motivos políticos y editoriales” (Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz, 2008, p. 15).

El artículo académico destaca que desde el inicio de la era digital hay una falta de códigos éticos que rijan con claridad al ejercicio del periodismo. Los medios de comunicación desde 1990 van perdiendo credibilidad frente a otras fuentes de información como son las redes sociales, páginas web y blogs de procedencia no tradicional. “La información se ha convertido en una mercancía y hay una politización de los medios”, explica el artículo de Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz (2008).

La abundancia de noticias falsas, de noticias manipuladas y de la publicación de piezas con “errores evidentes” son consideraciones y preocupaciones de los autores de este estudio del estado de los medios periodísticos en la actualidad. “El entorno digital plantea nuevos dilemas” (Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz, 2008, p.18).

Uno de los puntos que plantea la investigación de Micó y otros autores es que el periodista ya no dispone de la exclusiva del acceso a las fuentes y deja de ejercer el rol de *gatekeeper* o de guardián de contenido. Sin embargo, es ahora más importante que: “el profesional de la información se diferencie de las otras fuentes por su equilibrio e imparcialidad y sobre todo por un sentido de la responsabilidad que permita desarrollar su rol social, que se fundamenta en la confianza” (Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz, 2008, p. 18). Entonces, queda claro que lo importante en la era digital es la recuperación de la credibilidad y la confianza en los medios periodísticos que trabajen bajo los lineamientos del buen servicio. Entonces, los autores conceden que “...la autorregulación se

situará entre el derecho y la práctica periodística, guiada por criterios y principios éticos” (Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz, 2008, p.19).

La honestidad y transparencia al informar son criterios que también destaca la publicación académica a pesar de los desafíos tecnológicos que se presentan en el presente y en el futuro del periodismo. Otra recomendación que dan los autores es centrarse en la calidad de la información publicada al margen del formato o canal por el cual se publica (Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz, 2008, p. 27). Se entiende que la tecnología digital y la irrupción de internet como nuevo medio de comunicación ha irrumpido, pero, se plantea que no debe cambiarlo todo y que hay bases como la idea de que la información periodística es un servicio público que debe mantenerse.

En un artículo académico, la Dra. Marisa Aguirre (2003), profesora de ética de la información de la Universidad de Piura, plantea la necesidad de manejar una ética de la información en la era de internet. Aguirre (2003) argumenta sobre el sentido de la profesión del periodista y afirma que a cada individuo le corresponde hacer “un ejercicio genuino de su libertad” entendida como la opción de hacer el bien o el mal en el ejercicio profesional.

“Qué falta de sentido tienen algunos avances técnicos espectaculares que anulan a la persona” (Aguirre, 2003, p. 21). Entonces, al margen de las nuevas plataformas para difundir información debe primar el aspecto humanista y ético de obrar para el bien común del periodismo que nació como una disciplina de servicio a la comunidad.

1.3. Definición de términos básicos

Desinformación: Tandoc et al. (2018), quienes son citados por Ekstrom et al. (2000) concuerdan que "...a varias formas de desinformación que han existido hace bastante tiempo pero que ahora con internet han proliferado y que han ido socavando la confianza del público en el periodismo" (p. 210).

Exactitud y precisión: Richard Keeble (2000) explica que los estadounidenses han desarrollado el concepto de "periodismo de precisión" para referirse al contenido informativo en internet. Esto como una "exigencia de estándares de calidad y rigurosidad" (p. 59).

Fuentes de información: para construir la noticia es necesario recurrir a la información primaria con rigurosidad, calidad y status profesional, y es en consideración a ello que "...cuanto más alto sea el status de las fuentes y cuanto mayor el alcance de sus posiciones tanto más alto es el status de los reporteros" (Tuchman, 1983, p. 81).

Objetividad periodística: Heemsbergen (2013) refiere que "la transparencia es una oportunidad para la evolución y mejora de las prácticas periodísticas y democráticas. La transparencia para él revela formas en las cuales los periodistas deben trabajar hoy" (p. 1).

Rutinas de información: Martini y Luchesi (2004) opinan que "Las rutinas productivas responden a las características tecnológicas y cognitivas de cada tipo de medio y a la visión de realidad de cada medio" (p. 67), esto depende de la valoración del medio.

Verificación y comprobación: Consultar y cruzar información con fuentes confiables antes de difundir las noticias. Como explicó Keeble (2020) hay una exigencia en el periodismo estadounidense de hacer un periodismo de precisión en internet (p. 59), la precisión y la rigurosidad se mantienen independientemente del soporte donde se publique la información.

CAPÍTULO II Diseño de investigación

2.1 Diseño de la investigación

Para responder a las preguntas planteadas en la presente investigación se condujo un análisis de enfoque cualitativo. Según Hsieh y Shannon (2005), el análisis de contenido cualitativo es un método de investigación basado en la interpretación subjetiva del contenido de los textos y datos recolectados a través de un proceso de clasificación sistemático de datos y de identificación de temas y patrones de dicho contenido que en este caso son las notas informativas de las páginas web de El Comercio, La República, Correo y RPP del 17 de abril de 2019.

Al realizar un análisis de contenido cualitativo permite identificar temas y conceptos que otorgan un mayor entendimiento de la realidad social o contexto del tema de fondo. Según Hesse-Biber y Levy (2006) el investigador a través de su estudio cualitativo “entiende aspectos de la vida en sociedad, sobre los valores, normas producidas (incluidas las noticias) que reflejan procesos y la forma como se visualiza el mundo” (p. 286).

Por otro lado, se emplean herramientas teóricas como el análisis del discurso, la teoría del framing y nociones de la teoría del periodismo para analizar la construcción de la noticia a través de un enfoque multidisciplinario que destaca el uso del lenguaje, el contexto, el estilo y las fuentes de información que generan significado.

El estudio se encuentra delimitado a El Comercio, La República, RPP y Correo porque fueron los medios en los cuales se halló la cobertura del caso García en formato digital, pero, también porque son medios periodísticos con una trayectoria importante en Perú y que en la actualidad lideran los índices de lectoría y consumo en sus diversos productos y canales, sean impresos, virtuales o audiovisuales.

En líneas generales el tipo de estudio conducido ha sido del tipo cualitativo, con un diseño del tipo documental y la técnica empleada ha sido la de análisis de la información de contenido.

2.2 Cuerpo de estudio.

Para obtener el corpus de estudio de la noticia sobre el fallecimiento del expresidente Alan García Pérez, resultó necesario indagar en los buscadores de las páginas web de cada medio para encontrar la nota informativa publicada el 17 de abril del 2019. Sin embargo, al realizar la búsqueda de la noticia, no encontramos las notas informativas correspondientes. Por esto, se procedió a realizar una nueva búsqueda en Google. A continuación, se explica en detalle el procedimiento seguido.

El procedimiento seguido para elegir el cuerpo de estudio ha sido: primero realizar una recopilación de las notas informativas en los portales de RPP Noticias, El Comercio y La República y Correo en los cuales no se obtuvo un resultado uniforme por lo cual se procedió a buscar en Google las noticias del fallecimiento del ex presidente Alan García Pérez con fecha del 17 de abril 2019. En esta búsqueda se hallaron las notas informativas que sirvieron para el análisis en este estudio.

Es pertinente aclarar que el análisis se enfoca en las notas informativas de las respectivas páginas web de cada medio encontrados a través del buscador de Google y recuperadas en las fechas abajo indicadas. Quedando excluidas de la investigación las entrevistas, los vídeos, artículos de opinión, de análisis y otro contenido multimedia.

Luego de identificar las notas a comparar se pasó a aplicar la teoría del framing para analizar cómo cada medio enfocó la noticia, qué fuentes usaron, qué léxico usaron y cómo fue la estructura empleada entre otros métodos para transmitir la información.

2.3 Procesamiento de la información

Cada nota informativa se analizó a partir de conceptos relacionados con la práctica del periodismo, tal como se planteó anteriormente en el marco teórico.

Dichos conceptos son:

1. Uso de fuentes de información, verificación, independencia, imparcialidad y precisión.
2. La claridad de la información y la aplicación de las llamadas 5Ws (Quién, Qué, Dónde, Cuándo y Porqué) en la estructura de la noticia. Y una última pregunta: ¿Cómo? Que corresponde al contexto de los hechos.
3. La estructura de la noticia: El titular, la bajada, la fotografía con su leyenda y crédito, el lead y el cuerpo de la nota informativa.

Según estos criterios se comparó la construcción de la noticia en los medios digitales correspondientes al cuerpo de estudio: las notas informativas que fueron publicadas en los portales de El Comercio, La República, RPP y Correo del 17 de abril 2019, recuperadas a través del buscador de Google, al hallar unidad y coherencia con cada uno de los portales, se hizo posible el análisis de las notas y llegar a conclusiones sobre el discurso y las rutinas periodísticas en la elaboración de la noticia.

CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Resultados de la búsqueda de información en los medios digitales

A continuación, mostramos los resultados de búsqueda en cada portal de los medios estudiados.

Búsqueda en el portal de El Comercio www.elcomercio.pe :

- Con la frase “Suicidio de Alan García”, en el buscador de El Comercio no apareció ningún resultado.
- Con el término “Muerte de Alan García” y solo aparecieron 3 resultados que no son relevantes para esta investigación.
- Con la frase “Fallecimiento de Alan García” arrojó cero resultados.

Búsqueda en el portal web de RPP Noticias www.rpp.pe:

- Con la frase “Fallecimiento de Alan García” en el buscador de RPP dio cero resultados.
- Con el término “Muerte de Alan García” no arrojó resultados relevantes para el presente estudio.
- Con la frase “Suicidio de Alan García” se obtuvo cero resultados.

Búsqueda de la cobertura en el portal de La República www.larepublica.pe :

- Con el término “Fallecimiento Alan García” sí aparecen notas informativas relevantes a la investigación.
- Al colocar: “Muerte de Alan García” en el buscador sí se encontraron resultados listados de noticias relevantes para esta investigación. Como queda evidenciado en el siguiente link:

<https://larepublica.pe/politica/1451446-alan-garcia-murio-dispararse-cabeza-evitar-detencion-preliminar-odebrecht-suicidio-video/> (Ver imagen No.1).

- Al buscar con la frase “Suicidio Alan García” en el portal de La República aparecieron notas informativas relevantes para este estudio. Se encuentra en <https://larepublica.pe/politica/1453251-carta-confirma-suicidio-planeado/>

Búsqueda en el portal de Correo www.diariocorreo.pe :

- Al colocar la frase: “Muerte de Alan García” sí aparecieron resultados de links a notas informativas relevantes para esta investigación. Se encuentra en <https://diariocorreo.pe/buscar/?q=muerte+Alan+garcia>.
- Con el término: “Fallecimiento Alan García” sí aparecieron varios links sobre este tema, en <https://diariocorreo.pe/buscar/?q=fallecimiento+Alan+Garcia>.
- Cuando se buscó la frase: “Suicidio Alan García” en el buscador de la página de Correo dio cero resultados.

3.2 Resultados de la búsqueda de la noticia en Google.

Al no hallar una uniformidad de notas informativas con las distintas búsquedas de la noticia en las respectivas páginas web de los medios estudiados, optamos por realizar una búsqueda en Google del término: “Suicidio de Alan García”. Es a partir de esta búsqueda que se pudo armar el cuerpo de estudio, porque aparecieron las notas informativas del 17 de abril elaboradas por cada medio de comunicación.



Figura 1. Resultados de la búsqueda de la noticia en Google

Fuente: Google "Suicidio de Alan García", 8 noviembre 2019

Es importante destacar que se hallaron notas informativas equivalentes. Es decir, que se compararon notas informativas y no análisis, entrevistas, columnas de opinión o contenido multimedia. Fue esencial comparar formatos con contenido a fin de notas informativas de cada medio.

En los párrafos siguientes se evidencia un listado de los hallazgos al utilizar el buscador de información de Google que nos permitió unificar criterios y hallar las notas informativas que se publicaron el 17 de abril de 2019 fecha en la cual se informó del fallecimiento del exlíder aprista.

La República del 17 de abril 2019.



Figura 2. La República, 17 de abril 2019

El Comercio del 17 de abril 2019.



Figura 3. El Comercio del 17 de abril 2019

RPP Noticias del 17 de abril 2019. 10pm.



Figura 4. RPP Noticias del 17 de abril 2019, 10 pm

RPP 17 de abril 2019, 4pm.



Figura 5. RPP 17 de abril 2019, 4pm.



Figura 6. Diario Correo 17 de abril 2019

3.3 Análisis

Las rutinas periodísticas para construir una noticia son complejas según lo que se ha estudiado a partir de las investigaciones de diversos autores.

Por ejemplo, ideas como la precisión y la claridad en la transmisión de una noticia están vinculadas a aspectos de la teoría del framing que van desde la decisión del medio periodístico por darle cierto enfoque a la noticia, por elegir cierto lenguaje, ciertas líneas temáticas y también incluye los valores de la noticia y la estructura de la misma. Esto a nivel morfológico, pero también hay un nivel conceptual en las rutinas periodísticas, acorde con la teoría del periodismo.

En la construcción del hecho noticioso entran a tallar criterios como veracidad, independencia, verificación y transparencia, pero, también el uso del lenguaje.

Entonces, cómo trabaja un periodista o un medio depende del manejo de fuentes de investigación, de la verificación de los datos, de la claridad, de la precisión de su relato tanto como del léxico y estructura para generar sentido.

En esta investigación se analizan las diferentes maneras en que se construyó la noticia del fallecimiento del ex presidente Alan García Pérez y cómo se manejó la información. Primero se describe, después se analiza y luego se comparan las notas informativas que La República, El Comercio, RPP y Correo publicaron en sus páginas web el 17 de abril del 2019.

Uno de los criterios que corresponde al análisis de contenido cualitativo empleado fue la descripción de líneas temáticas, por ejemplo, la información sobre la vida del ex líder aprista, las circunstancias de su fallecimiento o información sobre los procesos de investigación que se le seguían a García, ligados a la corrupción.

Por otro lado, de acuerdo a la teoría del Framing, se analiza la información dada por los medios estudiados, considerando el enfoque, ángulo, énfasis, fuentes de información y léxico usado (uso de metáforas, verbos y expresiones etc.). Además de la selección de los hechos y líneas temáticas.

Otro criterio para comparar cada noticia fue la estructura de las mismas integradas por las partes de cada nota informativa. Es decir, se describe y comparan las voladas, titulares, bajadas, leads, citas textuales, uso de fuentes, cierre de cada nota, las fotografías publicadas, las leyendas de cada foto, enlaces multimedia, fecha y hora de publicación.

De acuerdo a la teoría del análisis del discurso, se describe a profundidad el lenguaje usado y sus dimensiones como son la forma, los términos, el significado

del referente y los significantes que dan como resultado niveles de lectura denotativo y connotativo.

3.3.1 Framing de la noticia: Enfoque, línea temática, léxico y fuentes de información.

La teoría del framing se ha usado a través de los años y hasta la actualidad para comprender cómo se estructura y construye la noticia. Según esta teoría, la noticia es la delimitación de la realidad. Es decir, para informar sobre un hecho, los periodistas como rutina muestran o enfocan un aspecto de dicha realidad.

Este marco, o frame, término anglosajón, destaca lo más importante del hecho noticioso. D'Angelo (2018), un investigador sobre framing en el periodismo explica que en este proceso de elaboración de la noticia se define lo que será llamado el enfoque o ángulo que es el aspecto que el medio de comunicación destacó del acontecimiento. Dicho enfoque define al marco o frame.

Para Van Dijk (1999), la noticia también es la reconstrucción de los discursos disponibles, es decir, de las declaraciones o fuentes de información a las que acceden los periodistas al momento de informar. Tanto Van Dijk (1999) como los estudiosos del framing coinciden en que el uso de fuentes de información constituye una parte importante de la elaboración de la noticia.

Por otro lado, D'Angelo (2018) expone que como parte de este proceso de enmarcado de los hechos importa el léxico usado pues este construye significado. Según el autor, las frases y palabras expresan mitos y crean imágenes.

Es bajo estas ideas que fueron expuestas con mayor profundidad en el Marco teórico y ahora sirven para describir y analizar el cuerpo de estudio según el framing.

La República

El primer medio que se analizó fue La República, se ordenaron las notas informativas por hora de publicación el día 17 de abril 2019. La nota informativa de La República fue publicada por la redacción online a las 4.39 horas. La primera **línea temática** que se distingue desde el titular es la de las causas y circunstancias de la muerte del líder aprista. Dicho hecho se destaca en el titular, en la bajada y en el Lead. Se informa que el ex mandatario murió luego de dispararse.

Luego, en el cuerpo de texto aparece una segunda línea temática que es la de la detención preliminar que pesaba en contra de García. En párrafos posteriores se especifica que el ex mandatario utilizó un arma de fuego para atentar contra su vida. Después de esto se menciona otra línea temática sobre los detalles médicos durante el traslado al hospital. Más adelante surge una cuarta línea temática que es la del vínculo del ex presidente con Odebrecht y sus declaraciones al respecto.

Entonces, el enfoque que el diario La República le dio a la noticia fue destacar la muerte de Alan García luego de dispararse en la cabeza para que no lo detengan las autoridades en el contexto de las investigaciones del caso Odebrecht. Esta información se enfatiza en el titular: “Alan García murió tras dispararse en la cabeza para evitar ser detenido”.

También se resalta el hecho en la bajada (párrafo que complementa al titular), usando la palabra suicidio: “El ex presidente Alan García Pérez se suicidó

este miércoles para evitar su detención preliminar. Su abogado confirmó que el líder aprista atentó contra su vida”. Es importante destacar que en esta nota de La República citan a una fuente para confirmar las circunstancias de la muerte del ex mandatario.

La nota no tiene volada y está encabezada por una imagen que corresponde a un fotomontaje de una fotografía de archivo de García sobre un fondo que muestra una escena a las afueras del Hospital Casimiro Ulloa. La fotografía no consta de leyenda ni de crédito de imagen, pero sí se precisa que la nota pertenece a la sección Política del medio.

En el lead o párrafo de entrada de la Nota Informativa se especifica que el expresidente Alan García falleció el miércoles luego de dispararse en la cabeza: “El expresidente Alan García Pérez falleció este miércoles horas después de dispararse en la cabeza, al conocer que agentes de la Policía ingresaron a su domicilio en Miraflores para ejecutar la orden de detención preliminar en su contra”.

Cabe decir que este primer párrafo cumple con las características típicas de un lead de acuerdo a la teoría del periodismo tradicional que indica que se deben emplear las 5ws para expresar el hecho noticioso. La primera W: What? O el ¿Qué?: Sería el disparo en la cabeza y posterior muerte. Who? o ¿Quién?: Alan García, When? o ¿Cuándo?: el miércoles, el Where? O ¿Dónde? sería en su domicilio en Miraflores. How? O el ¿Cómo?: Se disparó luego del ingreso de agentes de la policía. El ¿Por qué? o Why? Sería la orden de detención preliminar en su contra.

El lenguaje utilizado por La República es periodístico y coherente con la expresión de un hecho noticioso de acuerdo al estilo demandado por el género

periodístico conocido como la Nota Informativa. También es un léxico claro, directo, con detalles relevantes que ayudan al entendimiento de la información. Hay rigurosidad en la expresión de la información y uno de los factores que ayudan a esta precisión y verificación es el uso de fuentes. Se cita al abogado de Alan García para afirmar que el político se quitó la vida. “Su abogado confirmó que el líder aprista atentó contra su vida”.

Otra fuente que es citada en el cuerpo de texto de la nota es el ministro del interior Carlos Moran quien reveló que el ex líder aprista utilizó un arma de fuego para suicidarse. “Según reveló el ministro del interior, Carlos Morán, el expresidente dijo a los policías que llamaría a su abogado desde su habitación y a los segundos se escuchó un disparo”. Con esta cita indirecta se entiende que La República detalló la línea temática de las circunstancias en las cuales García se suicida. Es decir, cuando la policía llegó a su casa, el político subió a su habitación, se encerró y es en ese momento cuando se disparó.

Luego, La República explica que después de esto se trasladó al ex mandatario al Hospital Casimiro Ulloa. En seguida, citan a una tercera fuente, la ministra de Salud Zulema Tomás Gonzáles quien informó que García sufrió tres paros cardiacos. Dicha fuente anunció que: “la situación de Alan García era delicada y crítica”.

Una cuarta fuente es citada. El secretario personal del expresidente, Ricardo Pinedo, afirmó que “el disparo se cometió dentro de su dormitorio mientras el fiscal a cargo del caso intentaba ingresar a su domicilio”. Con esta fuente que se suma a la del abogado se cumple con emplear al menos dos fuentes confiables para afirmar un hecho con lo cual La República cumple con la regla de verificación y puede

informar como cierto que Alan García Pérez atentó contra su vida al dispararse en su domicilio cuando la Policía iba a ejecutar la detención preliminar en su contra.

Para facilitar la comprensión de los antecedentes del hecho y darle contexto a la noticia, en la nota de La República se emplearon subtítulos. Se usó el siguiente subtítulo: “Alan García vinculado con Odebrecht”. Bajo este apartado se detalla la línea temática correspondiente a la investigación que vincula al político con la empresa Odebrecht.

En primer lugar, se cita como fuente a IDL reporteros quienes revelaron que “Odebrecht depositó a la cuenta de Miguel Atala realmente era girado hacia “Chalán”, seudónimo que usó Luis Nava, exsecretario personal de Alan García”.

En esta sección también se cita al propio Alan García quien dijo en la víspera no conocer sobre esto. “Esperemos que sea ratificado por la empresa y por el señor Barata que era finalmente quien sabe todo. Pero de ninguna manera yo tendría conocimiento de un acto ilícito”. Con esta cita La República cumple con darle balance a las fuentes e incluir una declaración del acusado dando su descargo.

Entonces, en cuanto al *framing* de la noticia, se han seleccionado los hechos ocurridos y se los ha relatado con precisión, utilizando apropiadamente las fuentes, mencionando y citando directa e indirectamente. Hay descripciones de los hechos sin vacíos de información.

Tal vez, la única ausencia es una fuente de información judicial para declarar sobre la investigación a García, pero no se siente esta omisión por la referencia a la investigación de IDL Reporteros sobre el caso Lava Jato.

La República demostró independencia e imparcialidad al citar a diversas fuentes tanto oficiales como cercanas al ex mandatario e incluso a él mismo. En general el lenguaje usado es directo, preciso y sencillo para facilitar el entendimiento del lector. El enfoque no es tendencioso o sensacionalista, se circunscribe a los hechos comprobados por el medio. Hace uso de la teoría de la verificación que también está vinculada al ejercicio de la rigurosidad.

Es un tema delicado y no se usa léxico que revele un sesgo o manipulación evidente de la información acerca del tema del suicidio. Se informa tal cual ocurrieron los hechos sin dirigir la opinión ni calificar positiva o negativamente el hecho. No se adjetiva ni se hace mención a García como hombre, no se le humaniza, no se le politiza, tampoco se hace referencia a sus tendencias políticas ni a García como hombre de familia. Estas líneas temáticas no las empleó La República para construir la noticia.

La República publicó luego de la bajada, y antes del lead o párrafo inicial, una secuencia de 4 fotografías en las que aparece Alan García. Ninguna imagen lleva leyenda así que se desconoce la procedencia y el contexto de las fotografías. En este caso sí se desperdició un espacio para ampliar la información: La leyenda fotográfica y el llamado crédito de foto. También se pudo observar que en la nota informativa no se mencionan datos sobre la carrera política del ex líder del APRA.

En cuanto a elementos multimedia, en medio de la lectura de la nota hay dos links o vínculos a noticias relacionadas. El primero de ellos invita a ingresar y ver la siguiente información: "PUEDES VER: Alan García: detención alcanza también a Luis Nava, Enrique Cornejo y otros". El segundo link dice: "PUEDES VER: Enrique Cornejo: Policía detuvo de forma preliminar al exministro Alan García".

El Comercio

En el caso de El Comercio, el enfoque que se le dio a la noticia del fallecimiento del ex presidente se centró en el hecho del suicidio. Desde el titular se explica que la muerte de Alan García se debió a ese hecho y que la motivación habría sido la detención preliminar por autoridades judiciales. Es importante destacar que la palabra que empleó dicho medio fue “suicidio”. Es decir, narra los acontecimientos de forma directa y da detalles médicos. Por ejemplo, que el ex presidente sufrió paros cardiorrespiratorios en el hospital. Queda claro, al leer el titular y la bajada de la versión de El Comercio, publicada en la web, que García muere como consecuencia de sus acciones y ante la amenaza de una detención.

El comercio emplea en el titular y la bajada dos líneas temáticas: el suicidio y luego lo médico con detalles sobre su condición de salud al llegar a la sala de operaciones del hospital Casimiro Ulloa.

En el lead o primer párrafo de la nota informativa los términos usados son igual de directos: “dispararse en la cabeza” y precisan datos como la ubicación del incidente: “en su casa en el distrito de Miraflores” y el contexto del hecho: “cuando la Policía Nacional ingresó”.

Entonces, tanto en el titular, bajada como en el lead, que son las primeras piezas que el consumidor leerá, el público podrá entender la noticia a cabalidad y buscar más detalles en el resto del cuerpo de la nota habiendo comprendido lo más importante del hecho.

Además, en el lead se destaca que la orden de detención se da en medio de “acusaciones de haber recibido pagos ilegales de la constructora brasileña

Odebrecht”, con lo cual el lector tiene datos del contexto y antecedentes de la noticia.

Luego, en los párrafos siguientes, El Comercio, en la nota informativa que publicó en su versión digital, cita a las fuentes directas que le permitieron a los periodistas elaborar la noticia. Hacen referencia a Ricardo Pinedo, secretario personal de Alan García como una de las fuentes relevantes e importantes en las que se basaron para confirmar y verificar los hechos. También citan a la Ministra de Salud quien informó sobre la salud del mandatario al ingresar al nosocomio.

El ministro del Interior es otra fuente que se empleó, la cual usa palabras de orden jurídico como “orden judicial de detención preliminar” y se explica que efectivos policiales acudieron a la vivienda del ex mandatario como parte de una diligencia de las investigaciones del caso Lava Jato.

Sin embargo, hay una concentración de fuentes que son voceros del APRA con lo cual hay una politización de la información. Es interesante el léxico que estas fuentes usan y que El Comercio publica: “¡Viva el Apra!”, “un acto de honor”, “persecución fascista”, “Alan García ha dado su contribución de sangre para que el Perú sea un país democrático”.

En todo caso, la imparcialidad y la pluralidad de testimonios se comprometieron tanto como el balance porque El Comercio le dio demasiado espacio a las declaraciones de partidarios del ex presidente como Mauricio Mulder.

En cuanto al uso de fuentes y el *framing*, lo que sí logra El Comercio con la consulta a varias fuentes es mantener la verificación o la comprobación como parte de la transmisión precisa y veraz de la noticia.

Un aspecto importante que enmarca El Comercio para cerrar la nota informativa, es el recuento de los hechos previos al incidente de la mañana del 17 de abril 2019. Bajo el subtítulo: “Investigación contra García”, por ejemplo, recuerdan que, en 2018, el ex presidente abandonó la embajada de Uruguay donde permaneció 16 días solicitando asilo político. También incluyen declaraciones previas de García quien afirmó que no existía prueba que lo vincule a ningún hecho delictivo.

La nota informativa de El Comercio está ilustrada por una fotografía de archivo del mismo diario en la cual se ve al ex presidente con la mirada agachada y las manos en posición de rezo. En la leyenda al pie de la imagen se dan datos sobre el traslado de Alan García al hospital. En el cuerpo del texto se insertó un video sobre los momentos clave de la vida del político.

Radio Programas del Perú (RPP)

En cuanto al *framing* o enfoque de la información, en su nota publicada a las 4.29 pm, RPP resaltó el disparo de García y la detención preliminar como principales líneas temáticas que este medio destaca tanto en el titular como en la bajada.

El léxico empleado es directo y gráfico: “Alan García se disparó en la cabeza” y este hecho es explicado por la “detención preliminar”. La presencia de la palabra “cabeza”, automáticamente remite a lo gráfico del incidente. Sin este término la idea hubiese quedado clara, pero al colocarlo causa un efecto en el lector quien completa la imagen.

En la bajada se dan más detalles del porqué de la decisión del mandatario de haber cometido dicha acción. “Se disparó en un ambiente de su casa cuando la Policía llegó para detenerlo”. Entonces, el lector puede inferir que el disparo fue causa directa de la detención, según lo informó RPP.

En el lead, el ángulo o enfoque es el mismo y se continúa desarrollando la información en torno al fallecimiento del ex presidente García. Los términos usados: “falleció” y “se disparó”, “arma de fuego” y dan detalles del dónde y cuándo: “en un ambiente de su vivienda” y “hoy miércoles”.

RPP respeta la estructura de las 5Ws y otorga información completa: ¿Qué ocurrió?, ¿Dónde ocurrió?, ¿A Quién? Y también el ¿Por qué? Así cumple con dar datos, pero también explicar las razones y el contexto de la noticia.

Después, se emplean algunos términos de forma más coloquial: “se metió un tiro” cuando antes el léxico había sido directo y más formal. Al ser un tema judicial y médico se mezclan palabras de origen de esos dos campos temáticos para emplearlas en la redacción de la noticia.

En los párrafos siguientes se citan a las fuentes de información. Aparecen las declaraciones del líder aprista Luis Gonzales Posada para explicar la situación de la salud del ex presidente. También se cita al abogado de Alan García, Erasmo Reyna y a la ministra de Salud tanto como el director del hospital Casimiro Ulloa. Se mantiene un balance entre las fuentes de información citadas pues se incluyen voces oficiales de autoridades tanto como voceros apristas.

Se cita a Enrique Gutiérrez, director del hospital, quien da detalles gráficos del caso que RPP reproduce: “disparo de arma de fuego en el cráneo, con orificio

de entrada y salida”. Tal vez, son detalles gráficos sin los cuales se puede entender el caso. Pero, tratándose de una noticia judicial y médica podría estar justificado.

En todo caso, es posible decir que RPP cumple con verificar la información y atribuir a las fuentes para informar verazmente y con precisión. Al referirse a una pluralidad de puntos de vista también guarda independencia periodística e imparcialidad.

Luego, RPP empleó un subtítulo: “Orden de detención preliminar” bajo el cual redacta un resumen del aspecto judicial del caso Odebrecht y los vínculos que Alan García tendría con este caso.

Se citan fuentes confidenciales: “Según fuentes de RPP” para explicar que la orden de detención preliminar alcanzó también a Luis Nava, ex secretario de Palacio durante el segundo gobierno aprista y al empresario textil Miguel Atala, amigo cercano del exmandatario y a José Nava y Samir Atala, hijos de los mencionados anteriormente.

Para acabar la nota informativa, RPP colocó unas declaraciones que en la víspera García Pérez concedió a ese medio, con lo cual se le da la oportunidad de réplica: “una gran injusticia”, así calificó a una posible orden de detención preliminar.

La nota informativa está ilustrada con una imagen en la que aparece Alan García en compañía de Mauricio Mulder y el ex mandatario está declarando a la prensa. No se usa una leyenda y el crédito de foto solo indica que es Alan García.

En una segunda nota informativa publicada en el portal de RPP a las 10.30pm del 17 de abril 2019, en su portal digital, el titular de la muerte de García

y explica que el disparo ocurrió “cuando iba a ser detenido”. En esta segunda nota informativa, RPP destaca dos líneas temáticas de la noticia: El disparo y la detención de Alan García.

En cuanto a las palabras seleccionadas para transmitir la información: “murió”, “dispararse” y “balazo”. Nuevamente, el término “balazo” resulta un tanto coloquial, aunque el resto del lenguaje es directo y ad hoc para un caso colocado en la sección de judiciales como indica el encabezado de esta nota informativa. La fotografía empleada indica que esta nota es posterior a la primera, y eso lo confirma la hora de publicación: 10.30pm. En la imagen se distingue el féretro con los restos de García ingresando a la Casa del Pueblo para el homenaje correspondiente como lo explicita la leyenda. El crédito de fotografía informa que la imagen es propiedad de RPP.

En las cuatro líneas del lead de esta nota informativa, se explica con claridad y empleando las 5Ws con un léxico directo los hechos más destacados de la noticia. Es decir, un breve resumen de los hechos y sus causas. Se informa que el “expresidente falleció la mañana del miércoles...” y se indica dónde, y las circunstancias: “luego de dispararse en la cabeza”, el dónde: “en un ambiente de su vivienda en Miraflores”, y el porqué: “la policía se encontraba al interior para cumplir con una orden de detención preliminar dictada por el Poder Judicial”. Lo curioso es que el lead es mucho más formal que el titular en el que se escapó un término coloquial como “balazo”.

Más adelante para acabar la nota, se describió la escena que sucedió afuera del local principal del APRA en Lima durante el homenaje a García. Se usan las

palabras “carroza”, “cuerpo”, “simpatizantes”, “restos”, “ataúd”, “velados”, apropiados para ilustrar el homenaje de los correligionarios.

Como parte de la nota informativa digital se inserta un vínculo o enlace a una entrevista audiovisual con este título: “Esta fue la última entrevista que Alan García dio a RPP (VIDEO)”. Con lo cual, el lector tiene acceso a una ampliación de la información.

Otro link que se inserta al final de la nota lleva como título: Mira también e invita al lector a revisar el siguiente enlace: “Así informó la prensa internacional sobre la muerte del ex presidente Alan García” y se muestran algunas imágenes de las portadas de diarios del mundo con el retrato del ex mandatario.

En total, la segunda nota informativa digital sobre el caso García publicada por La República el 17 de abril 2017, incluyó 6 fotografías y una imagen sacada de la red social Twitter. Todas las fotografías tienen leyenda y crédito de foto. Algunas imágenes son del féretro llegando a la Casa del Pueblo, otras del interior del local del partido y algunas son retratos del ex mandatario. En el caso de la imagen, es un tweet de la cuenta de Nilda Vílchez quien expresa sus condolencias. Debajo de la nota informativa hay un subtítulo: “Noticias relacionadas” y tras este aparece una lista de links a diversos titulares en los que el lector puede ampliar la información o ingresar a noticias vinculadas. Por ejemplo: “Abogado de Alan García anunció acciones legales contra fiscales y policías que participaron en diligencia (VIDEO)”.

Correo

El caso de la nota informativa de Correo es diferente porque la noticia está enmarcada con una alerta al inicio del titular. Lo primero que el lector ve son las

palabras: “MINUTO A MINUTO” impresas en altas y esto llevaría a indicar que el enfoque sería un recuento minuto a minuto de los hechos ocurridos el 17 de abril 2019. Sin embargo, como luego se verá, hay una disyuntiva entre el enfoque que dan esas palabras con el contenido real de la nota.

En primer lugar, está el titular. Correo privilegia el enfoque del fallecimiento de Alan por “disparo en la cabeza” término que emplea, pero no explica la razón de los acontecimientos. En la bajada, el lector tampoco encuentra las explicaciones de la noticia ni el contexto para entender lo ocurrido.

En la bajada se menciona que el Poder Judicial había autorizado la detención preliminar por un plazo de diez días, pero nada más queda explicado explícitamente. Es decir, que el lector no puede inferir los motivos que llevaron a García a dispararse.

La nota informativa no cuenta con un lead tradicional. No hay un párrafo que inicie el relato de los hechos. En su lugar, el consumidor se topa nuevamente con un encabezado en altas: “MINUTO A MINUTO” y una hora, las 10.51. Debajo de esto se relata que el presidente del Congreso, Daniel Salaverry dio sus condolencias, con lo cual recién el lector puede darse cuenta que el enfoque de la noticia no es el resumen de cómo falleció el ex presidente sino una nota sobre las reacciones y homenajes de distintas autoridades locales.

El tono que emplea Correo es más político y emotivo en su enfoque de la información. Citan a Salaverry: “Mis condolencias a los familiares y a los simpatizantes”. Pero, es un testimonio indirecto que sacan de las redes sociales del entonces presidente del Congreso.

Después continúan apareciendo declaraciones de segunda mano, sacadas de las cuentas de Twitter de diferentes autoridades y figuras políticas como Mercedes Araoz, quien lamentó profundamente la pérdida del presidente. Al reproducir dichas condolencias que emplean palabras como “lamento”, “pérdida”, “familiares” el enfoque que le dan a la noticia es emotivo y político por usar léxico como: “compañeros apristas”.

También aparecen declaraciones de Mauricio Mulder recogidas de una rueda de prensa: “Contribución de sangre”, “Perú país democrático”. Esta cita también politiza la información porque ninguna de las declaraciones tiene un contexto al no haberse desarrollado el resumen de los hechos. Correo realiza una suerte de “Copy Paste” de declaraciones sacadas de redes sociales sin seguir las formas tradicionales de una nota informativa.

Otra fuente citada indirectamente fue Martín Vizcarra quien en su cuenta de Twitter usó palabras como “consternado”, “condolencias”, “familia” y “seres queridos” para expresarse por la partida de Alan García. De igual forma se reprodujo el tweet de Nidia Vilchez con términos como “honor”, “dolor” y “hermanos” con lo cual la transmisión de la noticia queda teñida de homenaje y apela a la emoción más que a la información.

Entonces, Correo, en su nota digital, rompe el esquema de la pirámide invertida y de las 5Ws pues no da información para responder a ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? Y ¿Porqué? Ocurrió la noticia.

Por otro lado, se colocaron una serie de imágenes que no cuentan con una leyenda y no tienen información visual, gráfica ni escrita que le permitan entender

al lector de lo que se intenta informar con ellas. Les falta contexto y una explicación para ser comprendidas en su totalidad. No hay claridad en el uso de las fotografías.

Luego de acabada la nota informativa se ofrece una lista de enlaces a otras notas bajo el subtítulo: “Noticias Relacionadas”.

3.2.2 El valor de la noticia.

Según el teórico del periodismo Walter Lippman, de nacionalidad estadounidense y quien se hizo conocido en 1920 por importantes estudios sobre el impacto que los medios de comunicación tienen sobre la opinión pública, los métodos usados para reunir los hechos son importantes, pero también lo son los valores noticiosos que influyen en la selección de los hechos y en cómo estos están presentados.

Van Dijk (1990) delimitó dos categorías de valores periodísticos. Por un lado, consideró a los enfoques, las fuentes y a intereses económicos y políticos como elementos que influyen en la noticia. En segundo lugar, colocó a las condiciones periodísticas que establecen la noticia: la novedad, la actualidad, la presuposición, consonancia, proximidad geográfica, relevancia, desviación y negatividad. Otros teóricos añaden: prominencia, interés humano, proximidad afectiva, magnitud, circunstancias y rareza como factores que hacen que un hecho se convierta en noticia para los medios de comunicación.

Para otros teóricos, los valores son las reglas y rutinas de cada redacción y de cada periodista. Por ejemplo, el uso de conceptos como verificación, independencia e imparcialidad al momento de redactar la noticia.

Para muchos de los investigadores que han sido citados en este estudio, el periodismo digital ha sacrificado la precisión por la velocidad. Muchos analistas creen que la falta de verificación es parte de una nueva manera de hacer periodismo y que la misma naturaleza interactiva de la información se encargará de que la verdad detrás de los hechos salga a la luz puesto que hoy en día es más fácil que el público encuentre y denuncie los errores del periodismo.

Otros autores como Porlezza (2019) ven que justo hoy más que nunca es necesario un periodismo digital que trabaje con precisión, que compruebe, verifique y atribuya la información a fuentes de calidad.

Se puede interpretar, de acuerdo a las definiciones teóricas de los valores de la noticia, que La República, El Comercio, RPP y Correo publican como noticia el fallecimiento de Alan García Pérez porque fue una novedad, es decir, fue algo nuevo que antes no había ocurrido. En segundo lugar, el hecho fue construido como noticia porque el protagonista fue un político renombrado, ex presidente y líder de una agrupación política trascendente e importante como el APRA. En tercer lugar, la muerte de Alan García fue noticia por las circunstancias del hecho y las consecuencias de su fallecimiento. En cuarto lugar, el hecho ocurrió en territorio nacional, entonces cumplió con el valor de proximidad geográfica. En quinto lugar, proximidad afectiva puesto que Alan García fue admirado y seguido por muchos y fue elegido dos veces presidente. En sexto y séptimo lugar, este hecho fue considerado noticia por la negatividad, es decir, el suicidio y por el interés humano que motivó pues impactó a la ciudadanía por cómo terminó la vida del ex mandatario.

No a todas las noticias se les pueden aplicar todos los valores. La noticia de la muerte de Alan García Pérez cumplió la mayoría de factores para que un hecho se convierta en noticia y fue transmitida por medios nacionales e internacionales. Se convirtió en una de las noticias más impactantes de los últimos tiempos.

En cuanto al segundo significado del término “valores de la noticia”, este se refiere a los criterios o rutinas periodísticas que se desprenden de la cobertura: verificación de información, atribución a fuentes de información, independencia e imparcialidad, contexto y claridad en la construcción de la noticia.

La verificación de La República se basó en el testimonio del abogado de Alan García y del ministro del Interior para confirmar el fallecimiento de Alan García Pérez. Entonces, este medio se basa en fuentes relevantes para verificar la información. El Comercio también se refiere a varias fuentes de información autorizadas para confirmar los hechos. Se cita al abogado del ex presidente, al ministro del interior y a la ministra de Salud. En el caso de RPP, también citan a fuentes importantes como al director del hospital, al abogado de Alan García y voceros del APRA para confirmar la información. RPP también se valió de la verificación para construir la noticia.

El caso de Correo es diferente porque usa una estrategia más emotiva que informativa para construir la noticia. Hay vacíos de información y poca claridad y las fuentes que usa, de forma indirecta, no confirman datos ni hechos si no apoyan una línea temática que va en dirección a un homenaje elaborado con una lista de condolencias de cuentas de Twitter de diferentes personalidades. Entonces, Correo no usa la verificación como un valor periodístico para construir la noticia.

Otro valor de la noticia que se puede aplicar a la re construcción de los hechos en los portales estudiados es la independencia. Este valor es más difícil de interpretar puesto que depende de publicar una noticia considerando la información sin presiones políticas ni ideológicas ni sesgos personales.

En el caso de La República, hay un balance de fuentes entre declaraciones de autoridades tanto como voceros y simpatizantes del APRA, no se politiza la información y se da cabida a varios puntos de vista, incluso al del propio Alan García en la víspera quien da su descargo.

A pesar de que El Comercio también cita a varias fuentes de información tanto del APRA como de autoridades, en una amplia sección de la nota se nota un sesgo político puesto que se da más espacio a las opiniones de Mauricio Mulder, personaje cercano a Alan García que a otras fuentes. Con lo cual, por un momento en la nota informativa, El Comercio pierde independencia.

La manera en que RPP construye la noticia es muy parecida a la de La República. Ambos medios respetan un balance de fuentes de información y citan los puntos de vista tanto de personajes cercanos a Alan García como a autoridades relevantes. RPP no politiza la información y construye la noticia con independencia.

El enfoque de Correo fue emotivo y con esto pierde independencia pues privilegia atrapar la atención del lector antes que darle información y contexto para entender la noticia. Usa pocas fuentes y solo con el efecto de realizar un homenaje.

Finalmente, La República, El Comercio y RPP construyen la noticia usando un discurso claro, con abundante información y citando distintos puntos de vista, un enfoque informativo de los hechos. En el caso de Correo se varía el formato

tradicional de transmisión de la información y hay un sesgo emotivo tanto como ausencia de datos.

En cuanto a la imparcialidad, los medios estudiados cumplieron con referir y citar múltiples fuentes tanto de autoridades como de simpatizantes del ex mandatario cumpliendo con un balance de información. La única excepción fue Correo que parcializa la información orientándola a un homenaje, pero aún en este caso se valió de distintas fuentes que fueron seguidores de Alan García como otras figuras que no lo fueron.

3.2.3 Estructura de la noticia.

La nota informativa está construida por un titular, una bajada, el lead, el cuerpo de texto y debe responder a la narración de los acontecimientos usando las 5Ws y además explicar el contexto en el que se dan los hechos, es decir, informar sobre las circunstancias. Además, tradicionalmente, la transmisión de la noticia utiliza el modelo de la pirámide invertida según la cual los periodistas cuentan lo más importante primero.

Adicionalmente, se halló que en las notas informativas también se emplean títulos o voladas que sugieren el tipo de contenido o la sección en la que está colocada la noticia. La noticia a examinar, la cual fue construida y publicada de diversas maneras por los medios que se abordan en la presente investigación, fue acerca de las circunstancias en torno al fallecimiento del ex presidente Alan García Pérez.

Para Estella Martini la noticia es un hecho relevante, de interés general, un suceso que afecta a los individuos en la sociedad, que tiene novedad, carácter

impredecible. Al igual que Martini, Fontcuberta considera que el hecho noticioso debe tener actualidad, novedad, veracidad e interés público. La autora explica que un hecho será factible de ser considerado noticia mientras más consecuencias tenga y será considerado más relevante mientras menos ambigüedad tenga.

Según estos criterios, la noticia de la muerte del líder aprista y dos veces presidente del Perú cumplió con todos esos criterios y se volvió una de las noticias más sorprendentes e importantes tanto para los peruanos como para varios medios internacionales que también publicaron sobre el acontecimiento.

“Alan García tiene sin duda un merecido sitio en la historia política del Perú: dos veces presidente, cuarenta años en la esfera política, líder indiscutible del partido más longevo del país”, extracto del texto escrito por Carlos León Moya, analista político para el libro El Código García. En estas pocas líneas se puede resumir la importancia del protagonista de los hechos ocurridos la mañana del 17 de abril de 2019.

A continuación, se procede a analizar cómo fueron informados los hechos en los portales de algunos de los más influyentes medios de prensa a nivel nacional.

La República y El Comercio usan el nombre de la sección como volada y colocan la noticia en la sección “Política” de la página web. Mientras que RPP no usa volada ni menciona una sección. En la segunda nota de RPP se usa como volada o encabezado la sección “Judiciales” y es ahí donde coloca la nota. En el caso de Correo no se empleó ningún encabezado antes de la nota. La lectura comienza con el titular.

La volada o encabezado y la organización de las noticias en secciones pertenece a una estructura tradicional de la noticia y ha sido adaptada al mundo digital. Es una pieza que ha ido cayendo en desuso.

El titular

De acuerdo a la teoría, el titular resume la noticia, transmite lo más importante y enmarca el enfoque de la noticia. En el caso de la nota informativa digital de La República, se destaca como importante la muerte de Alan García luego de dispararse en la cabeza y se explica el motivo detrás de esta acción, el cual fue para evitar ser detenido. La noticia queda resumida con claridad. No se incluyen detalles judiciales en el titular y se usa un léxico directo, no se emplea ningún término o palabra como "suicidio" o relativo al suicidio. El lector lo puede inferir. Es decir, hay información suficiente para que el lector saque sus propias conclusiones. No hay vacíos de información sobre el hecho noticioso.

El titular de El Comercio en su enfoque sí destaca el suicidio y utiliza dicha palabra. Resalta que Alan García falleció y explica que fue antes de ser detenido en su casa. Explica el motivo y queda claro que AG se suicidó para no ser detenido y que falleció por el suicidio.

Muchas veces se critica a los medios por transmitir información de temas delicados o sensibles. Si los periodistas se remiten a los hechos y no se los inventa, pero tampoco se los oculta o manipula innecesariamente estarían sirviendo a la veracidad.

En el titular de la primera nota de RPP, se enfoca en el atentado contra su vida y se explica que fue por el tema judicial, explica el motivo detrás del disparo.

La segunda nota de RPP, la cual actualiza y añade más información, tiene un titular que enmarca o se centra en destacar la muerte de García explicando que se disparó porque lo iban a detener. Se usa la palabra “balazo” y el verbo “dispararse”. Se evita usar el término “suicidio” o palabras a fines. Pero, el lector puede inferir lo sucedido al tener suficiente información para hacerlo.

En el caso del titular de la nota informativa de Correo, se sugiere un enfoque del tipo recuento cronológico al usar la frase: “Minuto a minuto” antes de cualquier dato o información concreta. Este recurso sería usado para llamar la atención del lector. Luego, Correo destaca en el titular, el fallecimiento por disparo en la cabeza, pero no ofrece ninguna explicación del hecho. No se amplía la información del motivo ni se aclara que fue un suicidio.

La manera en que está construido este titular, intenta atraer al lector y promete detalles que luego no se cumplen ni en el lead ni en el cuerpo de texto porque lo que sigue es una colección de declaraciones de diversos personajes de la esfera política como, por ejemplo, el presidente de la República, el Presidente del Congreso y simpatizantes del APRA entre otros.

La Bajada

La República en la bajada confirma que Alan García Pérez se suicidó y emplea esa palabra y cita como fuente que confirma el hecho, al abogado del ex presidente. Además, explica el motivo por el que el ex mandatario habría tomado la decisión de atentar contra su vida: “Evitar su detención preliminar”.

La República menciona a una fuente, atribuye la información a una fuente concreta en su bajada. La atribución está vinculada a la credibilidad, a la veracidad,

a la transparencia, honestidad y a la rigurosidad periodística. Mientras el periodista pueda especificar y revelar sus fuentes, refuerza la credibilidad del que consume dicho medio.

El Comercio, en su bajada señala información médica: “El expresidente sufrió tres paros cardiorrespiratorios” e indica el lugar donde ocurrieron los hechos: “Sala de operaciones del hospital Casimiro Ulloa”. Le da al lector suficientes datos para que pueda entender con claridad la noticia y sus detalles. La bajada complementa al titular. Si el titular anunció el fallecimiento y el cómo pasó, la bajada amplía detalles de cómo y dónde fue el hecho noticioso.

En la primera nota de RPP en la bajada se usó la siguiente construcción verbal: “Se disparó” y dan la ubicación del hecho noticioso: “En un ambiente de su casa” información que complementa los datos que dieron en el titular como que el hecho ocurrió cuando la policía llegó a la vivienda del político. Se respeta la función de cada pieza, titular y bajada dan diferentes datos. En la bajada se empleó un calificativo respecto al hecho: “Lamentablemente murió”. El uso de esta palabra sería una valoración sentimental y subjetiva de la noticia que distingue a RPP de los otros medios analizados.

En la segunda nota de RPP si en el titular informaron que AG murió, en la bajada amplían la información con más datos y absuelve las preguntas: cuándo, dónde, cómo y porqué ocurrieron los acontecimientos. Informan que Alan García murió el miércoles en el hospital Casimiro Ulloa debido a “herida de bala en la cabeza”. RPP da detalles de las acciones del ex presidente al llegar la policía a su domicilio: “Se encerró en su habitación” y citan a fuentes policiales sin dar un

nombre específico, pero atribuyen a una fuente. Se usan términos de criminalística, palabras forenses.

La bajada de la nota informativa del portal digital de Correo es la más breve de las que se han analizado, pues sólo emplean una sola línea para informar. Esta única línea da muy poca información y no amplía o profundiza la información dada en el titular. En el caso de Correo, ni el titular ni la bajada explican explícitamente la razón que llevó a Alan García a atentar contra su vida.

En la bajada solo se informa que el Poder Judicial “habría autorizado la detención preliminar por un plazo de 10 días”. En esta bajada hay un vacío de datos y tampoco se atribuye la información a fuentes.

El lead

Como parte de la teoría clásica del periodismo, el primer párrafo de la noticia se conoce como el lead y es un resumen de lo más importante, impactante del acontecimiento. No es necesario que resuma todas las 5ws de acuerdo a Mar de Fontcuberta, pero debe ser atractivo y dar suficiente información para que el lector se forme una idea de los hechos.

Por consiguiente, se pasa a analizar el lead en la nota informativa de La República: “El expresidente Alan García Pérez falleció este miércoles horas después de dispararse en la cabeza, al conocer que agentes de la policía ingresaron a su domicilio en Miraflores para ejecutar la orden de detención preliminar en su contra”. A partir de dicha información, el consumidor, hoy también referido como usuario o lector, puede darse una clara imagen de lo ocurrido. El mensaje está claro, usa un lenguaje directo y no hay vacíos de información puesto

que se indican las causas del hecho, el lugar donde ocurren, a quién le ocurren y cómo se dieron los sucesos. El lead de La República cumple con su función.

En el caso del lead de la nota informativa publicada por El Comercio en su página web: “El expresidente de la República Alan García falleció hoy, luego de que esta mañana se disparara en la cabeza, cuando la Policía Nacional ingresó a su casa, en el distrito de Miraflores, para ejecutar una orden de detención preliminar por 10 días en su contra en medio de acusaciones de haber recibido pagos ilegales de la constructora Odebrecht”. En este caso, el medio de prensa da suficiente información para que queden claros los acontecimientos. La claridad es uno de los factores que definen a la rigurosidad.

Además de dar detalles de lo ocurrido, El Comercio también incluye información del contexto en el que se da el fallecimiento del ex líder del APRA, como, por ejemplo, que este hecho ocurrió en medio de las investigaciones por corrupción vinculadas al caso Lavajato y Odebrecht.

En ese momento ya eran conocidas las investigaciones a García y las acusaciones en su contra por lavado de activos y se habían identificado testaferros. Las investigaciones de la fiscalía anti corrupción apuntaban a dismantelar a una red criminal vinculada con tráfico de influencias.

El Comercio usa un lenguaje directo propio de la estructura típica de una nota informativa y no emplea ningún calificativo ni sesgo.

En el caso de RPP, el lead de la primera nota informativa que publicó el 17 de abril de 2019 fue el siguiente: “El expresidente Alan García falleció hoy, se disparó con un arma de fuego en un ambiente de su vivienda antes de que la policía

lo detuviera hoy miércoles de manera preliminar por orden del Poder Judicial”. Es una construcción con lenguaje directo que da detalles de los hechos, pero no mucho del contexto de la investigación. Lo que queda claro es que García murió a causa del disparo.

La segunda nota informativa que al respecto publicó RPP en su portal el 17 de abril de 2019 tuvo el siguiente lead: “El expresidente Alan García falleció la mañana del miércoles en el hospital Casimiro Ulloa luego de dispararse en la cabeza en un ambiente de su vivienda en Miraflores, cuando la policía se encontraba al interior para cumplir con una orden de detención preliminar dictada por el Poder Judicial en el marco de las investigaciones por el caso Odebrecht”.

En este segundo lead, RPP da datos adicionales de la noticia como el nombre del hospital donde falleció García y también vincula los hechos al caso Odebrecht. Nuevamente emplea un lenguaje directo, da suficientes datos para que el lector saque sus propias conclusiones y no utiliza ningún calificativo ni sesgo. Se remite a los hechos.

En el caso del portal de Correo, el 17 de abril se publicó el siguiente lead: “El presidente del Congreso, Daniel Salaverry, señaló que la partida del ex presidente Alan García: es un hecho que nos debe llevar a la reflexión a todos los peruanos. Mis condolencias a los familiares del expresidente y a los simpatizantes y militantes del Partido Aprista”, escribió en sus redes sociales.

Para comenzar, este enfoque expresado en el lead de Correo no coincide con el titular: “Minuto a Minuto: Alan García falleció por disparo en la cabeza”. Es decir, en el lead no se dan detalles del hecho, es decir de las circunstancias del fallecimiento del expresidente.

El enfoque de la noticia en el caso del lead de Correo y de su titular tiene un tono más emotivo y más político que lo publicado por La República, El Comercio y RPP. Correo menciona el tema de la familia, y cita a un político, Salaverry, llamando a la reflexión sobre lo ocurrido con García. Indirectamente alude a lo sentimental y no a lo informativo que justamente es uno de los puntos que Martini y Luchessi mencionan sobre la dramatización de la noticia o la noticia de las pasiones más que los datos.

Según estas autoras, muchas veces por volver atractiva la noticia se cae en formatos que buscan atraer al lector por lo emocional más que por lo riguroso.

Por otro lado, a diferencia de los otros medios que se han analizado, Correo utiliza como fuente de información en el lead al contenido de la red social del presidente del Congreso y cita dicha fuente.

Correo es el único medio que cita una fuente en su lead, pero es un inicio de nota informativa atípico. Demuestra un formato híbrido propio de una redacción online. Apela a la actualización constante de la información, una de las características del periodismo online, al usar el recurso de “Minuto a minuto”. Sin embargo, no da toda la información de la noticia y hay muchos vacíos de información a diferencia de los otros medios analizados.

Los leads de La República, El Comercio y el primer lead de RPP usan el mismo verbo: “falleció” y se refieren al protagonista de la noticia en los mismos términos: “expresidente”. Dichos medios utilizan un lenguaje clásico para narrar la noticia y en un formato directo que da la información completa. Ninguno cita a fuentes en el lead, pero esto no es necesario de acuerdo a la teoría. Por otro lado,

los tres medios mencionados dan al disparo como la razón de la muerte de Alan García e informan de la fecha en que ocurre el hecho tanto como el lugar.

El cuerpo de texto

Luego del lead, otro de los elementos de la estructura de la noticia es el llamado cuerpo de texto integrado por los párrafos que le siguen al lead. Tradicionalmente en esta parte se citan a las fuentes de información, se emplean tanto citas textuales como parafraseo de las declaraciones de los entrevistados o se mencionan los documentos que consultaron los periodistas para narrar los hechos. Es importante destacar que, como parte del framing, el manejo de fuentes y la atribución resultan centrales para elaborar la noticia. En el cuerpo del texto se pone en evidencia con más énfasis la responsabilidad del medio, la precisión y la transparencia.

En el primer párrafo del cuerpo del texto, La República cita a una fuente de información para atribuir los datos que publica. Esta fuente confirma lo que este medio informó tanto en su titular como en su bajada y en su lead. En este párrafo se refiere a declaraciones del ministro del Interior, una fuente de élite.

La importancia de referirse a fuentes de información es uno de los pilares de la rigurosidad periodística como han señalado varios autores que se han ido citado a lo largo de la investigación.

Mediante la versión del ministro Carlos Morán, La República afirma que el expresidente atentó contra su vida cuando los policías llegaron a su domicilio para arrestarlo y éstos escucharon un disparo.

Luego, en este relato periodístico se explica que el ex mandatario fue trasladado al hospital. Citan a una segunda fuente, la ministra de Salud quien informó que el líder aprista sufrió tres paros cardíacos y que su condición era delicada. Con rigor, La República se basa en una fuente médica, autorizada, relevante y de élite al ser una alta funcionaria pública para confirmar los datos sobre la salud del protagonista de los hechos. Con una tercera fuente, el secretario personal de García, Ricardo Pinedo, La República confirma que el disparo ocurrió en la habitación del ex presidente mientras el fiscal a cargo del caso ingresaba a la casa del aprista.

Además, en esta nota informativa se cita a una fuente secundaria, una investigación de IDL Reporteros para explicar el contexto en el cual ocurre la noticia. Es decir, que la orden de arresto y el disparo se dan en medio de una investigación que reveló que Odebrecht depositó dinero en la cuenta de Miguel Atala quien a su vez giraba la plata a Luis Nava, exsecretario de Alan García.

Dar detalles del contexto, como se ha explicado anteriormente, es otro de los componentes de la rigurosidad. Para que una noticia tenga claridad y para que el lector pueda consumirla y darse una imagen completa de los hechos es necesario no solo absolver el ¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? Si no el ¿Por qué? Y el ¿Cómo? Que completarán el contexto en el cual se dan los hechos.

La República redacta la noticia con independencia e imparcialidad pues no hay un sesgo ni político ni sentimental en su texto periodístico. Además, utiliza tanto fuentes oficiales como personales vinculadas al fallecido. Incluso cita unas declaraciones del mismo García quien deslinda vínculos con Odebrecht y dijo no conocer sobre dichos aportes de la empresa brasileña.

Para finalizar el relato, en el párrafo final del cuerpo de texto se utiliza una cita directa de Alan García, parte de una entrevista otorgada a los medios en la víspera, “de ninguna manera yo tendría conocimiento de un acto ilícito”. Con dicha declaración del protagonista de la noticia se le da balance e imparcialidad a la construcción del acontecimiento y se deja que el lector saque sus propias conclusiones.

En la nota informativa de La República se utilizan subtítulos para separar dos aspectos de la noticia: las circunstancias del fallecimiento de Alan García y los detalles del caso Odebrecht y las investigaciones al líder aprista. Además, a lo largo del texto se añaden enlaces e hipervínculos para que el lector le dé un clic y se dirija a otras notas informativas con otros enfoques relacionados al caso García. Le permite al lector profundizar a su ritmo y a su manera.

En la versión publicada por El Comercio en la misma fecha, 17 de abril 2019, se inicia la redacción aludiendo a una fuente de información para respaldar lo anunciado en el lead. El Comercio explica que obtuvo declaraciones de Ricardo Pinedo, secretario personal de García, afuera del hospital donde el ex jefe de Estado fue trasladado de emergencia.

Este medio utiliza una cita directa de lo dicho por Pinedo: “Compañeros, ha fallecido Alan García. ¡Viva el Apra!”. Con esta afirmación por parte de una fuente relevante queda confirmado lo informado en el titular, bajada y lead.

A continuación, se cita lo dicho por Mauricio Mulder, en ese entonces congresista aprista: “Un acto de honor”, así calificó la muerte de García.

El Comercio enfatiza la versión de Mulder puesto que citan más declaraciones en las que este juzga al operativo policial y a las investigaciones abiertas contra García clasificándolas como una “persecución fascista y enfermiza” y responsabilizando al Ministerio Público y a los enemigos políticos de Alan García por la decisión que este tomó de quitarse la vida.

A pesar de que El Comercio cita a una fuente allegada a García, la selección de declaraciones, tienen un sesgo político puesto que se le da dos párrafos de espacio al discurso de Mulder quien históricamente es un personaje muy cercano a García. Pero, no es solo la extensión de las palabras citadas si no que no se da ningún dato sobre el contexto. Mulder se refiere a los dos mandatos presidenciales de García, el primero de los cuales también acabó con investigaciones penales. Este contexto no se le da al lector, solo las palabras de un allegado cercano al ex mandatario. La cita colocada fue: “Han buscado el escarnio, los insultos, la agresión permanente contra Alan García, (el ex presidente) ha tomado la decisión de un hombre libre, la decisión que ha tomado es de dignidad y de honor, no permitiendo, quien ha sido ungido dos veces presidente de la República, ser humillado y vejado”, subrayó.

Esta cita es importante en tanto se usan términos que aluden a cierto homenaje o tributo al líder caído: “hombre libre”, “dignidad”, “honor”, “vejado” y “humillado”.

Las reacciones a la noticia, tanto en los medios de comunicación como en la opinión pública, del fallecimiento de Alan García por mano propia se debatieron entre calificar el hecho como digno o por el contrario como un acto de cobardía para evitar ser arrestado.

En un tercer párrafo El Comercio continúa citando a Mulder: “Alan García ha dado su contribución de sangre para que el Perú sea un país democrático y no un país dominado por el apetito de los enemigos”, acotó. Entonces, al darle amplio espacio al punto de vista de un partidario de García y no tener otra fuente independiente que también otorgue su visión de lo ocurrido se estaría parcializando y politizando la información.

El Comercio también citó lo siguiente de boca de Mulder: “sacrificio y gesta de unidad” al referirse a lo ocurrido con García y dedica una página entera a las reflexiones del ex congresista aprista.

La independencia y la imparcialidad, así como el balance son conceptos importantes en la rutina periodística al momento de construir la noticia. Estos conceptos según los investigadores se deben cumplir tanto en el periodismo tradicional como en el digital. Según lo anteriormente acotado, a diferencia de La República, El Comercio desvió la atención del lector del recuento de los hechos hacia las opiniones de Mulder y el homenaje y justificación que este personaje tuvo respecto a las acciones de García.

La independencia implica que como periodistas éticos, no es posible dejar que presiones políticas, ideológicas, económicas o favoritismo personal conduzca lo que se logra enmarcar o destacar al momento de publicar las noticias.

Por imparcialidad se entiende que al elaborar un producto periodístico, resulta como deber involucrar diversos puntos de vista para que el lector saque sus conclusiones y darle información suficiente para que pueda formarse su propia opinión sobre lo ocurrido.

En otro párrafo del cuerpo de texto, El Comercio, en esta nota informativa extensa, cita a la ministra de Salud, Zulema Tomas quien dio declaraciones sobre el estado de Alan García y ella confirmó que la condición de este era “muy grave”.

Luego, El Comercio también cita al ministro del Interior para explicar que la presencia de la policía en el domicilio del ex presidente fue para cumplir con una orden de detención preliminar solicitada por el fiscal José Domingo Pérez. Con estas declaraciones, El Comercio confirma lo que informó en el titular y el lead y además le explica al lector el contexto y detalles de las circunstancias que rodearon a la noticia.

Se incluye una cita directa de Moran luego de que este diera una conferencia de prensa: “la intervención de la Policía Nacional se ha pegado estrictamente a protocolos establecidos apoyado en una diligencia judicial dictada por un juez en un caso emblemático como es el caso Lava Jato”.

Sin embargo, después de esta cita se vuelve a citar al entonces congresista aprista Mulder: “El ex presidente Alan García se encuentra en esta situación sin que le hayan imputado nada, ni siquiera han esperado que el señor Barata hable. ¿Será porque ya saben que el señor Barata no va a decir nada? Entonces, necesitaban de todas maneras hacer este circo”.

Con esta declaración nuevamente se llama la atención al lector y se destaca y enmarca el enfoque político. Se le recalca al lector que se cuestiona el actuar de la policía y el Ministerio Público.

Sin embargo, luego de esto en la nota de El Comercio se incluye un subtítulo: La investigación contra García bajo el cual se busca dar la información sobre los hechos ocurridos antes de la orden de arresto dictada por el fiscal.

En este apartado se informa que Alan García había declarado unos días antes que no se asilaría ni escondería aludiendo al frustrado asilo que pidió a Uruguay en noviembre del 2018.

Antes de los eventos de la mañana del 17 de abril de 2019, a Alan García se le había dictado 18 meses de impedimento de salida del país y la detención preliminar ordenada por la fiscalía estaba justificada por riesgo de fuga.

El Comercio le recuerda al lector unas declaraciones hechas por García a finales del 2018 en las que afirmó que estaba a disposición de la fiscalía de lavado de activos que lo investigaba por corrupción. El Comercio también cita una entrevista en la que el ex presidente reitera que: “no existe ninguna delación, prueba o depósito que me vincule a ningún hecho delictivo y mucho menos con la empresa Odebrecht o la realización de alguna de sus obras”.

En la página web de este medio se explica, dando información de contexto, que al líder aprista se le investiga por supuestos sobornos pagados por la empresa brasileña Odebrecht para obtener un contrato de construcción para la línea 1 del metro de Lima durante su segundo mandato.

Este medio también le recuerda al lector que Alan García, en 2018 había alegado ser “perseguido político” versión que fue desmentida por la justicia y gobierno peruano. Con estas citas directas y datos de contexto, El Comercio

recupera balance al basarse en varias fuentes y diferentes puntos de vista para construir la noticia.

En los párrafos finales de esta nota informativa atípicamente extensa (extensión justificada por el impacto y consecuencias de la noticia), El Comercio le recuerda al lector que la fiscalía también investiga a otros ex mandatarios vinculados con el escándalo Odebrecht como Alejandro Toledo, Ollanta Humala y Pedro Pablo Kuczynski y la lideresa de Fuerza Popular, Keiko Fujimori.

El Comercio explica que los datos usados en su nota informativa se basaron en información difundida por la agencia de noticias AFP que goza de reputación. En la publicación de la noticia del suicidio de Alan García, el mencionado diario le da la opción al lector de acceder a videos y vínculos a otras notas informativas para ampliar la información.

Luego del titular de la nota, el lector tiene la opción de darle click a un video elaborado por El Comercio que resume la trayectoria política de Alan García Pérez. Dicho video tiene como título: las claves de la vida política de Alan García. En el cuerpo de texto están insertados varios enlaces a videos. Uno de estos es un video de las declaraciones de Mauricio Mulder. También se ofrecen varios links a notas relacionadas. Por ejemplo, los enlaces titulados: “Alan García: cronología de su vínculo con los casos que lo llevaron a la detención” y “Alan García: cinco claves sobre las investigaciones en su contra”.

En otro momento el lector también puede acceder a un enlace que tiene texto y video titulado: Alan García: ¿Qué pasó en la diligencia de detención del exmandatario?”. En este caso, el usuario puede darle click tanto al titular como al

video para acceder a la información. Esto comprueba que en el periodismo digital surgen diversos formatos llamados híbridos por los investigadores.

Debajo del texto de la nota informativa se lista una serie de enlaces para acceder a las siguientes notas: “Enrique Cornejo se entregó a la policía para acatar orden de detención preliminar”. Este titular va acompañado de un video. “La situación de Alan García es muy crítica y muy grave”, afirma la ministra Tomás. Adjunto a este titular va un video, dándole la posibilidad al lector de acceder directamente a las declaraciones de la ministra.

A continuación, se ofrecen cuatro titulares adicionales para que el usuario puede dar click e ingresar a leer: “Depósitos coincidieron con viajes y reuniones de Nava y Barata”, “El pleno aprueba dos normas sobre reforma del sistema de justicia”, “Alan García: Con especulaciones no se priva de la libertad” y otra noticia que no está vinculada al caso García: “Congresistas de FP responden a Daniel Salaverry por críticas a su relanzamiento”.

Una de las características del periodismo digital es la posibilidad de actualizar la información constantemente y las multiplataformas. En este caso, El Comercio demuestra rigor al informar puesto que le da al lector todas las posibilidades de consumir la noticia de forma independiente a través de videos y enlaces. Es posible concluir, que El Comercio utiliza los recursos del periodismo digital como son texto, audiovisual e imagen además de los vínculos para darle al lector un panorama completo de la noticia.

En la publicación de RPP se coloca un subtítulo debajo del lead y antes del cuerpo de texto: “Previo al desenlace”. Este subtítulo le anuncia al lector que se dará un recuento de los hechos previos al fallecimiento de García. RPP optó por

enmarcar la información a partir de un enfoque policial y dar los detalles de lo ocurrido esa mañana cuando la policía ingresó a la casa del ex presidente. En este primer párrafo del cuerpo de texto se atribuye a la información a “fuentes de RPP”, frase que indica que se basaron en fuentes confidenciales, “off the record”, es decir que pidieron no ser mencionadas explícitamente.

Es un derecho de los periodistas proteger a sus fuentes y guardar su anonimato como es en este caso. Entonces, RPP describe que, de acuerdo a sus fuentes exclusivas, los policías entraron a la casa de García para detenerlo y este se encerró en su cuarto y “se metió un tiro” como lo publicaron.

El uso del lenguaje en estas primeras líneas del cuerpo de texto es directo, pero algo informal y coloquial. Esto se refuerza por la frase: “se metió un tiro”, que es una expresión popular. Luego, se explicó que el ex mandatario fue llevado al hospital e ingresado al área de Trauma Shock. A continuación, se cita directamente una entrevista realizada por RPP al aprista Luis Gonzales Posada quien comenta el estado de salud de Alan García Pérez la mañana del 17 de abril: “es sumamente grave”.

Después de la declaración de Gonzales Posada, RPP cita indirectamente a Erasmo Reyna, abogado de García quien confirma que la situación del ex presidente es delicada y que a este lo están operando.

Continuando con la información de la salud del líder aprista, RPP cita a una tercera fuente, la ministra de Salud, Zulema Tomas quien declaró en rueda de prensa: “La situación es muy grave”. Tomas informó que García fue reanimado luego de sufrir tres paros cardiorrespiratorios.

Una cuarta fuente, el director del hospital Casimiro Ulloa, Enrique Gutierrez fue citada indirectamente para dar detalles de lo ocurrido. Gutierrez informó que el ex gobernante presentó un “disparo de arma de fuego en el cráneo con orificio de entrada y salida” y que los médicos del hospital participaban de la operación. En este punto, RPP pasa del enfoque policial, al médico con detalles específicos citando palabras como “disparo”, “arma de fuego”, “orificio” que hacen de la narración bastante gráfica.

Continuando con la lectura del cuerpo de texto, RPP inserta un segundo subtítulo: “Orden de detención preliminar” para darle al lector los detalles detrás de la orden de detención preliminar que pesaba sobre García.

En este apartado se explica que el Poder Judicial dictó la orden de detención preliminar contra el expresidente Alan García en el marco de las investigaciones que se le siguen al líder aprista por el caso Odebrecht.

Nuevamente, para explicar la información del contexto judicial de la noticia, RPP menciona “fuentes de RPP Noticias” pero no atribuye explícitamente el nombre de dichas fuentes. De acuerdo a estas fuentes confidenciales, la orden de detención preliminar alcanzó también a Luis Nava, exsecretario de Palacio durante el segundo gobierno aprista y al empresario Miguel Atálla, amigo cercano de García.

Para finalizar la nota, se cita una entrevista que Alan García concedió a RPP Noticias en la víspera: “Sería una gran injusticia que se dicte una detención preliminar”. García también dijo: “Con especulaciones no se priva a personas de la libertad, ni siquiera de manera preliminar”. Entonces, RPP Noticias, en su construcción digital de la noticia usa un lenguaje directo, alude a diferentes

enfoques de los hechos como el médico y el judicial e informa valiéndose de diferentes puntos de vista y fuentes.

RPP Noticias da un panorama amplio y con suficiente información para que el lector forme su propia opinión. No hay un sesgo que favorezca a ninguna de las partes involucradas en la noticia.

En esta nota informativa no se incluyen enlaces a vídeos ni vínculos a otros titulares. Sin embargo, a lo largo de la narración, se subrayan ciertas frases con hipervínculo a las que el lector puede dar click para ampliar la información. Por ejemplo, las frases con hipervínculo son: “por orden del Poder Judicial”, “es sumamente grave”, “La situación es muy grave”, “Odebrecht”. Al darle click estos enlaces llevan a las declaraciones originales de la fuente o información adicional.

Al tratarse de un personaje de gran prominencia en la historia política peruana sí se siente la ausencia de alguna información relativa a la carrera política de Alan García Pérez. Al tratarse de un producto digital se podría haber adjuntado como hizo El Comercio algún vínculo o acceso multimedia para que el usuario consuma videos o notas relativas al personaje.

RPP Noticias publicó una segunda nota informativa el 17 de abril del 2019 en la cual se enfoca en el homenaje que a Alan García le realizaron sus simpatizantes en el local del partido aprista. Entonces, el relato de los hechos, de acuerdo a este enfoque o marco, inicia con la descripción del recorrido de la carroza que trasladó el cuerpo de García. Según RPP Noticias, esta salió del Hospital Casimiro Ulloa con destino a la Casa del Pueblo, local principal del Partido Aprista a las 8.35pm donde informaron que se velarán los restos del ex mandatario sin la presencia de miembros del Estado peruano.

RPP Noticias recuenta que un centenar de personas recibieron el ataúd y se reunieron en el Aula Magna del salón principal del partido para rendirle homenaje. Después de explicado esto se colocó un subtítulo: “Así sucedió todo” para indicarle al lector que a continuación se darán detalles de la jornada informativa en torno a la noticia del fallecimiento del líder aprista. El tono del relato de RPP Noticias es directo y no hay un sesgo o politización de la información. Se menciona bajo el subtítulo a una fuente, la ministra de Salud quien confirmó para este medio que, al ingresar al hospital, Alan García estaba grave y que durante la operación sufrió tres paros cardiorrespiratorios y esta fuente informó que pese a los esfuerzos del equipo de neurocirujanos de esta y otras instituciones el exmandatario falleció.

Hay que destacar la importancia de basar la información que se publica en fuentes pertinentes, fiables, relevantes y autorizadas para confirmar y verificar los hechos. Por ejemplo, RPP Noticias utiliza el testimonio de una fuente de élite, la Ministra de Salud para poner en contexto datos de la salud del presidente y declararlo fallecido. Dado de lo delicado de la información RPP actuó con rigurosidad y prudencia.

Adicionalmente, RPP complementa lo dicho por Tomás con una fuente de segunda mano, un documento, el comunicado oficial del hospital Casimiro Ulloa que confirma la muerte de Alan García a las 10:05 am el 17 de abril de 2019. Citan parte de este documento: “producto de una hemorragia cerebral masiva por proyectil de arma de fuego y paro cardiorrespiratorio”. Dichos términos pueden parecer gráficos, pero forman parte de la verificación de lo ocurrido.

Sobre todo, porque durante la jornada se especuló mucho sobre los detalles de la muerte de Alan García. Parte de la opinión pública incluso dudo de la veracidad del fallecimiento de esta prominente figura política.

Otro concepto, parte de las rutinas periodísticas es el de la responsabilidad. Riordan (2014) menciona que los medios tienen que responder por la información y atribuir a fuentes fiables lo que publican. La académica cree que esto se debe cumplir tanto en el periodismo tradicional como en el digital.

RPP Noticias se vale de una línea de tiempo y describe que a las 6.45am de ese día, el expresidente ingresó al hospital con el diagnóstico de “impacto TEC grave por proyectil de arma de fuego y hemorragia incontrolable de base del cráneo”. También informó que García ingresó a la sala de operación a las 7:17 horas. Con estos datos, el lector puede sacar sus propias conclusiones respecto al enfoque médico de la noticia. Aunque los términos usados son gráficos y ya depende del estilo y la línea editorial del medio de prensa incluirlos o no.

Puede ser que para algunos estas descripciones puedan herir la sensibilidad de los lectores o incluso de los familiares y allegados al protagonista de la noticia. Sin embargo, la razón de ser tan explícitos con los detalles puede deberse a que hubo mucha especulación y rumor e incluso teorías de la conspiración que afirmaban que Alan no había muerto y que reaparecería en cualquier momento.

Después de agotar la información médica, en esta nota informativa, se dedican al enfoque judicial de la noticia. Citan al ministro del Interior, Carlos Morán, para informar que el fiscal José Domingo Pérez notificó a la policía de la orden judicial de allanamiento, descerraje y detención preliminar. Adicionalmente, y a diferencia de El Comercio y La República, mencionan que el fiscal Henry Amenábar

Almonte llegó al domicilio del expresidente a las seis de la mañana e ingresaron previa identificación.

Entonces, queda clara la línea de tiempo. Los efectivos policiales ingresaron a la casa de García a las 6am y al poco rato este se disparó y a las 6.45am fue ingresado de emergencia al hospital y a las 7:17 am ingresó a la sala de operaciones y finalmente pasada las 10 de la mañana falleció.

RPP Noticias cita a Almonte para dar a conocer que este comunicó a García, mientras este estaba parado en las escaleras que llevaban al segundo piso de su casa, que iba a ser detenido, el ex presidente avisó a los efectivos policiales que iba a realizar una llamada telefónica a su abogado. “En ese momento ingresó a su habitación, cerró la puerta y se disparó”. Luego se informó que la policía forzó el ingreso y lo encontró sentado y con una herida en la cabeza. Esto lo cuenta el fiscal Aponte en declaraciones a RPP Noticias. Esta fuente no la utilizan ni El Comercio ni La República.

Para terminar el texto, RPP Noticias dedica un párrafo a resumir la trayectoria política de Alan García. Se menciona que fue elegido presidente en dos periodos: de 1985-1990 y 2006 a 2011. También destacan que en los últimos años estuvo envuelto en las investigaciones de corrupción del caso Lava Jato.

RPP Noticias, en el final de la nota incluyen declaraciones de Alan García, parte de la última entrevista que daría a este medio, en la que calificó de “injusticia” su detención preliminar. “Con especulaciones no se priva a personas de la libertad”. RPP utilizó suficientes fuentes y declaraciones para exponer los hechos y en ningún momento demuestra un sesgo político ni cita declaraciones de simpatizantes apristas.

Sin embargo, para darle balance e imparcialidad y rigor a la transmisión de la información en un formato digital, el lector tiene acceso a imágenes que grafican comentarios y reacciones que personajes públicos publicaron en sus redes sociales.

Por ejemplo, luego de acabado el texto central de la nota informativa se colocó la publicación hecha por el abogado de García, Erasmo Reyna, a través de su cuenta de Twitter: “¡Alan no ha muerto, está junto a Haya”. Y se coloca la hora y la fecha en la cual Reyna realizó dicho Tweet: 10.26am del 17 de abril 2019.

Otra imagen que se usó fue la del Tweet de Nilda Vílchez, ex Fiscal de la Nación y ex funcionaria aprista: “Partió con Honor @AlanGarcíaPeru En el dolor...hermanos!”. Esto fue publicado por Vílchez a las 10.19am del 17 de abril de 2019. Tanto en el caso del Tweet de Reyna como el de Vílchez, se incluye, al lado de la imagen, la cuenta de Twitter en hipervínculo por si los usuarios quisieran acceder a la información de forma directa.

Debajo de la nota también se encuentra un título: “Noticias relacionadas” indicando al lector una lista de vínculos a distintas notas informativas con distintos enfoques de la noticia: “En el dolor hermanos!: El mensaje de Jorge del Castillo tras la muerte de Alan García”, “Abogado de Alan García anunció acciones legales contra fiscales y policías que participaron en diligencia (VIDEO)”, “Murió Alan García: ¿Cuál es el protocolo que se debe seguir ante el fallecimiento de un ex presidente?”, “Salvador del Solar dio sus condolencias por el fallecimiento de Alan García”.

Adicionalmente, RPP Noticias otorga un enlace para que el lector ingrese a cómo la prensa internacional cubrió la noticia: “Así informó la prensa internacional

sobre la muerte del ex presidente Alan García” dándole relevancia mundial al tema. No es un secreto que García fue considerado como el Kennedy peruano y que impactó tanto en la política nacional como internacional.

Como parte del cuerpo de texto, también se añadió un enlace al video de la última entrevista que Alan García le concediera a RPP y varios retratos de García e imágenes del homenaje en la “Casa del Pueblo”. Entonces, al igual que El Comercio y La República, RPP Noticias utiliza los recursos digitales para darle la posibilidad al lector de consumir a su ritmo la ampliación de la información y otros enfoques de los hechos mediante el acceso a videos, notas adicionales, cuentas de redes sociales etc.

La construcción de la noticia en el caso del formato digital del diario Correo, no utilizan un formato tradicional de nota informativa. Esta estructura se diferencia de la forma como informaron El Comercio, La República y RPP Noticias como se explicará a continuación.

Según la teoría, en el mundo digital aparecen distintos formatos llamados híbridos para transmitir la información. Además, la inmediatez, actualización constante, el uso de hipervínculos y multiplataformas caracterizan a las redacciones online.

En el paso de una prensa impresa a una virtual se dan muchos cambios. Sin embargo, varios autores coinciden en afirmar que lo que no debe variar es la rigurosidad con la que informa tanto en el periodismo tradicional como en el digital. Ello no quiere decir que en el amplio espectro de los medios que se dedican al periodismo no vayan a existir distintos formatos, lenguajes, líneas editoriales y estilos como los hay también en el periodismo tradicional donde los grandes

nombres de las empresas periodísticas conviven con formatos más populares y espontáneos.

Actualmente, el periodismo independiente y emprendedor está creando formatos de alta calidad y nuevas formas de consumir información. Hay tantas posibilidades que ofrece el mundo digital pero muchas veces no son explotadas por las empresas porque no se cuenta con el presupuesto para capacitar a los periodistas o porque no hay el interés para hacerlo.

En todo caso, el análisis del caso Correo revelará algunas diferencias que surgen en distintas páginas de noticias online de medios peruanos al momento de cubrir la misma noticia.

Entonces, Correo, a diferencia de La República, El Comercio y RPP Noticias no cumple con ofrecer en su cuerpo de texto la información que anunció en su titular y bajada. El titular ofrece dar un recuento minuto a minuto del fallecimiento de García.

Como se pudo observar, RPP Noticias maneja una clara línea de tiempo de los acontecimientos desde que García se dispara, ingresa al hospital, es operado, se anuncia que fallece y los homenajes en el local de su partido. Esto es lo que se espera saber al leer el titular de Correo, pero se presenta otra información.

El primer párrafo del cuerpo de texto no existe en la nota informativa de Correo puesto que luego del lead aparece una hora, las 10:42 y debajo de esto una línea en la cual se indica que la entonces vicepresidenta Mercedes Aráoz lamenta la partida del líder aprista. Luego de esto hay una imagen de la cuenta de Twitter de Aráoz con un Tweet que este publicó a las 10:42 de la mañana del 17 de abril:

“Lamento profundamente la pérdida del presidente Alan García en estas terribles circunstancias. Hago llegar mis condolencias a sus familiares y a sus compañeros apristas”.

En seguida aparece otra hora, las 10:38 y debajo unas líneas que explican que Mauricio Mulder declaró a la prensa después de conocerse la muerte de Alan García y se citan dichas declaraciones: “Alan García ha dado su contribución de sangre para que el Perú sea un país democrático”. Después de las declaraciones de Mulder, Correo, en esta nota informativa coloca la hora 10:29 am y una frase en la cual informa que el entonces presidente Martín Vizcarra envía sus condolencias a la familia de García Pérez. En seguida el lector aprecia la imagen de la cuenta de Twitter de Vizcarra: “Consternado por el fallecimiento del ex presidente Alan García. Envié mis condolencias a su familia y seres queridos”.

Entonces, se evidencia que el cuerpo de texto está integrado por las condolencias que varias figuras públicas colocaron en sus cuentas de Twitter y que Correo reproduce sin añadir información de contexto y comprueba que lo dicho en el titular no era del todo cierto. Se da minuto a minuto el desarrollo de las publicaciones de Twitter, pero no detalles de la noticia.

La claridad o ausencia de ambigüedad son aspectos a tener en cuenta en la transmisión de una noticia. Estos criterios no se emplearon en la construcción de la noticia en el caso de Correo. A lo expresado por Vizcarra, Correo continúa y a las 10:19 explica que la exministra de la Mujer, Nidia Vílchez anunció vía Twitter que García falleció: “Partió con Honor”. Esta colección de Tweets es una manera novedosa de recopilar las declaraciones de importantes personajes de la política

nacional pero la falta de contexto y de información le resta peso e importancia a la transmisión de la noticia.

La nota informativa continúa con otras horas en la línea de tiempo de Correo. A las 7:20 am del 17 de abril se explica que el ex presidente de la República, Alan García atentó contra su vida al dispararse en la cabeza tras conocer la orden de detención en su contra. Citan al comunicado del hospital Casimiro Ulloa, pero no queda claro si el anuncio del hospital ocurrió a las 7.20am o si García falleció a esa hora.

Esta imprecisión va en contra del concepto de verificación de los hechos que es importante para preservar la calidad de la información. Mientras que la narración continúa bajo ese mismo horario 7:20am: “Los médicos están intentando estabilizar en el área de trauma shock”. Este dato no alude a una fuente concreta ni explica qué se trata de información obtenida de forma confidencial. Es decir, no se atribuye la información y no se es transparente con el lector de dónde se obtienen los datos. Clara falla de rigor al informar.

Con ese horario se finaliza la nota informativa y varios datos y temas en torno al fallecimiento de García y lo ocurrido durante la jornada quedan sin explicar. Lo que sí se ofrece es un listado de enlaces a notas informativas relativas al caso: “Mauricio Mulder tras fallecimiento de Alan García: Tomó una decisión de dignidad y de honor”, “Alan García: Envían mensajes de condolencias a Roxanne Cheesman”, “Abogado de Alan García tras su fallecimiento: “No ha muerto, está junto a Haya”, “Keiko Fujimori: Elevo mis oraciones por él”, “Reyna discutió con fiscal por continuar con diligencia tras muerte de Alan García”.

Estos titulares tienen el mismo contenido, son declaraciones de personalidades más que distintos enfoques de la noticia como detalles médicos o judiciales o antecedentes al caso o de la vida del renombrado político.

Alguna vez se dijo que para entender el periodismo de hoy se debe tener una cuenta de Twitter y también que la profesión de la información se ha convertido en una colección de declaraciones, dimes y diretes y opiniones sin contexto.

3.2.4 Importancia del discurso: Significante y significado

Según Teun Van Dijk (1990), la noticia es la reconstrucción de los discursos que estén disponibles. De acuerdo a la teoría del framing, la noticia es una delimitación de la realidad. Para Umberto Eco (2011), los mensajes producen una reacción en el que decodifica un mensaje y se genera un efecto en el consumidor.

Estas ideas sirven para entender la importancia que ejerce el discurso en la decodificación del mensaje periodístico. En esta sección se aplicará a la muestra las dimensiones del análisis del discurso que han trabajado en la construcción de la noticia. Estas son: el lenguaje, el tono, el contexto, el estilo, los términos, las referencias, formas y persuasión del mensaje. Todo esto aporta a generar una serie de símbolos o significantes que construyen un significado en el lector.

De acuerdo a la teoría de la semiótica, en el mensaje, hay un nivel denotativo que se refiere al uso del lenguaje cotidiano o común que tiene un significado directo de los términos, el cual se puede hallar en las definiciones del diccionario. Sin embargo, hay un segundo nivel de significado, el connotativo, que es interpretativo

y está influenciado por lo emocional, simbólico, las asociaciones personales y culturales.

Según anotó la periodista Meneses (2019), sobre el discurso al momento de construir la noticia sobre Alan García, la importancia de no romantizar el tema del suicidio, la complejidad de construir la muerte de un hombre que decidió no enfrentar a la justicia como un acto de honor.

En la construcción de la noticia digital se utilizan tanto códigos del lenguaje escrito como del audiovisual. La nota informativa en el lenguaje digital puede ir acompañada de una fotografía, de una imagen construida o editada, de un elemento audiovisual y elementos hipertextuales. El significado está construido por las palabras, pero también por las imágenes de cada nota informativa, los hipervínculos, los videos y cualquier otro elemento gráfico.

Cada nota informativa se decodifica como un todo en el cual las partes van creando significado. Por ejemplo, la repetición de palabras, el orden de la estructura y el uso de material audiovisual impacta en el significado general del mensaje.

Se han encontrado ciertas coincidencias teóricas en cuanto al uso del lenguaje como dimensión de análisis tanto en la teoría del *framing* como en la teoría del discurso. Parte del análisis del discurso se ha descrito en la sección anterior dedicada a aplicar las dimensiones de la teoría del *framing*.

Todo medio de comunicación tiene un estilo particular. En su cobertura de la noticia, La República empleó un lenguaje formal, un estilo directo y periodístico para narrar los hechos. Se usaron palabras coherentes para describir las circunstancias. Por ejemplo, dos veces se usó la frase, “atentó contra su vida” para

expresar el tema del suicidio. La palabra “disparo” y “dispararse” se usó dos veces y “suicidio” solo una vez. Por otro lado, en la parte gráfica, para la imagen abridora, se optó por una fotografía de archivo del rostro del ex mandatario editada sobre una imagen del hospital Casimiro Ulloa. En este retrato, García mira hacia arriba con un rostro serio. Dicha imagen tendrá una lectura diferente para cada lector, pero no se desprende ningún sesgo particular. Las otras cuatro fotografías que se publicaron representan distintos momentos de la actividad política de García.

El tono y estilo con el que El Comercio narra la noticia es formal y directo. Para referirse al suicidio se usó el término “suicidó” y “disparara” que aparecieron una vez. También se usaron las frases: “acto de honor” y “quitarse la vida” y la palabra, “falleció” se empleó dos veces. Hay varias referencias a la dimensión judicial de la noticia: “detención preliminar”, “persecución política”, “impedimento de salida del país”, “riesgo de fuga”, “lavado de activos”, “asilo” y “sobornos”. La repetición de términos, la claridad y el contexto ayudan a que el lector se forme una imagen de lo ocurrido.

El Comercio ilustra la noticia con una imagen de archivo, un retrato del ex mandatario en el cual aparece con los ojos cerrados, mirando hacia abajo y las manos juntas como en rezo. A un nivel denotativo es un hombre con las manos juntas, pero a un nivel connotativo se puede leer que es un hombre orando o arrepentido.

En el caso de RPP también utilizan un lenguaje directo y formal a excepción de un par de términos más coloquiales e informales. Por ejemplo, “Se metió un tiro” cuando antes usaron “disparo en la cabeza”. La fotografía que publicaron es una imagen de Alan García declarando a la prensa en compañía de uno de sus

correligionarios. En la segunda nota, la imagen es del féretro de García en la casa del Pueblo.

Correo emplea un lenguaje más informal y la presentación gráfica juega con el tamaño de la letra y se presenta un collage como imagen para presentar la noticia. Aparece en un recuadro una fotografía de Alan García con un gesto que tiene la boca entreabierta mostrando parte de la lengua. Del mismo modo, el diario opta por llamar la atención del lector al colocar un titular en mayúsculas. Luego, sí se emplean términos formales como “detención preliminar”, “falleció”, “disparo” pero, la atención a la noticia de la muerte del ex presidente se distrae por las muestras de condolencia de varias figuras públicas.

Pensando en una lectura general, los distintos medios analizados realizan una construcción distinta de un tema delicado como fue el suicidio de un ex presidente peruano. Cada medio construye el significado usando líneas temáticas que van desde lo judicial, médico al hecho mismo de las circunstancias del fallecimiento de Alan García Pérez.

CAPÍTULO IV DISCUSIÓN

El análisis de las notas periodísticas, la revisión de fuentes de información, el lenguaje usado, la estructura entre otros métodos empleados como informar sobre los antecedentes permiten exhibir una discusión de tipo científico sobre un acontecimiento que fue expuesto al público mediante los portales web de cuatro de los medios más visitados y reconocidos, estableciendo diferencias entre ellos en torno a la muerte de Alan García.

Exactitud y precisión.

Riordan (2014) en una investigación realizada en el Instituto Reuters y la Universidad de Oxford, tuvo como objetivo analizar qué valores del llamado *legacy journalism* o periodismo tradicional han quedado y qué nuevas rutinas o conceptos se usan en el periodismo digital.

Hay tres valores clave en tanto estándares editoriales del periodismo: precisión, independencia e imparcialidad. La investigadora examinó cómo estos valores se han adaptado y enfocado en la era digital. En función a ello, es que el autor señala que lo “...digital trae diversidad. Internet ayuda a la transparencia de la información, la opinión tiene un sitio importante en el periodismo moderno, se presentan datos con sentimiento y el periodismo con un punto de vista coexiste con un periodismo imparcial” (Riordan, 2014, p. 6).

Lo que para muchos expertos es un divorcio completo entre las rutinas y valores del periodismo tradicional y las formas de trabajo de periodistas y empresas digitales, para otros es visto como una oportunidad y una simbiosis de la cual ambos bandos pueden aprender. Lo nuevo no anula lo tradicional y viceversa. Esto

lo notamos en el uso de fuentes tanto tradicionales (líderes de opinión, autoridades y ministros) como las redes sociales como tipo de fuente nueva.

Riordan (2014) apunta que muchos estándares del periodismo que “...fueron creados hace cien años aún caben dentro del mundo digital pero este Nuevo Periodismo también es pionero en el uso de otros estándares y formatos híbridos que nacen en lo virtual” (p. 7). El autor descubrió, a través de entrevistas a profundidad a reconocidos e importantes periodistas y editores de la industria internacional, que, si en la prensa tradicional se defienden valores como la fidelidad a los hechos y al uso de métodos objetivos como la verificación, en el oficio en red se admite que el periodismo puede tener una perspectiva o punto de vista y estar anclado en la transparencia y la evidencia como método de trabajo.

Entonces, existen varias investigaciones sobre el rigor y los valores en el periodismo hoy es una confrontación entre las viejas rutinas y los nuevos procedimientos. Tal vez, algunos términos han cambiado pero los valores parecen ser los mismos. Este concepto del rigor está relacionado al uso de fuente de información para basar la redacción y construcción de la noticia.

Riordan (2014, p. 8) cita a Marc Fisher, editor del Washington Post quien expresa que los representantes de los medios tradicionales estaban impulsados a buscar la verdad para darle a los ciudadanos la información que estos necesitan para ejercer sus derechos democráticos, los reporteros de la vieja guardia se centran en verificar los hechos y presentarlos a los lectores; y los periodistas digitales han expresado que su manera de crear la noticia es más democrática, honesta y rápida.

La realidad dicta que se presentan historias sin estar completamente comprobadas ni vetadas porque se cree que, de alguna forma gracias a internet, los errores se corregirán y la verdad saldrá a la luz por ensayo y error.

Otros, como Margaret Sullivan, editora del New York Times, también citada por Riordan (2014) expresa que “ser veloz está bien pero que estar en lo cierto y lo correcto es mejor” (p. 10).

No es un secreto decir que el volumen de información que se debe verificar en el mundo de internet es tal que muchas organizaciones periodísticas no tienen el presupuesto ni el personal para tal tarea. Somaiya y Kaufman (Citada por Riordan, 2014) explican que la verdad nunca ha sido un ingrediente esencial en el contenido viral de internet y muchos portales de noticias se justifican diciendo que es parte del nuevo entorno esta ausencia de verificación.

Algunos periodistas, como explica el académico y ex director de la BBC, Richard Sambrook, quien es citado por Riordan (2014), creen que hoy en día, la responsabilidad de evaluar la precisión y la calidad de la información debería recaer en los mismos consumidores en vez de en los que la producen.

Entonces, se plantea un debate académico y práctico que continúa en torno a cuáles rutinas y estándares del periodismo tradicional calzan dentro del periodismo digital y cuáles nuevas exigencias de calidad se usan en el oficio en red.

Algunas de estas preguntas giran en torno a: ¿Cuáles son las diferencias entre esos estándares? ¿Cuáles son los nuevos estándares? ¿Cuáles principios aún se comparten?

Por otro lado, es cierto que cada medio periodístico sea tradicional o digital, defenderá valores o reglas que rijan la labor de sus periodistas. Por ejemplo, el manual de valores de la BBC de Londres indica más de cien directrices que ordenan el trabajo periodístico. Entre estos valores mencionan: veracidad, exactitud y precisión (BBC, 2007).

Muchos medios periodísticos coinciden en que la exactitud y la precisión de la información que difunden importa más que la rapidez con la cual se transmite dicha información.

Riordan (2014) expone que “La precisión siempre ha estado en el núcleo base del periodismo, pero, en la era de la noticia viral, la verificación es una herramienta esencial” (p. 10).

En una conferencia organizada por la UPC en 2018, el reconocido periodista español, Gurmesindo La Fuente expuso que desde los años 1960s se comenzó a dar la profesionalización de la actividad periodística. Con lo cual se comenzaron a cimentar los valores sobre los cuales debía estar construido el periodismo. “El periodismo sin ética no existe. Sin rigor ni compromiso, sin decencia no existe” (La Fuente, 2018).

La Fuente (2018) subraya que solo basta un dato falso para que el trabajo del periodista quede inválido, para que desaparezca la credibilidad. Es posible entonces, vincular la idea de credibilidad de un periodista y de un medio de comunicación a la rigurosidad con la que trabaje.

En un ensayo sobre el periodismo digital, el investigador español, Julio Cerezo cita a David Remnick, director de The New York Times quien habla de la

importancia y vigencia de la investigación en el periodismo y acota que “Sin una rigurosa cultura de investigación, de explicación, de contar bien las historias, de presionar al poder, de mantener la independencia, no hay periodismo. Este tipo de periodismo es muy caro, pero hay algo más caro para la sociedad: no tenerlo”. (Cerezo, La Fuente, Salaverría, 2011, p. 3).

Richard Keeble (2000), periodista estadounidense y autor de “The Newspaper handbook”, un manual para periodistas explica que los estadounidenses han desarrollado el concepto de “periodismo de precisión” para referirse “...al contenido informativo en internet. Esto como una exigencia de estándares de calidad y rigurosidad” (p. 59).

Varios autores y académicos que se dedican a analizar la profesión coinciden en que tanto para el periodismo impreso como para el digital se deben seguir las mismas directrices y valores.

Los métodos del periodista: Verificación y comprobación

Comprobar y contrastar los hechos son conceptos importantes en el ejercicio del periodismo. Se requiere consultar y cruzar información con fuentes confiables antes de difundir las noticias. Como explicó Keeble (2020) hay una exigencia en el periodismo estadounidense de hacer un periodismo de precisión en internet (p. 59). Sin embargo, el autor indica que, en la tradición anglosajona, la precisión y la rigurosidad se mantienen independientemente del soporte donde se publique la información.

En ese mismo sentido, Tuchman (1983) manifiesta “Los informadores se autodefinen como profesionales y defendieron a la noticia como una representación verídica de los acontecimientos” (p. 223).

Martini (2000) expone en su libro sobre el periodismo y los procesos de elaboración de la noticia, por ello explica que hay dos deberes o tareas centrales en el trabajo del periodista para construir la noticia: “obtener la información a través del acceso a las fuentes y verificar su confiabilidad” (p. 47).

En este acelerado mundo inundado por opciones para obtener información, los periodistas deben ser guías de fiabilidad. Aparecen, como ya ha sido mencionado, iniciativas independientes de *Fact checking* o servicios de comprobación y verificación de datos. Las empresas periodísticas contratan servicios de terceros para asegurarse de que tienen los datos correctos de fuentes confiables.

Aún con tantos cambios en la profesión, la verificación continúa siendo uno de los pilares del trabajo riguroso de los periodistas.

Mucho se ha teorizado sobre el vínculo entre la información periodística y la verdad. La verdad significa cosas diferentes para muchos, en consecuencia, también un periodista siempre tendrá un sesgo subjetivo en su trabajo. Se puede ser honesto, pero no objetivo a la hora de elaborar un texto o imagen de prensa. El método es el objetivo no el periodista (Kovach y Rosenstiel, 2012).

Kovach y Rosenstiel (2012) afirman que “es posible que las técnicas hayan variado pero los principios subyacentes son los mismos porque el primer compromiso del periodista es con la comprobación” (p. 35).

Tuchman (1983) explica que, entre los profesionales de la información, la profesionalidad surgió en 1890 pero no fue sino hasta los años 1920 que se trabajó con nociones como neutralidad y objetividad profesional. “Los informadores debían demostrar su imparcialidad, evitando explícitamente la distorsión de los hechos y la parcialidad” (p. 174).

En su libro, Tuchman (1983) recuerda que desde el siglo XVIII, los medios de comunicación han identificado a sus actividades con “...la libertad de la palabra, tal como está indicado en la Primera Enmienda de la Declaración de Derechos. Desde la Primera Guerra Mundial los periodistas también vinculan su labor con la democracia al ser árbitros de la realidad social” (p. 179).

La objetividad y la independencia “son dos preocupaciones tradicionales de la prensa” (Martini y Luchesi, 2004, p. 55). Sin embargo, las autoras alertan que la construcción de los hechos y la idea de que la noticia es un reflejo fiel a los hechos pasa por alto que los relatos que son publicados en los medios están atravesados por intereses empresariales, políticos, personales y por diferentes representaciones y exigencias sociales.

Hoy en día, el valor de la verdad está cuestionado según Martini y Luchessi (2004) quienes explican que la “dramatización y la narrativización de la información construye un verosímil que estandariza a los públicos y que permiten a los profesionales crear productos exitosos que puedan competir dentro del campo de poder en la sociedad” (p. 55). Es, por tanto, posible concluir que lo que Martini y Luchessi (2004) plantean coincide con las ideas de Kovach y Rosenstiel (2012) sobre la banalización de la información y la sociedad del espectáculo de Vargas Llosa.

Para MacDonald (2018), en su libro sobre la verdad, las verdades parciales y las cifras mal entendidas que hay detrás de una historia despojada de contexto afectan cómo se crea la realidad. Según el autor “los comunicadores pueden explotar la información para variar la impresión que da de la realidad” (p. 15).

Fenton (2010) afirma que en “...la era del periodismo digital algunos términos clásicos como la búsqueda de la verdad son reemplazados por transparencia y responsabilidad” (p. 61). Entonces, los periodistas de hoy heredan conceptos de antaño y los transforman en prácticas y rutinas nuevas.

Heemsbergen (2013), investigador de la Universidad de Melbourne en Australia también exploró el tema de la transparencia en el periodismo digital. El autor considera que “la transparencia es una oportunidad para la evolución y mejora de las prácticas periodísticas y democráticas. La transparencia para él revela formas en las cuales los periodistas deben trabajar hoy” (p. 1).

Hay varias investigaciones que señalan que los periodistas digitales dentro de sus rutinas entienden a la transparencia como el uso de fuentes de información que provienen del público consumidor, lo que le daría un rostro más colaborativo a la profesión como han hallado Bruns (2011) y Wilson, además de Saunders y Bruns (2008) quienes son citados por Heemsbergen (2013, p. 50).

Como conclusión, para este investigador de la Universidad de Melbourne, uno de los mayores potenciales de la transparencia como concepto es que deriva en la riqueza de redes de información que se usan para resolver los dilemas de la actual sociedad.

La estructura y construcción de la noticia.

La noticia es la transmisión de un hecho relevante e importante que tenga interés general. Martini (2000) opina que el periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa. Asimismo, el autor define a la noticia como “el relato de un suceso que implica o afecta a individuos de la sociedad” (p. 32).

El autor explica que la noticia puede ser definida como una construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, carácter imprescindible y, efectos en la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento.

También es argumento del autor inferir que la forma de construir las noticias es habitual y responde a un “...consenso en cada medio de comunicación que tiene una manera particular de ordenar el trabajo y directrices sobre lo que debe hacer el periodista. Cada organización define lo que es noticia y lo que se debe publicar” (Martini, 2000, p. 45).

Además de ello, Martini y Luchesi (2004) opinan que “Las rutinas productivas responden a las características tecnológicas y cognitivas de cada tipo de medio y a la visión de realidad de cada medio” (p. 67). A su vez, citan a Gans quien explica que dichas rutinas de producción de la noticia derivan de valoraciones que se otorgan a un acontecimiento hecho para ser o no publicado y en las redacciones se decide cuáles son los ingredientes necesarios de toda noticia.

Gans (1979) en Martini y Luchesi (2004) considera que “...esta valoración del acontecimiento también se relaciona con los intereses políticos y económicos de la empresa y de las instituciones y con la necesidad de atraer a la audiencia” (p. 53).

Martini y Luchesi (2004) reflexionan sobre la edificación de la noticia y como esta se sustenta en el respeto al derecho que tiene "...la sociedad de estar informada y responde a una rutina que se resume en la selección de un acontecimiento, su valoración como ruptura de la cotidianidad, la interpretación y finalmente la construcción de la versión que se hace pública" (p. 67).

La investigadora española, Fontcuberta (2016) en su ya famoso texto sobre la noticia y el periodismo explica que la palabra noticia forma parte hace mucho del vocabulario diario y es un término cotidiano que opera de la misma forma como sucede cuando se entera de algo importante y quiere contárselo a otros: "Intentamos transmitirlo con la máxima rapidez, al mayor número de personas y con el máximo impacto" (p. 15).

En su libro, "La noticia: Pistas para percibir el mundo", De Fontcuberta (1993) narra que, al inicio, la noticia periodística se definió como la comunicación a un público interesado, de un hecho que acababa de producirse o de anunciarse a través de unos medios de comunicación masivos.

Las noticias eran consideradas como un reflejo de la realidad que tenía que describirse, explicarse e interpretarse para que los receptores pudiesen formarse la opinión pública. Los medios no tardaron en recibir críticas por pensarse que ofrecían una realidad parcial, deformada y así apareció el debate sobre la posibilidad o imposibilidad de la objetividad periodística. De Fontcuberta (1993) hace referencia a esta situación y acota que "Unos defendían conceptos como verdad, rigor informativo, punto de vista e imparcialidad. Otros, acusaban intencionalidad o manipulación tendenciosa de los hechos" (p. 16). Asimismo, el autor considera que los medios hace tiempo que son considerados constructores

de la realidad más que meros espejos de los hechos, ya que son ellos quienes decidían qué hechos eran noticia.

En el libro de la experta se explica que el discurso periodístico tradicional tiene cinco características: Actualidad, novedad, veracidad, periodicidad e interés público. Pero, la autora admite que el concepto tradicional del periodismo ha sufrido cambios paradójicos. “El objetivo básico de interesar a un público cada vez más amplio contrasta con la búsqueda de audiencias cada vez más específicas” (De Fontcuberta, 1993, p. 16).

Entonces, para De Fontcuberta (1993), el concepto de lo que es considerado noticia cambia en el tiempo, es por ello que expone que “...hay una evolución paralela entre la noción de acontecimiento y los cambios que sufre la propia sociedad y a cada sociedad corresponde un tipo de acontecimiento” (p. 19).

Este suceso suele ser observable en el periodismo digital, en el cual, la noción de lo que es considerado noticia cambia con respecto a lo que se publica en prensa escrita.

A su vez, De Fontcuberta (1993) cita a Arthur Ochs Sulzberg, quien es ex director del New York Times quien alguna vez dijo que no tenía sentido publicar un periódico que nadie quiera leer y creía que era un error ignorar lo que los lectores piden. De igual manera cita a Gomis quien cree importante la comunicación entre el medio y el público.

De acuerdo a lo señalado por el autor, para que un hecho se convierta en noticia debe tener actualidad, proximidad, prominencia, curiosidad, conflicto, suspenso, emoción y consecuencias. “Un hecho será más factible de ser

considerado noticia cuando produzca mayor cantidad de consecuencias que a su vez también serán noticia” (De Fontcuberta, 1993, p. 45).

Del mismo modo, De Fontcuberta (1993) cita a Galtung y Ruge quienes han elaborado criterios para que se seleccione un hecho como noticia. Entre estos está lo que llaman umbral. En otras palabras, se expone que “...que el hecho tenga alta intensidad o el nivel de significación del acontecimiento tiene un aumento repentino como una catástrofe, el secuestro de un personaje conocido etc.” (p. 46). Otro de estos criterios es la ausencia de ambigüedad que quiere decir que es más probable que un hecho sea considerado noticia por un medio cuanto menos ambiguo sea el significado del mismo. Y un tercer criterio es la imprevisibilidad de un hecho por su rareza se elige como noticia.

Como conclusión, De Fontcuberta (1993) explica que los medios incluyen, excluyen y jerarquizan la información de manera distinta, es por ello que expone que “...el enorme volumen de noticias obliga al periodismo a incluir, excluir y jerarquizar información” (p. 23). Siempre ha sido controversial la decisión de los medios de optar por lo que se refiere al interés público.

En la actualidad ocurre lo que De Fontcuberta (1993) denomina como la democracia de las pasiones que quiere decir que las noticias que más llaman la atención son las historias de vida de personajes prominentes o las historias ligadas al dolor, amor, odio o celos que son sentimientos que todo ser humano puede sentir.

De Fontcuberta (1993), en su ya clásico texto sobre la noticia y su estructura, distingue que el texto periodístico está constituido por un titular, el lead y el cuerpo de texto. También el autor plantea otra herramienta que organiza la información es

el empleo de las llamadas 5 preguntas o 5 Ws por sus siglas en inglés (What, Who, When, Where, Why), que en español serían: ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué? Dichas preguntas deben ser absueltas en la redacción. En relación a ello, el autor añade una sexta pregunta, que hoy cobra más relevancia al momento de redactar sobre los acontecimientos: El cómo, ¿Cómo ocurrieron los hechos? Pues ahora se considera que explicarle al lector sobre el contexto importa tanto como darle datos.

La respuesta a las 5Ws estará distribuida en todo el texto noticioso y organizado jerárquicamente. Esto considerando que "...la estructura interna de toda noticia tiene dos elementos básicos: El lead, primer párrafo o núcleo de la noticia donde se hallan los datos más importantes y el cuerpo que explica la noticia, da contexto" (De Fontcuberta, 1993, p. 74).

Grijelmo (2003) en "El estilo del periodista" también explica que el contenido más importante de una noticia está en el primer párrafo de la narración. Sobre la construcción de la noticia, aunque hoy en día hay diversos métodos para redactarla, Grijelmo destaca que "...el método conocido como la Pirámide invertida, con el cual se le da al lector lo más resaltante primero, sigue siendo una buena manera de escribir la noticia" (p. 33).

Sobre la misión del titular, De Fontcuberta (1993) expresa lo siguiente que "El titular es una operación difícil y compleja. Los titulares periodísticos identifican, anuncian y resumen las noticias, despiertan el interés del público y comunican lo más importante de la información" (p. 122).

Un tema del que se habla poco en términos de análisis de la noticia es el uso y efecto del diseño y la imagen que son parte de un todo que genera significado.

Eco (2011) habla sobre lo que llama el universo de la iconosfera, por ello expresa que la información de índole visual atrae la atención del espectador y lo incita a participar, es decir que lo "...induce en él a una comprensión intuitiva. Esta comunicación visual provoca en la masa de consumidores unos cambios psicológicos que no pueden dejar de tener su equivalente en el campo sociológico y crean una nueva forma de civilización" (p. 390). Del mismo modo, el autor señala que la relación entre la percepción y la formación del individuo y de su comportamiento se dan a través de "La percepción del mundo circundante es fundamental para la formación del individuo y para la orientación de su conducta" (p. 390).

Kovach y Rosenstiel (2012) ya hablaban de que una de las obligaciones del periodista es presentar la noticia de forma atractiva. Es decir, que sea entretenida la transmisión de los hechos a través de un significante que atraiga el interés.

Las fuentes de información

A pesar de que muchos medios tienen la tendencia a destacar las mismas noticias, porque las rutinas de trabajo son parecidas, los periodistas reciben información similar, pero, hay diferencias cuando explican la misma noticia. De Fontcuberta (1993) da dos razones que son definidas por "...la selección de fuentes informativas y la selección de los aspectos formales de la información" (p. 57).

Martini y Luchesi (2004) condujeron entrevistas a periodistas para hablar de los procesos de construcción de la noticia y destacan que el acceso a las fuentes es uno de los temas más complejos y de los que menos se habla.

De Fontcuberta (1993) antes de redactar las noticias que serán difundidas, los periodistas tienen que informarse y para ello deben consultar fuentes de información, así que considerando esto, el autor reflexiona sobre “Las fuentes de información son personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan información que los medios necesitan para suministrar noticias” (p. 58).

Según Tuchman (1983), la noticia puede ser descrita como una actividad teórica basada en formulaciones pre teóricas de las fuentes de las noticias, teniendo en cuenta eso, el autor afirma que “Ser periodista significa conocer cómo encontrar relatos pertinentes y ubicar relatos requiere tener fuentes de noticias” (p. 80).

García (2017) entrevistó a 20 reporteros de investigación para su libro, “Hablame de tus fuentes”. Uno de los entrevistados, Edmundo Cruz, afirmó que el principio de independencia debe regir a la relación que se forma con las fuentes. Es decir, dicha relación debe estar libre de condicionamientos.

Cruz (2015) es citado por García (2017) y menciona que “El reportero debe ser independiente de cualquier fuente de poder, llámese Estado, sector empresarial o los mismos dueños del medio para el que trabaja el periodista” (p. 33).

Martini y Luchesi (2004) explican el proceso de producción de la noticia. En primera instancia, los periodistas tienen redes de contactos con informantes que se acercan o son consultados por los periodistas para intercambiar datos. Luego, esta información recogida es verificada con otras fuentes y el resultado se entrega a un editor que actúa como responsable, como gatekeeper de las empresas y pone o no a circular la información. Finalmente, “el público consume esta noticia y son las audiencias las que deciden darle credibilidad o crédito a lo que leen en un medio

de comunicación” (Martini y Luchesi, 2004, p.144). Por tanto, cuanto más delicada es la información, más obsesivo debe ser el chequeo de las fuentes.

Entonces, el correcto uso de fuentes de información para construir la noticia está relacionado a los conceptos de rigurosidad, calidad y status profesional, y es en consideración a ello que “...cuanto más alto sea el status de las fuentes y cuanto mayor el alcance de sus posiciones tanto más alto es el status de los reporteros” (Tuchman, 1983, p. 81). En referencia a ello, el autor explica que las noticias, las fuentes y los reporteros están dispuestos jerárquicamente, entonces, se concluye que las mejores o más importantes fuentes van a los mejores y más prestigiosos medios y periodistas. La calidad y rigurosidad dependen también de la importancia de las fuentes.

De Fontcuberta (1993) concuerda con Tuchman (1983) puesto que afirma que un medio sin fuentes es un medio muerto ya que todo periodista trata de explicar la realidad de un hecho mediante la observación directa o la búsqueda de fuentes humanas fidedignas que logren darles información sobre un hecho, sus causas y sus consecuencias.

La obtención de fuentes de información fiables y de calidad prestigia a los medios. De Fontcuberta (1993) cita a Héctor Bornet quien dijo que cuanto mayor sea la calidad, cantidad y diversidad de las informaciones que comunica y las fuentes que cita, tanto mayor será la credibilidad del medio y del periodista. La potencia informativa del periódico se pone de manifiesto en el número, la calidad y el pluralismo de sus fuentes de información.

Se recomienda que un medio no debe basarse en una sola fuente para no reflejar sólo una versión o parte del conflicto de una historia. Es por ello que “...ante

un hecho noticiable, el medio necesita disponer de varias fuentes contrastables” (De Fontcuberta, 1993, p. 59).

Volviendo a Martini (2000) destaca que un medio de comunicación no puede trabajar si no cuenta con información y por ello “...los periodistas cuidan celosamente la relación con sus fuentes habituales y ocasionales” (p. 47). Del mismo modo, el autor hace referencia a que en “...1991, Tom Wolf se refirió a una mitología del trabajo del periodista y como parte de esta se gestó una tradición que según él se le da más importancia a la producción de la noticia que a las fuentes” (p. 47).

Por otro lado, Martini (2000) afirma que no hay noticia sin fuentes, pero, advierte que el proceso que va de la fuente a la noticia publicada dista mucho de ser lineal. También precisa que “...la primera premisa es que la fuente sea confiable y que se le reconozca como creíble, “que sea la más adecuada para informar sobre el hecho” (p. 63).

Sin embargo, Richard Keeble (2000) autor de un reconocido manual para periodistas cita a McQuail (1992) para afirmar “que hay investigaciones que han hallado que los periodistas utilizan un rango bastante limitado de fuentes. Es decir, hay poca variedad en las fuentes usadas” (p. 42). En este texto se explica que lo dicho por Aitchinson (1998) quien es citado por Keeble (2000) quien dicta que los periodistas tienden a dividir sus fuentes entre dos categorías: Fuentes de primera mano y fuentes de segunda mano.

De Fontcuberta (1993) recoge la misma categoría y separa las fuentes en dos categorías: las directas y las indirectas. Explica que la mayoría de veces el periodista será testigo directo de los hechos, pero, cuando no pueda serlo deberá

recaer en las fuentes para obtener información. La investigadora también distingue entre fuentes exclusivas y fuentes compartidas como comunicados públicos, ruedas de prensa y agencias de noticias.

García (2017) cita a Caminos (2015) quien cataloga al tipo de fuentes de información como “Provisionales, estables, públicas, privadas, activas y pasivas de acuerdo con la relación que tengan con el hecho noticioso” (p. 48).

Otra observación que hace Keeble (2000) es que el “...uso de fuentes de información por parte de los periodistas tiende a reflejar la distribución de poder en la sociedad y responde a una jerarquía” (p. 42). Del mismo modo, el autor referencia el deseo de conseguir información exclusiva a través de acceso privilegiado a las fuentes y menciona que esto “...puede llevar a una dependencia entre fuente y periodista. Esta relación también podría llevar a que el periodista “pierda la motivación para explorar diferentes perspectivas” (p. 50). No se consultan diferentes puntos de vista porque ya se tienen acceso a una fuente de primera mano y no se espera obtener otras que puedan ser más pertinentes o adecuadas.

Corbett (2018) a través del periódico estadounidense “The New York Times” expone una serie titulada “Understanding The Times” o “Entendiendo a The Times”, una sección destinada a explicar cómo trabajan los periodistas de dicho medio en un esfuerzo por darle mayor transparencia a las prácticas periodísticas. Cabe mencionar que el señor Corbett es responsable de Estándares Editoriales.

Corbett (2018) muestra que, respecto al uso de las fuentes, durante el trabajo del periodista, al menos un editor debe saber la identidad de la fuente, esto tras afirmar que “...el uso de fuentes anónimas en todo artículo periodístico debe contar con la aprobación de un editor con un alto cargo” (p. 2). The Times es

consciente de que muchos lectores son escépticos sobre la credibilidad y motivación de fuentes anónimas y muchos incluso cuestionan la existencia de dichas fuentes.

En ese mismo sentido, Corbett (2018) exhibe que The Times muchas veces se da licencia de no identificar plenamente el nombre de las personas que brindan información, pero, "...dichas fuentes anónimas (según lineamientos editoriales) solo se usan para información que creen tiene un valor noticioso y creíble y que de la cual no se podría informar de ninguna otra manera" (p. 3).

Martini y Luchesi (2004) recuerdan una de las investigaciones periodísticas más famosas de la historia: El Caso Watergate. El entonces editor del Washington Post, Benjamin Bradlee hace memoria en su libro "Vida de un periodista" sobre el uso de una fuente anónima, el ya famoso informante apodado "garganta profunda". Teniendo eso en consideración los autores reafirman que "...la calidad de la información de Garganta profunda era tal que acepté el deseo de Woodward de identificármelo para su trabajo. Ahora me asombro, dado lo fuerte de la apuesta. No entiendo cómo pude aceptarlo, y ahora no lo aceptaría" (p. 143).

Las autoras explican que obtener información para un periodista es difícil, los procesos para acceder a datos e informantes requiere de tiempo y destreza profesional. En función a ello, es posible afirmar que la información fluye cuando hay un interés de por medio.

Las autoras destacan la idea de la información como un bien de cambio y en la actualidad esto cobra más importancia por el volumen de datos y conocimiento que circulan en las redes sociales y en internet.

Sin embargo, sobre el uso de fuentes, De Fontcuberta (1993) menciona el concepto de atribución como una parte importante de la construcción del lenguaje de la noticia, esto lo hace después de afirmar que “La atribución le da más veracidad a la noticia. Es una garantía de fidelidad a los hechos” (p. 59).

Martini y Luchesi (2004) complementan esta idea al decir que los insumos informativos, la materia prima de la noticia (datos y fuentes) constituyen un capital muy valioso para los periodistas y sus medios.

Ekstrom et al. (2020) realizaron un estudio sobre las rutinas productivas de los periodistas digitales. Sobre el uso de fuentes de información citan la investigación de SooSoomin, la académica quien halló que las prácticas relativas a la búsqueda de fuentes online son diferentes a las del periodismo tradicional puesto que muchas empresas periodísticas están usando fuentes virtuales para trabajar desde la redacción sin salir a reportear.

Esto ocurre sobre todo en casos como la cobertura de noticias de Irán y Corea del Norte cuando es complejo obtener información de primera mano e información que tenga credibilidad. Los investigadores demuestran cómo los corresponsales usan fuentes y herramientas digitales como Flickr o imágenes de geolocalización y material de satélites para avanzar con el uso de fuentes y “...dependen menos de las fuentes oficiales tales como autoridades que generalmente, pertenecen a una jerarquía mayor en la escala de importancia de las fuentes periodísticas” (p. 209).

Este Nuevo Periodismo, otro nombre para el periodismo digital, del que hablan varios autores está relacionado con la desinformación, según Tandoc et al. (2018), quienes son citados por Ekstrom et al. (2000) concuerdan que “...a varias

formas de desinformación que han existido hace bastante tiempo pero que ahora con internet han proliferado y que han ido socavando la confianza del público en el periodismo” (p. 210).

Como consecuencia, y como respuesta a este contexto de desinformación, han surgido diversas iniciativas y servicios independientes y páginas web de lo que ahora se conoce como *fact-checking* o verificación de datos e información. Desde el Washington Post hasta el propio Google tienen divisiones que se dedican a corroborar la veracidad de la información como una defensa ante tanto rumor, error y falta de comprobación.

El rol de los periodistas es presentar a la opinión pública una variedad de perspectivas de los protagonistas clave de la noticia. Es por ello, que las fuentes de información cumplen un rol fundamental para tener un sano balance periodístico de la información.

Los nuevos formatos de transmisión de la información incluyen participación de los lectores, *live streaming*, recursos con hipervínculos que cambian las estructuras narrativas tradicionales. Los periodistas aún recurren prioritariamente a las fuentes de élite. En todo caso, las nuevas fuentes alternativas, complementan las oficiales que tradicionalmente tienen mayor jerarquía y queda aún por comprobar si el periodismo en red es tan o más democrático como se cree. Las fuentes digitales complementan a las tradicionales más que reemplazarlas. Por lo que es posible afirmar que los buscadores online y redes sociales ya son parte de la rutina diaria de los periodistas. Por ejemplo, Twitter resulta una plataforma clave tanto para buscar noticias o reacciones a las noticias.

Del mismo modo, las prácticas periodísticas muchas veces se basan en lo que publican otros medios y un tercio de las fuentes se originan en lo que publican otras organizaciones periodísticas o agencias de noticias.

Entonces, en la actualidad, el uso de fuentes de información en el periodismo digital está caracterizado por una combinación de los nuevos formatos y recursos que dan la sensación de democratizar las fuentes y, por otro lado, el continuo uso de las llamadas fuentes oficiales o de élite

CONCLUSIONES

La investigación ha llevado a la conclusión que los criterios periodísticos para construir la noticia del fallecimiento del expresidente Alan García en portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo aún se basan en rutinas del periodismo impreso tradicional. Por ejemplo, a excepción de Correo, el resto de medios estudiados respetan un léxico formal, periodístico, arman la noticia usando el método de la pirámide invertida que exige presentar los datos más importantes primero. A nivel de estructura se emplea un titular, bajada, lead, fotografía y cuerpo de texto de forma similar a lo usado en versiones impresas de la noticia. Lo mismo ocurre con el uso de fuentes de información. Los tres primeros medios privilegian fuentes de primera mano con una importancia y relevancia según los hechos. Correo se basa en fuentes indirectas que obtiene de las redes sociales.

Entonces, en líneas generales podemos concluir que los formatos digitales de la nota informativa, según lo analizado, no anulan conceptos periodísticos tradicionales, pero en algunos casos las nuevas maneras de presentar la noticia se integran a las rutinas antiguas.

El estudio realizado lleva a la conclusión que, en el enfoque y líneas temáticas de la noticia, La República, El Comercio y RPP construyen la noticia del fallecimiento enmarcando la información a través de tres líneas temáticas: Primero narran las circunstancias del suicidio, luego detalles médicos y después dan información del contexto judicial. En cambio, el *Correo*, construyen la noticia publicando una recolección de reacciones y condolencias de líderes políticos y personalidades peruanas como el entonces presidente Martín Vizcarra y el entonces presidente del congreso Daniel Salaverry; y, se basan mayormente en

opiniones recolectadas de segunda mano y reproducidas de Twitter. Se evidenció en las notas analizadas que los datos de la carrera política de Alan García, no los refieren la primera nota de *RPP* ni *Correo*, en cambio en la segunda nota de *RPP* y la de *El Comercio* sí dan información sobre el pasado político del expresidente peruano.

Respecto al uso de fuentes de información el análisis mostró que *El Comercio* elaboró la noticia cumpliendo con rutinas como la verificación pues consultaron y citaron diversas fuentes para comprobar y construir la noticia. *La República* se basó en fuentes relevantes como los allegados a Alan García y la ministra de Salud, sin embargo, cayó en exceso al citar reiteradamente a voceros del partido. *RPP* usó múltiples fuentes para dar un balance a la información y se basó en varias declaraciones para explicar los hechos, aunque incluyeron fuentes del APRA, no las privilegió sobre las otras. *Correo* usó como fuente de información central publicaciones hechas en la red social Twitter, pero no dio información indirecta del contexto de la noticia y fue insuficiente ya que no se usaron para comprobar, verificar o corroborar la información, citando opiniones de distintas figuras políticas peruanas. Por lo tanto, *La República*, *El Comercio* y *RPP* citaron múltiples fuentes para verificar la información, cumpliendo con este valor o rutina del periodismo.

Por otro lado, sobre el uso de fuentes de información, el análisis de estas en los portales de *La República*, *El Comercio*, *RPP* y *Correo* nos permiten evaluar el empleo de conceptos y rutinas como la independencia, imparcialidad, balance de información y transparencia. Entonces, en la construcción de la noticia digital, *La República* y *RPP* mantienen independencia y no se parcializan al basar la

información en múltiples fuentes tanto de autoridades como de simpatizantes y allegados al exmandatario. El Comercio por momentos pierde independencia y politiza la noticia a pesar de citar diversas fuentes directas. El caso de Correo es el más notorio pues pierde imparcialidad al parcializarse y solo usar fuentes indirectas y con un contenido dirigido solo a las condolencias y muestras de simpatía por lo ocurrido en vez de fuentes que aclaren en contexto de los acontecimientos.

La República, El Comercio y RPP en general utilizan un lenguaje formal, periodístico, claro y directo. *El Comercio* reproduce las opiniones de allegados y simpatizantes del expresidente y cita expresiones como “acto de honor” y “contribución de sangre” politizando y sesgando los hechos al publicar dichas expresiones. *La República* usó palabras como murió, dispararse, atentó contra su vida, arma de fuego que van acorde con el hecho. El lenguaje es periodístico. *RPP* en una parte de la redacción utiliza la construcción verbal “se metió un tiro” que es un tanto informal con respecto al resto de lenguaje y tono de la nota informativa. Y, *Correo* no da el contexto de la noticia, hay información incompleta en los párrafos de la bajada y no se logra completar la idea y se vale de cierto lenguaje informal y emotivo para enganchar al lector desde el titular. Usa por ratos un lenguaje más emotivo que informativo.

Finalmente, se evidenció que, el método usado en las notas de *La República*, *El Comercio* y *RPP* es el de la pirámide invertida y dan la información más importante, novedosa y relevante al inicio de la construcción de la noticia. También emplean el método de las 5Ws para responder completamente a las preguntas en torno a la noticia. *Correo* generó una nota informativa híbrida y rompe la pirámide Invertida al no explicitar al inicio los detalles más importantes del

acontecimiento como suele hacerse de acuerdo con este método. Luego, no respeta las 5Ws y apela a la emoción más que a la información. No recuenta los hechos y usa un titular de enganche que después no desarrolla los datos, minuto a minuto como lo promete. Más bien publica una colección de *copy paste* de tweets de homenaje a AGP. Su titular jala la atención del lector, pero no cumple con lo que promete. *La República*, *El Comercio*, *RPP* y *Correo* usan hipervínculos y enlaces como parte de la nota informativa digital dándole la posibilidad la audiencia de ampliar la información. Hallamos que la estructura de la pirámide invertida y el uso de las 5Ws están aún vigentes para estructurar la noticia en los casos de *La República*, *El Comercio* y *RPP*, pero no de *Correo*.

En los portales estudiados todos utilizan hipervínculos para que el lector pueda ampliar la información dando un clic a dichos enlaces que llevan a distintos enfoques de la noticia. No en todos los casos se ofrece material audiovisual. *El Comercio* y *RPP* ofrecen un enlace a un video. En el primer caso, es un recuento de la vida política de Alan García y en el segundo una entrevista concedida en la víspera.

Un aspecto aún poco desarrollado es la interactividad desde las páginas estudiadas. Es decir, no hay enlaces o evidencias de interacción directa con el público lector.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la comunidad académica que investiga temas de periodismo digital que se profundice en el análisis de las líneas temáticas y el enfoque en la construcción de la noticia digital puesto que algunos medios están cambiando la narración de circunstancias por temas más emotivos que informativos.

La segunda recomendación respecto al uso de fuentes de información gira en torno a las redes sociales como una opción para narrar la noticia. Algunos medios construyen la noticia basándose en fuentes de segunda mano obtenidas de las Redes sociales, pero estas deben complementarse con fuentes directas.

Otra recomendación para mejorar lenguaje formal se relaciona con el concepto de la claridad y en el periodismo digital se sacrifica claridad por efecto o emoción para atraer a lectores.

Finalmente, sobre la estructura de la nota informativa, aún está vigente en varios medios cuya empresa periodística proviene de lo impreso, el método de la pirámide invertida y las 5Ws y a estos se suman nuevas formas de transmitir la noticia que deben ser igual de precisas.

Otra recomendación para mejorar método usado es el empleo de la entrevista a profundidad como herramienta de análisis cualitativo que permitiría profundizar en la interpretación desde el punto de vista de periodistas que trabajen en formatos digitales.

REFERENCIAS

- Acevedo, J. (2016). Informe de Monitoreo de propiedad de medios (MOM). Recuperado de: http://peru.mom-rsf.org/uploads/tx_ifrogmom/documents/1-205_import.pdf
- Alarcón, D, Cossio, J., Denegri, F., Goldenberg, S., Hildebrandt, C., León, R., León Moya, C., Rocagliolo, S., Sifuentes, M. & Wiener, G. (2020). El Código García. Lima: Ed. Debate.
- ABC-Diario Español. (20 de diciembre del 2011). Guía para empleados EFE para Redes Sociales. Recuperado de: <http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/Sociedad/guiaefe.pdf>
- América televisión (23 de abril del 2019). Desmienten rumores respecto a la muerte del ex presidente. Recuperado de: <https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/alan-garcia-desmienten-rumores-respecto-muerte-expresidente-n368330>
- Andina Agencia de Noticias (25 de marzo del 2019). Desmienten muerte del cómico Guillermo Campos. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-desmienten-muerte-comico-guillermo-campos-746510.aspx>
- Aguirre, M. (2003). Veracidad y Objetividad: Desafíos éticos en la sociedad de la información. Lima: Universidad de Piura. <https://eprints.ucm.es/6127/1/definitivo.pdf>
- Aguirre, R. (2014). Una Ética de la Responsabilidad para la Era Mediática. (Tesis Maestría). Universitat de Barcelona, Departamento de Filosofía Teorética y Práctica. Barcelona: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/53735/1/MJAR_TESIS.pdf
- Álvarez, O. (2003). Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia. Artículo para Hipertext.net, núm. 2, 2003. Universidad Pompeu Fabra. Barcelona. Recuperado de: https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/periodismo_dig.html

Artero, A., Cerezo, J., Escolar, N. Lloret, R., & Ventura, B. (2014). Diez años de periodismo digital en España desde el 11M: La reconversión. Madrid: Ed. Evoca Comunicación e imagen. Recuperado de: <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos10.pdf> 20.11.2020

APA, Normas (2020). Normas APA. Recuperado de: <https://normas-apa.org/citas/>

Bauman, Z. (2004). Modernidad líquida. Argentina: Fondo de cultura económica. Recuperado de: <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf> 22.11.2020.

BBC (2007). Directrices editoriales valores y criterios de la BBC. Edición Asociación de la Prensa de Madrid. Madrid, España. Recuperado el 19 de mayo, 2019 de: http://www.bbc.co.uk/spanish/specials/150_valores/pdf/valores_bbc_todo.pdf

BBC Academy (2017). Academia BBC. La nueva guía sobre periodismo digital para hispanohablantes. Recuperado de: <https://www.bbc.co.uk/academy/es/>

BBC Academy (2019). Academia BBC. Artículo: Veracidad y precisión. Recuperado de: <https://www.bbc.co.uk/academy/es/articles/art20161104135428584>

Bonvin, M. (2007). La prensa digital, lenguaje y características. Tesis doctoral, Granada: Universidad de Granada.

Castells, M. (2003). La galaxia internet. Barcelona: Ed. De bolsillo.

Cerezo, J., La Fuente G., Salaverría, R. (2011). El futuro del periodismo. Madrid: Ed. Evoca Comunicación e imagen. Recuperado de: <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf> 20.11.2020

Chacón, R. (2020). Academia BBC: Las redes sociales como herramienta periodística. Recuperado de: <https://www.bbc.co.uk/academy/es/articles/art20161124095544051>

- Corbett, P. (2018). How the times uses anonymous sources. New York Times. Edición. Recuperado de: www.nytimes.com
- Cruz-Álvarez, J. & Suarez-Villegas, J. (2016). Los dilemas deontológicos del uso de las redes sociales como fuentes de información. *Revista Latina de Comunicación social*, 71, pp. 66 a 84. doi: 10.4185/RLCS-2016-1084. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1084/04es.html>
- Chihu, A. (2012). La teoría del Framing: un paradigma interdisciplinario. *Acta Sociológica*, No. 59, 2012, Red Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upcsp/detail.action?docID=3205086>. Created from upcsp on 2019-11-11 09:28:28.
- Compañía peruana de estudios de Mercado y opinión pública (CPI) (2017). Encuesta nacional sobre medios. Recuperado de: <https://cpi.pe/banco.html>
- D'Angelo, P. (2018). *Doing news framing analysis*. New York: Ed. Rutledge.
- De Fontcuberta, M. (1993). *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Diezhandino, M. (2009). *Periodismo digital en tiempos de crisis*. Madrid: Ed. Fundación Telefónica.
- Dues, M., & Brown, M. (2004). *Boxing Plato's Shadow: An introduction to the study of human communication*. New York: McGraw-Hill.
- Eco, U. (2011). *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Ed. De Bolsillo.
- El Comercio (2012). *Contra Todo pronóstico: Prensa peruana rompe las tendencias*. Lima: Empresa Editora El Comercio S.A.
- Escobedo, T. (2019). 5 things you may not know about JFK's assassination. Recuperado de: <https://edition.cnn.com/2018/03/20/us/jfk-assassination-5-things/index.html>

- Ekstrom, M., Lewis, S. & Westlund, O. (2020). Epistemologies of digital journalism and the study of misinformation. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/338714982_Epistemologies_of_digital_journalism_and_the_study_of_misinformation
- Fenton, N. (2010). *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. Londres: Ed. Sage. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=f7VKBbuplgYC&oi=fnd&pg=PA51&dq=journalism+and+accuracy+and+accountability&ots=gNFr9F2IwV&sig=hu6FHDYSyn-gAa61pTYecLNZYIc&redir_esc=y#v=onepage&q=journalism%20and%20accuracy%20and%20accountability&f=false
- Fontcuberta, J. (2016). *Estética fotográfica*. Barcelona: Ed. Galaxia Gutenberg.
- García, L. (2017). *Háblame de tus fuentes*. Lima: Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Graber, D. (2017). *Freedom of the Press*. The Oxford handbook of political communication.
- Growth from Knowledge (2017). *GfK Kit de planeamiento digital Perú 2017*. Recuperado de: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/Landing_Pages_PDF/Peru/GfK%20Uso%20de%20Internet%202016%20-%20Short_old.pdf
- Gillmor, P. (2011). *Bulletins from the Future*. Londres: The Economist.
- Grijelmo, A. (2003). *El estilo del periodista*. México: Ed. Taurus.
- Gualda, E. & Rúas, J. (2019). Teorías de la conspiración, credibilidad y confianza en la información. *Communication & Society* 32(1), 179-195.
- Habermas, J. (1981). *Teoría de la Acción Comunicativa*. Madrid: Taurus
- Habermas, J. (1999). *Acción Comunicativa*. Madrid: Ed. Grupo Santillana Editores.

- Heemsbergen, L. (2013). Radical Transparency in Journalism: Digital Evolutions from Historical Precedents. *Global Media Journal*. Vol. 6, Issue 1, pp. 45-65.
- Hesse-Biber, S. & Levy, P. (2006). *The practice of qualitative research*. California: Sage.
- Hsieh, H. & Shannon, S. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15, 1277–1288. doi:10.1177/1049732305276687
- Infobae. (10 de marzo del 2018). Por qué cada vez más se aleja de Facebook y no solo es por las Fake News y la operación rusa. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/tecno/2018/03/10/por-que-cada-vez-mas-gente-se-aleja-de-facebook-y-no-es-solo-por-las-fake-news-y-la-operacion-rusa/>
- Jarvis, J (2020). “Periodismo en cuidados intensivos”. Conferencia Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú, 17 junio 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=spLfnlOlcW0>
- Kapuscinsky, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Keeble, R. (2000). *The Newspapers handbook*. Nueva York: Ed. Routledge.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2012). *Los Elementos del periodismo*. Madrid: Ed. Santillana Ediciones Generales.
- LSE Journalism think tank (21 de febrero del 2017). Can you trust mainstream media to meet the digital media challenge? Recuperado de: <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/02/21/can-you-trust-mainstream-media-to-meet-the-digital-media-challenge/>
- Magallón, R. (2019). *UnfakingNews*. Cómo combatir la desinformación. Recuperado de: https://www.eldiario.es/tecnologia/debemos-evitar-usar-termino-fake_0_889261259.html

- MacDonald, H. (2018). *Verdad: Cómo los distintos lados de cada historia configuran nuestra realidad*. Barcelona: Ed. Debate.
- Marquina, L. (2016). *El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y EPENSA*. Tesis para obtener el grado de licenciada en Comunicación Social, UNMS.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Martini, S. & Luchessi, L. (2004). *Periodismo, información y poder*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Biblos.
- Martel, F. (2010). *Cultura mainstream: Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Ed. Taurus. Recuperado de: <https://gestionyliderazgodeproyectosculturales.files.wordpress.com/2013/09/fotocopias-cultura-mainstream.pdf>
- McCombs, M. (2004). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Ed. Paidós Comunicación.
- Merritt, D. & McCombs, M. (2003). "The Two W's of journalism: The Why and What of Public affairs reporting". Philadelphia: Ed. Routledge. Recuperado de: <http://ebookcentral.proquest.com.upc.remotexs.xyz/lib/upc-ebooks/reader.action?docID=357933&ppg=7> el 11.11.2019
- Meneses, D. (2019). *Luego del suicidio de García*. Columna de opinión publicada en el diario *El Comercio* del 24 de abril, 2019. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/luego-suicidio-garcia-daniela-meneses-noticia-629275>
- Micó, J. Canavilhas, J., Masip, P. & Ruiz, C. (2008). *La ética en el ejercicio del periodismo: credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet*. *Estudios de Comunicacao*, 4 noviembre, pp.15-39.

- Organización de Naciones Unidas (2019). Reporte de uso de tecnología digital. Recuperado de: https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/der2019_overview_es.pdf
- Ortiz, P. (2019). Cuatro directores de El Comercio se reúnen por primera vez por los 180 años del Decano. Entrevista publicada en El Comercio el 4 de mayo, 2019. Recuperada de: <https://elcomercio.pe/180-anos-diario-el-comercio-2019/historias/180-anos-elcomercio-cuatro-directores-reunen-primera-vez-noticia-632072>
- Perú 21 (2018). Desmienten fallecimiento de Javier Pérez de Cuellar. Recuperado de: <https://peru21.pe/politica/javier-perez-cuellar-desmienten-fallecimiento-436320>
- Porlezza, C. (2019). Accuracy in Journalism. Recuperado de: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.773>
- Poynter (2020). Poynter.org Online journalism ethics Recuperado de: <https://www.poynter.org/mediawise-editorial-standards-and-rating-system/7/06/2020>
- Reig, R. (2015). Crisis del Sistema, crisis del Periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Restrepo, J. & Botello, L. (2018). Ética periodística en la era digital. Washington: Ed. ICFJ. Recuperado de: https://es.scribd.com/document/378434547/Etica-Periodistica-en-la-Era-Digital#from_embed
- Restrepo, J. & Herrán, M. (2005). Ética para periodistas. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Restrepo, J. (2017). En el mundo de la postverdad. Revista Vida Nueva Digital. 3 de abril, 2017. Recuperado de: <https://www.vidanuevadigital.com/2017/04/03/en-el-mundo-de-la-postverdad/>

Radio Programas del Perú, RPP (2017). El curioso caso del corte de agua en 18 distritos de Lima que nunca ocurrirá. Recuperado de: <https://rpp.pe/lima/actualidad/el-curioso-caso-del-corte-de-agua-que-no-ocurrira-en-18-distritos-de-lima-noticia-1186202>

Riordan, K. (2014). "How legacy media and digital natives approach standards in the digital age". Reino Unido: Reuters Institute for the study of journalism, University of Oxford. Recuperado de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-06/Accuracy%2C%20independence%2C%20impartiality-%20Look%20at%20legacy%20and%20digital%20natives.pdf> (09/11/2020).

Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México D.F.: Mc Graw Hill.

Suárez, J. (2013). La ética del periodista en la infoesfera digital. *Contratexto* (21), pp.139-149. Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado de: <file:///C:/Users/pccuntar/Downloads/37-165-1-PB.pdf>

The Economist (2011). "Bulletins from the future". Londres. Recuperado de: <http://www.economist.com/sites/default/files/special-reports-pdfs/bulletins-from-the-future.pdf>

Tuchman, G. (1983). La producción de la noticia. Barcelona: Editorial Gustavo Gili

University of Minnesota Libraries (2016). *Communication in the real world: An introduction to communication studies*. Nueva York: McGraw-Hill.

Valdivia, C. (2018). *Periodismo digital: Experiencia en el site Dakar 2013 y la convergencia de redacciones en El Comercio*. Tesis para obtener la licenciatura en Comunicación Social, UNMS.

Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.

Van Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Recuperado de: <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20an%20E1lisis%20cr%20de%20I%20discurso.pdf>

- Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Madrid: Alfaguara.
- Viner, K. (2019). Entrevista a la editora de The Guardian. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=0v5TelEqpLA> 09/11/2020.
- Vergara, A. (2013). *Ciudadanos sin república*. Lima: Ed. Planeta.
- Vilchez, P. (2015). *Convergencia periodística en el Perú: El caso de "El Comercio"*. Tesis para optar el título de Magister en Comunicación por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6262/VILCHEZ_SAMANEZ_PRISEA_CONVERGENCIA_PERIODISTICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Wolton, D. (2006). *Salvemos la comunicación: Aldea global y cultural. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial*. Barcelona: Gedisa editorial. Recuperado de: <https://geninternet.files.wordpress.com/2016/04/wolton-dominique-salvemos-la-comunicacion.pdf> 25.04.2018
- Wolton, D. (1997). *"Sobre la comunicación"*. Madrid: Ed. Acento Editorial.

REFERENCIAS WEB

Google (8 noviembre 2019). Suicidio de Alan García. Recuperado de:
https://www.google.com/search?client=safari&channel=mac_bm&source=hp&ei=54LFXZn_EaLr5gKU4CYBw&q=suicidio+de+alan+garc%C3%ADa&oeq=suicidio+de+Alan+&gs_l=psy-ab.1.0.0j0i22i30l7.7196.10970..12675...0.0..0.162.2110.0j17.....0....1..gws-wiz.....0i10.mjFsuQNcJlk

La República (17 de abril 2019). Alan García murió al dispararse en la cabeza para evitar detención preliminar por caso Odebrecht. Recuperado de:
<https://larepublica.pe/politica/1451446-alan-garcia-murio-dispararse-cabeza-evitar-detencion-preliminar-odebrecht-suicidio-video/>

El Comercio (17 de abril 2019). García: falleció expresidente por suicidio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/politica/alan-garcia-fallecio-expresidente-suicidio-detenido-nndc-noticia-627459-noticia/>

RPP Noticias (17 de abril 2019a). Alan García falleció de un paro cardíaco tras dispararse en la cabeza. Recuperado de <https://rpp.pe/politica/judiciales/alan-garcia-fallecio-de-un-paro-cardiaco-tras-dispararse-en-la-cabeza-noticia-1192279>

RPP Noticias (17 de abril 2019b). Alan García es ingresado a hospital Casimiro Ulloa tras dispararse durante intervención policial. Recuperado de: <https://rpp.pe/politica/actualidad/alan-garcia-es-ingresado-a-hospital-casimiro-ulloa-tras-dispararse-durante-intervencion-policial-noticia-1192278>

Diario Correo (17 de abril 2019). Alan García: Informan que expresidente disparó tras orden de detención preliminar. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/politica/alan-garcia-informan-expresidente-disparo-orden-detencion-preliminar-882088/>.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN	METODOLOGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuáles fueron los criterios periodísticos empleados para construir la noticia del fallecimiento del expresidente Alan García en portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Analizar los criterios periodísticos empleados para construir la noticia del fallecimiento del expresidente Alan García en portales digitales La República, El Comercio, RPP y Correo.</p>	<p>Enfoque de la investigación:</p> <p>Cualitativo</p> <p>Diseño de la investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Descriptivo – explicativo</p> <p>Técnica</p> <p>Análisis documental</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuáles fueron los criterios periodísticos, el enfoque y líneas temáticas empleadas para construir la noticia del fallecimiento del</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Analizar los criterios periodísticos, el enfoque y líneas temáticas empleadas para construir la noticia del fallecimiento del expresidente</p>	

<p>expresidente Alan García en los portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?</p> <p>¿Cuáles fueron las fuentes de información usadas en la construcción de la noticia en torno al fallecimiento del expresidente Alan García en los portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?</p> <p>¿Cuál fue el lenguaje, el enfoque y la estructura de la noticia usada en torno al fallecimiento del expresidente Alan García en los diferentes portales</p>	<p>Alan García en los portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo</p> <p>Demostrar las fuentes de información usadas en la construcción de la noticia en torno al fallecimiento del expresidente Alan García en los portales digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo.</p> <p>Indagar sobre el uso del lenguaje, el enfoque y la estructura de la noticia acerca del fallecimiento del expresidente Alan García en los diferentes portales digitales de La</p>	
--	--	--

<p>digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?</p> <p>¿Cuáles fueron los métodos de construcción de la noticia usados para transmitir el fallecimiento del expresidente Alan García en las notas informativas digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo?</p>	<p>República, El Comercio, RPP y Correo.</p> <p>Verificar los métodos de construcción de la noticia usados para transmitir el fallecimiento del expresidente Alan García en las notas informativas digitales de La República, El Comercio, RPP y Correo.</p>	
---	--	--