



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

Análisis del cumplimiento de estándares de calidad en el tratamiento noticioso
de IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República*

Caso chats “La Botica”

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación y Periodismo

AUTOR(ES)

Saldaña Silva, Cari Patricia (0000-0002-3889-0235)

ASESOR

Pita Dueñas, César Gorki (0000-0001-9436-614X)

Lima, 10 de diciembre de 2019

DEDICATORIA

*A todos aquellos que buscan siempre la mejor versión de sí mismos,
porque allí nace su profesionalismo..*

RESUMEN

El internet ha generado una serie de cambios en el trabajo periodístico que ha llevado a muchos a preguntarse si el producto informativo de los medios son de calidad, principalmente porque en los medios digitales impera, muchas veces, la exigencia de la inmediatez sobre el trabajo básico del periodista: seleccionar el hecho noticioso, corroborar la información, buscar fuentes adicionales que acerque a la audiencia a la comprensión del hecho noticioso abordado y construir responsablemente la publicación.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad identificar el nivel de cumplimiento de los estándares de calidad periodística propuestos por Lorenzo Gomis y el VAP-UC en los medios digitales de IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República*. Se decidió someter a evaluación las notas periodísticas que desarrollaron los tres medios a partir de una serie de *screenshots* del chat “La Botica” que cada medio obtuvo en exclusiva. La investigación parte de la premisa de que los chats, como fuente de información, son parte de la vida privada de las personas y que su exposición no solo debería estar justificada sino bien argumentada en el producto periodístico.

Palabras clave: calidad periodística; fuentes de información; periodismo digital; valores noticiosos.

Analysis of compliance with quality standards in the news treatment of

IDL Reporters, El Comercio and La República

Case chats "La Botica"

ABSTRACT

The internet has generated a series of changes in journalistic work, mainly because of one factor: time. Journalists have to select the news event, corroborate the information, find additional sources to contextualize the case and build a responsible publication in a shorter time than ever, because of the digital media which demands immediacy. That's why, many researchers has wondered if the media's informative product fulfills quality standards. The question borns in a digital media times, where immediacy can be considered more important than publish a deeper or complete contextualization of the news.

This research will identify in which level the digital media of IDL Reporters, *El Comercio* and *La República* fulfills the standards of journalistic quality proposed by Lorenzo Gomis and the VAP-UC. The nine publications selected has been built from a principal source of information: a series of *screenshots* of *La Botica's chat*, that each media obtained exclusively. The investigation is based on the premise that chats, as a source of information, are part of people's private life and their publication should not only be justified also well argued in the journalistic product

Keywords: journalistic quality; information sources; digital journalism; news values.

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	8
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1 LA ESENCIA DEL TRABAJO PERIODÍSTICO	10
2.1.1 Criterios de selección del hecho noticioso	13
2.2 EN BÚSQUEDA DEL PROFESIONALISMO	16
2.3 RELEVANCIA DE LAS FUENTES EN EL TRABAJO PERIODÍSTICOS	19
2.3.1 El problema de la distinción público-privado	20
2.3.2 El periodismo y la necesidad de diferenciarse de “la información”	23
2.4 LOS CAMBIOS DE LA ÉPOCA	24
3. MARCO METODOLÓGICO	27
3.1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA	28
3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	30
3.3 NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.5 ESCENARIOS DE ESTUDIO, OBJETO DE ESTUDIO Y MUESTRA	31
3.6 INSTRUMENTO Y VARIABLES DE ANÁLISIS	36
○ CATEGORÍA 1: PROCESO DE SELECCIÓN	37
● Indicador: Nivel de selectividad	37
● Indicador: Acceso a las fuentes	38
● CATEGORÍA 2: PROCESO DE CREACIÓN	39
● Indicador: Estilo	39
● Indicador: Contenido.	40
● Indicador: Énfasis	41
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	43
○ RESULTADOS DE CATEGORÍA 1: PROCESO DE SELECCIÓN	43
● Indicador: Nivel de selectividad	43
● Indicador: Acceso a las fuentes	47
○ RESULTADOS DE CATEGORÍA 2: PROCESO DE CREACIÓN	49
● Indicador: Estilo	49
● Indicador: Contenido	51
● Indicador: Énfasis	53
5. CONCLUSIONES	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de análisis de contenido según estándares de calidad periodística propuestos por Lorenzo Gomis y el VAP-UC	43
Tabla 2 Resultados según variable de tipo de noticia	44
Tabla 3 Resultados según origen de la noticia	45
Tabla 4 Resultados según variable de relevancia noticiosa	46
Tabla 5 Resultados según variable tipo y número de fuentes	49
Tabla 6 Resultados según variable del género periodístico	50
Tabla 7 Resultados según variable estructura narrativa	51
Tabla 8 Resultados según variable nivel narrativo	51
Tabla 9 Resultados según variable de adjetivación	52
Tabla 10 Resultados según variable de contextualización	53
Tabla 11 Resultados según variable de observación del periodista	54
Tabla 12 Resultados según variable de enfoque	55
Tabla 13 Resultados en % de cumplimiento de los estándares de calidad del trabajo periodístico por nota y medio en el <i>proceso de selección</i>	58
Tabla 14 Resultados en % de cumplimiento de los estándares de calidad del trabajo periodístico por nota y medio en el <i>proceso de creación</i>	58
Tabla 15 Resultados generales en % de cumplimiento de los estándares de calidad del trabajo periodístico por nota y medio	59

1. INTRODUCCIÓN

La era de la información ha llevado a algunos investigadores a considerar los chats como el alma de las relaciones de la sociedad de la información, convirtiéndose en el espacio de socialización y canal de comunicación por excelencia y, a su vez, en un espacio generador de cultura informática (Turrubiates, 1999). Se reconoce entonces que el chat no solo se ha convertido en el protagonista de las relaciones sociales sino que adopta otras funciones debido a su propio impacto social. Comerciantes, profesores y banqueros han encontrado en el chat una herramienta de trabajo para impulsar su negocio. Por ello no sorprende que los medios de comunicación hayan optado por generar un vínculo con sus audiencias a través de esta herramienta que los hace partícipes de la noticia y los invita a compartir información desde un celular. Asimismo, los periodistas han encontrado en los chats la manera de contactar, mantener fuentes y de enviar información a sus centros de trabajo. Y, con el tiempo, también se han convertido, en sí mismos, en una fuente periodística.

Durante el año 2018 varios medios de comunicación tuvieron acceso, en exclusiva, a una serie de chats de un grupo autodenominado “La Botica”: un espacio creado en Telegram, una plataforma de mensajería instantánea ampliamente reconocida en el mundo por su nivel de seguridad de la información: los mensajes están fuertemente encriptados, pueden destruirse y están protegidos de ataque hackers (Inquirer.net, 2006). En esta plataforma, 16 congresistas de la bancada Fuerza Popular, partido con amplia mayoría en el Congreso peruano, la lideresa y ex candidata presidencial Keiko Fujimori y otras dos personas cercanas al partido intercambiaron ideas, datos y hasta tomaron decisiones políticas a través de un grupo de chat.

Varias capturas de pantalla (*screenshots*) de los chats de este grupo fueron entregados a un fiscal por uno de los participantes en un acto de colaboración eficaz, en medio de las investigaciones por lavado de activos que se le realizaba a Keiko Fujimori, lideresa de Fuerza Popular e integrante principal del chat. Posteriormente, estas imágenes fueron filtradas a la prensa, que se encargó de procesar la información. De esta manera se pudo tener noción, desde la intimidad, del cómo se abordaban diversos temas políticos.

La presente investigación recoge las publicaciones que realizaron IDL Reporteros, *El Comercio* y La República en sus respectivas plataformas digitales, tres medios de comunicación que abordaron el caso. Dichas publicaciones han sido analizadas en función de variables de calidad del trabajo periodístico con la intención de conocer cómo los medios

procesaron la información y construyeron una interpretación de la realidad a través de unas conversaciones privadas (*chats*). Como menciona Lorenzo Gomis, “la única forma de probar y juzgar que el intérprete ha comprendido mal la información es en la expresión, es decir, en el producto periodístico final” (Gomis, 1991).

Los *chats*, como reciente fuente de información digital, son un reto para los periodistas ya que se trata de un recurso informativo altamente subjetivo y relacionado con la vida privada de los usuarios. Más allá de que los temas tratados en las conversaciones sean de corte político, los *chats* representan un espacio de intimidad. Ante esta condición, el trabajo periodístico debería ser más riguroso y bien argumentado.

El análisis de estas publicaciones nos permite medir si cumplen con variables de calidad del trabajo periodístico. De esta manera se responde la pregunta principal de esta investigación: ¿en qué medida los medios de comunicación cumplieron con los estándares de calidad del trabajo periodístico propuestos por Lorenzo Gomis y el VAP-UC? Para responder adecuadamente esta pregunta se plantean dos preguntas específicas en torno a la selección de la información y a la construcción del discurso periodístico en función de los valores noticiosos: ¿las publicaciones periodísticas justificaron la exposición de las conversaciones privadas?

El presente trabajo de investigación describe cómo cada medio construye el discurso periodístico con los chats que fueron usados como fuente de información noticiosa. Las respuestas a las preguntas expuestas permiten cumplir el objetivo de identificar los aciertos y deficiencias del trabajo periodístico en función de estándares de calidad propuestos y reconocer si existe o no valor social en la información publicada.

Los objetivos de esta investigación serán alcanzables gracias al análisis de contenido a las que han sido sometidas las publicaciones periodísticas en función de los estándares de calidad del sistema VAP-UC y de las teorías de Lorenzo Gomis para alcanzar una mejor interpretación de los hechos.

2. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se desarrolla las bases teóricas de las que parte la investigación propuesta, las mismas que nos permitirán analizar y evaluar el nivel de cumplimiento de los estándares de calidad de las publicaciones periodísticas seleccionadas. En primer lugar, se consideró retornar a los conceptos básicos o esenciales del periodismo para reconocer el valor y responsabilidad que tiene el oficio periodístico en las sociedades, los cuales deberían ser abordados cada vez que alguna invención tecnológica genere cambios en la sociedad. Este reconocimiento del trabajo periodístico nos permitirá reconocer la primera responsabilidad que tiene el periodista: seleccionar la información, la misma que permitirá a los ciudadanos tomar mejores decisiones. Más adelante, se abordará “profesionalismo” y “calidad” del trabajo periodístico, el cual solo será medible, dentro de los estándares propuestos, en la publicación periodística. En las propuestas expuestas, se logra determinar que la variedad de fuentes es la columna principal de cualquier trabajo periodístico y, por tal motivo, se convierte en variable clave para reconocer la calidad de un producto periodístico. Así mismo, se considera importante identificar las nuevas fuentes de información que el internet ha generado en esta época digital, de esta manera, se resalta una en especial: el *chat*. Las conversaciones privadas desarrolladas un sistema de mensajería instantánea, nos permiten abordar una problemática de la actual época que vivimos: la distinción de lo público con lo privado. Sin embargo, esta cuestión no es nueva para el periodismo que en toda su historia ha tenido que lidiar con la privacidad de las personas al momento de abordar cierta información. Se concluye, que el trabajo periodístico requiere de rigurosidad en su trabajo, principalmente, al momento de abordar información vinculada con la vida privada. Finalmente, se identifican los cambios principales que la era digital ha generado en el periodismo, los mismos que nos han permitido a varios preguntarnos en qué medida el trabajo periodístico nos otorga productos informativos de calidad, justamente, en estos días donde la inmediatez parece primar sobre la profundidad de los hechos.

2.1 La esencia del trabajo periodístico

El periodismo ha tenido varios segundos nombres a lo largo de su historia, dependiendo de los medios de comunicación que la tecnología ha puesto a merced de las sociedades. Por ello, en la era del Internet, se habla de “periodismo digital”. La era digital ha traído consigo una serie de cambios importantes y cuestionamientos al trabajo periodístico (Puente, 2019).

Y aunque el medio es el mensaje (McLuhan, 1964), el trabajo periodístico es una profesión que trasciende fronteras tecnológicas, medios de comunicación y personas. Aunque ciertas definiciones se soportan mejor en libros e ideales, el periodismo continúa siendo una “actividad de investigación constante sobre temas de interés público que deben ser contextualizados y sustentados con fuentes y documentación para que gocen de credibilidad” (Sotalin, 2015).

Sotalin (2015) propone al respecto una serie de variables que no son gratuitas: investigación, constancia, interés público, fuentes, documentación y credibilidad. Estas han sido perturbadas, por ejemplo, por tres potenciales características del internet: la inmediatez, la abundancia y la disponibilidad de información en línea. El periodismo ha trabajado desde siempre con esas variables: tiempo, accesibilidad e información. Y era, justamente, la escasez de información la que mantenía el negocio periodístico (García y Rupérez, 2007). Si los pilares del trabajo periodístico se ven afectados por el internet, es importante retornar a preguntas básicas: ¿qué es el periodismo?, ¿para qué sirve?, ¿qué hace el periodismo en la era de la inmediatez y de la abundancia de información? Sin lugar a duda, el periodismo digital ha impulsado a los periodistas a reevaluar su profesión y a volver a fundamentos vinculados con la investigación, la contextualización, las fuentes, la concisión y la precisión (Puente, 2019).

Para Kovach y Rosenstiel (2003) el periodismo es necesario para vivir, un oficio creado por la sociedad para suministrar información que permitirá que el ciudadano sea libre y capaz de gobernarse a sí mismo. Claro está que la información correcta y oportuna nos hace libres y que la presencia de una prensa independiente es una garantía de democracia. Pero en la era del internet, el periodista ha dejado de ser el generador y difusor de información por excelencia ya que se ha otorgado ese poder a otros ciudadanos. Es por este motivo que el trabajo periodístico necesita de una mayor rigurosidad para diferenciarse de lo que hace un prosumidor.

Ante esta necesidad de diferenciación, De Aguinaga (2001) manifiesta que la función esencial del periodismo se fundamenta en la clasificación de la realidad y en la transformación de la información en conocimiento; es decir, el trabajo periodístico se sintetiza en dos momentos: la correcta elección de la información que se encuentra o se busca en el día a día en medio del caos y del escándalo de todo lo que parece noticioso, y su conversión a conocimiento. Y es justamente el conocimiento lo que permite que el

ciudadano sea capaz de tomar las mejores decisiones para su vida (Vilar, 1987). Bajo la perspectiva de Aguinaga (2001) y Vilar (1987) prevalece el conocimiento comprobado sobre la ansiedad de la publicación inmediata de montañas de información sin codificar; prevalece la profundidad y el alcance de la publicación en una sociedad sobre el *clickbait*, el cual es táctica que busca generar *clicks* o ingresos a una página web a través de titulares sensacionalistas que no buscan informar, sino generar curiosidad.

Para Humanes (2001), el trabajo periodístico no es el reflejo de la realidad sino la representación de ella, la misma que el periodista debe reconstruir en forma de discurso haciendo uso de factores de selección, condiciones de producción y formatos. En esa misma línea, Lorenzo Gomis (1991) manifiesta que el periodismo es el oficio que se encarga de interpretar la realidad social. De esta manera, su trabajo es una interpretación que permite que las personas puedan comprenderla, adaptarse o modificarla. El trabajo interpretativo, para el autor, requiere de dos componentes: comprender y expresar. Al igual que en el caso de De Aguinaga, para Gomis el trabajo periodístico tiene dos momentos o procesos fundamentales: en el primero el periodista selecciona toda la información que considera “interesante” y en el segundo “interpreta y traduce” durante la construcción del discurso periodístico.

Se ha dicho mucho que la función social del periodista se ha perdido por el deseo de generar más ingresos económicos para el medio de comunicación. Porque el periodismo es un negocio, siempre lo ha sido y lo será. Sin embargo, ello no debe ser excusa para evadir responsabilidades. Gomes (2007) manifiesta que el periodismo es más que un oficio o negocio: es la ciencia del hombre del día a día cuya única materia prima es la gente, a quienes además se debe. El periodista Ryszard Kapuscinski (2000) consideraba que el trabajo periodístico no puede estar deslindado de la ética; muy por el contrario, el periodista debe comprender que tiene una alta responsabilidad con la sociedad y que su trabajo debe ser minucioso para dar la mejor comprensión o reflexión de la sociedad a la sociedad.

Asimismo, Intriago y López (2016) enfatizan que el periodista, más allá de adquirir conocimientos técnicos y tecnológicos propios de la era digital, tiene la responsabilidad de comunicar la realidad valiéndose de “perspectivas transdisciplinarias en las que se entretrejen la Teoría de la Comunicación, la Filosofía, la Política, la Economía, la Sociología, la Psicología y otras ramas del conocimiento para constituir el entramado semiótico de la comunicación” (Intriago y López, 2016), ya que mediante la prensa el ciudadano accede a

una parte de la cultura. El autor manifiesta que todo periodista es un comunicador y que todo comunicador está íntimamente relacionado con la educación. El enfoque humanista que plantea conceptualiza al periodista como un educador cuyo trabajo forma parte del desarrollo y del crecimiento integral de las sociedades; por ello se le exige estar preparado con valores y habilidades para hacer su trabajo: orientar, informar, argumentar, instruir y educar. Ello será posible con el empleo armonioso de los elementos verbales y no verbales de la comunicación en la construcción del discurso periodístico. Bajo esta lógica, el periodista cumple un rol jurídico, ético y moral (Puente, 2019).

Un estudio sobre la calidad del trabajo periodístico realizado en cinco diarios europeos concluyó que los medios han olvidado la función social que tiene el periodismo, la de ser “el guardián de los intereses de la ciudadanía” (Ramírez y otros, 2014). Ello se evidencia porque las publicaciones no tienen un “aporte social”. Los resultados sugieren que este comportamiento se debe a la crisis sistémica que viven las sociedades y al cambio de paradigmas que está afrontando la prensa a nivel mundial, la cual apremia la instantaneidad y celeridad en todas las redacciones (Ramírez y otros, 2014).

Podríamos concluir que el periodista, en esencia, es un profesional que selecciona y procesa información para ofrecer la mejor interpretación de los hechos en un mensaje que termina por convertirse en un insumo para la toma de decisiones de las personas. Visto de esta manera, el periodista debería ser una persona buena, comprometida y preocupada por el bienestar de los demás. Pero los buenos sentimientos no son verificables científicamente. Sin embargo, sí podemos verificar el profesionalismo del periodista al cumplir su deber de buscar información, procesarla y difundirla de tal modo que sea la interpretación de los hechos que más se acerque a la verdad. Es en el trabajo periodístico final donde se reconoce el interés del periodista: informar, sugerir o desinformar.

2.1.1 Criterios de selección del hecho noticioso

El periodista toma decisiones todo el tiempo y serán sus buenas elecciones de hechos los que abran el camino a la noticia (Téramo, 2006). Se determina entonces que el trabajo periodístico inicia con la selección de la información, el momento en que el periodista separa la paja del trigo. Cuando se habla de selección de hechos noticiosos se debe considerar que estos están regidos por los principios de universalidad y neutralidad, entendiéndose en el primer caso que todo lo que pasa en el mundo tiene la posibilidad de convertirse en noticia. Asimismo, se debe considerar que los hechos noticiosos son

moralmente neutros: los periodistas no discuten si una noticia es buena o mala, positiva o negativa, sino que más bien se enfocan en descubrir qué es más noticia. Esto quiere decir que lo abordado por los medios de comunicación siempre será la selección de los hechos más noticiosos (Gomis, 1991).

Gomis también enfatiza que “la noticia es un hecho con trascendencia”, un hecho que interesa a la sociedad y que puede influir en sus vidas y, por ende, las personas conversan, piensan y en ocasiones actúan en función de la información difundida. Cuando se habla de “trascendencia”, el autor explica que la noticia debe generar otros hechos (consecuencias o repercusiones) que modifiquen el curso de los acontecimientos. Ello significa que será más noticioso aquel hecho que genere más cambios y se prolongue por más tiempo en el debate público.

Se determina que el periodista no es en esencia el hombre que busca la noticia, sino el que la selecciona (Gomis, 1991). Los hechos están, suceden cada minuto y el periodista debe estar alerta. En la práctica, los medios de comunicación están asediados de noticias, existen los informantes interesados en que un periodista cubra un hecho que estos consideran relevantes o que, superficialmente, se ven atractivos. Ante ello, el periodista tiene doble responsabilidad: verificar el hecho y contrastarlo y, además, preguntarse a sí mismo quiénes son los beneficiados y los perjudicados con la cobertura del hecho propuesto. Ello debido a que los suministradores de información normalmente son actores políticos que tienen la necesidad de aparecer en los ojos de los ciudadanos, en demostrar la propia competencia o evidenciar la incompetencia de los rivales o adversarios (Gomis, 1991). Sin embargo, tampoco se puede satanizar la información que brindan los informantes porque, más allá de la fuente, la información podría ser relevante para denunciar o para iniciar una investigación. Siempre será necesaria la intuición, investigación y/o experiencia del periodista determinar que es más noticia ya que las variables de selección varían en diversos grados en cada hecho noticioso.

Los valores noticiosos son los factores o propiedades que convierten un hecho en noticia. Investigadores como Schulz (1982), Galtung (1965) y Schlesinger (1987) han propuesto una serie de variables para evaluar el valor noticioso de los hechos que ocurren en el mundo y que guían al periodista hacia una publicación sólida y de interés para la audiencia. Estas variables están relacionadas con lo anecdótico de los hechos, los personajes destacados o vinculados con el poder que protagonizan o intervienen en la noticia, los dramas personales

que abordan historias excepcionales de superación o tragedia, la desviación o transgresión a los códigos éticos o leyes que abordan el impacto de la publicación en cuanto a influencia, consecuencia o implicaciones inmediatas en la vida de las personas; la utilidad de la noticia para la vida de la audiencia y el valor educativo que la difusión de la información dará in situ (Díaz, 2005). En función de cómo ha sido abordado el tema por diferentes autores, para la presente investigación se han elegido un total de 19 variables que entran en juego en función de los intereses de la audiencia y de la ideología del medio de comunicación, filtros que finalmente permitirán la elección de los hechos más noticiosos.

Para los fines de la presente de investigación se propone, principalmente, el uso de las valoraciones noticiosas que contempla el sistema métrico de calidad periodística VAP. En particular sus dos grandes indicadores: urgencia de la publicación y relevancia. En el primer caso, la primera pregunta que debe hacer el periodista frente al hecho noticioso es: ¿es urgente la publicación de esta noticia? Las noticias, según el sistema VAP, se clasifican en dos tipos: actuales y atemporales. Es importante comprender las características del hecho noticioso para determinar si requiere ser emitida con inmediatez o puede ser publicadas sin urgencia (Pellegrini, Puente y Grassau, 2015). Los medios de comunicación privilegian las noticias actuales ya que si no son atendidas con inmediatez pierde su interés noticioso (Téramo, 2006). En cambio, las noticias atemporales no pierden vigencia y pueden incluso requerir mayor investigación o esfuerzo del periodista. Este último tipo de noticia puede revelar la agenda propia del medio de comunicación y colocar a prueba la originalidad del periodista para buscar temas propios e importantes para la sociedad (Gutiérrez, 2004).

En cuanto al indicador de relevancia, el VAP considera cuatro variables que se refieren al estatus y número de los actores involucrados, a las consecuencias sobre las personas y a su duración en el tiempo. Se reconoce que la presencia de políticos, autoridades, líderes sindicales o religiosos casi siempre serán noticia por tratarse de personajes destacados y porque su trabajo influye en la masa (Díaz, 2005). Del mismo modo, será más relevante si la noticia congrega a varias personas. En cuanto a las consecuencias, será más noticioso el hecho de que afecte directa o indirectamente la vida de un grupo de personas y el impacto de la noticia puede ser medido en función de la cantidad de personas que afecte: a nivel nacional, regional, segmentos sociales o grupos muy pequeños de personas (Téramo, 2006). Finalmente, se considera la duración en el tiempo del hecho, que es la cobertura o

seguimiento que el periodista le da al tema porque genera cambios en la sociedad. (Díaz, 2005)

En conclusión, el periodista no debe olvidar que trabaja bajo el supuesto de que todo es noticia; por ende, su trabajo consiste en determinar qué hecho es más noticioso que otro reconociendo que la importancia de la noticia está sujeta a diferentes variables como: la urgencia de la publicación, la trascendencia del hecho noticioso, el estatus de los implicados, entre otros, que deben analizarse considerando que los hechos más importantes son aquellos que afectan en mayor grado la vida de las personas. Sin embargo, la identificación del hecho noticioso es solo el primer paso del trabajo periodístico. Poco o nada puede valer ello si el periodista no reúne todos los elementos necesarios para contextualizar la información y brindar una cercana interpretación de la realidad a su audiencia (Gomis, 1991).

2.2 En búsqueda del profesionalismo

En una era donde predomina lo superficial y lo sensacionalista, el periodismo que prospera y goza de la credibilidad de su audiencia es el que domina el campo informativo y se dedica a entregar la mejor versión de los hechos de trascendencia. Por ello, en las últimas décadas existe una preocupación creciente por mantener o buscar los estándares de calidad en el trabajo periodístico para garantizar que la información siga siendo un auténtico bien social (Gómez, Gutiérrez y Palau, 2013).

La investigación *Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional* (2015) expuso la percepción de los periodistas sobre la calidad de su trabajo, siendo la cifra reveladora que el 81% de los encuestados reconoció una pérdida de calidad en el producto periodístico. Al momento de abordar las causas de esta crisis del trabajo periodístico, la mitad de los periodistas (51%) manifestó que se debe al descuido de cuatro elementos básicos del oficio: contraste, rigor, honestidad y calidad. Además, los entrevistados señalan como segunda causa de esta crisis la pérdida del prestigio social de la profesión, así como la crisis económica, publicitaria, mediática y tecnológica de los últimos años y la precariedad laboral, que influyen notablemente sobre la calidad periodística y la pérdida de valores de la profesión (Gómez, Guitierrez y Palau 2015).

El artículo *La información judicial en la prensa colombiana: camino a la pérdida de credibilidad*, de la periodista de investigación Liliana Gutiérrez Coba (2004), se enfoca en el descuido de la calidad del trabajo periodístico ante la carencia de análisis y superficialidad de la nota periodística. La autora manifiesta que actualmente los medios de comunicación se caracterizan por dedicarse al simple registro de los hechos. El objetivo del artículo es proponer a las empresas periodísticas la auto-revisión de los procesos de tratamiento de la información para cambiar las rutinas periodísticas porque, de seguir todo igual, los medios de comunicación perderán credibilidad.

Por otro lado, Raquel Martínez y Patricia Duránte (2019), profesoras de la Universidad de Valladolid, proponen en su artículo *El ejercicio del periodismo de investigación en España, la percepción de su estado actual* que las deficiencias del trabajo periodístico de los últimos años están motivadas por la crisis laboral, los salarios bajos, la poca rigurosidad y el método de trabajo de los medios de comunicación. La investigación se basa en once entrevistas a profundidad con periodistas profesionales de primer nivel de España. Los encuestados atribuyeron una nota de 6.5 sobre 10 a los trabajos periodísticos publicados en los últimos cinco años en España. Entre las propuestas de mejoras para aumentar la calidad de los trabajos periodísticos se señaló que los medios de comunicación deben dedicar más tiempo al periodismo de investigación y que los periodistas deben ser más minuciosos con su trabajo.

Las investigaciones de los últimos años demuestran, en general, que el trabajo periodístico está afrontando una crisis de calidad. La inmediatez está ganándole la partida a la dedicación y al tiempo que requiere el trabajo de búsqueda de la inalcanzable verdad, relacionada con la comprobación de los hechos (Rodríguez y otros, 2015), al hallazgo de documentación necesaria y a la consulta de especialistas para tratar de comprender la realidad de los hechos (Gómez, Gutiérrez y Palau, 2013), además de reconocer el tiempo que requiere explicar los acontecimientos con una narración comprensible y completa que sitúe a la audiencia y entregue un trabajo honesto de la realidad social y no unos textos más o menos seductores (Gómez, Gutiérrez y Palau, 2013).

Los factores que determinarían y garantizarían la calidad del trabajo periodístico han sido y son materia de discusión. En el ámbito académico aún no se ha logrado cierto grado de consenso para establecer un listado universal que regule el trabajo periodístico (Ramírez, Gorosarri y otros, 2014) debido a que cuando se habla de “calidad” periodística nos

enfrentamos a múltiples factores relacionados con la ética, la multiplicidad de fuentes, el rigor informativo, el criterio profesional, la investigación periodística, la responsabilidad y los aportes al sistema democrático, entre otros factores (Red de Periodismo de Calidad, 2006).

Para Schulz (2000), la calidad periodística depende de tres condiciones: la disponibilidad de recursos adecuados para efectuar un trabajo periodístico, el respaldo legal y político que proteja y garantice la libertad de los medios de comunicación y el compromiso del periodista de cumplir los estándares de profesionalismo de su oficio. Estos pilares se traducen en dos variables: diversidad de fuentes y objetividad, condiciones ligadas con la democracia. Leo Bogart (2004) y Rodríguez Carballosa (2013) consideran que el profesionalismo debe ser medible empíricamente en función de una serie de variables también medibles en el texto periodístico entre los que se considera, por ejemplo, la presencia de antecedentes y consecuencias de los hechos, la diversidad de fuentes empleadas que incluyan voces de especialistas, entre otros. Para Picard (2004), la calidad informativa se da cuando la cantidad de información propia de un medio de comunicación es mayor a la generada por agentes externos. Por otro lado, Vehlow (2006) resalta la necesidad de considerar otros aspectos además del contenido o las características del hecho noticioso, poniendo énfasis en la responsabilidad social de la noticia. Así mismo, Fonseca Valido (2007) comparte esta postura cuando manifiesta que la evaluación de la calidad del periodismo parte de preguntarse ante el hecho noticioso cómo, por qué y para qué sirve, lo que está asociado al aporte cultural que deberían dar los materiales periodísticos. Por su lado, Shapiro (2010) propone cinco principios que ayudan a un mejor desempeño de la profesión: búsqueda de la información, someter esa información a escrutinio, interpretarla, reconstruir los hechos con un lenguaje moldeado para la historia y presentarla de tal manera que enganche a la comunidad con la historia construida.

Como se puede constatar, las concepciones sobre “la calidad del trabajo periodístico” son múltiples y complejas. Sin embargo, todas las propuestas, de alguna manera u otra, tienen un punto en común: las fuentes, ya que estas permiten contextualizar, aportar datos generales y particulares, comparativos y evolutivos que permiten una construcción honesta y responsable de la realidad para que el ciudadano comprenda el tema (Rodríguez y otros, 2015).

2.3 Relevancia de las fuentes en el trabajo periodísticos

La interpretación de la realidad será más honesta si el periodista recoge la mayor cantidad de información posible que le permita entender el hecho. Se dice que el profesional de la información tiene la misma tarea del detective pues debe ser minucioso para hallar todos los elementos y pruebas que le permitan construir una historia sólida a través de una red de fuentes, actividad en la que tiene que contactar con los protagonistas o los testigos de los hechos que merecen contarse; hallar confidentes dispuestos a poner al descubierto a los actores ilícitos que otros pretenden ocultar, conseguir interlocutores, documentos y expertos capaces de proporcionar la información completa sobre los hechos relevantes que el ciudadano necesita saber (Bezunartea, 1998 y Fishman, 1980).

Es en este proceso básico del trabajo periodístico donde se mide la capacidad que tiene el periodista o el medio para llegar a los actores principales y a todo aquello que le dé información (Téramo, 2006). Se puede concluir que las fuentes no son el recurso del trabajo periodístico sino el corazón del periodismo (Rodríguez y otros, 2015).

La multiplicidad de fuentes es un factor determinante para reconocer o no un trabajo periodístico de calidad (Wolf, 1997) y este rigor informativo se puede medir a través de dos variables: número y tipo de fuente que el periodista consultó para escribir un contenido (Odriozola, Aguirre y Bernal, 2016). Existe la necesidad de someter a evaluación este aspecto sustancial del trabajo periodístico, saber si el periodista ha recurrido a documentos o ha entrevistado a expertos. Esta exigencia debe aplicarse a todo el trabajo periodístico y con mayor obligación a aquellos temas que plantean intereses contrapuestos, mucho más si hay perjudicados o beneficiados (Rodríguez y otros, 2015). Se concluye entonces que los trabajos periodísticos que están basados en una sola fuente son irrelevantes, intrascendentes y carentes de profundidad, incluso si el trabajo periodístico parte de la iniciativa del propio periodista (Rodríguez y otros, 2015).

Odriozola, Aguirre y Bernal, comunicadores de la Universidad de Los Hemisferios, realizaron en el 2014 la investigación *Análisis de contenido de los cibermedios ecuatorianos: evaluación sobre la calidad periodística en los nuevos entornos digitales*, en la que analizaron una muestra de 246 piezas periodísticas sobre la base de cinco ejes temáticos. Inevitablemente, uno de los indicadores que se tomó en cuenta en el índice de calidad periodística estaba relacionada con la multiplicidad de fuentes. En esa variable se observó que en un 68.3% de los casos se utilizaron una o dos fuentes para elaborar la nota

periodística, mientras que solo el 6% apelaba al uso de tres o más fuentes. Asimismo, un 25.2% de los contenidos no recurrió a ninguna fuente. (Odriozola, Aguirre y Bernal, 2016). En el artículo se destaca la falta de variedad de fuentes, hecho que corresponde a una dinámica general en los medios de comunicación, tanto digitales como tradicionales (Mayoral, 2005).

La multiplicidad de fuentes permite al periodista entender mejor la realidad de los hechos noticiosos seleccionados. El periodista deberá organizar toda esa información de tal manera que quien no ha tenido relación con ninguna de las fuentes entienda la historia. Es aquí donde entra a tallar el segundo rigor periodístico vinculado a las fuentes: la contextualización de los hechos a través de antecedentes y consecuencias (Odriozola, Aguirre y Bernal, 2016).

2.3.1 El problema de la distinción público-privado

Basta ingresar una palabra en algún navegador de internet para encontrar un torrente de información en diversas plataformas, formatos, estilos, idiomas, etc. Sin embargo, como afirma el sociólogo Bell (1973), se debe considerar que “más información” no necesariamente significa “información completa, veraz y relevante”. En este contexto, el autor enfatiza que el ciudadano debería saber recoger la información y estudiar los temas con mayor intensidad y profundidad que en cualquier otro periodo histórico (Bell, 1973).

El contexto actual en el que la información se puede compartir o alcanzar en un *click* y que parece no tener fin (Guallar y Abadal, 2014) exige al periodista ser más riguroso con su trabajo de recopilación de información porque no todo lo que se encuentra en la red es real, noticioso y mucho menos relevante bajo el enfoque periodístico desarrollado. Investigadores como Casero y López (2012) consideran que las condiciones sociales y tecnológicas en las que vivimos han generado un interés cada vez más presente por el análisis de las fuentes digitales, hasta el punto de convertirse en un ámbito de investigación científica en periodismo. No es gratuito: son las fuentes las vértebras de la columna del proceso de producción periodística. Recordemos que el estudio de las fuentes digitales se remite a dos conceptos claves del periodismo: credibilidad y calidad (Guallar y Abadal, 2014).

La tecnología ha generado, como nunca antes, diversas fuentes de información dignas de ser estudiadas para que el periodista conozca las fortalezas y debilidades de cada una de ellas. Las nuevas fuentes se caracterizan por ser colaborativas y construidas en una vertiente social de la web 2.0. Por este motivo, denominaremos a las nuevas fuentes de información fuentes 2.0 (Canavilhas y Ivars, 2012). Se plantea la existencia de una clasificación de estas fuentes en *push* y *pull*. En el primer caso, el usuario es empujado por la información y el periodista es un usuario pasivo porque se limita a recibir información de organizaciones, grupos o personas y para ello el periodista debe haber sido añadido a un grupo o *feed*. Las fuentes *push* son los correos electrónicos y los lectores de *feeds* (Canavilhas y Ivars, 2012). En cambio, las fuentes *pull* son aquellas en las que el usuario tira la información y es necesaria la iniciativa de exploración del periodista. Las aplicaciones típicas para esta investigación son los motores de búsqueda, los chats, las webs, los blogs y las redes sociales.

Aunque cada nueva fuente 2.0 tiene características, beneficios y cuestionamientos particulares, para fines de este trabajo de investigación nos detendremos únicamente en una de estas nuevas fuentes: el chat. Es tal su importancia que, incluso, se ha propuesto calificar este sistema de comunicación como el alma de las relaciones de la sociedad de la información, convirtiéndose en el espacio de socialización y canal de comunicación por excelencia y, a su vez, en un espacio generador de cultura informática (Turrubiates, 1999).

El chat no solo se ha convertido en el medio de comunicación de excelencia de la época digital sino que está adoptando otras funciones debido a su propio impacto social. Por eso no sorprende que comerciantes, profesores, banqueros y otros profesionales utilicen el chat como una herramienta de trabajo. Tal es el caso de los periodistas, quienes no solo utilizan los chats para contactar, mantener fuentes o enviar información a sus centros de trabajo, sino que también se ha convertido en un canal para conseguir fuentes. Por ello, parece imposible que un medio de comunicación que pretenda sobrevivir en la época digital no posea un número de whatsapp que permita a los ciudadanos tomar el rol de periodistas y enviar información. Pero la importancia del chat para el periodismo va más allá pues se ha convertido en una fuente de información en sí misma. Las conversaciones privadas de dos o más personas a través de una aplicación de mensajería instantánea se han convertido en fuente de información.

El periodista ya no solo se enfrenta a un correo electrónico, la grabación de una llamada telefónica o un video íntimo inmortalizado desde una cámara reloj. Ahora se enfrenta a un

espacio relativamente nuevo, cargado de subjetividad y distante de los convencionalismos del lenguaje (Mayans, 2003) que debe interpretar, a pesar de no ser parte de los códigos íntimos de la conversación.

Nuevamente, la ética de la labor periodística es puesta a prueba por una nueva era. Si tradicionalmente los periodistas han tenido problemas para afrontar conflictos éticos relacionados con la exactitud y la veracidad de la información, el entorno digital introduce nuevos dilemas éticos vinculados, especialmente, con la credibilidad de las fuentes y la privacidad (Deuze y Yeshua, 2001).

El método VAP incluye bajo el concepto “exposición de la vida privada” toda aquella información (audio e imagen) que corresponde a la vida privada de las personas y tiene que ver con hechos (nacimientos, funerales, enfermedades, cumpleaños, adulterio, preferencias sexuales, etc.) o espacios (casa, habitaciones, hospitales). El sistema VAP-UC señala los tipos de usos de información privada en los medios de comunicación (Pellegrini, 2010):

- Exposición de un delito: cuando se busca denunciar un hecho ilegal.
- Interés público: vinculada al actuar público de un personaje relevante para el interés público.
- Justificación social: la información de la vida privada es necesaria para contar un problema de carácter general en la sociedad. Está relacionada con los testimonios y siempre está justificada.
- Intromisión: se informa sobre la vida privada de alguien sin justificación y sin autorización de los involucrados (este uso es el que el periodista debe evitar)

El *chat* se ha convertido, efectivamente, en el alma de la era del internet (Turrubiates, 1999) y, por ese mismo motivo, se considera una fuente periodística. Sin embargo, en la era de la información abundante y libre, no se puede minimizar su esencia: el *chat* continúa siendo una fuente vinculada con la vida privada de las personas. Y el tratamiento de esta información, por respeto a las personas expuestas y a la audiencia, implica un tratamiento periodístico riguroso y una justificación relevante para ser difundida.

2.3.2 El periodismo y la necesidad de diferenciarse de “la información”

El periodista no es un ser que transmite información a través de un medio de comunicación porque, de ser el caso, todos seríamos periodistas. Es necesario que el primer enterado de los cambios de la época sea el periodista para que emprenda un trabajo de diferenciación que le permita sobresalir del resto de información.

Los cambios nunca han sido desconocidos para el periodismo (Dávila, 2015). El ingreso de internet, así como en su momento lo fue la radio y la televisión, ha generado una serie de cambios. Sin embargo, el impacto del internet en el trabajo periodístico ha sido superior a cualquier otro visto en la historia porque, a pesar de que el nuevo medio de comunicación apareció hace unas décadas (Figaro y otros 2013), la innovación de la tecnología no frena desde entonces y constantemente genera nuevas herramientas de difusión a las que el periodista debe estar atento. Este nuevo escenario laboral está retando los procesos de producción, distribución y consumo informativos que implican nuevas habilidades profesionales (Gonzales, 2013).

Por este motivo, varios comunicadores enfatizan que el primer objetivo del periodismo es reinventar la vieja escuela sin olvidar que la investigación y la originalidad es la esencia de la labor periodística y permitiéndose la exploración y adecuación a nuevas plataformas de comunicación con narrativas diferentes y con la abierta disposición de acercar, conectar e interactuar con la audiencia (Arévalo, 2017).

El periodismo podrá ser un bien social y una necesidad para mantener la democracia pero también es un negocio que necesita ser rentable para sobrevivir. Y la información tenía precio. El internet desbarató el *core* del negocio porque trajo consigo la cultura de la gratuidad y con ella un cambio de paradigma en torno al consumo de productos informativos (Dávila, 2015). La información se convirtió en un bien accesible, abundante y gratuito. Las preguntas entonces caen de maduras: ¿por qué alguien pagaría por información?, ¿de qué sirve el trabajo periodístico en la era de la información libre? Estas interrogantes son fáciles de responder para los periodistas que tienen clara su labor, pues se reconoce que el periodismo no se encarga de reproducir información sino de procesarla de tal manera que entrega a la sociedad un producto veraz, comprensible, cercano a la realidad y necesario para la vida de los ciudadanos. El trabajo periodístico tiene el reto de diferenciarse de la “información libre y abundante” que sobra en internet. Elsa Gonzáles, portavoz de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) señala que a este cambio de

paradigma no aleja al periodismo de sus fines, ya que sigue siendo garante del derecho ciudadano y brinda el conocimiento que la sociedad necesita para gobernarse. Por ese motivo, en la era de la información, los periodistas son más necesarios que nunca (Sánchez, 2015).

2.4 Los cambios de la época

Los medios de comunicación jamás creyeron que el internet pudiera implicar un proceso de cambios rápidos, constantes, abrumadores y globales que impliquen nuevos modelos de negocio y transformaciones en los códigos deontológicos y en la relación con el público (Puente, 2019). Las audiencias, las empresas y los roles del trabajo periodístico están viviendo una etapa de “convergencia”.

El periodista siempre ha lidiado con el tiempo: el profesional debía seleccionar el hecho noticioso, recopilar información de las fuentes involucradas y necesarias para entender la historia, procesar los datos, construir el producto periodístico y ser aprobado por el editor, todo ello para la hora de cierre establecidos por los medios de comunicación. Hoy en día en los medios digitales podemos hablar del minuto de cierre, pues mientras más pronto se publique la nota después de dados los hechos, mejor. La exigencia de la inmediatez impera en los medios digitales y se ha convertido, a su vez, en el talón de Aquiles del periodismo ya que este ecosistema de trabajo no necesariamente cuenta con un proceso de verificación editorial. Muchas veces ni el propio periodista termina por organizar y verificar toda la información, convirtiendo las herramientas digitales en el fin de la información antes que en instrumentos para difundir información de calidad (García y otros, 2014).

Esta condición genera que el trabajo periodístico esté marcado por la superficialidad, la imprecisión y hasta la desinformación (Urban & Schweiger, 2014). Algunos consideran que la necesidad del crecimiento financiero de los medios de comunicación pueden sumergir a las empresas en vicios y violaciones de las normas de calidad informativa con la finalidad de mantenerse dentro del mercado (Bogart, 2000; Beck, Reineck & Schubert, 2010).

No solo es el tiempo el que ha sido alterado o “alcanzado” por la tecnología. El periodista goza de más alternativas de difusión y de una gama de herramientas tecnológicas que debe usar para no quedarse en el lado “aburrido”. En el auge de los medios digitales se le acuña al periodista el término de “hombre orquesta”, lo que significa que el profesional de la

información debe conocer de todo un poco y fusionar sus capacidades de recolección, procesamiento y redacción de información con el manejo de herramientas digitales para elaborar contenidos multimedia y multiplataforma. Su trabajo ya no se enfoca en la exhaustiva recopilación de datos, en la comprobación de los mismos y en el desarrollo de la alta calidad de sus textos con valor periodístico, sino que ahora también tiene que tomar fotografías, grabar videos y editar audios, entre otras actividades (Dávila, 2015). Antes de la era digital el periodista era definido, estructurado y limitado (Micó, 2011). Hoy su trabajo se reduce a una palabra: polivalencia (Salaverría y García, 2008), pues debe saber diferenciar y resaltar el potencial informativo en los hechos recientes que constituyen una noticia, encontrar y aplicar la documentación conveniente, presentar la información de manera atractiva bajo un análisis previo de los géneros, formatos y canales más propicios para su transmisión y, por último, hacer un seguimiento del contenido publicado por medio de una gestión entre las sugerencias, comentarios y participación de la audiencia (Micó 2011). Asimismo, la polivalencia señala la capacidad de ejercer varias actividades simultáneamente y de manera habitual ya sea para buscar, tratar o difundir informaciones sobre temas diversos para diferentes soportes e interactuando con la audiencia (Deuze, 2005).

El periodista dejó de ser el personaje que difunde información por excelencia. El internet ha permitido que un ciudadano cualquiera con celular e internet sea un informante, al que hoy muchos académicos denominan “el periodista ciudadano”. De esta manera, el público que solía recibir información y comentar la noticia en un círculo social pequeño toma, aparentemente, el rol del periodista y comunica lo que sucede ante sus ojos en blogs, redes sociales y plataformas web (Puente, 2019). Esta práctica ha generado un replanteamiento en la profesión periodística fundamentada en el consumo de contenidos en la red y servicios que se alejan de la profundidad y se acepta información esporádica en función de las preferencias y navegación del usuario (Puente, 2019).

Han cambiado también las audiencias y con ellas el trabajo periodístico. El periodista no trabaja para otros periodistas, sino que trabaja para la sociedad. Su producto debe ser leído y entendido con claridad. De ahí las exigencias de entregar la mejor versión de los hechos a aquellos que no están en contacto directo con la información. Si las audiencias han cambiado su patrón de consumo de información, el trabajo periodístico inevitablemente debe cambiar. Lo más resaltante de esta época es que la audiencia ya no es un público pasivo

que espera el noticiero de televisión o que llegue la mañana para informarse. Hoy las audiencias están bombardeadas de información y pueden elegir qué ver y qué no. Las audiencias ya no cumplen el patrón propuesto por el lingüista Roman Jakobson, que habla de un emisor, un mensaje y un receptor que se comunican por un canal con un código en especial, sino que el modelo de comunicación se acerca a la aldea global de Marshall McLuhan, lo que significa que estamos en un círculo de retroalimentación constante donde los receptores también son emisores o son llamados “prosumidores” (Puente, 2019). Además, la tecnología ha facultado a las audiencias la posibilidad de escoger la información que desean obtener. Hoy en día, la agenda mediática la plantea el público (Nafría, 2017). Por esta razón, el periodista tiene una doble exigencia: necesita investigar mucho, ajustar la información a los gustos y requerimientos de la audiencia y construir el producto de la forma en que el usuario quiere ser informado (Puente, 2019). El objetivo es obtener un producto periodístico que llegue a ser esencial en la vida de las personas sin olvidar los fundamentos que caracterizan el trabajo periodístico y el valor de marca que tiene el medio de comunicación para diferenciarse de los demás (Nafría, 2017). Los estudios destacan que los consumidores de información por internet privilegian lo viral, lo interactivo y lo multimedia (Puente, 2019). El periodista no puede avanzar sin comprender a la audiencia y, bajo estas condiciones, la información que construye debe recurrir a la interacción y lo multimedial sin olvidar que el mensaje debe ser superior y transversal a cualquier innovación tecnológica.

Asimismo, el periodismo digital ha establecido sus propios estándares de calidad, los cuales no reformulan o cuestionan todas las teorías anteriormente expuestas sino que agregan ciertos factores tecnológicos vinculados a incrementar la relevancia de la noticia, haciéndola más atractiva y llamativa (Canavilhas, 2007). Los rasgos distintivos de este ciberperiodismo contemplan las siguientes variables:

- **Hipertextualidad.** Característica del mundo digital que hace uso de multiplataformas e hipervínculos que redireccionan al internauta a otros espacios web donde yace información relacionada a la que se está consumiendo (Odriozola, 2016 y Puente, 2019).
- **Interactividad.** Variable de calidad propia de la época digital que otorga al usuario un rol participativo en el que puede preguntar, sugerir y añadir contenido (Puente, 2019).

- **Multimedialidad.** Concepto vinculado con el contenido audiovisual y que es una ventaja propia de la plataforma digital que permite insertar imágenes, videos, audios, gráficos dinámicos, fotografías, animaciones y movimientos que en el papel no es posible (Salaverría y García, 2008).

El reto no es pequeño, ya que el profesional de la información debe tener iniciativa y pensamiento analítico para proponer y construir información relevante, aplicando su creatividad de la mano de las herramientas digitales para incrementar la calidad de su trabajo (Micó, 2011). Asimismo, es necesario que el periodista sepa interactuar con el público a través de la integración y conversación que permiten las redes sociales.

“El que mucho abarca, poco aprieta” es una frase con la que quizás muchos medios de comunicación se pueden identificar ya que el cumplimiento de los estándares de publicación (la necesidad de que el producto tenga video, audio, fotos, hipertextos, que sea interactivo para el usuario y, además, sea publicado lo más pronto posible) está desplazando otras funciones básicas del periodismo que requieren dedicación y tiempo (el correcto enfoque de la nota periodista, con los antecedentes y consecuencias bien establecidas gracias a la cantidad de fuentes obtenidas y que aporte información relevante a la sociedad). Se debe entender que las mejores tecnológicas deben ser una oportunidad para la creatividad e innovación y no deberían llevar al periodista a la superficialidad (Sanchez, 2015). Es decir, el periodista de la era del internet debe tener conocimientos sólidos en varias herramientas digitales y nuevas narrativas para ofrecer una noticia que sobresalga del mar de informaciones que existe en internet (Dávila, 2015).

Los cambios que internet ha producido en la sociedad deben ser aceptados y utilizados sin perder de vista el profesionalismo que requiere el trabajo periodístico, una exigencia transversal a los medios de comunicación y a las épocas.

● **3. MARCO METODOLÓGICO**

En el presente capítulo se detalla la naturaleza de la problemática abordada y la metodología seleccionada para responder a las preguntas de investigación planteadas. En primer lugar, en la contextualización del problema se hace un reconocimiento de las oportunidades en las que el periodismo tuvo que exponer información privada para denunciar o exponer un hecho de interés público y se retoma la trascendencia del chat como medio de comunicación y fuente información. Expuesto el problema, se plantea la pregunta general y específicas de la

investigación. Luego, se expone la naturaleza de la investigación determinando el enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación. A continuación, se describen los escenarios de estudio, objeto y muestra seleccionada para la presente investigación. Asimismo, se consideró necesario hacer un resumen de cada una de las nueve publicaciones seleccionadas ya que cada una de ellas aborda un tema diferente a pesar de que todas poseen un factor común: la información central de la publicación proviene de los chats La botica. Finalmente, se detalla el instrumento y las variables de análisis seleccionadas para la presente investigación.

3.1 Contextualización del problema

En el año 2000 unos videos fueron el eje de la noticia. En ellos, Vladimiro Montesinos, el asesor del ex presidente Alberto Fujimori, protagoniza las escenas de corrupción más indignantes de la historia del Perú: se le observa entregando bloques de dinero a políticos, medios de comunicación y empresarios con la finalidad de comprar favores para concretar objetivos políticos (Delfín, 2016). En el año 2016 unos correos electrónicos demostraron que cinco cadenas de farmacias concertaban precios de medicamentos atentando contra la libre competencia en el mercado y, por ende, contra el bolsillo de los consumidores (*La República*, 2016). En el 2018 la filtración de unos audios correspondientes a llamadas telefónicas expuso una red criminal en el Poder Judicial en la que los magistrados negociaban sentencias, cargos públicos y votos a cambio de dinero, favores o entradas al mundial Rusia 2018 (IDL Reporteros, 2018).

La tecnología no solo ha generado nuevas plataformas de comunicación; a su vez, ha generado fuentes de información. Una llamada telefónica, una cámara de video o un correo electrónico pueden llegar a ser piedras angulares de una noticia o de una denuncia periodística. Más allá de las cuestiones éticas importantes a evaluar cabe resaltar esta convergencia de funciones: el medio es el mensaje y, asimismo, la fuente.

La búsqueda, elaboración y difusión de contenidos informativos están en constante cambio. La tecnología ha modificado de raíz todos los procesos esenciales atribuidos al trabajo periodístico y si los cambios continúan a este ritmo, generando nuevas oportunidades de comunicación, el periodismo seguirá sometido a un sinfín de procesos paralelos (García y Salaverría, 2008).

Uno de los fenómenos comunicativos propio de la época digital es el servicio de mensajería instantánea: los populares chats. No es gratuito que, por ejemplo, Whatsapp haya superado los mil 500 millones de usuarios, quienes intercambian al día más de 60 mil millones de mensajes, cifras que explican por qué Whatsapp es el app de mensajería más utilizada del mundo (Torresi, 2018).

Asimismo, los chats han ganado protagonismo el rubro académico desde hace 10 años; es decir, se ha convertido en motivo de investigación en ciencias como la sociología, la antropología y la economía, entre otras (San Martín, 2009). Es tal su importancia que algunos investigadores como Joan Mayans ha propuesto dejar de considerarlo como una fusión de géneros (oral y escrito) para consolidarlo un género en sí mismo, con estilo y peculiaridades propios necesarias de ser investigadas (Mayans, 2003).

En este mismo contexto, el chat ha permitido a los medios de comunicación generar más contenido a partir de la participación: sin distinción alguna, los canales de televisión tradicionales y digitales, grandes y pequeños en el Perú, tienen un número de Whatsapp donde invitan a su público a compartir información.

Comprobamos entonces que los chats dejaron de ser una herramienta exclusiva de comunicación para convertirse en herramienta de trabajo y hasta en fuente de información noticiosa. La tecnología ha colocado al periodista frente a nuevas plataformas para comunicar y a su vez frente a fuentes potenciales de información. El periodista no solo se encuentra frente a un correo electrónico, la grabación de una llamada telefónica o un video íntimo inmortalizado desde un reloj cámara: ahora se enfrenta a un espacio relativamente nuevo, cargado de subjetividad y distante de los convencionalismos del lenguaje, entre otras características propias del chat (Mayans, 2003).

El presente trabajo de investigación reconoce que las prácticas periodísticas se han visto también afectadas por el impacto de la tecnología y que ello se ve reflejado en el producto periodístico final. Alrededor del mundo existe una creciente preocupación por someter a evaluación la calidad del trabajo periodístico por el nivel de responsabilidad social que tiene la profesión, que se fundamenta en la clasificación de la realidad y su transformación de información a conocimiento (De Aguinaga, 2001).

La época que nos toca vivir ha generado nuevas fuentes de información que han llamado la atención de la investigación científica y un interés por comprender su naturaleza, alcance e

interpretación para el correcto trabajo periodístico. No es para menos ya que las fuentes son los pilares de cualquier construcción periodística (Guallar y Abadal, 2014). Sin las fuentes correctas no se podría contextualizar, aportar datos generales y particulares, comparativos y evolutivos que permitan una interpretación responsable de la realidad (Rodríguez y otros, 2015). De esta manera, la diversidad de fuentes en una publicación periodística se convierte en uno de los valores más importantes para hablar de calidad periodística.

3.2 Formulación del problema

La presente investigación busca responder la siguiente pregunta general:

- ¿En qué medida los medios de comunicación IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República* cumplieron con estándares de calidad en el tratamiento noticioso del caso de los chats “La Botica”?

Para ello, será necesario responder las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cuáles fueron los aciertos y deficiencias del trabajo periodístico realizado por los medios IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República* en su tratamiento noticioso y en función de los estándares de calidad propuestos?
- ¿Las publicaciones periodísticas justificaron la exposición de las conversaciones privadas?

3.3 Naturaleza de la investigación

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo mixto debido a que se busca analizar a profundidad un fenómeno. Los resultados son producto del análisis de contenido y de datos cuantitativos que nos permiten comparar resultados; sin embargo, en la investigación predomina el enfoque cualitativo. Se aplicará el análisis a nueve publicaciones periodísticas online de tres medios de comunicación diferentes: IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República*.

La investigación es de tipo aplicado pues el objetivo es responder a una pregunta práctica. Mediante el análisis de las publicaciones periodísticas se pretende conocer el tratamiento noticioso de tres medios de comunicación para determinar si se cumplen o no los estándares de calidad propuestos por Lorenzo Gomis y el VAP-UC.

El nivel de investigación es descriptivo-comparativo entre los medios de comunicación respecto al tratamiento noticioso que dieron a un hecho noticioso vinculado con chats. En los próximos párrafos se detallarán los escenarios del estudio.

En cuanto al diseño de la investigación, es de carácter no experimental-cualitativo pues no existe intervención o manipulación de los casos elegidos para efectos de medición. Por el contrario, la investigación se detiene a observar el contexto original de las publicaciones.

El diseño no experimental de la investigación puede clasificarse como descriptivo comparativo ya que se recolectan datos de las publicaciones seleccionadas para el análisis propuesto. Se busca, además, reconocer si el tratamiento noticioso aplicado en las notas periodísticas cumple con los estándares de calidad propuestos.

3.4 Objetivos de la investigación

Como se mencionó en la parte inicial del presente trabajo, el objetivo general de la investigación responde a la pregunta principal:

- Determinar el nivel de cumplimiento de los estándares de calidad en el tratamiento noticioso del caso de los chats “La botica” de los medios IDL Reporteros, El Comercio y La República.

Asimismo, los objetivos específicos son dos y responden a las preguntas específicas:

- Reconocer los aciertos y deficiencias del trabajo periodístico realizado por los medios IDL Reporteros, El Comercio y La República en su tratamiento noticioso y en función de los estándares de calidad propuestos.
- Determinar si la publicación de las conversaciones privadas estuvo justificada en el texto periodístico.

3.5 Escenarios de estudio, objeto de estudio y muestra

IDL Reporteros, El Comercio y La República tuvieron acceso, de manera exclusiva, a una serie de chats privados de la bancada mayoritaria del Congreso: Fuerza Popular. En el grupo de *chat* autodenominado “La Botica” participaron 19 personas: la lideresa de Fuerza Popular Keiko Fujimori, sus asesores Ana Herz de Vega y Pier Figari y 17 congresistas de la bancada de Fuerza Popular, grupo político que contaba en la época de las conversaciones con 56 congresistas en funciones. El grupo “La Botica” fue creado en Telegram, la plataforma de

mensajería instantánea más segura que existe para intercambiar información ya que ofrece un cifrado de extremo a extremo que protege los mensajes (Inquirer.net, 2006). Sin embargo, ello no fue suficiente para evitar que las conversaciones sean expuestas. En un acto de colaboración eficaz, el congresista de Fuerza Popular Rolando Reátegui, integrante del grupo de chat, hizo una serie de *screenshots* a las conversaciones y las compartió con el equipo de fiscales que investigaba a la lideresa de su partido, Keiko Fujimori, por el delito de lavado de activos. Esta información, de alguna manera u otra, también llegó a las oficinas de prensa de estos tres medios de comunicación, quienes la difundieron.

En la presente investigación se analizan una serie de publicaciones con la finalidad de reconocer en qué nivel cumplen con los estándares de calidad del trabajo periodístico propuestos por Lorenzo Gomis (1991) y el sistema VAP-UC. Las publicaciones analizadas parten de una fuente principal: una serie de *screenshots* del chat de “La Botica” a las que cada medio accedió en exclusiva. Es por ello que la población de la presente investigación son todas las noticias desarrolladas por IDL Reporteros, El Comercio y La República en torno al chat de “La Botica”. La muestra seleccionada para la presente investigación aborda el periodo desde que IDL Reporteros dio a conocer la existencia del grupo de telegram “La Botica”, el 19 de octubre de 2018, y la publicación del diario La República realizada el 22 de julio de 2019. Posteriormente a esta fecha, aparecieron nuevos chats “La Botica”; sin embargo, no han sido considerados por la necesidad de cerrar la muestra para el análisis respectivo de la investigación. Específicamente, se recopilaron dos notas periodísticas de la plataforma web de IDL Reporteros, cuatro notas periodísticas de la versión online del diario El Comercio y tres notas periodísticas de la versión online del diario La República. A continuación el detalle de las notas periodísticas analizadas en la presente investigación:

- **Noticias publicadas en IDL Reporteros**

- **Discusiones en la botica** (Viernes 19 de octubre de 2018).- La publicación cuenta con un serie de *screenshots* dividido en dos grupos. En el primero, la lideresa de Fuerza Popular, Keiko Fujimori, manda un mensaje de prudencia para los parlamentarios excluidos de este chat comentando que el cuestionado Fiscal de la Nación, Pedro Chávarry, era una “persona correcta” y que está siendo víctima de un “cargamontón caviar”. El mensaje es contestado por otro integrante que propone usar una entrevista en el que un analista político

apoya “sutilmente” al Fiscal Chavarry. En el segundo grupo de capturas de pantalla se habla sobre el encargado de investigar a Keiko Fujimori, el fiscal José Domingo Pérez. Se cuestiona su viaje a México en medio de la detención preliminar ordenada en contra de la líderesa de Fuerza Popular. En el grupo se propone obtener su *record* migratorio para cuestionar su trabajo. En adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código IDL 1. (Enlace: <https://bit.ly/2J5RP19>)

- **Botica abierta** (Viernes 24 de octubre de 2018).- La publicación está separada en 10 grupos en los que se abordan diferentes temas: 1) Se evidencia en los chats el interés de respaldar la juramentación de Pedro Chávarry como Fiscal de la Nación, esto después de que unos audios lo vincularan con el ex magistrado César Hinostroza, presunto líder de una organización criminal que vendía sentencias. 2) Keiko Fujimori y su asesor Pier Figari dan indicaciones sobre cómo festejar el triunfo de Daniel Salaverry como nuevo presidente del Congreso. 3) Parlamentarios felicitan a Daniel Salaverry y asesor Pier Figari sugiere minimizar ante la prensa la presunta filtración de un audio en el que se habla del papá de Keiko, el ex presidente y hoy preso Alberto Fujimori. 4) Se da la bienvenida a los parlamentarios recién agregados al grupo de Telegram. 5) Se dan indicaciones sobre cómo aplaudir tras el primer mensaje presidencial de Martín Vizcarra el 28 de julio; así mismo, la parlamentaria Milagros Salazar llama “malnacido y traidor” al mandatario. 6) Se sugiere atacar “en medios, fuerte y en coro” al “enemigo político histórico” César San Martín, quien como juez sentenció a 25 años de prisión a Alberto Fujimori. 7) Se conversa sobre cómo defender al cuestionado fiscal Pedro Chávarry de los ataques que recibe, pidiendo su renuncia al máximo cargo de la Fiscalía. 8) Uno de los participantes, el congresista Héctor Becerril, explica a sus colegas que no hay nada irregular o delictivo en los audios expuestos por la prensa en los que conversa con César Hinostroza, juez acusado de liderar una organización criminal. 9) Asesor Pier Figari da indicaciones sobre cómo responder a la prensa cuando pregunten sobre la caída de popularidad de Keiko Fujimori en las encuestas. 10) Keiko Fujimori expresa su interés en que el Perú se retire de la Corte Interamericana de los Derechos Humanos, institución que rechazó el indulto otorgado por PPK a Alberto Fujimori. En

adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código: IDL 2.
(Enlace: <https://bit.ly/2OPoUF3>)

- **Publicaciones en *El Comercio***

- **Chat La Botica: “Ahora solos hemos blindado a [César] Hinostroza”**
(Lunes 29 de octubre de 2018).- La publicación aborda tres temas de conversación en el chat La Botica: 1) La congresista Alejandra Aramayo manifestó su malestar por una votación en la que solo Fuerza Popular votó en contra de que César Hinostroza, el ex juez vinculado a una organización criminal, sea investigado por el delito de liderar una organización criminal. 2) Se llama “prostiprensa” a un sector del periodismo. 3) Se conversa sobre cómo ayudar al parlamentario de Fuerza Popular, Héctor Becerril, quien tiene en su contra un informe que busca destituirlo e inhabilitarlo por cinco años de sus funciones por presuntamente intentar influir en las elecciones del ex Consejo Nacional de la Magistratura. En adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código EC 1. (Enlace: <https://bit.ly/2OkKsaX>)
- **Héctor Becerril: “Que el gobierno se vaya al carajo con su referéndum”**
(Lunes 29 de octubre de 2018).- La publicación expone la opinión del congresista Héctor Becerril, quien se muestra en contra de las reformas propuestas por el presidente Martín Vizcarra. En su mensaje dice, además, “Que el gobierno se vaya al carajo con su referéndum”. Asimismo, se lee que la congresista y presidenta de la comisión de Constitución, Rosa María Bartra, cita a sus compañeros llegar antes de la hora para “ponerse de acuerdo”. En adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código EC 2. (Enlace: <https://bit.ly/334XA88>)
- **Chat La Botica: en FP se dividieron en grupos para votar la cuestión de confianza** (Martes 30 de octubre de 2018).- La publicación evidencia una contradicción entre las conversaciones del chat y las declaraciones de los parlamentarios de Fuerza Popular. Ellos manifestaron que habían votado de manera independiente y a conciencia ante la cuestión de confianza presentada por Martín Vizcarra; sin embargo, en los chats se corrobora una coordinación

para ejercer el voto. En adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código EC 3. (Enlace: <https://bit.ly/2VaN7FE>)

- **Cuando Keiko Fujimori dijo que cuestión de confianza se votó por conciencia** (Martes 30 de octubre de 2018).- La publicación evidencia una mentira de la ex candidata presidencial Keiko Fujimori, quien manifestó que los parlamentarios del partido que lidera votaron a conciencia en la cuestión de confianza presentada por Martín Vizcarra; sin embargo, los chats demostraron que sí hubo coordinación para votar en la bancada. En adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código EC 4. (Enlace: <https://bit.ly/31NIGnP>)

- **Publicaciones en *La República***

- **Beteta en chat La Botica: “Es momento de atacar a Vizcarra”** (Miércoles 3 de julio de 2019).- La publicación expuso la expresión de la parlamentaria Karina Beteta, quien habla de atacar al presidente Martín Vizcarra después de que el mandatario planteara una cuestión de confianza al Congreso por reformas judiciales y políticas. En adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código LA 1. (Enlace: <https://bit.ly/2XlsG8u>)
- **Chat La Botica era usado por fujimoristas para dirigir investigaciones contra adversarios** (Jueves 4 de julio de 2019).- La publicación expone unos chats donde congresistas de Fuerza Popular proponen denunciar en la comisión de ética a una parlamentaria de izquierda porque en un medio de comunicación dijo que el partido de Fuerza Popular era una mafia organizada en el Congreso. Además, se expone un chat donde se propone llamar a una ministra (simpatizante con el partido de izquierda) para que dé explicaciones sobre la contratación de una empresa que presuntamente tendría denuncias. En adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código LA 2. (Enlace: <https://bit.ly/2xuTtEN>)
- **Consigna fujimorista: “Aquí no hay libertad de conciencia”** (Lunes 22 de julio de 2019).- Este reportaje expone un chat en el que una congresista se pronuncia sobre la votación que tenía que hacer la bancada en la Comisión de Constitución ante la denuncia que había presentado la fiscal de la Nación

Zoraida Ávalos contra Pedro Chávarry. En este mensaje ella dice: “Aquí el voto es partidario, ¿no? Aquí no hay un tema de conciencia”, aludiendo a que todos los parlamentarios deberían votar en bloque y en contra de que la denuncia sea aceptada. Más adelante, se presentan más chats con los que se pretende demostrar que la Comisión de Constitución está sometida a la voluntad de Fuerza Popular. Sin embargo, ello no se puede demostrar porque en el mismo chat se puede leer que el presidente de la Comisión de Constitución se niega a aceptar las recomendaciones de sus colegas de bancada. En adelante, para referirnos a esta publicación se utilizará el código LA 3. (Enlace: <https://bit.ly/2Y4pjmF>)

3.6 Instrumento y variables de análisis

El objetivo de la presente investigación requiere de una investigación cualitativa mixta y descriptiva. Para ello se ha desarrollado una matriz de análisis de contenido (Tabla 1) que permite describir el tratamiento noticioso que recibieron una serie de chats por parte de los tres medios de comunicación seleccionados. De esta manera se podrá reconocer si el trabajo periodístico desarrollado cumple o no con los estándares de calidad periodística propuestos por Lorenzo Gomis (1991) y el VAP–UC. Además, las variables propuestas nos permiten comparar los niveles de cumplimiento de los estándares de calidad entre IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República*.

Para desarrollar adecuadamente el análisis de contenido, el instrumento que se emplea es una matriz de datos dividida en dos momentos: proceso de selección y proceso de creación. Como se recuerda, el sistema métrico de calidad periodística VAP-UC evalúa dos categorías del proceso del trabajo periodístico: los criterios de selección del hecho noticioso y la elaboración del discurso periodístico (mensaje). En el primer grupo, se evalúan indicadores de nivel de selectividad, acceso a las fuentes y equidad selectiva (Téramo, 2006). En el proceso de creación se consideran los criterios que ha utilizado el periodista para presentar la nota periodística en función de los siguientes indicadores: estilo, contenido y énfasis (Téramo, 2006).

- **Categoría 1: Proceso de selección.-** Esta categoría se enfoca en los criterios de selección del hecho noticioso
 - Indicador: Nivel de selectividad
 - **Tipo de noticia:** El sistema VAP-UC clasifica los hechos noticiosos en dos tipos: actuales y atemporales. De esta manera se determina la urgencia de la publicación (Pellegrini, Puente y Grassau, 2015); por ende, mientras menor urgencia de publicación exista, el periodista tendrá más tiempo para construir la nota periodística. Asimismo, las noticias inactuales son las que colocan a prueba la originalidad y el trabajo de investigación del periodista (Gutiérrez, 2004). En la matriz propuesta se plantean dos preguntas para el análisis de los discursos periodísticos: *¿Cuál es el tipo de noticia?* y *¿cuál es el nivel de urgencia de la publicación de la información?*
 - **Origen de la información:** Contempla cuatro tipos: indefinida (no se precisa), reproducción (motivada por una publicación de otro medio), iniciativa de una fuente (propuesta por oficinas de prensa) e iniciativa del medio de comunicación (investigación propia), siendo este último el más valorado ya que genera autonomía de las fuentes interesadas que siguen a los medios (Sigal, 1986).
 - **Fuentes vinculadas a la vida privada:** La presente investigación ha sometido a análisis de calidad periodística nueve publicaciones que tuvieron como recurso de partida una serie de *screenshots* de chats, un recurso vinculado a la vida privada de los políticos involucrados. Por ello es importante recordar que el modelo VAP-UC contempla cuatro tipos de uso de la información de la vida privada en los medios: exposición de un delito, interés público, justificación social o intromisión, siendo este último el que se debe evitar porque expone la privacidad de un grupo de personas sin justificación relevante (Pellegrini, 2010).
 - **Relevancia noticiosa:** El concepto de relevancia se analiza en función de cuatro variables para la precisión de la presente investigación:

- **Proximidad geográfica:** El VAP-UC establece que la información será más noticiosa si tiene cercanía geográfica con el público objetivo del medio de comunicación (Gutiérrez, 2004).
- **Estatus y número de implicados:** El VAP-UC señala que el interés del hecho noticioso será mayor si el acontecimiento compromete a personas destacadas, celebridades o personajes vinculadas con el “poder” porque su trabajo tiene repercusión sobre otras personas (Díaz, 2005).

Consecuencias del hecho noticioso: Esta variable tiene como objetivo identificar si el discurso noticioso contempla directamente las repercusiones que posee el hecho noticioso expuesto y por cuánto tiempo se hizo. Asimismo, se considera conocer las consecuencias fácticas de la publicación (esto se podrá evidenciar en el seguimiento que hizo el medio de comunicación a su publicación).

- Indicador: Acceso a las fuentes
 - **Tipo y número de fuentes:** El siguiente indicador de selectividad propuesto por el modelo VAP-UC aborda la multiplicidad de fuentes a las que tiene acceso el periodista. Como se ha dicho, es la diversidad de fuentes un factor determinante para reconocer el trabajo periodístico de calidad (Wolf, 1997), siendo las fuentes las vértebras de la columna del proceso de producción periodística (Guallar y Abadal, 2014). En esta investigación se ha considerado la siguiente clasificación: fuentes gubernamentales, oficiales públicas, oficiales privadas, medios citados, expertas, testimoniales personal privada, no identificadas.

Por otro lado, el sistema VAP-UC considera como valor noticioso de la categoría de selectividad el *equilibrio o equidad de la pauta* ya que puede darse el caso de un acontecimiento que no sea tan importante pero su no publicación produzca un desequilibrio en el producto informativo final (Téramo, 2006). Sin embargo, en la presente investigación

esta variable no será utilizada para analizar las publicaciones propuestas porque la evaluación de la calidad del trabajo periodístico no está en función de la pauta periodística del medio de comunicación.

- **Categoría 2: Proceso de creación.-** Esta categoría se enfoca en evaluar el proceso de construcción de la nota periodística.
 - Indicador: Estilo
 - **Género periodístico:** El periodista tiene la responsabilidad de interpretar los hechos noticiosos y darlos a conocer con claridad y honestidad a la sociedad. Para ello será necesario entender los hechos y usar herramientas narrativas apropiadas para contar la historia. Estas herramientas narrativas trabajan en función de los objetivos que tiene la publicación; es por este motivo que Gomis (1991) considera de vital importancia reconocer qué género ha elegido el periodista para presentar la noticias, el autor las clasifica en función de su objetivo: interpretación de hechos noticiosos (noticia y entrevista), interpretación de situaciones (crónica y reportaje) e interpretación moral (editorial, artículos y columnas de opinión).
 - **Estructura narrativa:** El sistema VAP analiza los aspectos vinculados a la redacción del trabajo periodístico, que comprenden las variables de estructura narrativa, nivel narrativo de las noticias y el uso de adjetivos (Téramo, 2006). Esta parte del trabajo periodístico es determinante porque es el momento en el que el periodista une lo que ha investigado con la manera en que el público consume noticias o las entiende (Alessandri, 2001). En cuanto a la estructura narrativa se consideran tres tipos vinculados con el trabajo periodístico: pirámide invertida (se da cuenta del hecho principal y luego contextualiza sin tener un orden cronológico), estructura cronológica (cuando las relaciones causales y temporales rigen la estructura) y la estructura mixta (se cuenta el hecho noticioso y luego se relata la contextualización haciendo uso de la cronología) (Alessandri, 2001).

- **Nivel narrativo:** Puede ser de transcripción (cuando el periodista se limita a repetir lo dicho por una o varias fuentes) o de procesamiento (cuando el periodista proporciona antecedentes y explicaciones). En este caso, se privilegia la construcción periodística de procesamiento porque otorga información más completa (Alessandri, 2001), lo que significa que el periodista maneja muy bien la información (Gutiérrez, 2004) y que la ha procesado para hacerla más comprensible para el público (Téramo, 2006).
- **Adjetivación:** El sistema VAP-UC considera importante identificar el uso excesivo de adjetivos valorativos en los medios de comunicación ya que se considera una tendencia peligrosa dejar que los juicios del periodistas terminen siendo parte de la información. En el uso de los adjetivos valorativos no significa un análisis de la información sino una opinión (Gutiérrez, 2004).

○ Indicador: Contenido.

Después de haber reconocido el género y algunas características del estilo del trabajo periodístico es importante identificar qué información posee el contenido. Este es el indicador central del análisis de la calidad del trabajo periodístico ya que en el contenido se puede evaluar cómo el periodista usó las fuentes requeridas relatar el hecho noticioso. Las variables del indicador de contenido nos permitirán conocer si el periodista comprendió la información, si se esforzó por construir la mejor interpretación de los hechos (Gomis, 1991) y su capacidad para mirar, explorar y evaluar lo que ocurre en la realidad (Téramo, 2006). El indicador contempla dos variables:

- **Contextualización:** La contextualización contempla la presencia de antecedentes y consecuencias del hecho noticioso que permita a la audiencia ubicarse en el tiempo y en el espacio y, además, les permita proyectarse; es decir, conocer la trascendencia de los hechos expuestos. (Téramo, 2006). Una correcta y honesta contextualización de la realidad será posible si existe una variedad de fuentes bien

estructuradas que puedan situar a la audiencia para comprender la información (Gutiérrez, 2004).

- **Observación del periodista:** Permite reconocer si el periodista ha colocado su opinión en el producto noticioso. Ello, será medible en función de los adjetivos calificativos identificados en la nota periodística. Es importante resaltar que en el trabajo periodístico prima la información sobre la opinión del periodista (Gomis, 1991). Para fines de esta investigación se colocarán textualmente los comentarios que se utilizaron en la publicación periodística.
- Indicador: Énfasis
 - **Base de la información:** Es importante reconocer la base narrativa de la publicación lo que permite identificar si la publicación parte de lo fáctico (hechos comprobables), la especulación (deducción del periodista a partir de hechos o conversaciones) o la opinión (juicio de valor del periodista) (Téramo, 2006). La idea de la que parte el texto periodístico será identificable en el titular y gorro de la publicación periodística.
 - **Enfoque:** El énfasis es el último indicador analizado en el proceso de creación de la nota periodística que permite entender el mensaje principal de la publicación. La variable que nos permitirá identificar la idea principal de la publicación es el enfoque, las categorías consideradas fueron las siguientes (Téramo, 2006):
 - **Asignación de responsabilidades:** se enfatiza la responsabilidad por causar o resolver un problema. Dicha responsabilidad puede descansar sobre el gobierno, un individuo o un grupo.
 - **Conflicto:** Dos o más partes de un problema son presentados con posiciones antagónicas.
 - **Costo/beneficio:** La perspectiva que domina en la publicación son consideraciones sobre las ganancias y pérdidas cualitativas o económicas que genera el hecho en los implicados o afectados.
 - **Factor humano:** se busca que el público pueda sensibilizarse o sentirse identificado con las personas referidas por la noticia.

- **Reivindicaciones sociales:** Presentación de grupos sin empoderamiento social que exigen el reconocimiento o reposición de un derecho
- **Descriptivo informativo:** se priorizan los datos y las citas directas; no se sugieren interpretaciones.

Tabla 1

Matriz de análisis de contenido según estándares de calidad periodística propuestos por Lorenzo Gomis y el VAP-UC

CATEGORÍA	INDICADOR	VARIABLE	DESCRIPTOR
Categoría 1: Proceso de selección	Nivel de selectividad	Tipo de noticia	Actual/Atemporal Urgencia
		Origen de la información	Indefinida/Reproducción/Iniciativa de la fuente / Iniciativa del medio
		Fuentes vinculadas a la vida privada	Tipo de uso: Exposición de un delito/Interés público/Justificación social/Intromisión
		Relevancia noticiosa	Proximidad geográfica Estatus y número de implicados Consecuencias del hecho noticioso
	Acceso a las fuentes	Tipo y número de fuentes	Gubernamentales / Oficiales públicas / Oficiales privadas / Medios citados / Expertas / Testimoniales / Personal privada / No identificadas
	Categoría 2: Proceso de creación	Estilo	Género periodístico
Estructura narrativa			Pirámide invertida ortodoxa Estructura cronológica / Estructura mixta / Entrevistas
Nivel narrativo			Transcripción / Procesamiento
Contenido		Adjetivación	
		Contextualización	Antecedentes / Consecuencias
Énfasis		Observación del periodista	
		Base de la información:	Hecho fáctico / Especulación / Opinión
		Enfoque	Asignación de responsabilidades
			Conflicto
			Costo/beneficio
Factor humano			
Reivindicaciones sociales			
Descriptivo informativo			

Fuente: Elaboración propia

- **4. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

En función de las variables expuestas líneas arriba, se someterá a evaluación el desempeño del trabajo periodístico de IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República*, los tres medios de comunicación que tuvieron acceso en exclusiva a conversaciones privadas del grupo de chat de “La Botica”. El análisis y resultado del presente trabajo de investigación se presentará según las variables explicadas en la metodología.

- Resultados de categoría 1: Proceso de selección
 - Indicador: Nivel de selectividad
 - Tipo de noticia

En todos los casos analizados, los hechos noticiosos son *atemporales*. Sin embargo, y probablemente, existía un grado de *urgencia* en la publicación de algunos de los hechos noticiosos por el contexto álgido que vivían los integrantes del chat: IDL Reporteros publicó IDL1 el 19 de octubre de 2018, cinco días antes de la audiencia de prisión preventiva contra Keiko Fujimori, una de las participantes del chat. IDL2 se publicó el 24 de octubre de 2018, el mismo día que inició la audiencia de prisión preventiva contra la lideresa de Fuerza Popular. *El Comercio* publicó los chats en medio de las audiencias y en el caso de *La República* solo una de las tres notas periodísticas expuestas podría representar algún grado de urgencia porque la conversación privada abordaba un debate sobre una cuestión de confianza que había presentado el presidente peruano un mes atrás. En general, a pesar de este grado de urgencia por “la coyuntura política” que se vivía, se concluye que el hecho noticioso era *aplazable* en todos los casos, con la finalidad de realizar un mejor trabajo periodístico.

Tabla 2

Resultados según variable de tipo de noticia

NOTA	TIPO DE NOTICIA
IDL 1	<i>Atemporal -aplazable</i>
IDL 2	<i>Atemporal -aplazable</i>
EC 1	<i>Atemporal -aplazable</i>
EC 2	<i>Atemporal -aplazable</i>
EC 3	<i>Atemporal -aplazable</i>
EC 4	<i>Atemporal -aplazable</i>
LR 1	<i>Atemporal -aplazable</i>
LR 2	<i>Atemporal -aplazable</i>
LR 3	<i>Atemporal -aplazable</i>

Fuente: Elaboración propia

- **Origen de la información**

En todos los casos, el origen de la información fue *indefinida* pues no se expone abiertamente al informante. Sin embargo, solo IDL Reporteros expone en la primera publicación que las conversaciones fueron entregadas a la fiscalía por un testigo protegido, mas no se dice quién entregó la información al medio. Se puede sospechar de una filtración de información que, en muchas oportunidades, está gestionada por el sistema político (Gomis, 1991), condición que exige al periodística ser el primer interesado en someter la información a un riguroso análisis.

Cabe recordar que el chat es considerado una fuente de información vinculada a la vida privada. Por tal motivo, la información debe ser sometida a un proceso de valoración noticiosa más riguroso. Es por este motivo que se reconoció la motivación de la publicación en función de lo que expone el medio en la nota periodística.

Tabla 3

Resultados según origen de la noticia

NOTA	ORIGEN DE LA INFORMACIÓN
IDL 1	<i>Indefinida – Intromisión</i>
IDL 2	<i>Indefinida – Intromisión</i>
EC 1	<i>Indefinida – Interés Público (Se demuestra una actitud proteccionista hacia un personaje cuestionado)</i>
EC 2	<i>Indefinida – Intromisión (Se expone la opinión de un parlamentario)</i>
EC 3	<i>Indefinida - Interés Público (Se demuestra una mentira.)</i>
EC 4	<i>Indefinida - Interés Público (Se demuestra una mentira.)</i>
LR 1	<i>Indefinida – Intromisión (Se expone la postura de un parlamentario)</i>
LR 2	<i>Indefinida - Interés Público (Se sospecha de del uso de un sistema para atacar a parlamentarios)</i>
LR 3	<i>Indefinida - Intromisión (Deducciones a raíz de un comentario)</i>

Fuente: Elaboración propia

- **Fuentes vinculadas a la vida privada**

Se puede observar que IDL Reporteros no evidencia una justificación argumentativa de la importancia de la publicación para vulnerar la privacidad de un grupo parlamentario. En IDL2 el medio solo atina a colocar que la información es de “evidente interés ciudadano”.

En el diario *El Comercio* tres de las cuatro notas periodísticas están justificadas por exponer una mentira de un grupo parlamentario y por demostrar el interés de proteger las investigaciones a un funcionario cuestionado por su desempeño. Finalmente, *La República* solo posee una publicación justificada de las tres difundidas, en ella se evidencia las actitudes de los parlamentarios para proponer investigaciones a parlamentarios que no son de su simpatía.

▪ **Relevancia noticiosa**

En todos los casos, la proximidad geográfica es *cercana* al público objetivo ya que los medios de comunicación son peruanos y están informando sobre el accionar político de un sector del Congreso del país. Además, es *muy habitual* en los medios de comunicación difundir información sobre el Parlamento y sus integrantes. En cuanto al estatus y número de los implicados, en todos los casos son *parlamentarios* de la bancada con mayor número de integrantes en el Congreso, son personajes vinculados al poder y participan en los chats entre 19 parlamentarios. Por otro lado, en la variable consecuencias se plantearon tres ítems que deberán ser abordados por publicación periodística:

Tabla 4

Resultados según variable de relevancia noticiosa

NOTA	RELEVANCIA NOTICIOSA	EXPLICACIÓN
IDL 1	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<u><i>19 Participantes:</i></u> <i>17 congresistas</i> <i>Ex candidata presidencial Keiko Fujimori</i> <i>Asesora Ana Herz de Vega</i> <i>Asesor Pier Figari</i>
	Consecuencias	Corto plazo: Comentarios Largo plazo: Indefinido Seguimiento: No
IDL 2	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<u><i>19 Participantes:</i></u> <i>17 congresistas</i> <i>Ex candidata presidencial Keiko Fujimori</i> <i>Asesora Ana Herz de Vega</i> <i>Asesor Pier Figari</i>
	Consecuencias	Corto plazo: Comentarios Largo plazo: Indefinido Seguimiento: No
EC1	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<u><i>19 Participantes:</i></u>

		<p>17 congresistas Ex candidata presidencial Keiko Fujimori Asesora Ana Herz de Vega Asesor Pier Figari</p>
	Consecuencias	<p>Corto plazo: Comentarios Largo plazo: Indefinido Seguimiento: Sí</p>
EC 2	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<p><u>19 Participantes:</u> 17 congresistas Ex candidata presidencial Keiko Fujimori Asesora Ana Herz de Vega Asesor Pier Figari</p>
	Consecuencias	<p>Corto plazo: Comentarios Largo plazo: Indefinido Seguimiento: Sí</p>
EC 3	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<p><u>19 Participantes:</u> 17 congresistas Ex candidata presidencial Keiko Fujimori Asesora Ana Herz de Vega Asesor Pier Figari</p>
	Consecuencias	<p>Corto plazo: Comentarios Largo plazo: Indefinido Seguimiento: Sí</p>
EC 4	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<p><u>19 Participantes:</u> 17 congresistas Ex candidata presidencial Keiko Fujimori Asesora Ana Herz de Vega Asesor Pier Figari</p>
	Consecuencias	<p>Corto plazo: Comentarios Largo plazo: Indefinido Seguimiento: Sí</p>
LR 1	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<p>Grupo de parlamentarios de Fuerza Popular, cuyo número se desconoce. Las conversaciones a las que accedió La República no son del Chat "La Botika", sino de otro grupo creado en la plataforma de whatsapp, pero a los que denomina "La Botica".</p>
	Consecuencias	<p>Corto plazo: Comentarios Largo plazo: Indefinido Seguimiento: Sí</p>
LR 2	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<p>Grupo de parlamentarios de Fuerza Popular, cuyo número se desconoce. Las conversaciones a las que accedió La República no son del Chat "La Botika", sino de otro grupo creado en la plataforma de whatsapp, pero a los que denomina "La Botica".</p>
	Consecuencias	<p>Corto plazo: Se presentó una denuncia en la comisión de ética para indagar la presunta instrumentalización de la comisión de Fuerza Popular para atacar a sus adversarios. Sin embargo, fue rechazada. Largo plazo: Indefinido Seguimiento: Sí</p>

LR 3	Proximidad geográfica	<i>En la región de origen medio</i>
	Estatus y número de implicados	<u><i>19 Participantes:</i></u> <i>17 congresistas</i> <i>Ex candidata presidencial Keiko Fujimori</i> <i>Asesora Ana Herz de Vega</i> <i>Asesor Pier Figari</i> <i>Grupo de parlamentarios de Fuerza Popular, cuyo número se desconoce. Las conversaciones a las que accedió La República no son del Chat “La Botika”, sino de otro grupo creado en la plataforma de whatsapp, pero a los que denomina “La Botika”.</i>
	Consecuencias	Corto plazo: Comentarios Largo plazo: Indefinido Seguimiento: Sí

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el cuadro, IDL Reporteros no realizó el seguimiento a la noticia que publicó, a pesar de que esta generó diversos comentarios de los propios implicados y otros vinculados indirectamente. En cambio, *El Comercio* y *La República* sí realizaron el seguimiento de las reacciones que generó su publicación y que vinculan al sector político expuesto en los chats. En la mayoría de los casos se puede observar que la única consecuencia a corto plazo que atrajo la publicación fueron comentarios. La publicación LR2 trascendió a la presentación de una denuncia ante la Comisión de Ética; sin embargo, no se alcanzaron los votos para que los chats “La Botika” sean investigados. Es importante recalcar que los comentarios podrán ser un buen síntoma del interés que ha despertado la publicación; según Gomis (1991), las noticias tienen que generar que las personas comenten, porque solo hablando la ciudadanía piensa. Los comentarios podrán ser un buen síntoma del interés que ha despertado la publicación.

- Indicador: Acceso a las fuentes
 - **Tipo y número de fuentes**

En el análisis de las publicaciones se identificó que IDL Reporteros no utilizó ninguna fuente adicional a los chats privados en sus dos publicaciones. *El Comercio* utilizó en una publicación tres tipos de fuentes periodísticas: chats, medios citados y testimoniales de participantes del chat y un mencionado en la conversación. Solo una de las cuatro publicaciones fue escrita en función de la información otorgada por los *chats*. En el caso de *La República* solo una de las tres publicaciones contó con una fuente testimonial de uno de

los implicados y una fuente gubernamental. Se puede concluir que existe poco y nulo interés por *La República* e IDL Reporteros por recoger información de las fuentes involucradas. Recordemos que en promedio 19 personas participaban del chat de la Botica. Asimismo, estos resultados nos demuestran que ninguno de los medios de comunicación apeló a una fuente experta para analizar las conversaciones privadas, para explicar o argumentar la desviación de una normal moral, el indicio de algún delito o simplemente comentar si las prácticas políticas que se evidencian en los chats corresponden a un actuar democrático. Desde la selección de fuentes se puede intuir que la contextualización del hecho noticioso hecho por IDL Reporteros y *La República* es nula o pobre. Recordemos que la teoría apunta a que el profesionalismo del periodista es empíricamente medible con la diversidad de fuentes periodísticas aplicadas en la contextualización de los hechos noticiosos (Bogart, 2004 y Carballosa, 2013).

Tabla 5

Resultados según variable tipo y número de fuentes

NOTA	TIPO Y NÚMERO DE FUENTES
IDL 1	<i>Fuente privada (Chats)</i>
IDL 2	<i>Fuente privada (Chats)</i>
EC 1	<i>Fuente privada (Chats)</i> <i>Fuentes testimoniales (5)</i>
EC 2	<i>Fuente privada (Chats)</i>
EC 3	<i>Fuente privada (Chats)</i> <i>Fuente oficial privada (1)</i> <i>Fuente testimonial (1)</i>
EC 4	<i>Fuente privada (Chats)</i> <i>Fuente oficial privada (1)</i>
LR 1	<i>Fuentes privadas (Chats)</i> <i>Fuente Testimonial (1)</i> <i>Fuente Pública (1)</i>
LR 2	<i>Fuentes privadas (Chats)</i>
LR 3	<i>Fuentes privadas (Chats)</i>

Fuente: elaboración propia

- Resultados de categoría 2: Proceso de creación
 - Indicador: Estilo
 - **Género periodístico**

Las publicaciones de IDL Reporteros no tienen un género periodístico establecido. El medio solo expone los *screenshoots* de las conversaciones privadas en un estilo de galería de fotos y separa las conversaciones por ejes temáticos y los titula. Si se tendría que identificar un objetivo sería el de exponer las conversaciones. En cambio, *El Comercio* opta por género de la Noticia pues se presentan los datos y hechos concretos. Por otro lado, *La República* opta por dos publicaciones del género noticia y una por el reportaje.

Tabla 6

Resultados según variable del género periodístico

NOTA	GÉNERO PERIODÍSTICO
IDL 1	<i>Indefinido</i>
IDL 2	<i>Indefinido</i>
EC 1	<i>Noticia</i>
EC 2	<i>Noticia</i>
<i>EC 3</i>	<i>Noticia</i>
EC 4	<i>Noticia</i>
LR 1	<i>Noticia</i>
LR 2	<i>Noticia</i>
LR 3	<i>Reportaje</i>

Fuente: Elaboración propia

- **Estructura narrativa**

IDL Reporteros no utiliza alguna de las estructuras periodísticas propuestas. *El Comercio* usa en todas las publicaciones la estructura cronológica y *La República* hace uso de dos estructuras mixtas y una cronológica. Es importante recalcar que los medios digitales han permitido al periodista quitarse los moldes estructurales y apostar por la innovación; sin embargo, la innovación o creatividad de exponer los hechos en nuevas estructuras no debería perjudicar la calidad del trabajo periodístico que exige una presentación honesta y clara de la información para que la audiencia comprenda la naturaleza del hecho noticioso expuesto.

Tabla 7

Resultados según variable estructura narrativa

NOTA	ESTRUCTURA NARRATIVA
IDL 1	<i>Indefinido</i>
IDL 2	<i>Indefinido</i>
EC 1	<i>Estructura cronológica</i>
EC 2	<i>Estructura cronológica</i>
EC 3	<i>Estructura cronológica</i>
EC 4	<i>Estructura cronológica</i>
LR 1	<i>Estructura cronológica</i>
LR 2	<i>Estructura mixta</i>
LR 3	<i>Estructura mixta</i>

Fuente: Elaboración propia

▪ **Nivel narrativo**

En el caso de IDL Reporteros se podría decir que se hace uso del nivel narrativo de transcripción ya que solo se exponen los *screenshots* de las conversaciones. La intervención del periodista se limita a separar y titular los temas de las conversaciones. En el caso de *El Comercio* y de *La República*, el nivel narrativo de las publicaciones es de procesamiento, lo que permite que los chats sean contextualizados y, por ende, comprendidos.

Tabla 8

Resultados según variable nivel narrativo

NOTA	NIVEL NARRATIVO
IDL 1	<i>Transcripción</i>
IDL 2	<i>Transcripción</i>
EC 1	<i>Procesamiento</i>
EC 2	<i>Procesamiento</i>
EC 3	<i>Procesamiento</i>
EC 4	<i>Procesamiento</i>
LR 1	<i>Procesamiento</i>
LR 2	<i>Procesamiento</i>
LR 3	<i>Procesamiento</i>

Fuente: Elaboración propia

▪ **Adjetivación**

En el primer caso, IDL Reporteros solo hace uso de un adjetivo valorativo cuando menciona que la publicación de las conversaciones privadas es de “evidente interés ciudadano”. Es necesario reconocer que el interés ciudadano que plantea la publicación no es suficientemente interesante a nivel periodístico para argumentar su esencia noticiosa. Asimismo, *La*

República hace uso de varios adjetivos en dos publicaciones del género noticia: “reacción contundente contra” y “blindajes que orquesta el fujimorismo”. En ambos casos la comprobación de los adjetivos no se evidencia en la publicación, son soltados bajo la opinión del periodista. En la publicación de *La República* que corresponde al género de reportaje se hacen múltiples usos de adjetivos y valoraciones personales del periodista entre las que se destacan las siguientes: “una de las más furibundas fujimoristas”, “como se estila en el mundo castrante” “Causó desesperación y pánico”. En el caso de *El Comercio* no se hizo uso de adjetivos valorativos en ninguna de las publicaciones.

Tabla 9

Resultados según variable de adjetivación

NOTA	ADJETIVACIÓN
IDL 1	-
IDL 2	1.- información de evidente interés ciudadano.
EC 1	-
EC 2	-
EC 3	-
EC 4	-
LR 1	-
LR 2	1.- los blindajes que orquesta el fujimorismo
LR 3	1.- “una de las más furibundas fujimoristas” 2.- “como se estila en el mundo castrante”

Fuente: Elaboración propia

○ **Indicador: Contenido**

▪ **Contextualización**

IDL Reporteros no incluyó antecedentes ni consecuencias de la exposición de las conversaciones privadas en su plataforma digital; solo se limita a agrupar las conversaciones en función de los temas conversados bajo la condición del medio que manifiesta ser de “evidente interés ciudadano”. En el caso de *El Comercio*, en todas las publicaciones se incorporaron los antecedentes de los temas tratados en los chats (considerándose incluso las horas que separan los hechos de las conversaciones). Se agregaron las declaraciones de los participantes del chat y de las personas mencionadas en las conversaciones para una aproximación más cercana de los hechos. Sin embargo, en ninguno de los casos se exponen las consecuencias que generarían la exposición de los hechos en cuanto a procesos legales o

éticos dentro del Parlamento debido al actuar cuestionable de los parlamentarios que se lee en los titulares. Una aproximación a estas consecuencias sería posible con la inclusión el análisis u opinión de expertos.

Por otro lado, *La República* en las dos notas periodísticas del género noticia apenas incorpora el antecedente de los hechos. El medio se limita a exponer qué hace cada participante en la conversación. Asimismo, no se incluyen las consecuencias de los hechos expuestos. En el reportaje de *La República* los antecedentes existen pero están mezclados con la opinión del periodista, lo que dificulta la lectura libre de los hechos concretos a los que llegó la investigación. Por su contenido, podríamos decir que nos encontramos frente a un artículo de opinión. Además, la interpretación expone las consecuencias de los hechos conversados; sin embargo, no se hace mención de la repercusión e impacto de los hechos publicados. Asimismo, en el texto se habla de una conspiración del presidente de una Comisión con la bancada de Fuerza Popular (todos participantes del chat) para silenciar a un opositor. Sin embargo, en los *screenshoots* de los chats se evidencia que no existe tal conspiración. No se considera las voces de expertos para el análisis de los chats que, según el discurso periodístico, estaría colindando con lo criminal; sin embargo, todo queda reducido a una sospecha.

Tabla 10

Resultados según variable de contextualización

NOTA	CONTEXTUALIZACIÓN
IDL 1	<i>Antecedentes: No</i>
	<i>Consecuencias: No</i>
IDL 2	<i>Antecedentes: No</i>
	<i>Consecuencias: No</i>
EC 1	<i>Antecedentes: Sí</i>
	<i>Consecuencias: No</i>
EC 2	<i>Antecedentes: Sí</i>
	<i>Consecuencias: No</i>
EC 3	<i>Antecedentes: Sí</i>
	<i>Consecuencias: No</i>
EC 4	<i>Antecedentes: Sí</i>
	<i>Consecuencias: No</i>
LR 1	<i>Antecedentes: Sí</i>
	<i>Consecuencias: No</i>
LR 2	<i>Antecedentes: No</i>
	<i>Consecuencias: No</i>
LR 3	<i>Antecedentes: No</i>
	<i>Consecuencias: No</i>

Fuente: Elaboración propia

- **Observación del periodista**

La presencia del periodista como personaje que juzga la información recolectada es evidente principalmente en las publicaciones de *La República*, donde se exponen varias ideas en las que se construye la imagen del partido de Fuerza Popular como un grupo político dedicado a cuidar a sus aliados y destruir a sus oponentes utilizando la gran mayoría de congresistas que tiene en el Parlamento. En el caso de *El Comercio*, la presencia de la opinión del periodista es nula, solo se limita a contar los hechos noticiosos. En el caso de IDL Reporteros, la presencia del periodista solo es evidente cuando se refiere que la importancia de la exposición de los chats es de “evidente” interés

Tabla 11

Resultados según variable de observación del periodista

NOTA	Observación del periodista
IDL 1	<i>No</i>
IDL 2	<i>No</i>
EC 1	<i>No</i>
EC 2	<i>No</i>
<i>EC 3</i>	<i>No</i>
EC 4	<i>No</i>
LR 1	<i>No</i>
LR 2	<i>4 ideas</i>
LR 3	<i>6 ideas</i>

Fuente: Elaboración propia

- Indicador: Énfasis
 - **Base de la información**

Por otro lado, en *La República* dos de las tres publicaciones tuvieron como punto de partida el comentario y la especulación.

- **Enfoque**

Se concluye que IDL Reporteros no posee un énfasis de la información transparente pues solo se exponen los chats bajo la premisa que son de interés ciudadano y es, en este argumento, donde yace el sesgo de la información. En el caso de *El Comercio*, en las cuatro

publicaciones el medio parte de los hechos para abordar la noticia, no se evidencia un sesgo de la información y el enfoque está dirigido hacia la exposición de un conflicto y la asignación de responsabilidades.

Tabla 12
Resultados según indicador de énfasis

NOTA	BASE DE LA INFORMACIÓN/ ENFOQUE	IDEA CENTRAL DE LA PUBLICACIÓN
IDL 1	<i>Base de la información: Indefinido</i>	<i>“nuevo grupo Telegram que revela involuntariamente sus integrantes y conversaciones”</i>
	<i>Enfoque: Indefinido</i>	
IDL 2	<i>Base de la información: Indefinido</i>	<i>“la cúpula keikista coordinaba acciones y recibía órdenes de su “jefa” (tal como llamaban a Keiko Fujimori)”</i>
	<i>Enfoque: Indefinido</i>	
EC 1	<i>Base de la información: Hechos</i>	<i>“Ahora solos hemos blindado a [César] Hinostroza” Legisladora Alejandra Aramayo se expresó así el día en que los votos de su bancada evitaron que el ex juez fuera acusado por el delito de organización criminal.”</i>
	<i>Enfoque: Conflicto</i>	
EC 2	<i>Base de la información: Hechos</i>	<i>“Héctor Becerril: &lt;&lt;Que el gobierno se vaya al carajo con su referéndum El congresista de Fuerza Popular afirmó, en el chat “La</i>
	<i>Enfoque: Conflicto</i>	

		<p><i>Botica”, que era importante que su bancada defina posición sobre bicameralidad y no reelección”</i></p>
EC 3	<i>Base de la información: Hechos</i>	<p><i>“Parlamentarios de Fuerza Popular discutieron sobre cuáles eran los legisladores que debían marcar verde, rojo o ámbar tras la presentación del primer ministro Villanueva”</i></p>
	<i>Enfoque: Asignación de responsabilidad</i>	
EC 4	<i>Base de la información: Hechos</i>	<p><i>“Cuando Keiko Fujimori dijo que cuestión de confianza se votó por conciencia Sin embargo, El Comercio revela hoy conversaciones del chat La Botica que registran coordinaciones para que cada legislador vote en un sentido determinado.”</i></p>
	<i>Enfoque: Asignación de responsabilidad</i>	
LR 1	<i>Base de la información: Hechos</i>	<p><i>“fujimorista arremetió contra el presidente de la República la noche en la que él planteó por primera vez la cuestión de confianza.”</i></p>
	<i>Enfoque: Conflicto</i>	
LR 2	<i>Base de la información: Comentario</i>	<p><i>“Congresistas de Fuerza Popular coordinaban represalias contra los parlamentarios que les hacían frente y se instaban a</i></p>
	<i>Enfoque: Asignación de responsabilidad</i>	

		<i>utilizar su mayoría en el Parlamento.”</i>
LR 3	<i>Base de la información: Especulación</i>	<i>“Congresistas de Fuerza Popular coordinaban represalias contra los parlamentarios que les hacían frente y se instaban a utilizar su mayoría en el Parlamento.”</i>
	<i>Enfoque: Asignación de responsabilidad</i>	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13

Resultados en % de cumplimiento de los estándares de calidad del trabajo periodístico por nota y medio en el *proceso de selección*

MEDIO	Proceso de selección			
	Indicador de nivel de selectividad			I. de Fuente
	V1	V2	V3	V4
IDL 1	50%	30%	80%	20%
IDL 2	50%	30%	80%	20%
EC 1	100%	100%	80%	70%
EC 2	100%	0%	80%	20%
EC 3	100%	100%	80%	40%
EC 4	100%	100%	80%	30%
LR 1	50%	0%	80%	40%
LR 2	50%	100%	80%	20%
LR 3	50%	50%	80%	20%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Resultados en % de cumplimiento de los estándares de calidad del trabajo periodístico por nota y medio en el *proceso de creación*

MEDIO	Proceso de creación						
	Indicador de estilo				I. de Contenido		I. de Énfasis
	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11
IDL 1	20%	20%	50%	100%	0%	100%	20%
IDL 2	20%	20%	50%	90%	0%	100%	20%
EC 1	100%	100%	100%	100%	50%	100%	100%
EC 2	100%	100%	100%	100%	50%	100%	100%
EC 3	100%	100%	100%	100%	50%	100%	100%
EC 4	100%	100%	100%	100%	50%	100%	100%
LR 1	100%	100%	100%	100%	50%	100%	100%
LR 2	100%	100%	100%	90%	0%	60%	80%
LR 3	100%	100%	100%	80%	0%	40%	80%

Fuente: elaboración propia

Tabla 15

Resultados generales en % de cumplimiento de los estándares de calidad del trabajo periodístico por nota y medio

MEDIO	RESULTADOS GENERALES	
IDL 1	PROMEDIO	PROMEDIO
IDL 2	NOTA	MEDIO
EC 1	45%	44%
EC 2	44%	
<i>EC 3</i>	91%	86%
EC 4	77%	
LR 1	88%	
LR 2	87%	70%
LR 3	75%	

Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

1. El periodismo es un oficio vital para las sociedades que viven en democracia ya que se encarga de suministrar información al ciudadano para que tome decisiones importantes a diario. El “factor social” es determinante en el trabajo periodístico ya que tiene una responsabilidad con la sociedad: construir la más cercana y honesta interpretación de la realidad, empezando con una oportuna selección de los hechos noticiosos, los cuales deben ser sometidos a una serie de valoraciones que determinarán su nivel de trascendencia y urgencia para, finalmente, construir el discurso periodístico con las fuentes y documentación necesarias para que el trabajo periodístico goce de credibilidad, ubique al lector y sea comprendido. Sin embargo, la era digital ha traído consigo una serie de cambios en el trabajo periodístico que ha llevado a muchos a desconfiar de su calidad. Las investigaciones apuntan a que hay una tendencia a priorizar la inmediatez de la información sobre la corroboración y profundización de los hechos noticiosos. En las últimas décadas existe el interés por mantener o buscar los estándares de calidad en el trabajo periodístico para garantizar que la información siga siendo un bien social.
2. Las variables o estándares de calidad periodística son múltiples y complejas. Hasta el momento no existe una convención que determine cómo hacer periodismo de manera “correcta” en la era digital. Sin embargo, las propuestas de académicos y periodistas coinciden en que el uso de fuentes son determinantes para hablar de calidad en el trabajo periodístico porque en su variedad se puede concluir el interés que tuvo el periodista por entender los hechos noticiosos seleccionados y entregar la versión más honesta de los mismos a su audiencia. Se concluye que las fuentes son los pilares de cualquier publicación periodística y que su correcto uso permitirá una clara y sólida contextualización de los hechos.
3. La era digital, por su parte, ha generado también nuevas fuentes de información periodísticas que vuelven a cuestionar los límites de la privacidad y lo público. Entre los nuevos recursos de información se encuentra el chat, que ha sido catalogado como el alma de la comunicación de la era digital. Su popularidad y uso no debería subestimarse porque muchas de estas conversaciones son generadas en el ámbito íntimo y personal de los usuarios. Además, el chat es un medio en el que convergen

una serie de herramientas comunicativas, lo que lo convierte en un espacio altamente subjetivo y que requiere de una precisa contextualización para entender de qué están hablando los interlocutores y descifrar, quizás, las intenciones de sus mensajes. Es por este motivo que el uso de nuevas fuentes de información subjetivas y privadas requieren de un trabajo aún más riguroso para detectar el hecho noticioso y justificar, en la contextualización, su importancia de publicación y vulneración de la privacidad.

4. Los estándares de calidad del trabajo periodístico propuestos por Lorenzo Gomis (1991) y el VAP-UC permiten acercarnos a las exigencias básicas que se requieren para la construcción de un trabajo periodístico honesto y completo que comprende variables identificadas en dos momentos importantes del trabajo periodístico: la selección de hechos noticiosos y la construcción del discurso periodístico. Esta investigación sometió a análisis de la calidad periodística nueve publicaciones realizadas por IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República*. Lamentablemente, la calidad de los trabajos periodísticos en estos medios no fueron las óptimas. Es importante recalcar que esta investigación no se detuvo a analizar el trabajo periodístico en función de la plataforma de difusión, pues los estándares de calidad periodística propuestos son transversales al medio y a las épocas.
5. Las variables de la categoría de proceso de selección propuestos nos permiten concluir que los tres medios de comunicación analizados se enfrentaron a información atemporal, lo que les concedió un tiempo prudencial para poder procesar la información, hacer la indagación del caso y dedicarse a la construcción de la nota periodística. Tiempo necesario para abordar con rigurosidad los chats privados del grupo parlamentario Fuerza Popular, un sector político importantísimo para los peruanos por el estatus de los de los participantes del chat y el número de personas vinculadas (19). Se recuerda que la presente investigación parte de una condición: las exigencias de calidad en el trabajo periodístico deben ser más rigurosas porque el medio se enfrenta a información relacionada con la vida privada de los participantes de un chat. La motivación de su publicación debió haber sido lo suficientemente importante y estar debidamente justificada a lo largo del discurso periodístico; sin embargo, ello no sucedió en todos los casos. Según los estándares de calidad VAP-UC, cuatro de los temas abordados en los chats contienen información de interés público, mientras que los cuatro restantes no. Es decir, la mitad de las notas

periodísticas pudieron no ser publicadas porque significaban una “intromisión” a la privacidad de las personas. Sin embargo, se prosiguió con la “cobertura”. Asimismo, ninguna de las publicaciones tuvo una repercusión inmediata e importante. Lo único que se generó a raíz de la exposición de las conversaciones de los parlamentarios fueron comentarios.

6. Se concluye que los pilares del trabajo periodístico son las fuentes y que su carencia o escasez revela el poco profesionalismo de los periodistas para abordar un hecho noticioso. Esta investigación concluye que IDL Reporteros fue el medio que menos procesó la información; por ende, no respetó el indicador de calidad periodística de *uso de fuentes* porque las dos publicaciones analizadas no presentaron ninguna fuente adicional a los chats de “La Botica”. En cambio, *El Comercio* fue el medio que más cerca estuvo a los valores de calidad periodística ya que usó tres tipos de fuentes en tres de las cuatro publicaciones realizadas, mientras que *La República* solo accedió a una fuente testimonial y otra gubernamental en las tres publicaciones que realizó. En ninguno de los casos, se tomó en cuenta el análisis de expertos en actividades políticas. Esta opinión pudo haber orientado a los lectores a la importancia de la publicación de estos chats ya sea por trasgredir normas morales o la ley.
7. Respecto a la categoría de proceso de creación, los indicadores de estilo propuestos nos permiten concluir que IDL Reporteros no eligió un género periodístico para presentar la información periodística. Tampoco usó una estructura narrativa definida y su nivel narrativo se limitó a ordenar los chats por temas, titularlos y colocar los *screenshots* en una especie de galería. Asimismo, en el texto introductorio se hizo uso de un adjetivo que no fue justificado en ningún momento de la publicación. *El Comercio*, por el contrario, mantuvo el género noticia en las publicaciones, mantuvo una estructura narrativa ordenada y clara, el nivel narrativo de procesamiento permitió que el texto sea leído sin complicaciones y no se hizo uso de adjetivos. En el caso de *La República*, se eligió la noticia y el reportaje como género y las estructuras narrativas elegidas fueron ordenadas; sin embargo, la presencia frecuente del periodista en el uso de adjetivos y la escasa variedad de fuentes debilitó la labor informativa de las publicaciones. Se concluye que arriesgarse a no seguir los lineamientos de un género periodístico o una estructura no convencional no es un error. La era digital permite expandir la creatividad y poner a merced de las audiencias

un producto aún más atractivo. Sin embargo, ello no debería significar vacío o desorden porque la labor principal del texto periodístico es ser comprendido con claridad y fundamentos.

8. En función de la categoría anterior, las variables del indicador de contenido nos permiten concluir que la contextualización desarrollada por los tres medios de comunicación fue escasa. Si ya partimos de que existe una limitada variedad de fuentes periodísticas en las publicaciones, es comprensible que los antecedentes y consecuencias sean pobres o inexistentes. En el caso de IDL Reporteros no existe contextualización, solo se exponen los chats bajo la idea de que son “de interés ciudadano”; *El Comercio* se acercó a la contextualización estimada en el desarrollo de los antecedentes; sin embargo, el desarrollo de las consecuencias de los hechos expuestos fueron nulos. Este segmento hubiera permitido que la publicación tenga mayor trascendencia. En el caso de *La República* la contextualización es inexistente, el medio se limita a relatar lo que se puede leer en los *screenshots* y en el reportaje prevalece la opinión sobre el contexto. A tenor de los resultados obtenidos en el presente estudio podemos concluir que IDL Reporteros, *El Comercio* y *La República* no fueron lo suficientemente profesionales para procesar y construir la interpretación de los hechos en función de unas conversaciones privadas (chats).
9. El énfasis como indicador nos permite reconocer que el periodista no tiene derecho a aplicar su “observación” puesto que no fue testigo de ningún hecho vinculado a los chats; sin embargo, existe una presencia valorativa en las publicaciones del diario *La República* que termina por demostrar que existe un sesgo en la información: la excesiva presencia de la opinión del periodista en el reportaje y la escasez de fuentes solo generó más información injustificada. En el caso de *El Comercio*, el énfasis está en asignar responsabilidades morales a través de la publicación; sin embargo, se hace de manera sutil y sin el respaldo de un especialista. En cambio, IDL Reporteros el énfasis termina quedándose en un titular que no se llega a comprender en el desarrollo de la nota periodística, principalmente porque no existe el propio desarrollo de información. Asimismo, los medios analizados solo incluyeron un punto de vista en sus notas periodísticas, lo que expone el poco interés de contrastar la información.
10. En conclusión, el diario *El Comercio* cumplió en un 86% las variables de estándares de calidad periodística propuestas y, de esta manera, fue el medio que se acercó más

al profesionalismo propuesto por el sistema VAP-UC y las teorías del periodismo de Lorenzo Gomis ya que usó mayor variedad de fuentes, contextualizó con mayor detalle la información y evitó la opinión personal del periodista en la nota. Sin embargo, el medio debió considerar más fuentes en la publicación, incluso la postura de especialistas, lo que hubiera permitido reforzar la motivación de la publicación periodística en cuanto a las prácticas políticas que se conversaban en el ámbito privado. Por el contrario, el medio que abordó con menos profesionalismo la información de los chats fue IDL Reporteros ya que cumplió con un 44% de las variables de estándares de calidad propuestas. El medio no accedió a fuentes adicionales a las conversaciones, no contextualizó la información, tampoco hizo seguimiento al impacto o alcances de la publicación; es decir, los chats fueron abandonados a su suerte en la plataforma. Esta práctica sorprende porque el medio normalmente realiza coberturas de largo aliento en los temas que decide abordar. En el caso de *La República*, el medio cumplió el 70% de las variables propuestas. El medio se diferenció por la escasa contextualización de la información debido al reducido acceso a fuentes que propuso y porque privilegió la voz del periodista sobre los hechos fácticos expuestos.

11. Se puede intuir que la exposición de chats privados es una creciente tendencia en los medios de comunicación en diferentes áreas vinculadas con el entretenimiento, la política y las noticias policiales. Habrá que analizar si la vulneración a la privacidad injustificada o mal argumentada podría generar, en el futuro, que las audiencias desconfíen de los medios de comunicación. Las futuras investigaciones podrían ahondar en la problemática creciente de la banalización del derecho a la privacidad e intimidad de los usuarios en una época en la que estamos más expuestos “comunicacionalmente”.

6. REFERENCIAS

- Abadal, E. & Guallar, J. (2010) *Prensa digital y bibliotecas*. Gijón: Ediciones Trea.
- Ángel Páez (22 de julio de 2019) Consigna fujimorista: “Aquí no hay libertad de conciencia” Recuperado de <https://larepublica.pe/politica/2019/07/22/fuerza-popular-chat-la-botica-aqui-no-hay-libertad-de-conciencia-alejandra-aramayo/> [Consulta 17 de enero 2019]
- Alessandri, F., Edwards, C., Pellegrini, S., Puente, S., Rozas, E., Saavedra, G., & Porath, W. (2011). VAP: un sistema métrico de la calidad periodística. *Cuadernos.Info*, (14), 112-120. doi: <https://doi.org/10.7764/cdi.14.187>
- Arévalo, K. (2017) *El periodismo digital y la crisis informativa de la prensa escrita de la ciudad de Ambato*. (Tesis de bachiller, Universidad Técnica de Ambato, Escuela de Pregrado. Ambato, Ecuador)
- Beck, K., Reineck, D. & Schubert, C. (2010) *Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise* [Calidad periodística en crisis económica]. Berlin: Asociación Alemana de Periodistas (DFJV)
- Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
- Bezunartea, Ofa et al. (1998) *21 Lecciones de reporterismo*. Bilbao, Servicio Editorial UPV-EHU.
- Bogart, L. (2004) Reflections on Content Quality in Newspapers. *Newspaper Research Journal*, 25 (1), 40-53.
- Canavilhas, J. (2007). *Web journalism: from the inverted pyramid to the tumbled pyramid*. Covilhã: Universidad de Beira Interior
- Canavilhas, J. & Ivars, B. (2012) Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal y España. *El profesional de la información*, 1, (21), 63-69. Recuperado de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2012/enero/08.pdf> [Consulta: 28 de junio de 2019]
- Casero, A. & López, P. (2013) *La Gestión de fuentes informativas como criterio de calidad profesional*, en *La Calidad Periodística. Teorías, Investigaciones y Sugerencias Profesionales*, 73-90. *Colección Aldea Global*. Bellaterra, Universitat Autònoma de

Barcelona; Castelló de la Plana, Uni-versitat Jaume I; Barcelona, Universitat Pompeu Fabra; València, Universitat de València.

Cerviño, B. (2013) El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas (Tesis de maestría, Universidad autónoma de Barcelona, Facultad de Comunicaciones, Barcelona, Madrid)

Dávila, A. (2016). La crisis de las empresas informativas replantea el perfil del periodista actual. *Revista PUCE*, (102), 57-57. doi: <http://dx.doi.org/10.26807/revpuce.v0i102.4>

De Aguinaga (2001) Hacia una teoría del periodismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, 241 – 255. doi: [https://doi.org/-](https://doi.org/)

Delfín, M. (05 de abril del 2016). En la salita del SIN: sobre los Vladivideos y el atestiguamiento como capacidad cultural en el Perú post-Alberto Fujimori. [Entrada en blog] Recuperado de <http://mauriciodelfin.pe/2016/en-la-salita-del-sin/> [Consulta: 21 de junio de 2019]

Deuze, M. (2005). What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1464884905056815>

Díaz, J. (2009) Los valores noticiosos como práctica discursiva periodística. *Revista de estudios literarios*. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero41/valonoti.html> [Consulta: 15 de junio de 2019]

El Comercio (29 de octubre de 2018) Chat La Botica: “Ahora solos hemos blindado a [César] Hinostroza”. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/chat-botica-fuerza-popular-solos-hemos-blindado-cesar-hinostroza-noticia-572259-noticia/?foto=3>. [Consulta 17 de enero 2019]

El Comercio (29 de octubre de 2018) Héctor Becerril: “Que el gobierno se vaya al carajo con su referéndum”. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/hector-becerril-botica-gobierno-carajo-referendum-noticia-572305-noticia/> [Consulta 17 de enero 2019]

El Comercio (30 de octubre de 2018) Chat La Botica: en FP se dividieron en grupos para votar la cuestión de confianza. El Comercio. Recuperado de

<https://elcomercio.pe/politica/chat-botica-fp-dividieron-grupos-votar-cuestion-confianza-noticia-572609-noticia/> [Consulta 17 de enero 2019]

El Comercio (30 de octubre de 2018) Cuando Keiko Fujimori dijo que cuestión de confianza se votó por conciencia. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/botica-keiko-fujimori-dijo-hubo-voto-conciencia-cuestion-confianza-video-noticia-572635-noticia/> [Consulta 17 de enero 2019]

Fishman, M. (1980) *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires, Ediciones Tres Tiempos

Fonseca, R. (2007). El periodismo y la construcción social de la actualidad. [Conferencia en soporte digital]. Santiago de Cuba: Universidad de Oriente

García, M., Bezunartea, V. Rodríguez, R. & Sanchez, T. (2014) La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas. Una evolución del VAP. *IV Congreso Internacional Asociación Española de Investigación en Comunicación. "Espacios de la Comunicación"*, 1541-1555. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/23776> [Consulta: 25 de julio de 2019]

Gómez, J., Gutiérrez, J., & Palau, D. (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón y Valencia: UAB, UPF, UJI y UV.

Gómez, J., Guitierrez, J. & Palau, D. (2015) Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional. *Comunicar* 45 (23), 43-150. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-15>

Gomis, L. (1991) *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós Comunicación

González, S., Canavilhas, J., Carvajal, M., Lerma, C. & Cobos, T. (2013) Hacia el Periodismo Móvil. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 1-73. doi: <https://doi.org/10.14198/MEDCOM/CMD-3>

Gutiérrez, L. (2004) La información judicial en la prensa colombiana, camino a la pérdida de credibilidad. *Revista Latina de Comunicación Social* (58)

Gutiérrez, L. (2006) Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. *Palabra –Clave* 9(1), 29-56. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=649/64900102> [Consulta: 22 de junio de 2019]

Humanes, M. (2001) El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión. *Revista de Estudios de Comunicación* 6(11). Recuperado de: <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/6072/5754> [Consulta: 22 de junio de 2019]

IDL Reporteros (29 de agosto de, 2018) Las pruebas contra Hinojosa. IDL Reporteros.

Recuperado de <https://idl-reporteros.pe/las-pruebas-contrahinojosa/> [Consulta: 22 de junio de 2019]

IDL Reporteros (19 de octubre de 2018). Discusiones en La Botica. IDL Reporteros. Recuperado de <https://idl-reporteros.pe/discusiones-enla-botica/>. [Consulta: 15 de enero de 2019].

IDL Reporteros (24 de octubre de 2018). Botica Abierta. IDL Reporteros. Recuperado de <https://idl-reporteros.pe/discusiones-enla-botica/>. [Consulta: 15 de enero de 2019].

Inquirer.net. (20 de enero de 2016). Telegram's secret chats, bots boon for ISIS. *Inquirer.net*. Recuperado de <https://technology.inquirer.net/46297/telegrams-secret-chats-bots-boon-for-isis> [Consulta: 30 de septiembre de 2019].

Intriago, C. & López, S. (2016) La dimensión humanística social de la formación del periodista en comunicación audiovisual frente al imperio de la sociedad en red. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 3 (4), 95-108. Recuperado de <http://www.refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/viewFile/1463/839> [Consulta: 30 de julio de 2019]

Kovach, B. & Rosensteel, T. (2003) *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ediciones El País

La República (26 Octubre de 2016) Estos correos prueban cómo las cadenas de farmacias acordaban precios. La República. Recuperado de <https://bit.ly/2wc7nea> [Consulta: 21 de junio de 2019].

McCombs, M.(2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, España: Paidós.

Mayans, J. (2003) *Género Chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Malaga,España: Agapea Libros Urgentes

Mayoral, J. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (11), 93-102

Micó, J. (2011) *Periodistas audiovisuales inmóviles ante el periodismo multimedia móvil* en Casero Ripollés, A. y Marzal Felici, J. (eds.): *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*. Zamora, Comunicación social.

M Castells (2003): *La galàxia Internet: Reflexiones sobre internet, empresa y Sociedad. Era de la Informació*. Barcelona: Random House.

Nafría, I. (2017) *La Reinención del New York Times*. Texas: Knight Center for Journalism in the America

La República (03 de julio de 2019) *Beteta en chat La Botica: “Es momento de atacar a Vizcarra”* <https://larepublica.pe/politica/2019/07/03/fuerza-popular-karina-beteta-en-chat-la-botika-es-momento-de-atacar-a-martin-vizcarra/> [Consulta 17 de enero 2019]

La República (04 de julio de 2019) *Chat La Botica era usado por fujimoristas para dirigir investigaciones contra adversarios*. Recuperado de <https://larepublica.pe/politica/2019/07/03/congreso-fuerza-popular-nuevos-chats-revelan-que-fuerza-popular-dirigia-investigaciones-contrasus-adversarios-fujimorismo/>

Odrizola, J., Aguirre, C. & Bernal, J (2016) *Análisis de contenido de los cybermedios ecuatorianos: evaluación sobre la calidad periodística en los nuevos entornos digitales*. *Razón y Palabra*, 20 (3_94), 985-103.

Pellegrini, S., Puente, S. & Grassau, D. (2015) *La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en Chile*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Número especial (21), 249-267. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50678

Pellegrini, S. (2010) *Análisis en los noticiarios de televisión chilenos: La pauta como factor de calidad y perfil editorial*. *Cuadernos de Información*, 27, 25-42.

Pellegrini, S. et ALL (2011): *Valor agregado periodístico. La apuesta por la calidad de las noticias*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Picard, R. (2004). Commercialism and Newspaper Quality. *Newspaper Research Journal*, 25(1), 54-66. Recuperado de: <https://goo.gl/nlq2rQ> [Consulta: 30 de junio de 2019].

Puente, G. (2019) El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita. (Tesis de bachiller, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador–Matriz, Escuela de Pregrado. Quito, Ecuador) Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/16497> [Consulta: 18 de junio de 2019].

Ramírez, T., Gorosarri, M., Aiestaran, A., Zabalondo B & Agirre A (2014) Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012). *Revista Latina de Comunicación Social*, (69), 248-274. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6357248> [Consulta: 18 de junio de 2019].

Red de Periodismo de Calidad (2006). *Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad*. México: Universidad Iberoamericana

Rodríguez, B. (2013). Procedimiento para la evaluación de la calidad de los productos informativos audiovisuales en el canal holguinero de televisión. (Tesis de maestría, Universidad Oscar Lucero Moya, Facultad de Comunicaciones. Holguín, Cuba.)

Rodríguez, A., Enguix, A., Rojas, J. & García, M. (2015) La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Número especial (21), 85-100. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50659.

Romero, L., Casas, P. & Torres, A. (2016) Dimensiones e indicadores de la calidad informativa en los medios digitales. *Comunicar* 49 (24), 91-100. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C49-2016-09>

Salaverría, R. & García, J. (2008) La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos* (23), 31-47.

Salaverría, R. (2009). Los medios de comunicación ante la convergencia digital. *Actas del I Congreso Internacional de Cyberperiodismo y Web 2.0*. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/269097778_Los_medios_de_comunicacion_ante_la_convergencia_digital/ [Consulta: 28 de junio de 2019].

Salaverría, R. (2006) *Redacción periodística en Internet*. España: Ediciones Universidad de Navarra. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/269097778_Los_medios_de_comunicacion_ante_la_convergencia_digital [Consulta: 28 de julio de 2019].

Sánchez, P. (2015) Colectivos de periodistas ante los cambios formativos y profesionales. Paralelismos con el discurso académico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 1(22), 531-547. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52612

Sanmartín, J (2008) *El chat. La conversación tecnológica*. Madrid, España: Arco Libros, S.L

Schulz, W. (2000) “Preconditions of Journalistic Quality in an Open Society”. Ponencia presentada en la Conferencia Internacional “News Media and Politics – Independent Journalism”. Budapest, Hungría.

Sigal, L. (1986). Who? Sources Make the News. En R. Manoff & M. Schudson (Comps), *Reading the News, A pantheon guide to popular culture*. (pp, 9-37) New York: Random House USA Inc

Téramo, M (2006) Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra-Clave* 1, 57-84. Recuperado de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1228> [Consulta: 28 de julio de 2019].

Torresi, G. (2018). Whatsapp supera los mil millones de usuarios diarios activos. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://bit.ly/2VYcV82> [Consulta: 28 de junio de 2019].

Turrubiates, R. (1999) *Enredados en la red – Un ensayo sobre el chat en internet*. Centro de Estudios Universitarios de Periodismo y Arte en Radio Y Televisión. México, D. F.

Urban, J. & Schweiger, W. (2014). News Quality from the Recipients’ Perspective. *Journalism Studies*, 15(6), 821-840.

Wolf, M. (1997) *La investigación en la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona, España: Ediciones Paidós.

Zaragoza, C. (2002) Periodismo en la convergencia tecnológica: el reportero multimedia en el Distrito Federal. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (185), 151-164.