

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA COBERTURA INFORMATIVA DE  
CANAL N DURANTE LAS ELECCIONES GENERALES DE PERÚ  
2021**



PRESENTADO POR  
**CARLOS ENRIQUE FONSECA VELASQUEZ**

ASESOR  
**DAVID MUÑOZ PALACIOS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**LIMA – PERÚ**

**2024**



**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/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA COBERTURA INFORMATIVA DE  
CANAL N DURANTE LAS ELECCIONES  
GENERALES DE PERÚ 2021**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR:  
CARLOS ENRIQUE FONSECA VELASQUEZ**

**ASESOR:  
DAVID MUÑOZ PALACIOS**

**LIMA, PERÚ  
2024**

## ÍNDICE

PORTADA	i
ÍNDICE	ii
ÍNDICE DE ANEXOS	iii
REPORTE DE SIMILITUD	iv
INTRODUCCIÓN	v
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	7
1.1. Principios y normativas	7
1.2. Factor ético	8
1.3. La ética y el periodista	11
1.4. Cobertura periodística	14
1.5. Autorregulación	16
1.6. Consecuencias	17
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL	22
2.1 De redactor, presentador de noticias a Productor General de Canal N	22
2.2 La campaña presidencial del 2021	24
CAPÍTULO III: DISCUSIÓN	42
CONCLUSIONES	55
REFERENCIAS	60
ANEXOS	63

## ÍNDICE DE ANEXOS

Carta de equipo de 4to poder tras despido de Clara Elvira Ospina .....	65
Carta de equipo de 4to poder tras separación de América TV y Canal N .....	66
Carta de Carola Miranda y Carlos Fonseca al Pdte. del directorio de América TV y Canal N .....	68

# REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**Reporte\_de\_similitud tsp-cfv-24-1\_17072  
28755.pdf**

AUTOR

**CARLOS ENRIQUE FONSECA VELASQUE  
Z**

RECUENTO DE PALABRAS

**14438 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**76643 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**70 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**1.2MB**

FECHA DE ENTREGA

**Feb 15, 2024 6:49 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Feb 15, 2024 6:50 PM GMT-5**

## ● 15% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

## ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado

DAVID MUÑOZ PALACIOS

Asesor

## INTRODUCCIÓN

El suscrito se desempeñó durante más de 20 años como periodista logrando una progresión profesional o una línea de carrera tanto en el ámbito radial como en el televisivo. Mi desenvolvimiento en la televisión, puntualmente en Canal N, me permitió alcanzar el manejo periodístico de dicho medio. Los años de experiencia, conocimiento de gran parte de los procesos, los estudios incorporados de maestría y otros cursos dieron el soporte necesario para asumir funciones generales de mayor jerarquía.

Parte de la responsabilidad fue liderar a un equipo que trabajó continuamente para buscar información, investigar, registrar, redactar, locutar y editar en video. Ese proceso es continuo y culmina parcialmente cuando se difunde una información. Pero el trajinar del día a día se complica en tiempos de elecciones. En los últimos años los procesos para elegir a un presidente de la república han sido sumamente polarizantes para el país y, para los periodistas se trata de un periodo “desgastante”. Las elecciones del 2021 fueron un reto profesional que involucró estar al filo de la navaja en términos éticos por verse reñidos los deberes informativos con intereses empresariales y políticos. El desequilibrio informativo en favor de uno de los candidatos de la segunda vuelta del citado proceso electoral, motivó desavenencias entre un significativo sector de profesionales y la dirección periodística de América Televisión y Canal N. Esto desembocó en el despido de varios hombres y mujeres de prensa que pretendieron hacer su trabajo correctamente.

Mediante este trabajo de suficiencia profesional se busca dar a conocer cómo se trabaja la información en un medio de comunicación televisivo de nuestro país teniendo

en consideración aspectos éticos con un claro ejemplo como el mencionado. En función de ello se busca explicar la dinámica y manejo en un canal de noticias como es Canal N, uno de los medios más influyentes del ámbito nacional.

Eso implica estudiar la cobertura periodística que hubo en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021 por parte del equipo profesional tanto de productores, reporteros, jefes de la dirección e incluso de la plana directiva. En ese propósito se busca mostrar, desde la perspectiva del autor y testigos consultados, indicios del desequilibrio informativo que se pudo notar en el citado proceso electoral. Por ello se analizan los principios éticos en una cobertura periodística teniendo como premisa los fundamentos o principios rectores, los mismos que sirven como guía en tiempos regulares o en un tiempo extremo como un proceso electoral que suele tener momentos de crispación política



# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Principios y normativas**

Este trabajo está orientado al quehacer de un periodista en un importante medio de comunicación teniendo en consideración los valores éticos, en el marco de la segunda vuelta presidencial del 2021. Como premisa establecemos el aspecto normativo que entraña.

Partimos de bases fundamentales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) que en su artículo 19 sostiene que "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión" (p. 40).

En la Constitución Política del Perú (1993), en su artículo 2 inciso 4 menciona que toda persona tiene derecho a "las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimentos algunos, bajo las responsabilidades de ley" (p. 10).

En la Ley de radio y televisión 28278 (2004), se establece una serie de principios para todos los medios que usan el espacio radioeléctrico otorgado por el estado. Dichos

principios implican libertad de expresión, respeto al pluralismo informativo y político, información veraz e imparcial, etc. Se prevé además que los medios deben regir sus actividades de acuerdo con un código de ética individual o asociado. Años después, mediante un Decreto Supremo (2008) se establecieron una serie de modificaciones que implican la obligatoriedad de contar con un Código de ética, sea propio, asociado o caso contrario, del Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Mediante esta normativa, cualquier usuario puede presentar una queja contra algún medio que haya transgredido algún principio ético.

## **1.2 Factor ético**

Cuando se recuerda a don Luis Miró Quesada de la Guerra con su frase: «*El periodismo puede ser la más noble de las profesiones o el más vil de los oficios*» nos planteamos una inquietud siempre vigente. El aspecto ético debe estar presente al momento de buscar la información, procesarla y también al difundirla. Un profesional del periodismo está constantemente sometido con su actuar al escrutinio del “deber ser” ya que la información que busca u obtiene puede generar conflictos o afectar intereses incluso del propio medio al que presta servicios.

Terrones (2015), al dar una explicación deontológica empieza por la etimología: “Ethos es una palabra griega que puede significar: punto de partida, aparecer, inclinación, personalidad, teoría de la vida, el lugar de vida, carácter adquirido por hábito, temperamento, modo de ser y comportamiento” (p. 21). En la Real Academia de la Lengua Española la palabra ética deviene del “conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida”.

Las actuales circunstancias ponen a prueba los valores éticos de los periodistas: difíciles condiciones económicas de las empresas periodísticas y del trabajador, presiones políticas e ideológicas, etc. Terrones (2015) menciona en estas líneas que:

“Estamos viviendo tiempos de globalización neoliberal. Los medios actúan de acuerdo con las leyes del mercado, en la que importa lo que se vende más, el rating y la publicidad, olvidando interesadamente lo que ayude a comprender y explicar los problemas de la sociedad, la educación y la cultura de la población” (p. 21).

No olvidemos que parte importante de esta discusión son los medios y sus efectos sobre los usuarios. Sobre ello McLuhan (2009) decía “La aceptación dócil y subliminal del impacto de los medios los ha convertido en cárceles sin muros para sus usuarios humanos” (p. 45). Es importante que los medios cuenten con normativas internas que garanticen adecuadamente los derechos de los ciudadanos a la libre información y la libertad de expresión. De hecho, en la normativa peruana están obligados a tenerla, no obstante, los medios más allá de contar con estos principios también deben entender su naturaleza para respetarlos y aplicarlos.

Un factor insoslayable son los intereses comerciales de los medios. Son tiempos en los cuales estas empresas ya no procuran solo tener réditos lucrativos sino también o por lo menos, ingresos que les permitan subsistir. Mediante códigos o pautas éticas siempre se intenta evitar la preponderancia (o que se inmiscuyan) los intereses externos

o internos (de los propietarios). Pero una creciente crisis económica agobia y los medios no son la excepción.

Estas crisis también reducen grandes redacciones así como inversiones considerables en renovar o modernizar equipamiento para el mejor despliegue y cobertura de las señales de televisión. O peor aun, el mejor y experimentado talento humano es dejado de lado para aminorar costos. Actualmente además, los niveles de rating ya no acompañan estos esfuerzos de inversión. Esto a su vez se traduce en menos auspicios publicitarios. Asimismo la aparición de las redes sociales o medios digitales ha propiciado el surgimiento de otro tipo de consumo informativo: más veloz y a la vez con nuevos riesgos para el receptor. La competencia entonces ya no solo se da entre las grandes cadenas, sino surge una suerte de “democratización de los medios” y esto a su vez, genera otra serie de problemas.

Al hacer una investigación sobre la vorágine con la que se transmite hoy en día la información surgen aspectos como las “deformidades informativas o falsedades” como la llamada posverdad, Fowks (2017) acude a un escenario institucional normativo, ideal o quizá utópico:

“La Constitución peruana señala que los medios de comunicación deben colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural”, y en la chilena se menciona la existencia de un Consejo Nacional de TV que vele por el “correcto funcionamiento” de este medio; es decir, está en el sentido común de un *deber ser* de los medios de comunicación” (p. 10).

El deber ser y los valores morales (ergo la ética) rigen sin duda, para cualquier escenario y se espera de quienes comunican, en el caso peruano, su buena fe para ponerlo en práctica pese a cualquier crisis.

### **1.3 La ética y el periodista**

Ahondemos en el periodista. Terrones cita a Blázquez (1994) quien presenta el concepto de informador responsable en los siguientes términos:

“Informador responsable es aquel que pone cuanto está de su parte para cumplir con los deberes ético deontológicos específicos de su profesión, teniendo siempre presente el deber primordial de responder con la mayor fidelidad posible al derecho que el público tiene a saber ciertas verdades esenciales para la humana convivencia social” (p. 21).

Y saber ciertas verdades esenciales es presentar todas las informaciones posibles para que sea el espectador o televidente (en el caso de la televisión) quien tenga el mayor panorama posible de lo que está ocurriendo. Sobre la televisión, Sartori (1998) decía que “con la televisión, la autoridad es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen. No importa que la imagen pueda engañar aún más que las palabras” (p. 72). El valor agregado del periodista es darles sentido a las imágenes, precisarlas, explicarlas o darle contexto y no dejar que ellas (o incluso sin ellas) se distorsione, retruque o falsee una información.

Al hablar particularmente del factor humano, del periodista de televisión, Estremadoyro (2004) sostiene que como virtud axiológica éste “tiene que ser un buen periodista en el sentido más clásico. Debe tener un gran respeto por los principios fundamentales de la labor informativa” (p. 83). Si bien el autor hace mención a varios de ellos como la objetividad, imparcialidad y responsabilidad, se resaltan otras dos: veracidad que “se refiere fundamentalmente a la exactitud de los datos de la información” y a la honestidad que “dispone que los periodistas deben cumplir su misión sin fines subalternos” (p. 95). Otro autor, Anaya (2013), hace mención de los llamados:

“Principios básicos de la ética del periodismo en función de la conferencia general de la Unesco de París de 1983: el derecho del pueblo a una información verídica, la adhesión del periodista a la realidad objetiva, la responsabilidad social e integridad social del periodista, el acceso y la participación del público, el respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre, el respeto del interés público, de los valores universales y de la diversidad de las culturas” (p. 40).

Agrega que “el principio fundamental, principal o primero que debe dominar en el trabajo periodístico es la búsqueda de la verdad y la objetividad”. Valores conocidos hasta el hartazgo como fundamentales o pilares para el quehacer periodístico. Anaya (2013) hace mención a principios reconocidos por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).

“En el artículo 9 de la declaración de Chapultepec de 1994: la credibilidad de la prensa esta ligada al compromiso con la verdad, a la búsqueda de precisión,

imparcialidad y equidad, y a la clara diferenciación entre los mensajes periodísticos y los comerciales” (p. 40).

Pero por más declaraciones y artículos constitucionales aprobados, la cruda realidad del periodismo acrecienta su crisis que pasa del siglo XX a la presente centuria con complicaciones económicas y tecnológicas según un compilado de análisis que coordina Arana et al (2017):

“Es posible decir que lo que realmente alteró el panorama al final de la primera década del siglo XXI fue la crisis financiera y económica que dejó a los medios en una situación precaria, con una disminución considerable de la publicidad y, en el caso de los medios impresos, con una aceleración de la pérdida de compradores en muchos países. (Wardle y Williams, 2011)” (p. 42).

Añaden los autores en mención otros factores que deterioraron las perspectivas del periodismo a nivel global:

“A la crisis del periodismo, marcada por incumplimientos ético-deontológicos, se sumó el deterioro progresivo y rápido de la economía de la mayoría de las empresas editoras, que se vieron sorprendidas por una fuerte embestida en sus resultados cuando estaban intentando una reconfiguración del modelo de negocio para garantizar no solo la continuidad, sino un futuro más prometedor para la era digital” (p. 42).

Esos problemas no fueron ni son exclusivos de la prensa escrita. Las empresas periodísticas en general, han buscado una salida o solución que no ha medido en reparar los embrollos éticos que generan. Desde favorecer más los intereses empresariales, inclinarse desproporcionadamente a sectores políticos de su conveniencia y obviar preocupaciones ciudadanas así sean minoritarias. Consabido es que la pura neutralidad y pluralidad es una exigencia que en la práctica es difícil de cumplir. No obstante, la experiencia personal busca expresar en este trabajo que, dependiendo de ciertos profesionales, se hacen los mayores esfuerzos por cautelar estos principios básicos.

#### **1.4 Cobertura periodística**

La cobertura noticiosa es parte de la producción de noticias (newsmaking) que decide un medio, un proceso visto como complejo y que en la práctica ciertamente lo es. La comunicadora argentina Retegui (2017) explica que “hay diversos factores que intervienen en ella y porque los periodistas se mueven en un entramado de tensiones/negociaciones en torno a ese producto mediático” (p. 104). Una explicación detallada precisa que:

“Partiendo de la premisa de que los medios no actúan como un espejo que refleja simplemente lo que tiene ante sí, se entiende aquí la noticia como una construcción, y los medios, como actores que deciden, que siguen una política, que luchan con la falta de tiempo y con la limitación de recursos. Así, al contrario de la imagen del espejo, la concepción que subyace es que “las políticas, los temas y los acontecimientos son objeto de patrones de selección e interpretación



que se definen en negociaciones y disputas y, por ello, pueden modificarse a lo largo del tiempo” (p. 104).

Retegui no desestima ni sustrae el hecho que en medio de todas esas circunstancias descritas se conjugan...

“el ejercicio del poder, las relaciones interpersonales, las jerarquías, los egos, las estrategias de vinculación con otros poderes y, fundamentalmente, las subjetividades de los trabajadores de la prensa y la cultura periodística” (p.104).

Caballero (2019) al hablar de la jornada periodística en un medio de comunicación aborda el tema de los recursos apropiados para cumplir la labor así como “en tanto empresa, hay propietarios o accionistas cuyos intereses pueden afectar el desarrollo del trabajo de los periodistas políticos” (p. 135). Y en cuanto a lo que llama constreñimientos editoriales sostiene que:

“Estas limitaciones reciben este nombre porque son impuestas por los editores y porque suelen justificarse en supuestos principios editoriales. Se trata de las interferencias que los periodistas padecen en su trabajo a fin de que inclinen sus contenidos a favor de determinados personajes políticos o en contra de otros, lo cual tiene su origen en ciertas preferencias o simpatías políticas” (p. 135).

Como ejemplo, Caballero rescata las elecciones generales del 2016:

“Un escenario en el que los “constreñimientos editoriales” se hicieron sentir con cierta frecuencia. Los periodistas coinciden en señalar que, por un lado, había un

interés en publicar contenido que les fuera perjudicial a los candidatos presidenciales de Alianza para el Progreso del Perú, César Acuña, y del Frente Amplio, Verónica Mendoza, y, por otro lado, había “una evidente inclinación” por el candidato de Peruanos por el Cambio, Pedro Pablo Kuczynski (PPK), un hombre identificado con la derecha, el empresariado y el mercado” (p. 140).

En un compendio de ciencias políticas, Acevedo (2017) acentúa que:

“A poco más de una semana de realizarse la primera vuelta, Verónica Mendoza, candidata del izquierdista Frente Amplio, experimentó un alza importante en la intención de voto y estuvo a punto de pasar a la segunda vuelta. Ese inesperado crecimiento a favor de Mendoza generó que los principales conglomerados y grupos mediáticos del país desatarán una campaña corta, intensa y aparentemente efectiva contra lo que consideraron una amenaza para la continuidad del modelo neoliberal” (p. 100).

### **1.5 Autorregulación**

¿Es la autorregulación de los propios medios la fórmula para salvaguardar correctamente los principios básicos como la libertad de expresión o información y no caer en un uso y abuso de las normas siempre en función del televidente? La reglamentación de la autorregulación está dada pero es poco conocida. Como parte de esta autorregulación aparecieron instancias como el Consejo de la Prensa que agrupa a determinados medios. De por sí, se piensa que la autorregulación es una primera instancia en el propio medio, un autocuestionamiento inicial, pero ¿funciona

eficazmente? La realidad nos confronta con los intereses empresariales que trastocan la parcialidad del medio y por tanto las leyes nacionales en el Perú menciona Anaya (2013):

“De acuerdo a las normativas peruanas los medios de comunicación que acceden al espectro radioeléctrico para emitir su señal según las normas del Estado peruano deben cumplir con normas reguladoras, entre ellas contar con principios éticos, de no cumplir con dichas normativas son pasibles de ser denunciados por la propia audiencia. El autor explica que “conforme a la ley de radio y TV, las denuncias que plantee el público ante el ministerio de Transportes y Comunicaciones contra las instituciones y empresas del sector, por incumplimiento de sus códigos de ética, serán sometidas a la opinión, no vinculante del Consejo Consultivo de Radio y TV., Concortv, también creado por la ley citada” (p. 74).

No obstante y pese a la normativa queda claro como lo reconoce el propio Perla Anaya que se presentan muy pocas denuncias en el país sobre el incumplimiento al que llegan los medios de comunicación. Los pronunciamientos pueden ser comunes frente a cualquier atropello o arbitrariedad cometida por los agremiados o medios de comunicación, sin embargo, las sanciones no dejan de ser minúsculas.

## **1.6 Consecuencias**

Todo este cúmulo de referencias y conceptos resumidos en estas páginas genera interrogantes sobre los efectos que pueden tener estas emisiones, coberturas

periodísticas o entredichos en los cuales quedan los medios de comunicación. Con una investigación global Unesco (2017) concluye que:

“Las dos principales tendencias políticas que impactan sobre los sistemas de medios de todo el mundo son, en primer lugar, la deslegitimación generalizada, por parte de los actores políticos, de los medios de comunicación como institución venerable y del periodismo como profesión, y, en segundo lugar, los crecientes intentos de capturar a los medios, en particular a los medios en línea, que hasta no hace mucho se consideraban como más capaces que otros medios de resistir este tipo de control. Los medios suelen ser capturados cuando existen presiones económicas sobre ellos y las tendencias más recientes sugieren que el trastorno de los antiguos modos de producción y el ocaso de los modelos tradicionales de los medios masivos de comunicación están transformando las ideas normativas acerca de la independencia” (p. 116).

Agrega Unesco que esta deslegitimación de los medios se presenta particularmente en épocas electorales. En el Perú, una reciente investigación de Aragón et al (2022) aborda la confianza de la ciudadanía en los medios de comunicación y devela cómo va decreciendo:

“En este caso, frente al 48% de encuestados en 2016 que decían confiar mucho o algo en los medios de comunicación, tenemos que en 2021 este porcentaje se ha reducido a un 28%. Por otro lado, si en 2016 había un 51% de encuestados

que decía confiar nada o poco en los medios de comunicación, este porcentaje ha llegado al 71% en 2021” (p. 75).

Pero más allá de la confianza, siguen siendo según ese mismo texto, los medios tradicionales los de mayor audiencia, no obstante se acrecienta una crisis a decir de Moura de Oliveira (2018):

“A pesar de que el periodismo conserva gran parte de su protagonismo y de que el sello de los formatos convencionales todavía está vigente, otros sistemas comienzan a disputarle su condición de interpretante exclusivo del mundo. Las redes sociales digitales -consideradas aquí como el entorno donde mejor se visualiza esa crisis- esta generando tensiones a diferentes niveles en la práctica periodística” (p. 74).

En España al investigar puntualmente sobre las influencias políticas, tanto ciudadanos como periodistas comparten la opinión que con ello se afecta el desarrollo del buen periodismo. Una encuesta entre 1756 hombres y mujeres de prensa denominada “Informe anual de la profesión periodística” arrojó en el 2017 que la falta de independencia política o económica es el tercer problema más importante de la profesión. En un artículo de Mauri-Rios et al (2020) donde se hace mención de esta encuesta se reseña que:

“En una escala del 0 al 10 (donde 0 es nada de independencia y 10 es independencia total) los periodistas encuestados sitúan su nivel de libertad en un 4,4, por debajo del aprobado. Finalmente, y según la misma encuesta, el 80% de

los periodistas confiesan haber recibido presiones a la hora de ejercer su función profesional” (p. 304).

Esta investigación que ausculta al periodismo español concluye que estos factores...

“Frenan el desarrollo de instrumentos de rendición de cuentas del periodismo ante el público, porque limitan la autorregulación periodística en la medida en que condicionan la libertad de prensa, dificultan la existencia de unos medios de comunicación transparentes y no contribuyen a la participación del público, elementos clave para poder hablar de rendición de cuentas (Mauri y Ramon, 2015)” (p. 304).

Peor aún,

“los ciudadanos coinciden con los periodistas en este punto. Desconfían de los medios a causa de una influencia política que, según apuntan, afecta a la objetividad e independencia periodística (Kovach y Rosenstiel, 2001), lo que pone en peligro la función democratizadora de los medios en sociedades libres (Alsius, 2010; Casero-Ripollés, 2012)” (p. 304).

Una investigación en España que involucra encuestas a periodistas y directores de campaña concluye que:

“Existe una tensión evidente entre el poder político y la labor periodística desde el nacimiento y configuración de esta como “un poder de vigilancia, de crítica, de mediador o de garantía de transparencia y, lógicamente, el poder político tenía

que recelar de ella en intentar anularla y absorberla, incluso asumiendo la propiedad y gestión de los medios para hacer de la prensa una función más del Estado” (Herrero 1996, pág. 50) como se citó en López García y Valera Ordaz (2017, p. 163).

Ambos autores también recuerdan a Durandin (1993) cuando acciona esta idea:

“La información es tratada en lo sucesivo como mercancía, es decir que se compra o se monta una empresa de prensa, radio, televisión, cine o editorial para realizar beneficios. No es algo que sea en sí ilegítimo. Pero en realidad, esta “mercancía no se trata de hecho como las demás (..) Muchos de ellos ejercen (..), ya sea abiertamente o no, un papel de influencia” (p. 249).

Siguiendo con lo que ocurre en España, el profesor de periodismo Lopez-García G. (2017) grafica la precaria situación de los medios “inmersos en un escenario en el que los márgenes de rentabilidad, y los ingresos por vía publicitaria o por compra de contenidos, han descendido significativamente (Casero-Ripollés, 2012). Y lo mismo cabría decir de los índices de audiencia” (p. 576). Afianza esta idea diciendo que “El mensaje de los políticos llega a los medios con mucha más fuerza..y los medios son más débiles que nunca” (p. 576). Más aun al mencionar que las audiencias son menos ilustradas que antes en materia política gracias a mayores opciones que tiene actualmente cualquier ciudadano en consumir un sinnúmero de contenidos.

## **CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL**

### **2.1. De redactor, presentador de noticias a Productor General de Canal N**

Tras unos meses como redactor de noticias el suscrito participó en un casting interno de Canal N para elegir al nuevo presentador de noticias. En este video en Youtube se puede apreciar la labor como conductor de televisión durante una entrevista a la excongresista Rosario Sasieta. (2011, 28 de abril). Canal N. <https://www.youtube.com/watch?v=pbRkoHKyC5w&t=27s>

Como parte de mi experiencia he podido participar también de la cobertura de noticias. Posteriormente y durante cuatro años se condujo el matutino D6a9. El programa fue coconducido junto a Carla Harada. Este programa también permitía entrevistar a importantes personalidades del ámbito político, económico y cultural del país. Desde jefes de gabinete, ministros de estado, congresistas, líderes políticos, alcaldes de Lima metropolitana y otros distritos, autoridades, así como artistas. D6A9 (2008). Canal N. <https://www.youtube.com/watch?v=hWQpV17DsJk>

Tras el ingreso de Clara Elvira Ospina como Directora General de América Televisión y Canal N se me encomendó el puesto de Productor periodístico de Canal N. Con Ospina se aplicó la fusión periodística de ambos canales lo que permitió contar con una poderosa producción periodística ya que se integraban los medios más vistos en las señales de televisión abierta y cerrada del país. El encargo también incluyó ser el jefe de la sección política y a la vez ser responsable de la producción periodística del noticiero del mediodía de América Televisión.



Con Clara Elvira se pudo trabajar y aprender como productor periodístico, una labor que enfrenta la enorme responsabilidad de estar detrás de cámaras frente a diversos y complicados hechos. El cargo de productor periodístico del Canal N se ejerció por espacio de 10 años. El encargo era demandante debido a la naturaleza del canal que establece una permanente vinculación con los principales acontecimientos noticiosos del país, relación con actores políticos y sociales, coordinación y organización interna. En suma, un liderazgo que implicaba desarrollar un trabajo periodístico cohesionado y profesional. El reto consistía en poner en práctica la experiencia periodística y seguir el procesamiento de la información para poder difundirla con criterio y rigurosidad.

Incluso se encargó la producción del noticiero del mediodía en América Televisión como parte de las responsabilidades. Al ser un canal de señal abierta, la lógica, la demanda o la exigencia es distinta al trabajo y experiencia que se ha tenido en una emisora de cable. El rating y su medición prácticamente en tiempo real, generaba una sensación de exasperación cuando las cifras no eran las esperadas. El noticiero del mediodía era producido por Jennifer Vilca, quien ordenaba las notas en función de “la lógica” de la señal abierta, es decir, temas locales y sobretodo policiales a los cuales se entiende, “están acostumbrados” los televidentes de América Televisión. El trabajo se ordenaba en el “inews”, software muy “amigable” y adaptable a la organización de un noticiero.

## 2.2 La campaña presidencial del 2021

La campaña presidencial del 2021 tenía un componente especial, se iba a desarrollar en medio de la pandemia del covid-19. Si bien paulatinamente se iba saliendo del encierro que supuso parte de las drásticas medidas dictadas por los gobiernos de turno (sobre todo en el de Vizcarra), había aún mucho temor en participar de reuniones. La jornada de votación implicaba una actividad que congregaba a muchas personas.

El canal se organizó para cubrir las actividades proselitistas. Por ejemplo, la reportera Catia Gutiérrez siguió al candidato George Forsyth. Gutiérrez detalla que “debido a la proliferación de candidatos presidenciales, no sólo seguí a Forsyth, de hecho, era prioridad por estar arriba en las encuestas, pero también asistí a las actividades de Ollanta Humala, Daniel Salaverry y Alberto Beingolea. Cada reportero tenía también dos o tres candidatos por seguir”. Y así fue como también se siguió a Verónica Mendoza, Rafael López Aliaga, Daniel Urresti, entre otros. Agrega que “los reporteros asignados a Pedro Castillo y a Keiko Fujimori hicieron su trabajo como se debe: haciendo la cobertura de cada actividad de los candidatos. Creo que los problemas llegaron después” comenta.

Durante la primera vuelta también puedo destacar la iniciativa de nuestra directora periodística en organizar un debate entre los principales candidatos. Participaron todos los postulantes a la presidencia salvo Rafael López Aliaga, quien criticaba, en ocasiones de forma grosera al Grupo El Comercio y cada vez que podía a América Televisión y a Canal N. Los insultos según Calderón (2022) iban desde “mermeleros” hasta “prensa basura” (p. 310). Como parte de la organización del debate presidencial se promovieron

reuniones con los principales candidatos para coordinar y asegurar la presencia de todos los aspirantes que tuvieran figuración en las encuestas de opinión por ese entonces.

Participé en la mayoría de las reuniones pactadas o bien con los candidatos, emisarios o jefes de campaña o de prensa.

Finalmente participaron del llamado “el debate definitivo” Yonhy Lescano, Verónica Mendoza, Daniel Urresti, Keiko Fujimori y George Forsyth. Para entonces Lescano era el favorito en las encuestas y como era de esperarse, sobre él se dirigieron las principales críticas de sus contendores. La cita fue en las instalaciones de América Televisión en Santa Beatriz. (2021, 21 de marzo). “Debate definitivo”. América Televisión. <https://www.youtube.com/watch?v=KTgTDhoKarA>

El resultado del debate fue el mejor en términos de sintonía y de dinámica. Según comentó la propia Clara Elvira Ospina en reunión del comité periodístico, los accionistas y miembros del directorio del canal elogiaron el esfuerzo y éxito conseguidos con la polémica.

A pocas semanas de las elecciones llamó la atención de los medios la aparición del candidato de Perú Libre, Pedro Castillo. Hubo mucho interés periodístico por entrevistarlo y por saber más del personaje, pero los responsables de su campaña dieron pocas oportunidades para poder acercarnos al candidato.

Periodísticamente podemos afirmar que no tuvimos problemas en desarrollar nuestra labor profesional de la mejor forma, sin injerencias en la primera vuelta. Castillo pasó a la segunda vuelta junto a Keiko Fujimori.

La cobertura tuvo “un punto de quiebre” para la relación entre los directivos, jefaturas y el equipo periodístico. Como parte del seguimiento al candidato Pedro Castillo, estuvimos pendientes de sus actividades en su casa en Cajamarca al día siguiente de los comicios el lunes 12 de abril del 2021. La reportera Lourdes Páucar siguió de cerca al ganador de la primera vuelta electoral. Es más, se transmitió en vivo en Canal N, la jornada “en el campo o en la chacra” del candidato “sorpresa” de los comicios generales en el Perú.

Había una expectativa general en conocer quien disputaría con Keiko Fujimori las elecciones presidenciales en segunda vuelta. Hubo un genuino interés periodístico y de la opinión pública por saber más del sorpresivo candidato. Pero al parecer esa no fue la percepción de los principales ejecutivos del canal.

En reuniones previas del comité periodístico, nuestra directora Clara Elvira Ospina nos indicó que les había respondido a los miembros del directorio que era sumamente peligroso apoyar a alguno de los candidatos en contienda porque respaldar a uno u otro suponía complicar la objetividad del medio. ¿Qué pasaba si ganaba el candidato al que “no se había apoyado”? o, ¿si ganaba el candidato al que se respaldó? En cualquiera de las dos situaciones ¿cómo quedaba el medio? Lo ideal era tener una posición neutral en un proceso electoral y así se entendió se mantendrían los canales bajo su gestión.

Otro incidente ocurrió semanas previas a la segunda vuelta electoral. Clara Elvira Ospina estaba convencida de poder organizar un segundo debate presidencial. Para ello se convocó nuevamente a los equipos de campaña y a los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori. El primero nunca respondió directamente a la invitación y dejó entender

que solo participaría en el debate organizado por las autoridades electorales y así fue. Keiko en cambio aseguró su participación y asistió incluso a una reunión previa el martes 20 de abril, junto a su candidato a la vicepresidencia Luis Galarreta.

Aunque no estuve presente pude saber que, durante la reunión, Ospina fue clara en aseverarle a la candidata que los canales (N y América) mantendrían la objetividad e independencia durante lo que restaba de los comicios. Según el libro de Calderón (2022) textualmente Clara Elvira dijo: “Nosotros no vamos a apostar por ninguno de los dos candidatos. Pero sí vamos a mantener una línea informativa libre y plural”, y según los asistentes, Keiko lo tomó muy bien” (p. 311).

Horas después de esta reunión Clara Elvira Ospina dio cuenta al consejo consultivo de lo acordado con Keiko Fujimori, recibiendo el respaldo de Gilberto Hume, Felipe Cantuarias y Gustavo Mohme Seminario, integrantes del comité consultivo de los canales de televisión. El respaldo fue total. Sin embargo, horas más tarde, Mohme Seminario fue comunicado por Harold Gardener, presidente del directorio, que Ospina iba a ser cambiada. Esta decisión le fue comunicada a la periodista a través de una carta enviada el 23 de abril.

Días después se nos convocó a una reunión con Harold Gardener presidente del directorio de América Televisión y Canal N. En la cita se nos transmitió que Clara Elvira “había perdido la confianza” de la empresa y por tanto se decidía continuar sin ella en la conducción de los canales. Esta medida abonaba en generar una tremenda suspicacia y complicaba enormemente todo el impecable trabajo periodístico desarrollado hasta ese momento en pleno proceso electoral.

Participamos de la reunión los productores de la programación de ambos medios Carola Miranda, Roberto Reátegui, así como la responsable de la producción de Cuarto Poder Gabriela García, del dominical de América, José Díaz, además de la jefa del área de política Angélica Valdés. En la cita se hizo hincapié en los mensajes que se habían dado sobre la conducción periodística del canal y, algunos reprochamos la gran dificultad que a partir de ese momento afrontaríamos de cara al público ya que esta decisión cuestionaba la objetividad e independencia del equipo periodístico en medio de una contienda electoral. Se nos aseguró sin embargo que se respetaría el trabajo de los periodistas y que nada cambiaría.

Ante la salida de Clara Elvira y como parte de la promesa de que todo seguiría igual fuimos convocados Carola Miranda, Gabriela García, Roberto Reátegui, Angelica Valdés y mi persona a una reunión con los integrantes del comité consultivo del canal, grupo no vinculante, que discute y analiza los principales temas a tratarse durante los programas periodísticos de los canales. Aparte de Gardener participó en esta reunión Gustavo Mohme Seminario, Felipe Cantuarias y Gilberto Hume.

Al empezar la reunión se le concedió el uso de la palabra a Hume quien a priori sostuvo que, en vista de las circunstancias, era preciso preguntar cuál era la posición o simpatía política de los productores y demás concurrentes. Esta consulta fue criticada por Mohme quien consideró imprudente e innecesario realizar ese tipo de preguntas a los periodistas quienes -se entiende- deben guardar sus preferencias políticas de lado para el ejercicio profesional. Felipe Cantuarias quien moderaba la reunión, le dio la razón a Mohme.

La participación del suscrito en estos comités consultivos fue en adelante frecuente y en él se discutían temas relacionados con la coyuntura política, temas que por la época tenían mucho que ver con las elecciones. Si bien era un grupo de carácter no vinculante era llamativo el claro interés de Cantuarias y de Hume en sugerir sobre todo temas proclives a cuestionar solo la candidatura de Pedro Castillo. De hecho, en algunas ocasiones resultaba incómoda la reunión, toda vez que se abordaban o promovían seguir casos que tenían poco sustento o evidenciaban ser *fake news*.

Sabíamos que nuestra participación en este comité consultivo, sobre todo junto a Gabriela García y Carola Miranda, iba a ser temporal porque nuestro lugar iba a ser ocupado por quien fuera elegido como director periodístico de América Televisión y Canal N. El nombre que finalmente tuvo el respaldo, con los votos de El Comercio, en la Junta de directorio del 11 de mayo, fue el de Gilberto Hume.

Pocos días después de su elección, Hume se reunió con los productores y responsables del equipo periodístico. Participé como productor periodístico de Canal N. Su mensaje fue la de brindar o generar un clima de tranquilidad para todos los periodistas que participamos de este encuentro. Algunos encontraron cierto alivio en su elección teniendo en cuenta su trayectoria. Otros guardábamos nuestras suspicacias. Nuestras principales dudas iban por su pasado reciente, es decir, por el haber creado Willax, canal de una manifiesta tendencia política sin mayor esmero en el rigor periodístico.

Este canal de televisión ya se caracterizaba por ser un difusor de medias verdades haciendo uso indebido de recursos periodísticos poco rigurosos. Asimismo su plana de conductores dio cabida a personajes que hicieron uso de la señal televisiva con poca

seriedad. De hecho había logrado mucha notoriedad en base a información difundida con poca responsabilidad. El caso más conocido fue el haber restado validez científica al uso de la vacuna china de Sinopharm promoviendo un temor en la población para inmunizarse, poniendo en riesgo sus vidas.

Al respecto, Hume mencionó que si bien había creado Willax se alejó de ese canal porque Erasmo Wong, el socio mayoritario, contrató a personajes como Phillip Butters con quien tenía diferencias de índole periodístico. En su presentación, Hume auguraba respeto en el manejo periodístico del canal tal cual se mantuvo durante la gestión de Clara Elvira Ospina, no obstante, sus palabras terminaron siendo retórica.

Ello se evidenció cuando no se respetó la línea editorial al irse perdiendo la equidad para la cobertura periodística durante las elecciones. Fue notorio el sesgo o desbalance periodístico al incidir solo en cuestionamientos contra uno de los candidatos, aun cuando se justificaba en parte, el interés periodístico por conocer más del candidato presidencial de Perú Libre ya que constituía una novedad. Sin embargo, esta inclinación fue en detrimento de la seriedad de los canales de cara a la opinión pública.

Lo que ocurría en América y Canal N es que básicamente se empezó a buscar información en la que se cuestionara solo a Pedro Castillo. No ocurría lo mismo con la candidata Fujimori. El argumento principal era para Hume que de Keiko solo se presentaban “refritos”.

Como parte de las coordinaciones diarias Carola Miranda productora del noticiero principal de América Televisión junto a Angelica Valdés, jefa de política y Gilberto Hume como director general, definían diariamente por las mañanas el cuadro de comisiones o



los temas a seguir en temas políticos. Pude denotar que de estas reuniones salían básicamente comisiones con una inclinación de informes contra Castillo, la misma impresión tuvieron otros periodistas del equipo al notar la desbalanceada producción de notas y contenido al aire.

En determinado momento de la campaña electoral, la productora Carola Miranda me hizo saber que necesitaba que participara en estas reuniones de coordinación de temas políticos porque consideraba que tanto Gilberto como Angelica tenían posiciones similares en cuanto a la asignación de temas políticos, por tanto, necesitaba equilibrar criterios al momento de definir las comisiones.

Por aquel entonces lo que se percibía en la capital y en algunas otras ciudades del país, era una preocupación y miedo, sobre todo de la clase empresarial y de la mayoría de los medios de comunicación, por un posible triunfo de Pedro Castillo. Se avizoraba un gobierno de izquierda al estilo del marxista partido Perú Libre cuyo eslogan asumió el candidato presidencial como lema de campaña: “no más pobres en un país rico”. (Vladimir Cerrón, líder de Perú Libre, tuvo una condena por corrupción tras ser gobernador regional de Junín. Cultivó su formación política e ideológica en Cuba. Por tanto abrazaba ideales comunistas de rechazo “acérrimo” contra el capitalismo). Valgan verdades también tenía posiciones de duro cuestionamiento y amenaza contra los medios de comunicación.

Otro sector de la sociedad lamentó que por tercera vez consecutiva la candidata Keiko Fujimori estuviera en instancias finales y con posibilidades de ser presidenta del

país ya que le recordaban el gobierno autocrático de su padre, así como evidencias de corrupción de él e indicios fiscales en ella de presunto lavado de activos.

En medio de esta situación el 24 de mayo del 2021, se produjo uno de los atentados más execrables que se recuerde en la zona del Vraen. Al menos 16 personas, entre ellas cuatro niños, perecieron en un ataque perpetrado por integrantes de Sendero Luminoso, según afirmó el comando conjunto de las fuerzas armadas.

Al encontrarnos en pleno proceso electoral este suceso, ocurrido entre los valles de los ríos Apurímac y Ene, cobró una dimensión política por dos hechos. Un reporte de un medio digital indicó que varios indicios y testimonios apuntaban a que no se trataba de un ataque subversivo. El segundo apunte tenía que ver con las dudas y reservas que guardaba sobre el caso, nuestra corresponsal en Ayacucho Paola Collazos. Sobre ella podemos dar fe en el canal que su trabajo era impecable por la información que lograba recabar gracias a sus contactos en las fuerzas armadas y su conocimiento del accionar de los remanentes terroristas.

Collazos no pudo ingresar a la zona donde se produjo el ataque debido a que - según manifestó- recibió amenazas. Sin embargo, de acuerdo con las versiones que había podido recabar y a su experiencia, le resultaba extraña la forma en que se había actuado en el atentado. Por tanto, me expresé sus suspicacias. En virtud sobre todo de esa fuente confiable que resultaba nuestra corresponsal le hice saber a todos en el canal que era periodísticamente válido mantener dudas sobre la autoría del ataque. El mensaje “entre líneas” que traía este hecho se vinculaba con el candidato Pedro Castillo ya que se le relacionaba con el terrorismo, debido a la presunta relación de algunos integrantes

de Perú Libre o del magisterio con la subversión (vía Movadef, brazo político de Sendero Luminoso). Por esa razón, este hecho venía impregnado de un posible uso político.

Este tema estuvo circulando en las reuniones del comité periodístico del canal por algunos días lo que generaba la molestia del director Gilberto Hume, quien estaba convencido de que se trataba de Sendero Luminoso. Mi posición compartida con algunos otros periodistas del canal fue la de mantener la suspicacia debido a los indicios antes mencionados. Es un rigor periodístico normal dilucidar las dudas o esclarecer versiones contradictorias aun cuando pueden poner en entredicho comunicados, así sean oficiales.

Como productor periodístico del Canal N en todo momento tuve el cuidado de difundir el tema según informaron nuestras autoridades ya que no teníamos como dar o encontrar otra versión. Pero en vista que las dudas y la polémica continuaban internamente, Hume ordenó a que no alimentáramos más especulaciones y que nos cerráramos en informar que fueron “terroristas” los que perpetraron el ataque, es decir dar como definitiva la versión de las Fuerzas Armadas.

Otro tema de discusión fue la selección de los invitados de los programas políticos. La dirección periodística con Hume nos hizo saber que se prefería menos a los analistas. Quedaba implícito que se trataba de evitar a quienes se tildaba de “caviares”. En su reemplazo eran mejor -se nos dijo- los personajes ligados a los hechos y de preferencia promover debates porque “la pelea” entre los invitados generaba más sintonía. De cualquier manera, en los últimos tiempos hasta antes de la llegada de Hume, se había procurado tener a personajes más ad hoc y equilibrados en sus análisis y comentarios. Algunas autoridades políticas (sobre todo congresistas) insultaron al canal o a nuestros

periodistas en otros medios o espacios, lo cual nos auto-cuestionaba el darle espacio a quien encontraba en la diatriba una forma de criticar nuestra labor.

Otro problema interno se vivió en Cuarto Poder, programa dominical de relevancia en el país y que eventualmente coordinaba con Canal N, sobre todo para el “rebote” de sus primicias. Como director general Gilberto Hume también tenía mucha injerencia en este espacio, por tanto, coordinaba con la productora periodística Gabriela García.

Con la nueva dirección García tuvo muchas dudas de poder ejercer con libertad, el trabajo periodístico que había venido desempeñando con Clara Elvira Ospina. Alguno de los reporteros de su equipo me manifestó su disgusto o porque le censuraron o modificaron alguno de sus reportajes en el que se cuestionaba a Keiko Fujimori. El equipo pretendió mantener en las elecciones un programa cuyo equilibrio periodístico se expresaba en “escarbar” aspectos desconocidos de ambos candidatos. La tendencia con la nueva dirección periodística fue otra, se buscaba que el esfuerzo por hallar novedades se centrara solo en el candidato de Perú Libre.

Ese malestar se tradujo en una carta presentada el 11 de mayo y en el cual los reporteros de Cuarto Poder expresaron su preocupación tras la salida de Clara Elvira Ospina de la dirección periodística del canal.

En esta misiva dirigida al presidente del directorio del canal, se leía que “si bien el despido, y otras decisiones que ustedes están tomando obedecen a una decisión empresarial, como periodistas queremos manifestar que la credibilidad e imagen del programa Cuarto Poder están siendo afectadas. Nuestro único activo es nuestro nombre, nuestra trayectoria periodística y nuestra credibilidad, y es lo que ahora y siempre vamos

a salvaguardar”. Días después apareció otra carta firmada por algunos periodistas y presentadores de América Televisión y de Canal N en el que afirmaban que respetaban la decisión empresarial del retiro de Ospina y que eso no representaba una mella en su independencia periodística.

Junto a la productora Carola Miranda fuimos invitados a reunirnos en dos ocasiones con el director periodístico Gilberto Hume. En una primera ocasión fue para reprocharnos sobre la posición asumida por el atentado en el Vraen. Nuestra preocupación como periodistas fue tratar de conocer más del caso debido a la controversia y sospechas surgidas. Mas allá de la versión oficial queríamos agotar cualquier duda al respecto. Hume decía que para él era un hecho cerrado y que “se trataba de un ataque terrorista”. Además, nos aseguró que el director ejecutivo era quien impartía y dirigía la línea editorial del canal. Confundía entonces una posición editorial con los principios éticos bajo los cuales estaba comprometida la empresa como medio periodístico.

La otra reunión fue el lunes 31 de mayo del 2021. Aquel día en Arequipa, la candidata Keiko Fujimori hizo un “juramento por la democracia” ante el escritor Mario Vargas Llosa quien estuvo “virtualmente” en la ceremonia. El evento fue transmitido casi en su integridad salvo un corte que se hizo para dar pase a otras noticias. Eso motivó la cita del director periodístico junto a la productora Carola Miranda. En dicha convocatoria nos preguntó por quién votaríamos en las elecciones. Hume nos dio a entender que éramos “antifujimoristas”. No respondimos dado que se trataba de una decisión estrictamente personal y peor aún, porque consideramos que esa consulta resultaba

inadecuada para dos profesionales que ejercían su labor en forma independiente y objetiva. En aquella ocasión y dirigiéndose a Carola Miranda le preguntó si iba a luchar con él en defensa de la democracia, entendiéndose que de ganar Castillo estaba en riesgo la libertad de expresión. Además, nos dio a entender que el triunfo de Castillo iba a devenir en que “nos quitarán el canal”.

El cierre de campaña fue la manifestación más cruda del uso indebido de un medio a tal punto que se convierte en actor político. El equipo periodístico se preparó para seguir la última actividad proselitista de Keiko Fujimori y Pedro Castillo. Como es usual y establecido por ley electoral, los aspirantes al sillón presidencial pueden realizar sus cierres de campaña hasta el jueves previo a las elecciones del domingo de la semana en curso.

De esta forma, el jueves por la noche del 3 de junio del 2021 los candidatos Pedro Castillo en la Plaza San Martín y Keiko Fujimori en Villa el Salvador cerraron respectivamente sus campañas. Como es debido ambas actividades contaron con reporteros y camarógrafos dotados de equipos de transmisión por streaming (internet) y hasta microondas (para asegurar la cobertura en vivo). De eso se encargó el jefe de exteriores Walter Cortez. El director periodístico aseguró en la reunión previa de la mañana de ese día, que tendríamos una cobertura equitativa. Bajo ese compromiso todos salieron a cumplir la jornada periodística. Por tanto, la coordinación que desarrollé con productores y colaboradores era que se transmitían las actividades de los dos candidatos otorgándoles tiempos promedios a cada uno para dar así una muestra de imparcialidad.

La organización del cierre de campaña de Fuerza Popular empezó el mitin sobre las 7 de la noche. Keiko Fujimori apareció temprano en el escenario levantado en Villa el Salvador y por tanto se transmitió solo a la candidata en Canal N y por unos minutos en América Televisión. Tiempo después, con varios minutos de tardanza de lo previsto, salió Pedro Castillo desde uno de los balcones de la tradicional Plaza San Martín para hacer lo propio. Como era de esperar por todos en Canal N (periodistas y equipo técnico) teníamos que o “partir la pantalla” o darle un tiempo determinado a cada actividad desarrolladas en simultaneo, práctica regular y equitativa.

Sin embargo, apareció un asistente de Gilberto Hume en *switcher* (control maestro) para indicarle a la productora de turno que el canal solo pasaría el mitin de Keiko Fujimori. La preocupación era generalizada en el canal porque expresábamos una parcialización evidente en pleno cierre de campaña. Por tanto, me dirigí a la oficina de Hume quien me hizo saber que por su decisión solo transmitiríamos la actividad fujimorista. Luego me reiteró que la decisión la tomaba él: “Yo soy el director, yo asumo la responsabilidad”.

En la sala de redacción lamentamos lo ocurrido junto a periodistas como Carola Miranda y Fiorela Montero, mientras veíamos las señales de otros canales que sí partían sus pantallas o transmitían tratando de ser equitativos con los dos candidatos a la presidencia de la república, todos menos nosotros. Incluso el canal Willax cuyo sesgo era conocido, transmitió con pantalla partida el cierre de campaña de Pedro Castillo y el de Keiko Fujimori.

Esta situación se tornó preocupante para nuestros equipos de reporteros y camarógrafos en la plaza San Martín. Algunos de los asistentes preguntaban a nuestros periodistas ¿por qué no se transmitía el mitin? Eso nos hizo temer que la multitud que acompañaba a Castillo pudiera tomar alguna represalia contra nuestros reporteros y equipo técnico. Reiteré a Hume que debíamos transmitir los dos eventos por igual y recibí por respuesta que “no, y que debía recordar quién me pagaba mi sueldo, cuando nos quiten el canal ¿qué vas a hacer?”, es lo que me dijo.

En tanto en el chat interno de WhatsApp de comunicación entre los productores con el director periodístico, se daba esta discusión replicada por Calderón (2022):

“Carlos Fonseca (7:02 p.m.): [Envía una foto. Era la imagen de la señal de Willax TV, canal conservador de derecha que apoyaba abiertamente la candidatura de Keiko Fujimori, con la pantalla partida transmitiendo los dos mítines de Fujimori y Castillo].

Carola Miranda, productora general de América Noticias (7:11 p.m.): Me dicen Stefanie y Juan [reporteros que cubrían el mitin de Pedro Castillo] que la gente de Perú Libre le está diciendo que por qué no salimos con el mitin. Esto va a complicar nuestra cobertura.

Carola Miranda (7:12 p.m.): [Envía una foto. Era la imagen de la señal de RPP TV, que también transmitía, con la pantalla partida, ambos mítines].

Carola Miranda (7:12 p.m.) RPP y Willax a dos pantallas.

Gilberto Hume (7:13 p.m.): Los amenazan?



Carola Miranda (7:13 p.m.) No los amenazan

Carola Miranda (7:13 p.m.) Preguntan

Carola Miranda (7:13 p.m.) Se supone que somos plurales

Gilberto Hume (7:14 p.m.): Y tenemos posición [énfasis añadido]

Carlos Fonseca (7:16 p.m.): y somos plurales, bueno éramos

Gilberto Hume (7:17 p.m.): ¿Cuántas veces y cuántos programas han invitado a Castillo? ¿Cuántas veces ha venido? [énfasis añadido]

Carola Miranda (7:18 p.m.): En la primera vuelta estuvo en 4to y en Agenda

Carola Miranda (7:18 p.m.): Es un cierre de campaña y acordamos que se partía la pantalla

Carola Miranda (7:19 p.m.): Es la democracia

Carola Miranda (7:19 p.m.): Y nuestros principios dicen que somos plurales y que defendemos la democracia

Carlos Fonseca (7:19 p.m.): PRINCIPIOS RECTORES DECÁLOGO

#### 1.- INDEPENDENCIA PERIODÍSTICA

Es la base de la veracidad y de la credibilidad. Nuestros periodistas actúan con total independencia de poderes e intereses externos e internos, así como de agendas propias e incompatibles profesionales.

Carlos Fonseca (7:19 p.m.): AUTONOMÍA INFORMATIVA

Nuestros directores periodísticos gozan de autonomía informativa. Son los directamente responsables de que se cumpla a cabalidad la línea editorial, los Principios Rectores y el Manual de estilo.

Gabriela García (7:28 p.m.): Aún no me reintegro, pero me veo en la necesidad de apoyar la defensa de la pluralidad. Estoy de acuerdo con Carola y Carlos” (p. 355).

Esa es la transcripción del chat interno de WhatsApp. Cuando terminó el mitin de Keiko intenté finalmente pasar el cierre de campaña de Castillo, pero apareció Hume con su asistente para ordenar que de ninguna manera se transmita. Este afán por difundir este cierre de campaña en forma equitativa no tenía un propósito particular o de simpatía política, sino solo de tipo informativo por parte de la mayoría de los integrantes del equipo periodístico de ambos canales. Lo concreto es que como sostuvieron algunos analistas y algunos periodistas de Canal N: “pretendieron desaparecer a Castillo y sobre expusieron a Keiko Fujimori”.

Ante la impotencia de los hechos, Carola Miranda y quien escribe decidimos redactar una carta dirigida al presidente del directorio de ambos canales para hacerles conocer la grave situación tras favorecer abiertamente a una candidata presidencial. Se habían transgredido los principios rectores del canal y era necesario dar a conocer los actos éticamente impropios que se habían cometido. Aunque claro con la enorme posibilidad de ser despedidos.

En la carta entregada al presidente del directorio de América Televisión y Canal N el 05 de junio señalábamos que el director (de prensa) había infringido los Principios rectores que guiaban el trabajo periodístico de ambos medios televisivos. Decidimos entregar la carta en esa fecha previa a las elecciones para que se descartara cualquier cálculo en función de los resultados de la 2da vuelta. El diario La República al ser parte del directorio de Plural tuvo acceso a la misiva, por eso la difundió días después. Escribimos esta carta por convicción y por la responsabilidad que teníamos como jefes de nuestras respectivas áreas, por eso nunca les pedimos a nuestros colaboradores que se sumaran a firmarla.

En el documento enviado no solo se mencionaba el no haber transmitido uno de los cierres de campaña, también se indicaba el habernos preguntado en una reunión el 31 de mayo si teníamos alguna simpatía o posición política con lo cual “quedó implícito que nos pedía apoyar a la candidata de Fuerza Popular”. Tras las elecciones, nos reunimos virtualmente con Carola y Hume y ahí le comunicamos sobre la carta. “Nos dijo que era lamentable lo que había pasado, y nos reprochó por haber mandado la carta al directorio. Nos dijo que podíamos haberlo conversado antes”. Al día siguiente nos citó para decirnos que en vista que enviamos la carta, se quebró la confianza y nos despedía.

## **CAPÍTULO III**

### **DISCUSIÓN**

Mediante este trabajo de Suficiencia Profesional se evoca y resalta la experiencia obtenida durante varios años de labor profesional como redactor, conductor de televisión y productor periodístico. Las más de dos décadas del suscrito en medios de comunicación permiten tener una mirada del cómo se rigen o actúan las empresas radiales o televisivas tanto en situaciones regulares del desarrollo del día a día. Pero también en su desenvolvimiento frente a las crisis políticas o económicas y en su accionar ante los distintos poderes con intereses que, en algunos casos, van por encima de la verdad. La discusión es permanente: desarrollar una labor informativa dentro de un marco respetuoso de libertad de expresión acorde a normas incluso de índole constitucional, pero sin las condiciones mínimas para trabajar o en medio de presiones políticas o económicas. Las situaciones son diversas y cambiantes y se prestan para una constante discusión del devenir periodístico.

Mas aun, practicar el ejercicio de la libertad de expresión al momento de trabajar informando involucra tener presente en todo momento los factores éticos que permiten un correcto desenvolvimiento. Pero los factores éticos no son los únicos a tener presentes para el correcto quehacer del periodista. La experiencia laboral en una empresa o medio periodístico está inmersa a condiciones que afectan el adecuado ejercicio periodístico. Las empresas de comunicaciones atraviesan enormes desafíos económicos que han agudizado hoy quizá más que antes las condiciones mínimas para desarrollar un óptimo trabajo. Los aprietos o penurias económicas de las empresas

periodísticas no permiten un adecuado ejercicio profesional. Mas aun si como parte de esas complicaciones económicas se pueda condicionar el tratamiento de una información en busca de réditos políticos o económicos en beneficio de la empresa periodística.

La experiencia del suscrito gira en torno a un ambiente complicado situación que se agudiza en particular en los procesos electorales. Las elecciones presidenciales en el Perú se han convertido en expresión de una desmedida confrontación política que bien podría ser catalogado como un “vale todo”. Las disquisiciones deontológicas se extravían o se diluyen en medio de la información rebuscada o malintencionada que busca mellar la condición moral del adversario político. Vale entonces desinformar, distorsionar o mentir. Es posible encontrar en una polarizada elección presidencial una sobrecarga de información para denunciar a uno de los candidatos y librar al otro de mayores críticas. El desbalance informativo ha sido característica sine qua non de una confrontación electoral en el que los grupos de poder no quieren a determinado candidato y por tanto expresan un apoyo propagandístico desmedido. Ese desequilibrio también se ha evidenciado en el apoyo explícito de conglomerados mediáticos que forman parte de esos grupos económicos. ¿Cómo así se manifiesta ese “apoyo” en esos medios informativos? La respuesta se encuentra en presentar noticias tendenciosas, inclinando la “balanza”, en destacar a través de informes mayores cuestionamientos o denuncias contra uno de los candidatos, resaltando solo situaciones negativas o simplemente, dejando de informar sus actividades proselitistas.

Otro tema de discusión es sin duda la autorregulación de los medios. Esta capacidad y hasta obligación legal ha sido pensada sobre todo para temas de protección al menor o víctimas en general de un caso vejatorio o delictivo. Dadas las características o tiempos de un proceso electoral con un periodo relativamente tan corto resulta difícil procesar o corregir oportunamente las críticas o cuestionamientos de los propios candidatos, partidos políticos y sociedad civil.

Entiéndase que los medios podrían tener algún tipo de preferencia o inclinación política o ideológica, pero ello no se debería confundir con perder el objetivo principal de una radio, canal de televisión o diarios, que es el de informar todos los hechos, sin “amañar” u ocultar noticias en favor de uno u otro candidato. Por encima de cualquier preferencia está el derecho de los ciudadanos a ser informados y la obligación de los medios está en difundir información fidedigna.

En medio de esta obligación están los periodistas de cobertura y los jefes productores o editores. Los primeros deben como parte de su función atestiguar, apuntar, registrar y resumir los principales hechos noticiosos en una determinada comisión, en suma, procesarla periodísticamente. Los jefes y productores son los decisores de lo que va finalmente impreso, difundido o editado en un diario, radio o televisión. No olvidemos a los directivos o dueños de los medios quienes pueden permitir ejercer el trabajo periodístico con total libertad o regir cierta postura o posición editorial de carácter político o económico. Estas decisiones de los propietarios se trasladan a los jefes y estos a los periodistas de cobertura.

Estas decisiones del propietario pueden ser adoptadas en función de posiciones políticas o empresariales de su interés. Son los jefes quienes pueden acatar o discutir cómo desarrollar estas posiciones sin dejar de lado el principal objetivo que es el de informar. En lo particular se tuvo la grata experiencia de tener libertad y muy poca injerencia en desarrollar la labor periodística. Sin embargo, fue precisamente en el último tramo de la función como productor periodístico general en Canal N que se trastocó esa libertad en el ejercicio profesional.

Como se relata, se cumplió con dar cuenta mediante una carta al directorio de la empresa del desbalance informativo en una justa electoral. Al día siguiente fuimos invitados individualmente a reunirnos con el director periodístico para hacernos saber que éramos despedidos por haber enviado la misiva. En mi caso me pidió antes de salir de su oficina que “no hablara con otros medios sobre lo que había ocurrido”.

En entrevista con IDL Reporteros (2021), Hume aseguró que tanto Carola como yo no fuimos despedidos por la discusión sobre los mítines “que es normal y saludable entre los periodistas” sino porque apelamos a una instancia de la empresa que no les corresponde que es el directorio. También aseguró que tanto Carola como yo estábamos “maniobrando para defender la posición de Castillo, ellos ese día tenían un afán de defender, que tenía que meter a como dé lugar el mitin de Castillo (..). Tenían una posición, pero yo no los he despedido por eso. Los he despedido por violar normas de la empresa”.

El suscrito aclara que no era ni milita en grupos de izquierda, ni era simpatizante del candidato Pedro Castillo. El interés era y es netamente profesional y guardando el debido respeto a la línea ética profesional y a las directrices del canal al que se pertenecía. Tras ser despedido junto a Carola Miranda, supimos que se nos atribuyó una posición política y se nos llenó de otras falsedades ante mis excompañeros y ante la opinión pública. En paralelo el equipo de Cuarto Poder andaba disgustado con la nueva dirección periodística. Ese malestar derivó en reuniones con Gilberto Hume que no llegaron a un entendimiento, salvo uno. Acordaron la renuncia de común acuerdo, de gran parte de los reporteros.

En la nota impresa del diario la República del 09 de junio se indicaba que la salida se dio por “sucesos que colisionaban con los principios rectores de la institución”. Gran parte del equipo periodístico de Cuarto Poder envió dos cartas el 11 y 25 de mayo en las que manifestaron que “la credibilidad e imagen del programa estaría siendo afectada y resaltaron que el derecho y el deber a una información veraz e imparcial va más allá de cuestiones empresariales (...) también demandaron que “se respete nuestro derecho a informar de manera plural a la ciudadanía, sin sesgos ni hostilización, reprobamos cualquier intento de autocensura”. En su última misiva también expresaron su solidaridad con Carola Miranda y mi persona “quienes, fueron directora del Noticiero América Noticias Edición Central y productor general de Canal N, respectivamente. “En la práctica, han sido despedidos a raíz de la carta que enviaron al Directorio de América Televisión, en la que también alertaron sobre hechos que resultaban contrarios a la pluralidad periodística en la última etapa de la campaña electoral”.



A través de sus redes sociales, el exreportero de Cuarto Poder, Daniel Yovera publicó el pronunciamiento en el que detallan los motivos de su salida y la de sus compañeros al programa dominical. Según expresó: “Las razones de nuestro desacuerdo con la nueva línea informativa fueron dadas a conocer al directorio en dos cartas en las que detallamos los sucesos que colisionaban con los principios rectores de la institución, el derecho a la información y la ética periodística, los que defendimos hasta el último día. Esta decisión, de dar un paso al costado, fue aceptada por la empresa de común acuerdo con nosotros”, se lee en el documento. Firmaron el comunicado: Gabriela García Hildebrandt, Carlos Mauriola Martínez, Anuska Buenaluque Escolano, Daniel Yovera Soto, Carlos Hidalgo Rojas, David Gómez-Fernandini García, René Gastelumendi Luna y Karina Borrero Urrunaga.

Sobre estos acontecimientos referidos a la cobertura electoral, el diario La República informó que los representantes de este diario en el directorio de América Televisión y Canal N, pidieron el pronunciamiento del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana: “Como representantes del Grupo La República en el directorio de Plural TV, empresa propietaria de Canal 4 y Canal N, Gustavo Mohme Seminario, Gustavo Mohme Castro y Rubén Ahomed Chávez dirigieron una carta al presidente del tribunal, Diego García Sayán, para instarlo a que se pronuncie frente a “graves actos (que) deben ser corregidos de inmediato, vía la autorregulación” porque “afectan gravemente la libertad de expresión e información”. (2021, 9 de junio). “Piden a Tribunal de Ética pronunciarse por graves hechos en canales 4 y N”. La República.

Al respecto el Tribunal de Ética declaró fundada la queja por incumplimiento de los principios rectores de la Compañía peruana de radiodifusión en la cobertura periodística de las elecciones presidenciales de la segunda vuelta del 2021. En una nota periodística se detalla la decisión del citado tribunal:

“La dirección periodística de América TV y Canal N ha vulnerado de manera grave la ética y los principios rectores de esta empresa, en la cobertura de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021, al favorecer la candidatura de Keiko Fujimori en perjuicio del candidato de Perú Libre, Pedro Castillo”. Romero, C. (29 de junio del 2021) “En canales 4 y N se vulneró la ética periodística”. *La República*.

A esta conclusión llegó el Tribunal de Ética del Consejo de la prensa peruana, por lo que declaró fundada la queja presentada por Gustavo Mohme Seminario, Gustavo Mohme Castro y Rubén Ahomed Chávez, representantes del Grupo La República en Plural TV. La queja se sustentó en las cartas que reporteros de Cuarto poder y editores y productores de América Televisión y Canal N presentaron el 11 de mayo, 25 de mayo y 5 de junio del 2021. El Tribunal de ética anota tres eventos en los que la falta de imparcialidad fue evidente:

- Falta de equidad en la transmisión de los eventos electorales correspondientes a los candidatos, cuya relevancia era equivalente para ambos contendores, como es el caso de los mítines de cierre de campaña.

- La transmisión con entrevistas a la salida de los equipos técnicos que acudieron al debate de fecha 23 de mayo de 2021 dirigida únicamente al equipo de una candidatura.
- Omisión de contenidos noticiosos relevantes propuestos por la plana periodística por la sola consideración que podría afectar la candidatura de la señora Keiko Fujimori.

Por entonces El Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana estuvo integrado por Diego García-Sayán (presidente), Celia Rubina Vargas, Jenny Canales Peña, Andrés Calderón López y Franklin Ibáñez Blancas. Incluye la decisión del tribunal que “no resulta coherente ni sustentable que se argumente que se trató de la “autonomía editorial” del director periodístico Humberto Hume, pues él también está en la obligación de respetar la ética y los principios rectores. Por lo cual exhortan a América TV y Canal N a promover los principios rectores, la independencia, autonomía y ética periodística”.

Finalmente la resolución aclara que “el pronunciamiento está referido a la ética periodística, por lo que no es una evaluación de decisiones empresariales, ni verificación de conflictos laborales”. Además resalta que “la autorregulación periodística se considera como “una forma de control responsable a través de un orden normativo que adoptan los sujetos que intervienen en el proceso de información periodística. Este orden normativo, en el presente caso, está constituido por los principios rectores de la Compañía Peruana de Radiodifusión, a través de los cuales se logra materializar y evidenciar el deber de diligencia, responsabilidad, autonomía e independencia”. (2021, 28 de junio) Caso N.

006-2021 Grupo La República / CPR (América TV) y PPI (Canal N). Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.

Culminado el proceso electoral, varios medios de comunicación y líderes de opinión rechazaron los resultados que dieron como ganador a Pedro Castillo y adujeron que hubo un fraude electoral. Sostuvieron que las autoridades electorales se prestaron para tal propósito, no obstante observadores y misiones electorales internacionales felicitaron el desarrollo de las elecciones descartando cualquier irregularidad mayor. Sin embargo, no precisaron alguna prueba contundente. Uno de los periodistas que siguió trabajando en el canal me ofreció este testimonio sobre los resultados de la segunda vuelta electoral del 2021:

“Tras los resultados, creo que algunos medios (incluidos América y Canal N) fungieron en la 2da vuelta electoral como “actores políticos”. Pretendieron impulsar de manera poco objetiva el discurso del fraude, sin un solo elemento o indicio de que ello fuera una realidad. Se “desterraron” de la pantalla a analistas objetivos, considerando que estaban “ideologizados” por no hablar de fraude o por rechazar esa hipótesis. El direccionamiento de la información fue grotesco. Las advertencias para prohibir entrevistas a “caviares” o políticos de “izquierda” o de centro eran puntuales. Las directivas para eliminar los análisis eran constantes. Todo cambió y la autocensura también prevaleció. Incluso ya después que el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) entregara las respectivas credenciales que proclamaban a Pedro Castillo como presidente del país. -y hasta hoy- todos los días la cobertura de cada hecho viene con un cálculo político detrás. El norte

periodístico navega, por momentos vuelve a su cauce, pero es una pelea desgastante mantenerlo...”

Esta polémica cobertura periodística, particularmente en televisión, de la segunda vuelta presidencial del 2021, mereció una serie de comentarios que no estuvieron exentas de críticas. Un estudio desarrollado por Macassi (2022) nos devela lo siguiente:

“En cuanto a la presencia de los dos candidatos de segunda vuelta en las noticias encontramos un equilibrio cuando Castillo y Fujimori aparecen como actores principales de las noticias, mostrándose una aparente neutralidad. En cambio, cuando los candidatos cumplen un rol de referidos, es decir, terceros hablan sobre ellos encontramos un desbalance preocupante pues el candidato Castillo aparece más del doble que la candidata Fujimori como actor referido. Y en una abrumadora cantidad de veces se le califica de manera negativa. El sesgo de los noticieros observados se expresa en la entrevista o participación de otros actores que resaltan los aspectos negativos notoriamente en más ocasiones sobre el candidato Castillo” (p. 35).

El autor en mención desarrolla más conclusiones:

“Los análisis estadísticos demuestran que los noticieros no fueron del todo imparciales cuando cubrieron a los actores. Predominó un enmarcamiento partisano por el cual los medios resaltaban una lectura preferente que deslegitimaba al candidato o sus discursos o sus acciones. El partidatismo que mostraron los noticieros fue mucho más focalizado en el candidato Castillo y en

su entorno. Por el contrario, los enmarcamientos que apoyaban a algún candidato no fueron muchos, pero favorecieron especialmente a la candidata Fujimori en diez veces más que al candidato Castillo” (p. 38).

El estudio se hizo en base a los noticieros de América Televisión, “90 segundos” de Latina y “24 horas” de Panamericana Televisión. En su momento se adujo que la candidata fujimorista Keiko Fujimori, tenía temas o casos ya consabidos (refritos), mientras que de Pedro Castillo se desconocía todo. No obstante, en una lid electoral resultaba nada neutral enfatizar las denuncias sobre todo (o únicamente) en uno de los postulantes. Más aún si la orientación de los reportajes o notas, la selección de los invitados o comentaristas resultaba también parcializado. Parte de la explicación a este manejo poco prolijo, por decirlo de alguna manera, la encontramos en esta posición que explican Dettleff et al (2021):

“La televisión peruana pasó de estar en manos de radiodifusores (broadcasters, como se les conoce en inglés), a empresarios de diversos rubros, y eso hizo que las leyes del mercado y la visión de los canales como compañías comerciales antes que de bien público modificaran sus contenidos, incluidos los informativos. Ahora bien esta es una problemática mundial, pues, como indica Berry “los valores del libre mercado se han colocado al centro del escenario y se han debilitado las prioridades del servicio público” (2019, p.76).

Por este motivo, Curran y Seaton observan que la independencia que el periodismo ha logrado del Estado y los gobiernos se ve amenazada por “las

corporaciones que tienen distintos intereses sobre las decisiones políticas y se vuelve vulnerable a los dueños de los medios (2010, p. 350)” (p. 44).

De nuevo estas amenazas al trabajo periodístico las encontramos en las cabezas empresariales que usan sus aparatos de prensa para intentar manipular y hacer prevalecer sus intereses irrespetando líneas éticas o principios periodísticos. Los mismos autores concluyen al decir que “junto a la independencia está amenazada también la concepción de la objetividad, pues “si las noticias son un negocio, estas son propiedad de hombres de negocios con preferencias políticas y sesgos ideológicos (McNair, 2006, p. 34)” (p. 44).

Y aquí la discusión fue cómo los propietarios buscaron instrumentalizar a sus medios para que esas preferencias políticas puedan compartirse. Es decir en la gran mayoría de los medios privados no se respetaron los principios éticos bajo los cuales se rigen, importó poco o nada. Lo que se buscó fue usar a esos medios para que puedan orientar el voto interesado de sus propietarios vulnerando el principio de información.

Fowks (2017) ahonda en esta situación al mencionar que:

“Lo mediático y lo político -o lo mediático y lo económico- se han reforzado como dos caras de una moneda, especialmente en la era de la actualización inmediata de la información vía internet y los medios sociales (Facebook, YouTube, Twitter, principalmente). Los medios son cercanos o forman parte de la esfera del poder, y más aún: los medios tradicionales (diarios, radio y televisión) que dependen de los ingresos por publicidad, tienden a respaldar las

versiones de sus anunciantes o evitan investigarlos en casos de controversia o corrupción”(p. 14).

Menester final tiene que ver con la aparición de un fenómeno nefasto como son las *fake news* o noticias falsas. Si bien las noticias falsas siempre han existido, la aparición de las redes sociales le han dado otra fuerza o plataforma al rumor o falsedad expreso como enemiga de la verdad registrada y difundida por los periodistas. Los medios y los comunicadores se han visto sorprendidos inicialmente ante el surgimiento de las noticias falsas y aunque actualmente existen mayores filtros, su aparición permitió refrendar principios básicos del periodismo como son el verificar la información o el tener mayor cuidado al momento de difundirla.



## **CONCLUSIONES**

1) La principal lección que se evidencia y resalta en este trabajo es la valoración del aspecto ético en un medio informativo, si es que el equipo periodístico así lo considera y los dueños del medio, la respeta. Se explica el tratamiento profesional de la información en el día a día de un medio de comunicación televisivo sin mayores complicaciones. No obstante, queda claro que un proceso electoral agudiza y complica una cobertura periodística. Por tanto, el aspecto ético termina siendo menoscabado en función de intereses políticos y subalternos en general. Se aporta en este trabajo de suficiencia profesional la experiencia recogida en varios años del quehacer periodístico en una importante empresa de comunicaciones. En el mismo hay un parangón entre lo que constituye una jornada informativa con presiones y rigores de una demanda profesional regular con lo que ocurre en circunstancias especiales como es en un proceso electoral. Por ejemplo, las elecciones generales del 2021 terminaron siendo entonces una

expresión del manejo inoportuno y sesgado de la información. Más allá de los resultados electorales, la campaña fue una muestra de lo que no se debe hacer en una cobertura periodística.

2) Tras los hechos acontecidos durante la cobertura de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales 2021 se puede concluir que hubo diferencias en cuanto al manejo periodístico en relación a la primera parte de las elecciones generales. En los comicios generales se tuvo mucho cuidado en mantener un equilibrio informativo entre los distintos candidatos que participaron en esta primera parte del proceso electoral. Se trató de dar cobertura a casi todos los postulantes presidenciales, sobre todo a los que aparecían con mayor preferencia según las encuestas de opinión de mayor credibilidad. Incluso nuestra directora de prensa encabezó la organización de un debate entre los principales candidatos. Como es habitual en estas lides la mayor atención se genera en torno al aspirante que va encabezando los sondeos de opinión y por tanto es objeto de mayor crítica o escrutinio periodístico. Recordemos que en esta primera parte del proceso electoral del 2021 no aparecía la figura de Pedro Castillo, quien terminó pasando a la segunda vuelta.

Precisamente en la segunda vuelta, hubo un cambio drástico en el manejo periodístico con la salida de Clara Elvira Ospina y el ingreso de Gilberto Hume en la dirección general de América Televisión y Canal N. Esto supuso y evidenció una inclinación en favor de la candidata de Fuerza Popular, Keiko Fujimori. Los informes con un enfoque crítico eran mayormente desarrollados solo contra el candidato de Perú Libre. Este desequilibrio informativo fue en detrimento de la imagen de manejo periodístico que

buscaba tener el medio, ya de por sí criticado, cuyo escrutinio público era mayor en un proceso electoral.

En este trabajo de suficiencia profesional se muestran evidencias del desequilibrio informativo que se pudo notar en la segunda vuelta de las elecciones del 2021. El suscrito es testigo de los hechos relatados como productor periodístico de Canal N, y además se presentan las comunicaciones y otras pruebas que fueron de conocimiento público ya que nuestra pantalla “sufrió” los estragos de un manejo desigual en una contienda electoral, sea a través de informes sesgados o coberturas parcializadas (el cierre de campaña fue el ejemplo más notorio). Se deja en los anexos además las cartas dirigidas a los directivos de América Televisión y Canal N en los que se expresa el malestar de gran parte del equipo periodístico de “Cuarto Poder”. También se adjunta la misiva enviada por Carola Miranda y el suscrito, dando cuenta del desacuerdo por la cobertura periodística desarrollada durante la segunda vuelta electoral del 2021.

3) Al repasar las funciones desarrolladas como redactor, reportero, conductor y finalmente como productor general se puede explicar la dinámica de trabajo de un medio informativo con señal en vivo, prácticamente durante casi todo un día. Su influencia y preponderancia en el quehacer político, económico y social facilitan entender cómo es la mecánica de trabajo en un medio de comunicación en el Perú. Nuestro país en los últimos años ha tenido un vértigo informativo sobre todo a nivel político, una característica de inestabilidad complicada de cubrir y difundir ya que la expectativa, demanda y críticas siempre están a la orden del día. Se hace esta mención debido a que los temas políticos tienen una “alta sensibilidad” sensación que se podía percibir gracias a las llamadas

telefónicas que se recibía o debido al *feedback*, mayormente con críticas desde las redes sociales. Esta retroalimentación es relativamente nueva y podía condicionar o no nuestro quehacer informativo (tomar decisiones en función a las críticas, autocensurarse, evitar tocar ciertos temas o dejarse llevar por las *feedback* en el peor de los casos).

4) Como productor general fue difícil lidiar con los líderes, autoridades o personajes que hacen noticia (sobre todo algunos políticos), a los cuales era difícil explicar las funciones de un periodista al momento de asumir una entrevista o a veces en el tratamiento de un informe. Desde los personajes que circularon por el medio y no estaban de acuerdo con la noticia difundida, con las preguntas durante una entrevista, el estilo o el manejo dado a la información, hasta los televidentes que cuestionaban o criticaban nuestra producción. Hay que tratar profesionalmente con estos personajes de distintas tendencias políticas, a quienes se debe preguntar o cuestionar algún tema controversial o, saber asentir o corregir si es que se ha cometido algún error al momento de redactar o editar una información. Esto último no involucraba “ceder” al tenor de la denuncia o las críticas de por sí, si es que éstas no eran atendibles periodísticamente hablando. En conclusión, era válido tener un manejo pertinente o atinado a las observaciones planteadas.

5) Se comparte en el marco teórico el análisis de los principios éticos en una cobertura periodística. Una revisión de distintos autores e investigadores confirman que los fundamentos o principios rectores son los mismos en tiempos regulares así como en los procesos electorales. Una elección suele ser un ejercicio profesional difícil de sobrellevar debido a las presiones que ejercen los propios candidatos y sus equipos de campaña. Sin embargo, no son los únicos ya que surgen los intereses de sectores

preocupados por el destino del país (y por sí mismos). Los gremios empresariales juegan un rol importante en los comicios a veces de forma soterrada o puesta de manifiesto. Su poder económico se expresa aún cuando las normas electorales tratan de neutralizarlo. No ajenos a estos sectores económicos son los propios medios de comunicación con vínculos evidentes a estos grupos.

6) Es poco conocido o difundido que los ciudadanos tenemos el derecho a expresar nuestras quejas frente a algún contenido que vulnere su derecho a informarse de la mejor manera en los medios de comunicación . Pocos recurren al instrumento que permite quejarse directamente ante el propio diario, canal de TV. o radio y luego de no atenderse la demanda acudir ante el Ministerio de Transportes, frente a alguna información que quebrante el derecho de las personas a informarse correctamente. Ante ello la autoridad puede imponer algún tipo de sanción. Este instrumento que forma parte de la ley de radio y televisión es poco conocido y por tanto, usado.

## REFERENCIAS

Aragón, J.; Ayala, H.; Cantuarias, P.; Gil, R.; Zárate, P., (2022), *Ciudadanía y electorado en el Perú del bicentenario, perfilando el voto durante las elecciones generales 2021*. Fondo editorial Jurado Nacional de Elecciones.

Arana Nava, M. (coordinador) (2017), *Retos del periodismo del siglo XXI*. Alfagrama Ediciones.

Bruzzone, D., et al (2018), *Comunicación para la resistencia: conceptos, tensiones y estrategias en el campo político de los medios*. FES Comunicación: EPC, Ediciones de Periodismo y Comunicación : CLACSO. Buenos Aires.

Caballero, G. (2019), Recursos y constreñimientos del trabajo de los periodistas políticos en empresas informativas, *Conexión*, 127-145, <https://doi.org/10.18800/conexion.201901.006>

Calderón, A. (2022), *Política vs. Prensa, una relación tóxica en tiempos convulsionados*. Penguin Random House.

*Constitución Política del Perú de 1993*. Edición del Congreso de la República, Mayo 2021.

*Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Editorial Dharana.

Decreto Supremo 015 MTC., (2018) Modifica los artículos 98,100,101,102,103,104 y 105 del Reglamento de la Ley de Radio y Televisión, Normas legales del diario oficial El Peruano.

Dettleff, J.; Cassano, A. G.; Vásquez, G.; Dancuart, T., (2021), *Señal abierta. Una mirada a la televisión peruana del siglo XXI*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Estremadoyro Alegre, J. (2004), *Lecciones de periodismo televisivo*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Fowks, J. (2017), *Mecanismos de la posverdad*. Fondo de de cultura económica.

Ley de radio y televisión 28278 (2004), Normas Legales del Diario Oficial El Peruano.

Lopez-García, G. (2017), Comunicación política y discursos sobre el poder. *El profesional de la información*, 2017, volumen (26) (4),p.573. DOI: 10.3145/epi.2017.jul.01

López García, G.; Valera Ordaz, L. (editores)(2017), *Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015*. Editorial UOC.

McLuhan, Marshall (2009), *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Paidós.

Mauri-Rios, M.; López-Meri, A.; Perales-García, C. (2020), La ética profesional de los periodistas frente a los gobiernos y políticos: Percepciones de los profesionales y ciudadanos en España. *Revista latina de comunicación social*, 2020 (77), p.295-308. DOI: 10.4185/RLCS-2020-1459

- Mella, R., Prado, C. (09 de junio 2021), *Purga en América Televisión y canal N, Corrupción*. IDL-Reporteros.pe. Recuperado 23 octubre 2022 de <https://www.idl-reporteros.pe/purga-en-america-television-y-canal-n/>.
- Moura de Oliveira, F. (2018) *La semiosis de la noticia: movimientos sociales en red y crisis del periodismo*. Editorial UOC.
- Nel-lo Pellisser R.; Oleaque Moreno J.,(coordinadores) (2019), *Mutaciones discursivas en el siglo XXI : la política en los medios y las redes*. Editorial Tirant Humanidades.
- Perla Anaya, J. (2013), *Ética de la comunicación periodística*. Fondo editorial de la Universidad de Lima.
- Retegui, L. (2017). La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 23, 103–121. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2017.23.56354>
- Romero, C (29 de junio, 2021). “En canales 4 y N se vulneró la ética periodística”. *La República*. <https://larepublica.pe/elecciones/2021/06/29/elecciones-2021-en-canales-4-y-n-se-vulnero-la-etica-periodistica-pltc>
- Sandro Macassi, L., (2022), *Análisis del tratamiento periodístico en noticieros televisivos de señal abierta en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales 2021*. CONCORTV.
- Sartori, G. (1998), *Homo videns, la sociedad teledirigida*. Taurus.

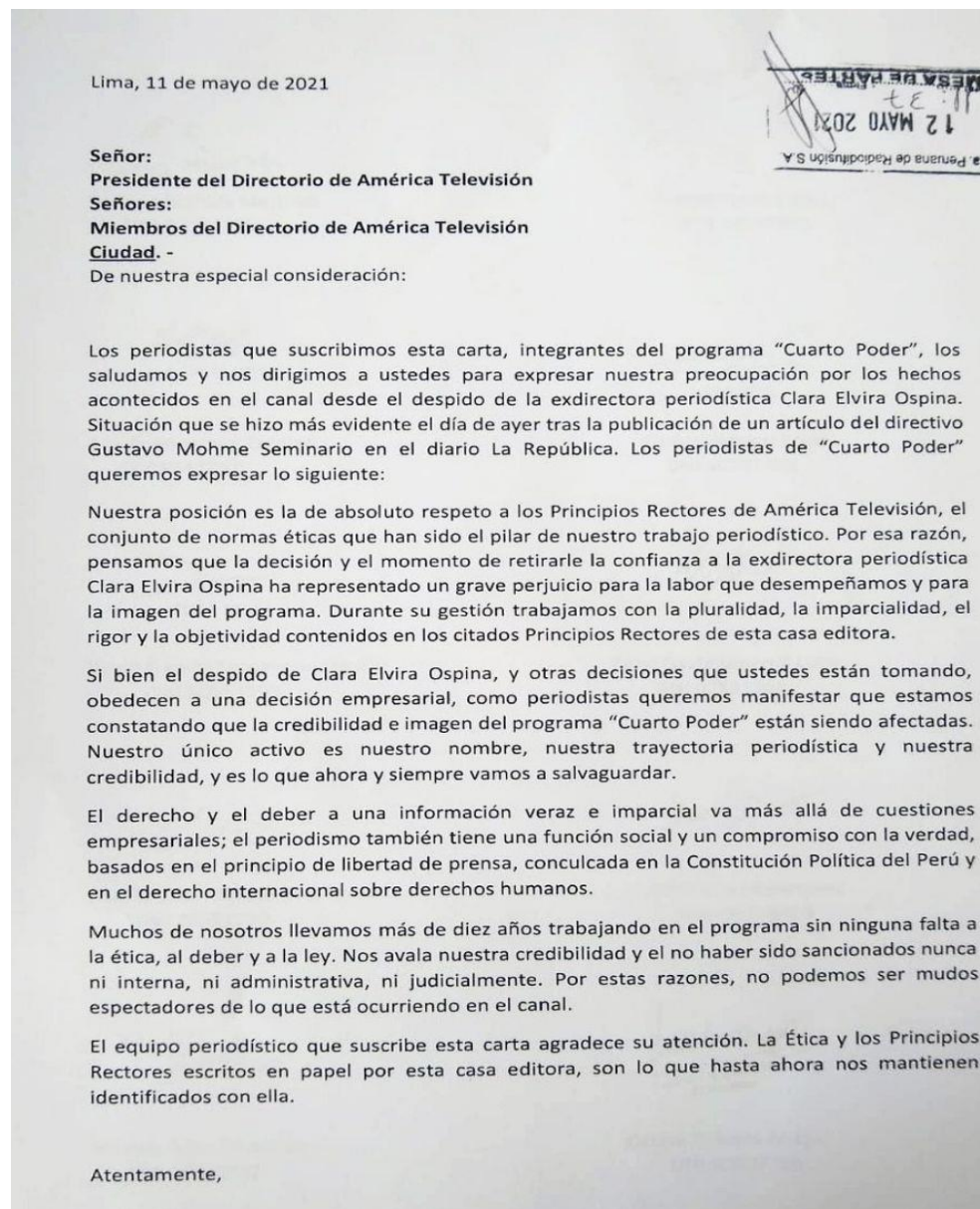


Terrones Negrete, E. (2015), *Mejores periodistas y medios con principios y valores éticos*. A.F.A. Editores importadores S.A.

Unesco (2017-2018) *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de medios*, Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura, París.

## **ANEXOS**

## Carta de equipo de 4to poder tras despido de Clara Elvira Ospina



**A la opinión pública:**

Los abajo firmantes, desde hoy, exintegrantes del programa "Cuarto Poder" y de América Noticias, tomamos hace algunos días la decisión de separarnos de América Televisión. Las razones de nuestro desacuerdo con la nueva línea informativa fueron dadas a conocer al Directorio en dos cartas en las que detallamos los sucesos que colisionaban con los Principios Rectores de la institución, el derecho a la información y la ética periodística, los que defendimos hasta el último día. Esta decisión, de dar un paso al costado, fue aceptada por la empresa de común acuerdo con nosotros.

Dicho esto, debemos expresar nuestra solidaridad con nuestros compañeros periodistas Carola Miranda y Carlos Fonseca, hasta hoy, directora del Noticiero América Noticias Edición Central y productor general de Canal N, respectivamente, quienes, en la práctica, han sido despedidos a raíz de la carta que enviaron al Directorio de América Televisión, en la que también alertaron sobre hechos que resultaban contrarios a la pluralidad periodística en la última etapa de la campaña electoral.

Nos sentimos profundamente agradecidos y honrados por haber podido ejercer durante muchos años el periodismo de manera independiente, libre y veraz en América Televisión.

A nuestros televidentes, reiteramos nuestro compromiso con el periodismo como función social, que implica no solo contar hechos sino contar verdades incómodas al poder. Así es como entendemos y asumimos el periodismo. Muchas gracias y hasta pronto.

Lima, 8 de junio del 2021.

Gabriela García Hildebrandt

Carlos Mauriola Martínez

Anuska Buenaluque Escolano

Daniel Yovera Soto

Carlos Hidalgo Rojas

David Gómez-Fernandini García

René Gastelumendi Luna

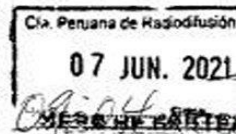
Karina Borrero Urrunaga

A collection of handwritten signatures in blue ink, positioned to the right of the printed names. The signatures are stylized and appear to be written in a cursive or semi-cursive script. The first signature is for Gabriela García Hildebrandt, the second for Carlos Mauriola Martínez, the third for Anuska Buenaluque Escolano, the fourth for Daniel Yovera Soto, the fifth for Carlos Hidalgo Rojas, the sixth for David Gómez-Fernandini García, the seventh for René Gastelumendi Luna, and the eighth for Karina Borrero Urrunaga.

Carta de Carola Miranda y Carlos Fonseca al Pdte. del directorio de América TV y Canal N

Lima, 05 de junio de 2021

Señor:  
Presidente del Directorio de América Televisión y Canal N  
Señores:  
Miembros del Directorio de América Televisión y Canal N



Ciudad -

Quienes suscribimos, Carlos Fonseca (productor periodístico de Canal N) y Carola Miranda (productora general de América Noticias Edición Central y responsable del turno de la noche del Servicio Local de Noticias), los saludamos cordialmente y a través de este documento hacemos de conocimiento del directorio lo que interpretamos como una flagrante violación de los Principios Rectores que rigen nuestro quehacer periodístico. La pluralidad y defensa de la democracia han sido base de nuestra labor desde la fundación de canal N. No transmitir los dos cierres de campaña de los candidatos a la presidencia de la República en forma alternada y equitativa en nuestra pantalla quiebra dicho principio sustentado así:

-"Nuestros periodistas actúan con total independencia de poderes e intereses externos e internos, así como de agendas propias e incompatibilidades profesionales, evitando siempre los conflictos de interés". -"Nuestros directores periodísticos gozan de autonomía informativa. Son los directamente responsables de que se cumpla a cabalidad la línea editorial, los Principios Rectores y el Manual de Estilo". - "Nuestros medios defienden la democracia, el Estado de Derecho, los derechos humanos, la libertad de expresión". "Como es de conocimiento del directorio estos Principios Rectores y sus consecuentes manuales de Estilo son de cumplimiento obligatorio para los periodistas... El Director Periodístico y el Consejo Consultivo Editorial tienen la responsabilidad de velar por su cumplimiento".

Este hecho es el detonante de una situación que ya veníamos observando con preocupación y cuyas líneas principales detallamos a continuación:

- 1) El día lunes 31 de mayo, el director periodístico Gilberto Hume nos convocó a su oficina con el fin de saber si teníamos alguna posición política. Pregunta que nos sorprendió porque como periodistas nuestras ideas no deben mezclarse con la línea informativa del canal. Debemos aclarar que ninguno de los dos ni milita ni simpatiza con algún partido en especial. Dentro de esa conversación quedó implícito que nos pedía apoyar a la candidata de Fuerza Popular en desmedro del candidato de Perú Libre. Nuestra respuesta fue que debíamos ceñirnos a los Principios Rectores, que rigen al área de Prensa y que fueron defendidos por los directores periodísticos: Julio Aliaga, Bernardo Roca Rey, Laura Puertas y Clara Elvira Ospina. Documento de trabajo que el canal ha editado y reparte entre todos sus periodistas.
- 2) Al día siguiente, martes 1 de junio, los productores de canal N tuvieron una reunión virtual con el director periodístico en la que pidió priorizar las contradicciones en las que caían el candidato de Perú Libre y sus voceros. Ante una consulta si se iba a respetar la pluralidad, aseguró que íbamos a mostrar en transmisiones y entrevistas a los dos grupos en contienda.
- 3) Ese mismo día, nos volvió a convocar a una reunión para presentarnos a una persona como su asistente temporal, quien trasladaría sus indicaciones. Nos dijo que no tenía jerarquía sobre nosotros. Lo primero que pidió el asistente fue conocer el switcher de canal N, desde donde se emite los programas.
- 4) El día jueves 02 de junio, en el comité de la mañana hablamos sobre la cobertura de los cierres de campaña. Acordamos que se emitirían sin interrupciones y si se cruzaban en el horario se presentaría en pantalla partida. Sin embargo, a la hora que empezaron los mítines, su asistente estuvo en el switcher de canal N y no le permitió al

productor de esa hora aplicar el acuerdo del comité de Prensa: partir la pantalla como parte de la pluralidad, una característica periodística totalmente regular y aplicada por todos los canales de noticias como Rpp y Willax. Entonces, en el chat de Directores se comunicó lo que estaba sucediendo incluso publicando fotos de las pantallas partidas de los otros canales. Se recordó que nos debemos regir por los Principios Rectores y el Decálogo que también fue compartido en ese chat. La respuesta del director ante el reclamo (como consta en el chat) fue la siguiente: "tenemos una posición". Una frase que no condice con lo que nos dijeron en el Consejo Consultivo Editorial tras la salida de Clara Eivira Ospina. Se nos recalcó que no cambiaría en nada nuestra cobertura.

- 5) El día de hoy, 05 de junio, varios de nuestros periodistas nos alertaron que las notas de contenido electoral no están siendo publicadas de manera equitativa. Cosa que se informó a la jefatura del área.

Es por estos motivos, que quienes suscribimos esta carta, (lo hacemos también a pedido de varios periodistas testigos de los hechos relatados), interpretamos que han sido vulnerados los Principios Rectores, que rigen el área de Prensa y que han sido refrendados por el Directorio de esta empresa.



Carlos Fonseca Velásquez  
Productor Periodístico de Canal N



Carola Miranda Molina  
Prod. Graf. América Noticias Edición Central

## REFERENCIAS

-Carola Miranda

exDirectora periodística América TV.

998132655

cmm.carola.miranda@gmail.com

-Paola Murakami Kishimoto

Coordinadora América TV.

pmura23@hotmail.com

985422324