

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES**  
**E.A.P. COMUNICACIÓN SOCIAL**



**Informe de Tesis**

**“IMPARCIALIDAD PERIODÍSTICA EN LAS FOTOGRAFÍAS DE LAS  
PORTADAS POLÍTICAS DEL DIARIO CORREO CHIMBOTE.**

**ABRIL - JUNIO, 2013”**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**AUTOR**

Br. Victor Adriam Langle Briceño

**ASESOR**

Lic. Manuel Ignacio Chiroque Farfán

**NUEVO CHIMBOTE – PERÚ, 2016**



El presente Informe de Tesis denominado: "**Imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote. Abril - junio, 2013**", contó con el asesoramiento del Lic. Manuel Ignacio Chiroque Farfán, quien deja constancia de su aprobación.

---

Lic. Manuel I. Chiroque Farfán

**Asesor de Tesis**

El Informe de Tesis titulado: "**Imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote. Abril - junio, 2013**" tiene además la aprobación del jurado calificador, quienes firmaron en señal de conformidad.

---

Lic. Manuel Chiroque Farfán

**Integrante**

---

Lic. Carlos Sánchez Sánchez

**Integrante**

---

Lic. James Solís Godoy

**Presidente**

## **Dedicatoria**

Me atreví a embarcar mi voz sin presagiar lo lejos que llegaría,  
a pensar por miles sin detenerme a modificar el tono de espera  
o calcular las llamadas perdidas.

Aprendí a construirle opinión a la sociedad  
sin desarmar mis criterios éticos,  
y a ver el mundo que tenía enfrente  
sin olvidar mirar lo que llevo dentro.

Me atreví a buscar todas las respuestas  
hallando interrogantes invisibles,  
y a replantear preguntas sobre verdades aceptadas.

Aprendí a diagnosticar problemas sociales, incluso a prevenirlos,  
y a ser el abogado de los que se habían convertido en espectros  
sentenciados sin previo aviso.

Aprendí a entregar más de lo que dijeron debía,  
a modular mi alma para ponerla a servicio,  
a balancear las experiencias con mis expectativas  
y a vivir el día a día para hacer mucho más que sobrevivirlo.

Aprendí a respirar con pasión,  
a esperar lo mismo de los malos como de los momentos buenos,  
a continuar amando lo que hago a pesar de la ingratitud.

Simplemente  
elegí ser comunicador y  
aprendí a serlo.

**Para los futuros Comunicadores Sociales**

## Agradecimiento

Sin su permiso, desafíos, o su fuerza y compañía  
no hubiera llegado a la meta ni valorado el triunfo.  
¡Alabado seas!

Este logro es tuyo más que mío.

Ya tienes otra profesión,

¡felicidades, mamá!

## Índice

	<b>Página</b>
Carátula .....	i
Hoja de Conformidad del Asesor .....	iii
Hoja de Conformidad de Jurado .....	iv
Dedicatoria .....	v
Agradecimiento .....	vi
Índice .....	vii
Lista d tablas .....	10
Lista de figuras .....	12
Resumen .....	17
Abstract .....	18
Introducción.....	19
<b>Capítulo I: Problema de Investigación .....</b>	<b>21</b>
1.1. Planteamiento del problema de investigación	21
1.1.1. Realidad Genérica del problema	21
1.1.2. Características de la realidad específica	27
1.2. Antecedentes de la investigación	28
1.3. Formulación del problema de investigación	33
1.4. Justificación e importancia de la investigación	33
1.4.1. Relevancia y conveniencia	33
1.4.2. Implicancias y utilidad metodológica	34
1.5. Objetivos de la investigación: General y específicos	35

<b>Capítulo II: Marco Referencial Científico .....</b>	<b>36</b>
2.1. Imparcialidad periodística	36
2.1.1. Periodismo imparcial y medios impresos	38
Consumo informativo y teoría de los efectos	41
Línea editorial	44
Estilo periodístico	46
Diagramación y hemerografía	48
Portadas en medios impresos	53
2.1.2. Ética periodística	54
Principios del periodismo	55
Rutinas periodísticas y conflictos	56
2.1.3. Periodismo político	60
2.2. Fotografía periodística	63
2.2.1. Técnica fotográfica	63
Indicadores de percepción y psicológicos	67
Creatividad y estética fotográfica	74
2.2.2. Valor profesional	76
Funciones de la fotografía periodística	79
Selección y publicación en diarios	80
Ética foto-periodística	85
<b>Capítulo III: Materiales y Métodos.....</b>	<b>90</b>
3.1. Tipo de investigación	90
3.2. Hipótesis central de la investigación	90
3.3. Variables y Matriz Operacional	90



3.4. Diseño o esquema de investigación	92
3.5. Población y muestra	92
3.6. Técnicas e instrumentos de la investigación	92
3.7. Procedimiento para la recolección de datos	94
3.8. Validación de los instrumentos	95
3.9. Prueba de Confiabilidad	107
3.10. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	125
<b>Capítulo IV: Resultados y Discusión</b> .....	126
A. Resultados	126
1. De la Guía de Imparcialidad	126
2. De la entrevista a la editora de Correo Chimbote	167
B. Discusión	178
<b>Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	209
5.1. Conclusiones	209
5.2. Recomendaciones	215
<b>Capítulo VI: Referencias bibliográficas</b> .....	216
<b>Anexos</b>	224

## Lista de Tablas

<b>N° tabla y nombre</b>	<b>Página</b>
1: Número de noticias presentadas en la portada del medio	127
2: Portadas donde la totalidad de notas presentadas tiene fotografía	128
3: Porcentaje de las notas en portada que corresponden a temas políticos	129
4: Temas en los que se sostiene la nota de portada aparte del político	130
5: Cantidad de imágenes que componen la fotografía de portada	131
6: Procedencia fotográfica de las notas de portada	132
7: Interrogantes que constituyen el centro de orientación fotográfico	133
8: Interrogantes que determinan u orientan el titular	134
9: Composición del titular de las notas de portada	135
10: Presencia de términos en el titular que exageran o cambian su sentido	136
11: Neutralidad en la redacción del antetítulo de las notas de portada	137
12: Aspectos noticiosos relacionados al hecho hacia los que conduce el antetítulo	138
13: Recorridos de lectura propuestos en las portadas, de acuerdo al concepto de dinámica del punto	139
14: Planos en los que fueron tomadas las fotografías de portada	140
15: Ángulos en los que se tomaron las fotografías de portada	141
16: Composición de las fotografías de portada en relación a su plano y ángulo	142
17: Recursos o problemas técnicos presentes en las fotografías de portada	143
18: Recursos que significaron manipulación en la composición visual de la fotografía de portada	144

19: Finalidad de los recursos empleados para manipular la composición fotográfica	145
20: Cantidad de fotografías o imágenes que ameritó la cobertura al interior del diario	146
21: Valor periodístico que resaltó para fotografiar el hecho	147
22: Lo que muestra la fotografía principal en la portada del diario	148
23: Instituciones públicas que se muestran en la nota principal del medio	149
24: La imagen muestra la identidad del fotografiado en hechos de presunción	150
25: Fotografías centradas en el lenguaje gestual o identidad del personaje	151
26: Persona o personajes que se muestran en la fotografía	152
27: Autoridades que se muestran en la fotografía	153
28: Posición política en la portada del medio	154
29: Presentación de la noticia de portada	155
30: Composición fotográfica en la noticia de portada	156
31: Significado que transmite la construcción del mensaje visual	157
32: Preparación profesional en la fotografía	158
33: Presencia de creatividad en la fotografía principal	159
34: Tema o aspecto político en que se centra la nota principal	160
35: La noticia de portada y su fotografía se sustentan en un tema	161
36: Protagonista visual en la fotografía principal	162
37: Valoración periodística para la construcción informativa del hecho	163
38: Motivación en el lector por la composición fotográfica	164
39: Relación de la nota de portada con algún tipo de derecho	165
40: Relación entre la susceptibilidad del público y la fotografía principal	166

## Lista de Figuras

<b>N° figura y nombre</b>	<b>Página</b>
1. Número de noticias presentadas en la portada del medio durante el periodo de estudio	127
2. Detalle por mes del número de noticias presentadas en la portada del medio	127
3. Portadas donde todas las notas presentadas tienen fotografía	128
4. Detalle por mes de las portadas donde todas las notas presentadas tienen fotografía	128
5. Proporción del porcentaje de las notas en portada que corresponden a temas políticos	129
6. Porcentajes por mes de las notas en portada que corresponden a temas políticos	129
7. Temas en los que se sostiene la nota de portada aparte del político	130
8. Temas por mes en los que se sostiene la nota de portada aparte del político	130
9. Cantidad de imágenes que componen la fotografía de portada	131
10. Cantidad de imágenes por mes que componen la fotografía de portada	131
11. Procedencia fotográfica de las notas de portada	132
12. Detalle por mes de la procedencia fotográfica de las notas de portada	132
13. Interrogantes que constituyen el centro de orientación fotográfico	133
14. Detalle mensual de las interrogantes que constituyen el centro de orientación fotográfico	133
15. Interrogantes que determinan u orientan el titular	134

16. Detalle mensual de las interrogantes que determinan el titular	134
17. Composición del titular de las notas de portada	135
18. Composición mensual del titular de las notas de portada	135
19. Presencia de términos en el titular que exageran o cambian su sentido	136
20. Detalle mensual de la presencia de términos en el titular que exageran o cambian su sentido	136
21. Neutralidad en la redacción del antetítulo de las notas de portada	137
22. Detalle mensual de la neutralidad en la redacción del antetítulo de las notas de portada	137
23. Aspectos noticiosos relacionados al hecho hacia los que conduce el antetítulo	138
24. Movilidad mensual de los aspectos relacionados al hecho hacia los que conduce el antetítulo	138
25. Recorridos de lectura propuestos en las portadas, de acuerdo al concepto de dinámica del punto	139
26. Detalle mensual de los recorridos de lectura propuestos en las notas de portada	139
27. Planos en los que fueron tomadas las fotografías de portada	140
28. Detalle por mes de los planos en los que fueron tomadas las fotografías de portada	140
29. Ángulos en los que se tomaron las fotografías de portada	141
30. Movilidad mensual de los ángulos en los que se tomaron las fotografías de portada	141
31. Composición de las fotografías de portada en relación a su plano y ángulo	142

32. Composición por mes de las fotografías de portada en relación a su plano y ángulo	142
33. Recursos o problemas técnicos presentes en las fotografías de portada	143
34. Movilidad mensual de los recursos o problemas técnicos presentes en las fotografías de portada	143
35. Recursos que significaron manipulación en la composición visual de la fotografía de portada	144
36. Recursos por mes que significaron manipulación en la composición de la fotografía de portada	144
37. Finalidad de los recursos empleados para manipular la composición fotográfica	145
38. Finalidad por mes de los recursos empleados para manipular la composición fotográfica	145
39. Cantidad de fotografías o imágenes que ameritó la cobertura al interior del diario	146
40. Cantidad por mes de las fotografías o imágenes que ameritó la cobertura al interior del diario	146
41. Porcentaje del valor periodístico que resaltó para fotografiar el hecho	147
42. Detalle mensual del valor periodístico que resaltó para fotografiar el hecho	147
43. Porcentaje sobre lo que muestra la fotografía principal en la portada del diario	148
44. Lo que muestra mensualmente la fotografía principal en la portada del diario	148

45. Porcentaje de las instituciones públicas que se muestran en la nota principal del medio	149
46. Detalle mensual sobre las instituciones públicas que aparecen en la nota principal del medio	149
47. Porcentaje sobre la identidad del fotografiado en hechos de presunción	150
48. Detalle mensual sobre la identidad del fotografiado en hechos de presunción	150
49. Porcentajes de las fotografías centradas en el lenguaje gestual o identidad del personaje	151
50. Fotografías que mensualmente están centradas en el lenguaje gestual o identidad del personaje	151
51. Porcentaje sobre la persona o personajes que se muestran en la fotografía	152
52. Detalle mensual sobre la persona o personajes que se muestran en la fotografía	152
53. Porcentaje sobre autoridades que se muestran en la fotografía	153
54. Detalle mensual sobre las autoridades que se muestran en la fotografía	153
55. Detalle porcentual sobre la posición política en la portada del medio	154
56. Posición política reflejada mensualmente en la portada del medio	154
57. Detalle porcentual sobre la presentación de la noticia de portada del diario	155
58. Detalle mensual sobre la presentación de la noticia de portada en el diario	155
59. Porcentaje sobre la composición fotográfica en la noticia de portada	156
60. Detalle mensual sobre la composición fotográfica en la noticia de portada	156
61. Porcentaje sobre el significado que transmite la construcción del mensaje visual	157

62. Detalle mensual sobre el significado que transmite la construcción del mensaje visual	157
63. Porcentaje sobre la preparación profesional en la fotografía	158
64. Detalle mensual que evidencia la preparación profesional en la fotografía	158
65. Porcentaje sobre la creatividad en la fotografía principal	159
66. Detalle mensual sobre la creatividad en la fotografía principal	159
67. Porcentaje del tema o aspecto político en que se centra la nota principal	160
68. Detalle mensual del aspecto político en que se centra la nota principal	160
69. Porcentaje de la noticia de portada y su fotografía en relación al tema	161
70. Detalle mensual sobre la noticia de portada y su fotografía en relación a un tema	161
71. Porcentaje sobre el protagonista visual en la fotografía principal	162
72. Detalle mensual sobre el protagonista visual en la fotografía principal	162
73. Porcentaje sobre la valoración periodística para la construcción informativa del hecho.	163
74. Detalle mensual de la valoración periodística para la construcción informativa del hecho	163
75. Porcentaje sobre lo que motiva la composición fotográfica en el lector	164
76. Detalle mensual sobre lo que motiva la composición fotográfica en el lector	164
77. Porcentaje sobre la relación de la nota de portada con algún tipo de derecho	165
78. Detalle mensual de la nota de portada y su relación con los derechos	165
79. Porcentaje sobre la relación entre la susceptibilidad del público y la fotografía principal.	166
80. Detalle mensual sobre la relación entre la susceptibilidad del público y la fotografía principal	166



## Resumen

La investigación es un estudio sobre la imparcialidad fotográfica de las portadas políticas del diario Correo Chimbote. En tal sentido, examina la correspondencia profesional de su devenir laboral y reflexiona la producción de imágenes, donde los conflictos éticos son minimizados y recurrentes.

Para realizar este proyecto se desglosó el principio de imparcialidad en sentido periodístico, planificándose un escrutinio estratégico de su consideración en la arquitectura fotográfica de las primeras planas. El análisis de imparcialidad se estableció indirecto o a través de los indicadores de opinión y/o parcialidad, presentes en las imágenes, los elementos que las circundan (titular, antetítulo, bajada) y las interrelaciones entre ellos, además de la frecuencia expresada en tres meses.

La visión contempla conceptualmente la afectación en el público, debido al nivel de orientación que sobre sus valoraciones y reacciones el comunicador posee. Asimismo, un cuestionario dirigido al editor del diario para abarcar las explicaciones sobre el trabajo específico, que se confrontaron con los resultados del análisis.

La hipótesis de investigación postula que la imparcialidad fotográfica será considerada negativamente en las portadas de Correo Chimbote. En otras palabras, los periodistas no tendrán en cuenta, como es debido, el principio ético en la proyección visual ofrecida a la ciudadanía, ello mediante los mensajes potenciales implantados en la opinión pública a consecuencia de las características de las fotografías resaltadas, cuando son de carácter político.

## **Abstract**

Research is a study on the photographic impartiality considered on the political front pages of the daily mail Chimbote. In this regard, examines professional correspondence of its future work and reflects solutions for ethical conflicts minimized, where the production of images is recurrent.

To carry out this project was broken down the principle of impartiality in the journalistic sense, planning strategic scrutiny of its consideration in the photographic architecture of newsworthy. Analysis of impartiality established indirect or through indicators of opinion or bias present in the images, the elements that surround them (holder, antetitulo, down) and the interrelationships among them, in addition to the stated frequency.

Vision-includes involvement in the public, due to the level of guidance that the Communicator has on their evaluations and reactions. Also a questionnaire addressed to the editor of the newspaper to encompass explanations on specific work, which will be confronted with the results of the observation.

The research hypothesis postulates that photographic impartiality will be reviled on the covers of mail Chimbote. In other words, journalists not taken into account properly the ethical principle in the visual projection offered citizenship, with potential messages implanted in the public as a result of the characteristics of the highlighted photographs, when they are of a political nature.

## Introducción

El Informe de Tesis titulado: **“Imparcialidad Periodística en las Fotografías de las Portadas Políticas del Diario Correo Chimbote. Abril - junio, 2013”**; consta de seis capítulos.

El primero refiere el problema de investigación. Aquí se vincula la importancia del periodismo con su ruptura moral, además se explica la demanda urgente por un sondeo de los indicadores que afectan el accionar reporteril, respecto a la imparcialidad fotográfica de una portada política. De igual manera, se indican las conclusiones de los antecedentes así como la formulación, justificación y los objetivos del estudio.

El Capítulo II pormenoriza el Marco Referencial Científico. La base teórica incluye planteamientos de imparcialidad aplicados a medios impresos y su estilo de trabajo o línea editorial, asimismo el repaso a premisas de consumo informativo y efectos sociales. Por otro lado, contempla la perspectiva ética a través de nociones de deontología y con el debate de conflictos axiológicos. Posteriormente, conceptos de fotografía periodística, desde su aspecto técnico hasta el valor profesional asignado; pasando por temas como la estética visual o la percepción psicológica de las imágenes y sus funciones en un periódico, además de su selección y publicación.

El tercer capítulo corresponde a los Materiales y Métodos. En la metodología se detalla el tipo de investigación, la hipótesis central del estudio, las variables, matriz operacional, el diseño de ejecución, la población, muestra y el proceso de validación determinados, así como sus actividades específicas, las técnicas, instrumentos y los procedimientos de recolección, procesamiento y análisis de datos.

En el capítulo IV se establecen los resultados y se desarrolla el proceso interpretativo de los datos, igualmente tiene lugar la contrastación de la hipótesis.

Las conclusiones y recomendaciones de la investigación son presentadas en la quinta parte. Los resultados científicos están organizados tácitamente en categorías.

Las referencias y anexos conforman el sexto capítulo. En el último apéndice, además de indicar las referencias bibliográficas empleadas para esquematizar la tesis, están adjuntados los instrumentos contruidos para obtener datos a favor o en contra de la validez hipotética. Tanto el cuestionario como la guía de análisis respaldan la finalidad de proponer un bosquejo de fiscalización social, o sistema de referencia, que permita evaluar las portadas de un medio de comunicación contemplando sus cualidades éticas intrínsecas y el mecanismo mediante el cual se facultan.

Finalmente, es necesario puntualizar que sobre estos temas nuestro país carece de tradición de estudio, e igualmente que hacen falta investigaciones puntuales con las cuales contrastar la realidad. Autores como Alsina (1999), señalaron la necesidad de una perspectiva sociosemiótica en el estudio futuro de la teoría de la comunicación, y principalmente en la de los efectos, que todavía es una tarea pendiente.

Se espera que el estudio planteado colme las expectativas y satisfaga las motivaciones académicas de quienes puedan revisarlo, en especial por la interacción significativa de sus variables: la imparcialidad en las fotografías de las portadas políticas de un diario.

## Capítulo I: Problema de Investigación

### 1.1. Planteamiento de problema

#### 1.1.1 Realidad genérica del problema

La participación del periodismo es reconocida en la evolución de las sociedades, su poder resulta crucial para cualquier Estado democrático. Rasgado (2000, véase en Córdova, 2005) respaldó la teoría de Marisela Soto confirmando que el periodismo juega un papel importante en la uniformidad social, debido a su influencia en la psicología de los individuos. El rol de los medios de comunicación pasó de ser mediador para convertirlos en agentes directos, adjudicándoles la *autoridad* de educar y moralizar de acuerdo al discurso del grupo en el poder.

Al desarrollar un diagnóstico de los efectos periodísticos, Rodrigo (1999) recomendó que su estudio observe distintos elementos contingentes; por ejemplo, el contexto sociopolítico. Las secuelas periodísticas no tienen como destinatario sólo al público, Blumer (1982, véase en Rodrigo, 1999) aseveró que también alcanzan a las instituciones políticas, que en algunos casos deben adaptarse a las pautas mediáticas.

En ese sentido, es una realidad que tal facultad otorgada por la sociedad para su servicio esté actualmente desplegada en función a la manipulación ciudadana. Todo accionar negativo del periodismo tiene que ver con la desnaturalización de su esquema axiológico y/o es producto de la ausencia del conocimiento idóneo de sus principios profesionales. Basta con revisar la versión noticiosa de EE.UU. sobre sus guerras en oriente, la sugestión chauvinista del periodismo en Venezuela, y toda la corrupción informativa emprendida en el país por y durante el gobierno de César Álvarez Aguilar.

Tales acciones nacen en la matriz deontológica de los profesionales y/o de los medios donde se desenvuelven, pero su puesta en práctica deficiente es consecuencia también de la simple ignorancia y/o subestimación del alcance de diversos aspectos comunicacionales. Casos como los citados, y cientos más actuales, exigen debatir los objetivos y la responsabilidad social que ostenta el periodismo, sobre todo cuando su importancia para la democracia está certificada (Enguix, 2013).

El amplio margen de beneficio personalizado a costa de la opinión pública fue prólogo de distintas crisis que continúan aprovechando el alcance de la praxis en perjuicio de los derechos ciudadanos.

Al respecto, Kremer (2010) indicó que una estrategia viable para describir la intencionalidad de la comunicación, o supervisar los problemas deontológicos del periodismo, es buscarle respuesta a las siguientes interrogantes: ¿quién?, ¿dice qué?, ¿en qué canal?, ¿a quién?, y ¿con qué efecto o consecuencia?

Según Kremer, cuando el estudio se enfoca en el 'dice qué' se hace análisis de contenido, pudiéndose abarcar dos zonas: el estudio de los datos, centrado en el mensaje; y el estudio del estilo, dirigido a la organización de los elementos que componen el mensaje. Precisamente el contenido, tanto a nivel del mensaje como por su estilo, constituye uno de los principales aspectos problemáticos de la profesión. No debe olvidarse que permanentemente el contenido es inclinado hacia información con intereses ajenos al común, y que tal aumento de subjetividad resulta peligroso por el control que implica o por lo que periódicamente corrompe.

La realidad de los medios, con la tendencia estructural que muestran, evidencia la necesidad de un análisis de contenido meticuloso en sus pilares conceptuales.

En tal contexto, y por su aporte a la metodología de informar, la fotografía periodística complicó la trama ética a la par que empoderó su trascendencia como recurso visual.

La confluencia entre texto e imagen provocó también una simbiosis eficaz para capturar la atención de la audiencia, que al mismo tiempo dinamizó sin orden su consumo y el mecanismo de crear tendencias informativas. La trascendencia de la fotografía como documento y herramienta psicosocial la transformaron en el recurso oportuno para valorar y sugerir opinión pública.

En 2010 Kremer concluyó que, aunque el vocabulario de las imágenes está limitado a representaciones concretas estas pueden convertirse en conceptos en la medida que así sean utilizadas. En tal capacidad juegan un rol importante la creatividad y el archivo visual-conceptual del medio.

Siendo así, un estudio sobre la experiencia laboral de un diario chileno realizado por Retamal (2004) señaló que, en un medio impreso donde la imagen la entregan las fotografías, una buena comunicación permite sugerencias mutuas: una buena foto es media crónica y una buena crónica no está completa sin una fotografía bien elaborada. El resultado depende del esfuerzo de ambas partes.

En esa línea, se observa muy seguido que dicho potencial es aprovechado sin ningún tipo de regulación y en oposición a la finalidad del texto que completa. Es más, la complementación revela la superioridad de las imágenes como recurso para encaminar reacciones sociales. Por esa orientación, es importante recordar la multiplicidad de conceptos viables en el tratamiento de fotografías periodísticas o su tendencia a la parcialidad si no respeta la guía axiológica que debería regularlo.

Por ejemplo, a raíz de un viaje realizado por los príncipes de Gales en 1992 a Corea, una foto de agencia fue tratada de manera diferente por cinco diarios londinenses. De Pablos (1993) demostró que mientras un periódico ofreció sólo la parte alta de la fotografía, otro publicó únicamente el rostro de Diana, los demás realizaron variantes como dar a la imagen toda la plana en vertical o un alto mayor; cada decisión tuvo un propósito específico.

Cuando de imágenes se trata, la imparcialidad y su materialización son un problema de análisis dentro de otro problema. Una tarea que exige la comprensión de los procedimientos de elaboración y semantización fotográfica; aparte de la interpretación ética de las intenciones del periodista, visibles a través de las decisiones que elige en la modelación del mensaje.

Sullivan (2013) postuló que, prevalece un problema moderno en la manipulación de las fotografías que no está relacionado sólo a la manipulación misma. La variedad de criterios que los profesionales aplican en los formatos periodísticos que generan sustenta una irresponsabilidad minimizada frente a algo que no es posible, que los lectores sepan la diferencia entre los fines y características de cada uno.

Por tal razón, la editora del New York Times reflexionó sobre la posibilidad de producir imágenes dentro de un esquema fijo o indicar debajo de ellas las prácticas fotográficas que las crearon. Una visión y propuesta que se comparte con la tesis.

La fotografía periodística renueva continuamente los principios que ostenta para transmitir mensajes. Su búsqueda de nuevas formas para hacer accesible la información trasciende el interés colectivo y la relevancia social, que mal resultan insuficientes al cierre de la comunicación en este siglo de consumismo visual.



En tal panorama, son cruciales preguntas como: ¿qué se entiende por imparcialidad visual?, ¿cómo hacer original una imagen y controlar a la vez la mal intencionada parcialidad?, ¿acaso sería restarle evolución a la fotografía si se limitase el uso de sus recursos?, ¿sería válido condenar éticamente a un medio por escoger la fotografía más impactante para su portada?, ¿dónde están los límites?

La finalidad de las fotografías es unificar sus objetivos con el texto o la otra parte de la unidad que conforman, porque se asume tienen una sola intención. Pero ¿si no fuera así?, ¿y si por su naturaleza la información textual y la fotográfica deben responder a criterios diferentes?, ¿cómo fusionar los roles y cumplir un sólo propósito, en sentido deontológico: la imparcialidad (como axioma ético, no como postulado semántico de la inherencia humana).

Kremer (2010) corroboró que la mayoría de fotografías son utilizadas como elemento ilustrador del texto, desfigurando la función primordial de la imagen que es la de concentrarse en el mensaje visual. La fotografía puede transmitir la mente del reportero gráfico, de esa manera la responsabilidad axiológica del resultado regresa por completo al periodista.

Surgen más interrogantes: ¿cómo organizar éticamente los criterios en los que un editor debe fijarse para escoger las fotografías que publica?, ¿qué normas debería tener en cuenta el reportero gráfico o los periodistas al seleccionar fragmentos de la realidad para convertirlos en primeras planas que resuman hechos cruciales?

Todo análisis fotográfico, en perspectiva ética y con miras a la imparcialidad, precisa ser realizado en tres niveles: elaboración, selección (apartando la fotografía de un grupo de posibilidades: ¿porqué la que se publicó?) y difusión (¿porqué de esa

manera y no de otra?). Asimismo, es obligatorio avistar consideraciones de organización dentro del espíritu gráfico de un impreso, los objetivos a los que responde así como la realidad temática y social de cada medio en su ámbito de acción.

Abreu (2005) esbozó un sistema en el que aseguró que la fotografía periodística no es un mensaje aislado. Para que su estudio sea más que una abstracción, es necesario contextualizarla u observar elementos como la política editorial de la publicación y su entorno estructurado por titulares, antetítulos y bajadas. Sin olvidar que las imágenes pueden ser evaluadas a partir de sus propios recursos.

La ausencia de criterios de imparcialidad estándares sobre fotografía periodística vuelve factible la dependencia a juicios que satisfacen el efectismo de la información; o que se inclinan, como ya no es natural más allá de cierto punto, a la subjetividad. El panorama confirma la falta de garantía que existe para una adecuada delimitación deontológica de la labor profesional, sobre todo cuando de portadas se trata, respecto a temas políticos y en una realidad de trabajo irresponsable o, por decirlo menos, empírica como la nuestra.

Hasta hoy, en el Perú no se aplican con rigor ni de manera sistematizada esquemas que establezcan una supervisión ética contundente de los principios fotográfico-periodísticos, sin considerar inclusive que la fotografía con este fin se maneja también independizada del texto. Alonso (2006) afirmó que lo que sí existen son manuales de estilo para productos periodísticos en general, textos que pretenden similitud en la elaboración de los materiales a publicarse, aunque su existencia y uso dependen de cada empresa comunicativa.

### **1.1.2. Características de la realidad específica**

Una primera aproximación con los periódicos vigentes en la ciudad permite deducir que el trabajo diario deriva en una creación visual, aparentemente simplista, que esconde lineamientos antiéticos conductores de opiniones sociales.

A nivel técnico, la mayoría de noticias van acompañadas de fotografías que parecen haber sido tomadas por los redactores, sin la especialización debida y priorizando la oportunidad de tiempo frente al hecho. En las imágenes son recurrentes sucesos policiales, autoridades o instituciones políticas; además de planos abiertos, primeros planos de gestos, las tomas sin poses y los antetítulos que contribuyen a la manifestación de juicio que el medio realiza sobre los acontecimientos que cobertura.

Respecto a las portadas, suelen apelar al doble sentido con una fotografía como principal, la que resume el hecho y sentencia, de la mano del titular, una opinión sobre la información difundida. En resumen, una vista a priori de la realidad sustenta que las imágenes son seleccionadas principalmente con un criterio de sensacionalismo.

Para el caso puntual, Correo Chimbote es una empresa de comunicación con menos de 20 años de circulación consecutiva en la localidad. Su respaldo periodístico de vinculación nacional le permite publicaciones descentralizadas. A pesar de su formato, o de contar con reporteros y editores gráficos su aceptación comercial no lidera el mercado. Igualmente, 'Correo' es un tabloide que resulta llamativo por su consideración especial para las imágenes, por la proporción de espacio que ocupan en cada página. A veces basta sólo con mirar la fotografía para saber sobre qué trata la noticia, la opinión del medio. No debe olvidarse que la primera relación con ella es cuando nos la presentan en la portada. He allí la síntesis del problema.

## 1.2. Antecedentes

### A. A nivel internacional

En su tesis doctoral sobre la hegemonía política de las primeras páginas de 'El País', 'El Mundo' y 'La Vanguardia', en contraposición a la enseñanza del periodismo político en las universidades españolas, Enguix (2013) determinó que:

(...) la información política condiciona las portadas de los tres diarios (...). El análisis del contenido cuantitativo y cualitativo, referido a las noticias aparecidas en las portadas de estos medios durante el año 2011, ofrece la conclusión de que la noticia política es, sin lugar a dudas, la que tiene más presencia en las primeras páginas. (...), las portadas expresan la prioridad temática de los periódicos, y su lectura descubre cuál ha sido día a día el criterio de selección de las informaciones (...).

(...). Los periodistas reconocen que la información política es la más importante de un diario, así como la sección política de los mismos, lo que explica que las portadas analizadas reflejen lo que los mismos periodistas responden en el cuestionario (...).

(...) el periodismo político es un área de especialización del periodismo fundamental para nuestra democracia, así como el periódico es un actor político clave para el control de los poderes públicos (...).

Como conclusión final, esta investigación valora que los planes de estudio de las facultades de periodismo deberían, (...), dar respuesta a la necesidad de una mayor presencia e importancia de la formación del periodismo político como área especializada en las facultades de periodismo [...] (Conclusiones).

En su tesis: 'Sistematización de la experiencia laboral en un medio de comunicación escrito regional. El caso del diario La Prensa Austral de Punta Arenas', Retamal (2004) describió la realidad del periodismo impreso, circunscrito a una localidad, afirmando lo siguiente:

(...) respecto al trabajo diario, hay que considerar que (...) se aspira a entregar un producto regional que enfatice el acercamiento con las fuentes directas, esto es la 'humanización de la noticia'. También se propone que, para que el trabajo sea óptimo, haya una efectiva coordinación entre periodista y reportero gráfico (...). El jefe de fotografía (del diario), José Villarroel, señala que *'el Departamento de Fotografía funciona de acuerdo a las tareas que se le delegan en conjunto con la redacción. Es un trabajo que se coordina todos los días con una pauta previa, además de hechos puntuales a los que en varias oportunidades tiene que ir el reportero gráfico solo'*. (...) él considera que los periodistas también tienen que contar con nociones de fotografía en caso de que deban concurrir a una situación noticiosa sin el apoyo del reportero gráfico.

Para el caso de los periodistas de La Prensa Austral, (...) falta práctica en el manejo especializado de la fotografía [...] (Conclusiones).

En 1993, Abreu (2005) revisó las portadas de las cuatro publicaciones más importantes de Caracas, exponiendo sus conclusiones en el artículo titulado: "Para analizar la Fotografía Periodística", que publicó años después. A continuación, algunos de sus hallazgos:

- La variable procedencia de la fotografía demostró que, en un sentido general, los periódicos se nutren fundamentalmente de las fotos realizadas por sus reporteros gráficos.

- Los valores expresivos mostraron una constante (...) en el sentido de que la inclusión de personas, la espontaneidad y el plano general fueron los recursos más utilizados.
- La elevada cantidad de fotos espontáneas también se explica porque se busca evitar las poses (...) cuando se hace el reportero cotidiano.
- (...) los reporteros gráficos (...) no se acercaron a los protagonistas de los hechos.
- Respecto de los planos generales (...) permiten al lector contextualizar la información al ver el entorno que rodea a los protagonistas de las fotografías.  
(...)
- El uso importante del factor prominencia, especialmente de personalidad, puso en evidencia aquella vieja máxima según la cual la gente famosa, rica o con poder hace noticia (Conclusiones).

### **B. A nivel nacional**

En un estudio sobre el análisis sociopolítico del discurso de las portadas de los diarios 'El Men' y 'La Razón', Kremer (2010) estableció que:

Las portadas de los diarios El Men y La Razón presentan características priorizando el uso expresivo del color, la espectacularización de titulares e imágenes, lenguaje figurado y marcas gráficas de diseño, (...) tecnicismos y léxico de grado de expresividad cero.

Predomina la visión opinativa con la inclusión de un dato informativo para situar al lector y la valoración que merece para el medio de comunicación, busca (...) el impacto en el receptor, (hace) uso del fotomontaje, (tiene) tendencia a crear una visualización que asemeje movimiento no sólo con las imágenes, sino también en la relación imagen-texto (...). (Para el discurso) utiliza las 5w de

Lasswell: (qué, dónde, quién, cómo, cuándo) donde la pregunta más frecuente es el ¿quién?

En lo que concierne a la relación texto-imagen, (...) la totalidad de las portadas analizadas apuntan a lo icónico verbal, [...] (Conclusiones).

### **C. A nivel local**

Córdova (2005), en su monografía para optar el título profesional: 'Efectos Políticos Negativos de la Prensa Sensacionalista', desarrolló el concepto de la comunicación política, sus implicancias temático-sociales y el efecto político del sensacionalismo. Su devenir teórico derivó en las siguientes afirmaciones:

1. La prensa sensacionalista ha pasado de ser órgano de información a órgano de participación política, porque informa apoyando de manera implícita o explícita a ciertos grupos políticos.
2. Los medios que desarrollan el sensacionalismo político, se han convertido en un instrumento poderoso para la desinformación y desorientación de la población a favor de un sector político. (...)
3. La prensa sensacionalista, posee una tendencia política determinada, lo cual produce una inevitable distorsión no sólo de las noticias que publican sino, además, de sus verdaderas intenciones. (...)
8. La prensa sensacionalista aleja al ciudadano de la realidad política del país. Discrimina los temas políticos a favor de temas policiales [crónica roja, farándula, etc.] (Conclusiones).

Esencialmente, las investigaciones referidas abarcan el carácter político de los medios impresos confirmando el condicionamiento de la cobertura periodística por

parte de la información política. En un contexto donde la noticia de este tipo resulta ser la de mayor presencia en las portadas, con una consideración importante por parte de los propios profesionales.

A nivel internacional, se refirieron tres investigaciones. Sobre su vinculación con la tesis, el primer estudio aborda el periodismo político desarrollado en primeras planas. El segundo se relaciona con la variable fotografía al examinar el trabajo de reporteros gráficos. Y finalmente, la tercera indagación es la más inmediata dado que emprende un procedimiento analítico en las portadas de tres diarios.

En los antecedentes locales, se halló sólo una investigación ligada específicamente con el sentido de observación política contemplado en el estudio. Las conclusiones relacionadas refuerzan la justificación del estudio porque confirman que la prensa sensacionalista en Chimbote se erige como órgano de participación política, apoyando a determinados grupos o poderes, y convirtiéndose en instrumento para la desorientación social. Sin embargo, es a nivel nacional donde el único antecedente consignado se conecta de forma más directa con la investigación, a través de la variable dependiente, el sentido político de la tesis y su proceso de escrutinio.

La información vista respalda la hipótesis y sustenta el planteamiento del problema. Por ejemplo, acerca de la preponderancia de opiniones o de un sentido valorativo en las portadas de los diarios, así como por la espectacularidad de las titulares e imágenes.

Se deja constancia que ninguna investigación revisada ha postulado una perspectiva sobre imparcialidad. Aspecto novedoso en el proceso científico formulado.



### **1.3. Formulación del Problema**

¿De qué manera la imparcialidad periodística es considerada en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote, durante los meses de abril a junio de 2013?

### **1.4. Justificación e importancia de la investigación**

#### **1.4.1. Relevancia y conveniencia**

Emprender este proyecto de investigación científica, circunscrito al área de comunicación y que evaluará durante un trimestre el desenvolvimiento periodístico en Correo Chimbote, se justifica por la necesidad imperante de entender cómo se considera la imparcialidad (ética) en las fotografías de los medios impresos, cuando de portadas políticas se trata.

Preocupa el tratamiento fotográfico parcializado que altera el sentido de la información textual que complementa, a pesar del control ensayado.

Tal panorama reafirma la urgencia de generar mecanismos que desenmascaren formas manipuladoras de comunicación social. Es importante resolver el problema en cuestión porque sin un referente a donde fijarse es imposible un verdadero ejercicio profesional imparcial que emplee fotografías

La investigación tiene sentido también como aporte de la E.A.P de Comunicación Social, debido a que sus conclusiones podrían incorporarse en planes académicos que cimienten la trascendencia y enseñanza de las variables vistas en la formación periodística. Además, por ser una investigación mejorable e innovadora puesta al servicio de futuros comunicadores.

### **1.4.2. Implicancias y utilidad metodológica**

Se pretende que los resultados del estudio integren un esquema identificador de distorsiones éticas o conflictos de imparcialidad como la inclinación al favorecimiento, alteración, perjuicio, ocultamiento, minimización o sobredimensionamiento de noticias. Al mismo tiempo para dilucidar aquellos prejuicios que señalen intenciones periodísticas subyacentes sin más respaldo que suposiciones.

Las herramientas científicas empleadas proponen una medición indirecta del valor de imparcialidad en las imágenes; es decir, una revisión inductiva que detecte parcialidad en el proceso periodístico, desde el momento de elaboración de la fotografía hasta que es publicada en la portada del diario.

El instrumento de estudio principal se modela como una guía de evaluación perfectible que pueda constituir, a mediano plazo, un formato de supervisión deontológico de fotos periodísticas, incluso más allá de las primeras planas y resultando aplicable a cualquier temática.

Enriquecer las nociones de análisis de contenidos ampliará el alcance de las investigaciones sobre imparcialidad periodística, que estarán completas con la consideración de la audiencia y de los productores de las imágenes, o quienes intervengan en su construcción.

De manera indirecta, la finalidad del proyecto es también integrar estudios futuros que contemplen teorías psicológicas sobre el grado de conciencia de las acciones periodísticas, la responsabilidad profesional, la actitud intrínseca del acto de imparcialidad -como axioma deontológico- y la manera en que se traslucen los fines del trabajo en el periodismo o la comunicación social.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. General:**

Explicar de qué manera se considera la imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote, durante los meses de abril a junio de 2013.

### **1.5.2. Específicos:**

- Identificar las características generales de las portadas y de las imágenes principales en las primeras planas (de portada), así como de sus elementos circundantes: titular, antetítulo y bajada.
  
- Determinar la manifestación de parcialidad u opinión presente en el mensaje de las fotografías de portada.
  
- Valorar en sentido ético las decisiones periodísticas expresadas en la construcción de las fotografías de portada y sus elementos circundantes.
  
- Describir analíticamente la consideración de imparcialidad encontrada en las portadas, en las fotografías principales (de portada) y en los elementos que las circundan.

## Capítulo II: Marco Referencial Científico

### 2.1. Imparcialidad periodística

Existe una gran contradicción en la práctica profesional del periodismo, aquella en la que el comunicador dice ir tras la verdad sin observar sus pasos. Sobre el ideal de la veracidad periodística, Calzadilla (2005) opinó que tal fin se embandera obviando la secuencia del trabajo, donde realmente se justifican los objetivos. Una consigna del proceso que empleada como ideal ético resultaría útil para la construcción de productos periodísticos imparciales o que muestren la realidad lo más próxima posible.

Es irrefutable que el periodismo, como cualquier otro acto humano, nunca podrá ser objetivo, debido a la interpretación antropocéntrica inherente en toda actividad. En ese sentido, aquello elaborado por el periodística siempre estará parcializado y siendo así, el tema pasa por analizar el trabajo profesional desde la perspectiva que le corresponde, la periodística.

Ego (2005) indicó que la parcialidad debe ser entendida “no como aceptación de una parte en detrimento del todo sino como asunción de una posición propia del periodista y/o del medio ante el complejo y multifacético entramado de hechos sobre los que trabaja la práctica periodística” (p. 6). Ante tal condicionamiento, el periodista debe ser sincero con la sociedad y considerar ser lo menos parcial posible, aspirar imparcialidad. En otras palabras, mostrar claramente su posición o evitar direccionar su subjetividad natural a intereses fuera de los fines comunes.

Asumir una posición frente a los hechos tampoco implica la exposición de opiniones con fines específicos. No hay peor parcialidad que la amparada en la naturaleza del proceso.

Desde cualquier perspectiva con la que se analice, la objetividad en la labor periodística queda desprovista de todo sentido pragmático. Por otro lado, existen cada vez más conceptos que apoyan la idea que la labor profesional puede regularse reduciendo o aumentando el impacto y la comprensión de los mensajes, es ahí donde conceptos como imparcialidad retoman y defienden ese sentido regulador que debe empoderarse. Rodríguez (1998) concluyó que:

b. La percepción de un acontecimiento y su verbalización es una actividad interpretativa, un proceso constructivo realizado por el receptor de los estímulos (...).

c. La objetividad periodística es un imposible en términos epistemológicos. La objetividad sólo puede ser un desiderátum ético, un ideal regulativo (Conclusiones).

Para el estudio, tal desiderátum ético es lo que se entiende por imparcialidad periodística.

Sobre el día a día laboral, que revela la situación influenciada en la que el periodista trabaja y que podría hacer viable la parcialidad o el direccionamiento malintencionado, Pascual señaló que el periodista "depende de experiencias, estudios y reflexiones personales. Escoge temas de interés según la cultura a la que pertenece, según la línea general del periódico para el que escribe, o según indicaciones y sugerencias dadas [...]" (s.f, párr. 4).

El sacerdote y filósofo consideró que la verdad puede y debe ser construida respetando el sentido de remisión a los hechos, según sus fuentes. Por lo tanto, parcialidad e imparcialidad periodística encuentran indiscutiblemente su vía de acción

en la etapa productiva. Es más, el término imparcialidad trasciende la oposición a la subjetividad. Su consideración se establece por el cumplimiento de los fines y valores profesionales, en sentido ético; constituyendo una regla en la labor periodística.

Pascual (s.f) afirmó que:

(...) sí existen buenos periodistas, que saben escoger la mejor parcialidad: la del trabajo constante y serio por defender los derechos humanos de todos, [...] (s.f, párr. 13).

### **2.1.1. Periodismo imparcial y medios impresos**

Existen diferentes plataformas y productos periodísticos en los que se puede analizar la imparcialidad profesional. Incluso al hablar específicamente de medios impresos se hace referencia a una variedad de mecanismos comunicativos. Descifrar todo en lo que consiste un periódico permitirá entender el soporte y base en la que logran existir las variables de esta investigación o, en otras palabras, la manera en que la imparcialidad se considera y cómo las fotografías logran su despliegue, expresando o no el principio deontológico.

Según Casasús (1985), el diario es un medio de comunicación donde:

(...) existe una materia significante análoga a la del cine (la visual), pero una distinta infraestructura material. Existen, por tanto, unas mismas series informacionales en los dos medios (las icónicas, las visuales lingüísticas), pero en uno aparecen con una infraestructura material temporal (representado por el orden secuencial del cine) y en el otro con una infraestructura material espacial [materializada en una serie de recursos físicos, en el diario] (p. 58).

En cuanto a las características que posee, que afectan su contenido y contienen consecuentemente la imparcialidad, además de la evidente periodicidad; Casasús (1985) consideró la universalidad, actualidad y la difusión, indicando que "resulta interesante comprobar cómo en la conjunción de estos tres conceptos (...) se aísla todo aquel campo de la realidad que interesa al diario" (p. 68).

La ley de la Periodicidad domina la constitución total de la empresa periodística. La confirmación de este estatuto y la parcialidad que puede originar se desarrollan en la sección temática de conflictos profesionales derivados del ejercicio profesional.

Sobre la universalidad, se sabe que permite acercar al lector el mayor número de hechos que tienen lugar en su mundo presente. Hay periódicos que, como los especializados, limitan su universalidad al tema al cual se consagran. Pero la universalidad tiene también sus límites generales, uno interior formado por el 'yo', la intimidad asocial de las personas, y un límite exterior formado por todo aquello lejos a nivel geográfico y mental. Por su parte, la actualidad es la relación de un acontecimiento con el tiempo objetivo. La máxima actualidad en el diario está en función de la periodicidad, debido a que es imposible la simultaneidad entre el momento en que se produce el hecho y el de la comunicación.

Las ideas anteriores evidencian una serie de conflictos éticos potenciales. Por ejemplo, el de la actualidad al abarcar hechos irrelevantes, que ni la prominencia justificaría. También el de la universalidad, cuando priman los intereses empresariales.

Cuestión aparte merece la variedad conceptual de un diario. La interacción de interpretación, opinión e información no se debe sólo a la existencia de productos

periodísticos distintos llámense noticias, artículos, crónicas u otros; deriva también de la mezcla de géneros y/o de las valoraciones camufladas en la información. Como Rodrigo (1999) señaló, los periodistas toman la totalidad de las noticias que llegan a sus manos, seleccionan las que suponen son más importantes por su utilidad e interés, las redactan de un determinado modo, las presentan según un criterio jerárquico y las lanzan a la consideración crítica del público.

El proceso responde a fines concretos que suelen proceder de la línea editorial. Precisamente un adecuado control de este mecanismo debería regirse de una pauta de control que, para fotografías, apenas existe.

Según Alonso (2006, p. 84), varios autores describen el diario como un producto periodístico que resulta de la armoniosa coordinación de cuatro ingredientes de similar importancia:

La dirección; que define el rumbo estratégico desde el punto de vista editorial, y que, cuando tiene carácter general, se ubica por encima de las demás áreas con la responsabilidad de coordinarlas;

La administración; que atiende a los aspectos no estrictamente periodísticos del funcionamiento de la empresa, desde los comerciales hasta los derivados del personal;

La redacción; ámbito propio de la recepción, elaboración, edición y transmisión de las noticias, comentarios y opiniones que cotidianamente brinda el diario a sus lectores, y

El taller, donde se concreta la impresión y desde el cual se distribuye el diario (...) de venta al público.



Conceptualmente, al concebir un medio se entiende tácito el interés obligatorio que existe por ganar audiencia, finalmente ese es el fin del producto periodístico. En 2004, Martini y Luchessi confirmaron el consenso que existe sobre la generación de confianza en los consumidores y, a su vez, en el cuidado de los contenidos como parte de la fidelización de las audiencias. Según un estudio realizado por el Readership Institute para la Asociación Interamericana de Prensa (SIP), las ocho reglas para aumentar el volumen de lectores son las siguientes (nótese la posibilidad de intervención editorial de varias de ellas y cómo puede distorsionarse la razón de ser del periodismo bajo la justificación de su cumplimiento):

- El servicio sobresaliente al cliente produce mayor lectoría.
- El contenido aumenta la lectoría.
- Un tipo específico de noticias locales aumenta la lectoría.
- Un periódico fácil de leer y navegar aumenta la lectoría.
- Mientras más satisfactoria es la publicidad, mayor es la lectoría general del periódico.
- La percepción de la marca aumenta la lectoría tanto como lo hace el contenido.
- La promoción del contenido dentro del periódico tiene un gran impacto sobre la satisfacción del lector.
- Los periódicos con culturas *constructivas* tienen mayor lectoría.

(véase en Martini & Luchessi, p. 44)

### **Consumo informativo y teoría de los efectos**

No se puede hablar de imparcialidad en periodismo sin fundamentar qué tanta implicancia tiene en la sociedad su ausencia, qué tanto efecto real ostenta un medio en la opinión pública y, de qué forma se originan y/o manifiestan tales consecuencias.

Sobre la idea, debe entenderse que en el proceso constructivo de la realidad el consumo de la noticia es la última fase. Rodrigo (1999) explicó que, la audiencia recibe la información por dos canales; en primer lugar, de los medios de comunicación de forma directa, pero también a través de canales interpersonales, o de personas que directa o indirectamente recibieron la información.

En esa línea, Rodrigo (1999) puntualizó que:

(...) la relación interpersonal no sólo es un elemento importante en la reinterpretación de los mensajes compartidos colectivamente, sino también como canal de información. De hecho, en los acontecimientos muy importantes ambos canales funcionan prácticamente al unísono (p. 52).

Bonfantini (1984, véase en Rodrigo, 1999) estableció una tipología de modalidades para el impacto de los mass media, criticando asimismo las insuficiencias de cada una:

1. Los mass media pertenecen a la esfera estructural de la economía. Las noticias son mercancías fabricadas y distribuidas según la lógica del mercado.
2. Los mass media son objeto de recepción-fruición según las modalidades específicas de cada medio. Estos medios modelan y canalizan la fruición: a) incidiendo en ciertas formas determinadas de organizar directa o indirectamente la percepción; b) estructurando y distribuyendo; c) interaccionando con la comunicación interpersonal y, en general, ocupando cierto tiempo mediante la imposición de hábitos que tienen su reflejo en el resto de las actividades.
3. Los mass media tienen un contenido que interpreta, según explícitas o implícitas concepciones del mundo o ideológicas, la realidad social representada (p. 54).

Bonfantini señaló que estas tres formas de impacto se han analizado ampliamente, pero sin contemplar la interdependencia y la complementariedad de las modalidades. Otro error está en la sobrevaloración de cada una; por ejemplo, los defensores de la noticia como mercancía se olvidan que existen otras mercancías. Lo mismo sucede con la perspectiva de la recepción-fruición, ya que obvia que la comunicación interpersonal incide claramente en aquella.

Los que privilegian el contenido sobre el sentido de los media no tienen en cuenta que las opiniones y los hábitos ideológicos también son producto de la práctica social. Algunas teorías psicosociales exponen que el comportamiento nace de una opinión que se asume.

En la Teoría de los Efectos podemos admitir que no está claro cómo los mass media imponen unos tipos de comportamiento, pero lo que sí es cierto es que los medios plantean los temas e inician las opiniones. Pero la importancia de estos efectos no está sólo en los temas tratados, sino también en las informaciones 'ocultas', en los problemas a los que no se da publicidad. De esta manera se sustraen de la atención general algunos temas y posturas (Rodrigo, 1999, p. 70).

Foucault (1981, véase en Rodrigo, 1999) indicó que cada sociedad tiene su régimen de verdad; es decir, los tipos de discurso que acoge y hace funcionar como reales o falsos, las técnicas y los procedimientos que están valorados para la obtención de la verdad, así como el estatuto de quienes están a cargo de decir lo que funciona como verdadero.

Precisamente sobre los efectos de las noticias, Foucault (1981, véase en Rodrigo, 1999) examinó el proceso por el cual el periodismo construye una descripción

convinciente de la realidad social, señalando que la mera publicación de noticias, con relatos que contienen nombres reales, fechas y lugares específicos, genera la impresión de que es posible verificarlas y, por ende, da origen a un supuesto no verificado a favor de su verdad.

"Si los medios de comunicación son capaces de transmitir una apreciación de las prioridades y de dirigir la atención selectivamente entre los temas y problemas es que pueden hacer mucho más [...]" (Mc Quail, 1985, véase en Rodrigo, 1999, p. 72).

### **Línea editorial periodística**

Para aquellos que leen, la letra impresa tiene fuerza de verdad. Razón por la cual las líneas editoriales tienen carácter influyente dentro de las sociedades. Lo que el lector no se plantea rigurosamente es qué intereses tutelan las formas y contenidos de la información. En un contexto donde los medios se han erigido en un poder intocable que se esconde tras la libertad de expresión, es importante entender que la línea editorial es el encuadre de ideales que rige el desenvolvimiento del medio (Portal Eudeka, s.f.).

En 2006, Alonso postuló que cada medio periodístico determina qué conductas, decisiones y actitudes elogia y propone como ejemplos, y cuáles merecerán su reprobación. La política editorial va más allá de aquello publicado en las páginas y, normalmente, marca la línea sobre la cual se mueve y el punto desde el cual el medio habrá de enfocar la realidad para sus análisis.

Sobre en manos de quién está la determinación de la línea editorial. Alonso (2006) sostuvo que el director o editor periodístico es el diario, debido a que como responsable de los editoriales, a través de los cuales se expresa la opinión institucional,

es quien mantiene las relaciones con las autoridades públicas y las otras empresas editoras, así como con distintas instituciones representativas de la comunidad. Aparte de cumplir funciones periodísticas específicas.

(...) el director suele tomar a su cargo la determinación de la tapa, o primera plana, después de tomar conocimiento sobre cuáles son los temas más relevantes de cada una de las secciones (...) y de considerar, en su caso, de cuáles fotografías o ilustraciones de algún tipo se dispone (p. 76).

De acuerdo a las conclusiones de Alonso, es importante no olvidar que el diario es también y fundamentalmente una empresa, con todo lo que implica. Una organización que tiene como fuente de ingresos la publicidad y la venta del propio diario. Tal realidad implica que debe enfrentar constantemente el problema de la conformidad de sus anunciantes con la información propagada, el cual de ser ignorado induciría a la censura encubierta, afectando el derecho constitucional de la ciudadanía a una información veraz.

No está mal o es incorrectamente ético analizar al periódico como una empresa con fines económicos, pero tal característica no debe ser un condicionante que se mezcle con los objetivos profesionales.

El devenir teórico confirma que resultaría ingenuo creer que, en ocasiones, el trabajo informacional no se ofrece al servicio de intereses distintos al social, vendiéndose directa e indirectamente productos periodísticos, y hasta comunicadores. Un lucro que resulta rentable a costa de la ética profesional y que desaparece todo sentido periodístico del resultado.

Un correcto ejercicio profesional conllevaría un balance de todas sus variables. Para Martini y Luchessi (2004) es claro que, "cuando el objetivo máximo es la ubicación en el mercado, los intereses de la corporación profesional podrían quedar fuera" (p. 62).

### **Estilo Periodístico**

Un aspecto quizás confuso en el tema es que, si bien la línea editorial es la valoración, opinión y/o posición de un medio; el estilo es la particularidad como que se produce el trabajo periodístico, la manera en que tal valoración u opinión es expresada, para el caso de los periódicos en el papel, tangiblemente. Incluso la posición de los datos y fotografías está fijada por un estilo y eso no significa que dejen de tener una línea o que el estilo no pueda constituirse como parte de ella y, sobre todo, no significa que lo uno o lo otro no puedan influenciarse mutuamente o no deban estar delimitados por el valor profesional de la imparcialidad. Hay una interdependencia conceptual y práctica en todo el proceso.

A manera de ejemplo, respecto a la ubicación de las noticias en un diario. Alonso (2006) señaló que, aunque la tarea parece sencilla no lo es. En la labor, tiene que considerarse la importancia del tema, la cobertura en fondo y forma que el diario realizó sobre él, así como la manera en que la información fue recibida o lo será. Tal rigor suele ser resumido en un estilo periodístico, que incluso es expresado en un manual físico y/o metodológico, a veces implícito.

En este punto, es pertinente preguntarse si en Chimbote los periódicos tienen o se apoyan en manuales de estilo, considerando que, como los autores indican, el manual está orientado a lograr cierta similitud en la elaboración de sus materiales. Para saberlo

es necesario, más allá de hacer la pregunta correspondiente, contrastar la realidad con los valores que aspira la profesión, desmenuzando la mecánica del trabajo profesional. En ausencia de un manual físico podría resultar válida la existencia de una serie de lineamientos que deriven en una forma específica y correcta de hacer periodismo, pero ¿existirán?

Si la teoría respalda que los diarios orientados al impacto popular privilegian secciones y tipos de información. Es correcto afirmar que el estilo espectacular o sensacionalista se constituye como parte de su línea editorial, dado que la forma particular de hacer periodismo y la temática son dos de los mecanismos a través de los cuales se expresa la posición del medio. Las características resultantes de los productos periodísticos revelarían el sentido de imparcialidad que se haya considerado.

Aunque puede haber tantos estilos como medios, pudiéndose alterar la función del periodismo bajo la justificación del formato, no hay excusa válida para obviar el sentido ético de la imparcialidad profesional. Es más, el estilo del medio impondrá pautas de carácter estético, pero siempre deberán quedar a salvo su criterio y la obligación que posee de ser veraz.

En 2004, Martini y Luchessi refirieron parte de la opinión del secretario general del diario La Nación sobre lo que un medio debe publicar para graficar su responsabilidad social, ciñéndose al principio de veracidad:

(...) No es un diario mejor porque publica todo. Es un diario que tiene que tener criterio, tiene que tener edición, tiene que tener un criterio de responsabilidad, para esto confía en las competencias asimiladas al sentido común: uno tiene que ser muy noble con lo que no está dispuesto a consumir, tampoco tiene que pretender que lo consuman los otros (p. 47).

Tanto el estilo como el criterio del periodista y el medio deben corresponder a ese sistema axiológico sin el que el periodismo no es más que un ejercicio comunicativo sin transcendencia. Existe un punto en el proceso periodístico en el que la subjetividad inherente al trabajo profesional evoluciona en una manifestación explícita de parcialidad, que afecta la opinión pública. Todo antes de ese punto vendría a converger en la imparcialidad profesional, referirse estrictamente a la realidad es la una de las maneras.

### **Diagramación y Hemerografía**

Para hablar de diagramación se debe tener presente diferentes conceptos. Además, que la fotografía es sólo uno más de los elementos que conforman el diario, los que están en constante interacción física y conceptual.

De la misma forma, es crucial recordar que la parcialidad es una valoración que se materializa a través, precisamente, de esos elementos y la ubicación en la que terminen, en la manera como están agrupados o, en otras palabras: diagramados.

El diagnóstico ideológico de los medios de comunicación consiste en descubrir la organización implícita de los mensajes. La ideología se presenta en el nivel de la metacomunicación, como un sistema de reglas semánticas preexistentes al mensaje de todo tipo, desde el artículo científico hasta el comentario de modas. Cualquier análisis de contenido concluirá que en todo medio de comunicación existe un sistema ideológico que conforma una red de categorías cuya meta es codificar la realidad, propuesta diariamente en los medios. Este sistema sobrepasa la capacidad de control individual y las intenciones políticas a corto plazo de los detentadores del poder o de los profesionales de la comunicación (Casasús, 1985).



Respecto al proceso de composición. Alonso (2006) estableció que el primer paso de la cadena está en la redacción y presentación de textos. Luego que el material es titulado, es ubicado de manera eficaz y atractiva en el diario. Este último eslabón en la secuencia de preparación de un medio gráfico recibe el nombre de diagramación.

El secretario de redacción, el jefe de página o el encargado de la sección es quien debe determinar la jerarquía del material que lleva para su diagramación. La tarea del diagramador no lo libera de responsabilidad, por lo que su criterio prevalecerá en cuanto al mayor o menor realce de la información ya que se supone conoce a fondo el valor de lo publicado. En todo el diario debería existir equilibrio entre forma y contenido, por lo cual la provisión de material gráfico es de gran importancia a la hora de definir la ubicación de todo.

Es necesario deducir que la diagramación hecha para una nota se aplica por añadidura a su correspondiente fotografía, dada la conclusión periodística aceptada que la fotografía complementa el texto constituyendo una unidad. Las características de la información (texto) o la intensidad de algunos datos suelen determinar su valoración, ubicación y edición, e igual pasa con las imágenes.

Para analizar un diario es ineludible entender el proceso de su constitución. Casasús (1985) expuso que la hemerografía se encarga precisamente de la descomposición sistemática de la estructura de los periódicos, ello con el objetivo de hallar conclusiones de tipo general referentes a su evolución en un ámbito determinado.

Como se adelanta por su procedencia, la hemerografía consiste en la descripción de lo que sale todos los días. Los prototipos más comunes de diarios pueden ordenarse en estos tres grandes grupos: informativo-interpretativos, popular-sensacionalistas y de opinión. Cuando la hibridación no es debida al azar, a la degradación o a la negligencia,

sino que es el resultado buscado de una adaptación o combinación consciente y excepcional de especies hemerográficas de diversa naturaleza, los dos grupos tipológicos más frecuentes resultan ser el diario sensacionalista-informativo y el diario de opinión-informativo.

Un tipo de hemerografía que resulta importante por las características del estudio es la Hemerografía Estructural. Este análisis morfológico y de contenido pretende examinar el diario tal como se presenta al público cada vez que se edita. Según Casasús (1985) la especialidad científica tiene dos ramas fáciles de distinguir: el análisis estructural de la morfología y el análisis estructural del contenido.

En la morfología se estudia el diario como una serie de superficies de papel en las que se ordenan unidades comunicacionales. Las superficies se dividen en redaccional y administrativa - publicitaria.

Respecto a la superficie administrativa - publicitaria, resulta oportuno mencionar el problema que plantea la existencia de la llamada 'publicidad encubierta' y de las dificultades de su localización o desglose. Constituyen promoción encubierta aquellos textos aparentemente profesionales que contienen mensajes por cuya inclusión la administración o en algunos casos los propios periodistas perciben un beneficio. La publicidad encubierta es como corrupción periodística, y no sucede sólo en relación a las autoridades, pasa también con empresas e instituciones.

Las masas comunicacionales que se incluyen en la superficie redaccional son susceptibles de ser diseccionadas en tres grandes grupos de elementos de estructura primaria: el texto, el titulado y las ilustraciones. En cuanto a las imágenes, se plantea una nueva hipótesis de trabajo: si el texto y el título pierden sentido al ser separados de la ilustración deberán ser contabilizados como parte integrante de la misma.

Tras el grave aislamiento del titulado, los textos y las ilustraciones en favor de un análisis por elementos de estructura, se impone un nuevo estudio morfológico que se obtendrá reagrupando los elementos en unidades redaccionales o agrupaciones. Unidades que son generalmente autónomas, de dos o más elementos de estructura: título y texto, título e ilustración; título, texto e ilustración; texto e ilustración (Casasús, 1985).

Siguiendo a Casasús (1985); el análisis de contenido, como segunda rama de la hemerografía estructural, pretende aislar y examinar todos los elementos que intervienen en el proceso de semantización del mensaje, que a su vez constituyen el contenido del medio. Este último proceso otorga los componentes necesarios para un diagnóstico ideológico.

El hecho que la investigación se base en una descripción cuantitativa significa que un mensaje es una secuencia de elementos aislables, susceptibles de ser clasificados por categorías y unidades, así como contabilizados y tratados estadísticamente.

Un concepto común a todas las tendencias de análisis de contenido es el de identificar la unidad redaccional como la unidad de base. La unidad mínima de un mensaje es el gramo (letras, signos) cuyas asociaciones (poligramos) son estudiadas a tenor de su frecuencia (probabilidad de poligramos). Algunos ítems representan en el fenómeno comunicacional el papel de operadores semánticos, que son algo así como 'condensadores de significados'. Son categorías de uso muy institucionalizadas en los medios masivos y de una enorme complejidad porque están asociadas a campos muy complejos de significados sociales. Por ejemplo 'terrorismo' es uno de los operadores semánticos-claves para la semantización de la violencia de masas. Es en este nivel de

los gramos, los ítems y los operadores semánticos donde el análisis de contenido debe acometer la investigación de las primeras operaciones selectivas y combinatorias con que se empieza a tejer la estructura del mensaje. El hecho de que se clasifique de 'terroristas' y no de 'activistas' a los individuos ya constituye una operación selectividad cargada de un enorme poder ideológico. Y la valoración ocurre de igual manera en las fotografías (Casasús, 1985).

El análisis de ítems (la probabilidad de poligramos) demostrará que estos operadores semánticos actúan también en la composición sintagmática, es decir en la construcción del discurso. No es lo mismo decir 'activista político' que 'terrorista político'. Al elegir entre dos ítems se realiza una operación ideológica; y al combinarlos, también.

El análisis moderno de contenido no puede olvidar estos factores. Se debe insistir en que cada uno de estos elementos de estructura (o unidades menores) también son susceptibles de análisis. Los títulos, como los textos e ilustraciones, son también resultado de la selección y la combinación. Por lo tanto, el análisis de contenido no sólo debe atenerse a las unidades base (unidades redaccionales: la noticia o el artículo) sino también a los ítems (palabras, fotos, etc.), a los operadores semánticos (los significados condensados en determinados términos o en determinadas imágenes), a la probabilidad de poligramos y a las unidades menores (elementos de estructura) que las componen (Casasús, 1985).

Adicionalmente, para uno de estos elementos: la fotografía, el análisis debe tener en cuenta la complejidad específica de su composición. La fotografía está dotada de una autonomía estructural, pero no se presenta aislada: precisa estar con otros elementos de estructura. El mensaje fotográfico presenta una serie informacional

icónica y una serie informacional lingüística, donde el título y el texto no siempre describen el contenido de la imagen, aunque sí la sitúan en un contexto dándole una significación que desborda ampliamente su contenido.

Hay, por lo tanto, en toda imagen tres mensajes: el lingüístico (el texto y/o título), el icónico codificado (la interpretación personal) y el icónico no codificado (el contenido analógico). Cada uno de ellos y sus mecanismos de relación pueden ser objeto de un análisis de contenido [...] (Casasús, 1985, p. 85-86).

### **Portadas en medios impresos**

Siendo la portada de un diario la muestra de los acontecimientos que el diario destaca. Enguix (2013) confirmó que la definición de los contenidos de portada constituye la apuesta estratégica más relevante en la gestión de un periódico. A nivel profesional, la prensa organiza un espacio informativo destacado donde se representan, con la máxima claridad, los criterios de selección y jerarquización de un determinado medio de comunicación. Una prioridad temática que se trasladará y se verá reflejada en los informativos de radio y televisión que divulgan las portadas de estos mismos rotativos. Y es así como se establece la absoluta convicción profesional de que, ciertos temas en portada captarán con mucha más intensidad la atención del lector que aquellos que no están acentuados.

En general, una portada suele llevar entre uno (cuando se trate de hechos realmente excepcionales) hasta más de diez temas destacados de entre cincuenta asuntos que, regularmente, suelen estar impresos en los diarios, si se suman todas las informaciones publicadas en la paginación. Enguix (2013), ratificando a McCombs y Shaw, sustentó que:

(...) el equipo de dirección de los rotativos, así como el consejo editorial de estos grandes diarios, es consciente de que la "selección" temática que se visualizará en las portadas condicionará no sólo la opinión de sus lectores, sino parte de la opinión pública por el efecto que provocarán los medios audiovisuales al divulgar las portadas de estos mismos diarios [...] (s.p).

Todas las portadas presentan una configuración y diseño en los que se destacan de mayor a menor importancia las noticias elegidas. El esfuerzo para captar la atención incluirá fotografías o incluso infografías, no sólo para hacer más atractiva la información sino para suministrar datos adicionales en esta primera aproximación a la lectura. Como norma básica, una vez decididos los temas será el director, junto al director de arte o responsable de diseño de cada diario, quien elegirá la forma en la que se distribuye el espacio de la primera plana.

El proceso de elaboración de una portada es tal vez el que más tensión provoca. Una buena portada aparte de seducir a los lectores, debe establecer distancia respecto a la competencia, tanto en contenido como en presentación temática. A la hora de observar la selección realizada no existe, desde un punto de vista de análisis, nada que se pueda comparar a la portada (Enguix, 2013).

### **2.1.2. Ética periodística**

Rodríguez (1998) expresó que, para que los eventos se conviertan en noticia no basta con que sucedan sino con que sean narrados. En ese proceso de escoger qué se narra, a qué se le da más preferencia, qué se va a excluir de la noticia y con qué intención, así como qué hacer para mostrarla sin vulnerar los principios éticos que deben regirla, es cuando la parcialidad se torna en peligro.

### **Principios del periodismo**

Es vital la puntualización teórica de algunas problemáticas o situaciones que entran en conflicto con la ética periodística y que confrontan la praxis deontológica con la practicidad de la profesión. Situaciones que aunque a veces escapan del control profesional, deben ser consideradas en todo análisis periodístico.

Una de esas situaciones es la concentración de medios de comunicación. Según Alonso (2006), consiste en el ejercicio exclusivo o limitado a unas pocas empresas de todos o una gran parte de los órganos destinados a la información pública; con el dominio o influencia sobre la opinión social en forma inmediata y sobre los poderes políticos e institucionales por consecuencia. Se hace visible así el problema de la manipulación, la concentración tiene por efecto cercenar la libertad de expresión y el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz: derechos consagrados en la mayor parte de las constituciones. De este modo, la fotografía pasa a ser sólo una de las formas en que la profesión se pone al servicio de interés usurpados; una estrategia visual difícil de interpretar por la gente.

Otro conflicto periodístico ético tiene lugar con la publicidad formal. Alonso (2006) reflexionó sobre lo complicado de la independencia profesional cuando hay mucho a lo que rendirle cuentas, indicando que:

Resulta cuanto menos difícil imaginar un medio como 'independiente' cuando el mismo subsiste única o mayormente de los anunciantes y, más difícil aún resulta considerar a algunos periodistas como 'independientes' cuando pertenecen a poderosos multimedios de los cuales dependen, máxime teniendo en cuenta que los medios con mayor presencia en el mercado suelen hallarse concentrados en muy pocas manos (p. 404).

¿Cuál podría ser entonces la fórmula para enfrentar problemas éticos?. Pascual (s.f.) manifestó que lo importante no es buscar que existan periodistas imparciales, sino formar profesionales que tengan ‘buenos prejuicios’ o, al menos, pocos ‘malos prejuicios’. Es decir, periodistas que sepan orientar sus intereses e informaciones según principios éticos, según un proyecto de justicia y de veracidad que promueva una revolución en el mundo informativo.

Periodistas, críticos y teóricos coinciden en que, a mayor complejidad de la realidad, mayores desafíos para el trabajo periodístico. Los desafíos se entienden en términos de compromiso, de saberes adecuados y coherentes, de capacidad de respuesta rápida a los requerimientos sociales de información (Martini & Luchessi, 2004, Los desafíos de la prensa, p. 50).

### **Rutinas periodísticas y conflictos**

Para el periodismo gráfico, lo esencial es el proceso que va desde que se registra una declaración o suceso noticioso, hasta que aparece a disposición de sus lectores (Alonso, 2006).

En la realidad particular (Chimbote) el trabajo es convencional. Como uno de los profesionales en el ámbito local con mayor experiencia y formación fotográfica, Ibarra (2012) estructuró un esquema de trabajo que explica la mecánica que se sigue en Chimbote:

(...) te explico: el redactor y el reportero gráfico salen a la calle, recogen la información: fotos y texto llegan a mesa (mesa de trabajo periodístico) ... el redactor construye su texto, el reportero gráfico entrega sus fotos al editor de fotografía. Con texto e imágenes ya tienes todo. En ese caso me pasan las



fotografías a mí, al editor de fotografía, así uno tiene que leer un poco el texto y buscar la foto adecuada, aquella foto que va con la nota. Si no hay se busca una foto de archivo... si la foto es muy buena, aunque no refiera directamente el hecho, se puede considerar (...). Uno tiene que buscar una fotografía apropiada para la nota... una foto que yo viéndola me diga algo, que tenga relación con el titular, que sea visualmente atractiva, que grafique toda la problemática... y obviamente cuando colocas la foto que genera opinión y que contiene crítica, (...) la gente tiene que estar atenta (...) se da cuenta de eso; por ello incluso puede relacionar los hechos, recordar los antecedentes, etc. (comunicación personal).

Siguiendo a Ibarra, no siempre una foto periodística la hace un reportero gráfico. Ocurre que hay personas que tienen una cámara y de pronto son testigos de un hecho, preparan el equipo y ya está. Si las imágenes reúnen todas las condiciones para ser publicadas, lo son. Sin embargo, a pesar que la idea expresa una realidad entra en debate con la importancia fotográfica que el mismo autor defiende al indicar la necesidad de periodistas especializados en fotografías, además de revelar una crítica de cómo sí debe ser el trabajo visual.

Martini (2000, véase en Martini & Luchessi, 2004) señaló que la responsabilidad de la producción informativa es proporcional a la importancia que las noticias tienen o se les atribuye, debido a que su aporte a la formación de la opinión pública consolida los imaginarios sociales. Por lo tanto, descifrar la imparcialidad de un medio implica también observar con atención un contexto de tipificaciones o prácticas periodísticas. El análisis necesitará ver como conviven las variables: economía, política

y actuación del medio, considerando la responsabilidad social que tendría que fluir. Una revisión que permitiría develar la existencia o no de intencionalidad, e interpretar los efectos sociales y/o conflictos éticos que se generen.

El comportamiento periodístico determina ciertas pautas recurrentes para situaciones particulares y cierto margen de improvisación en sucesos inesperados, estas consideraciones son vitales para tener una mejor idea de las características y el alcance laboral, en el devenir diario que lo determina. En 1999, (Tuchman, véase en Rodrigo) explicó que el procesamiento de la noticia se vuelve rutina de acuerdo a como se piense se desarrollan los sucesos en las instituciones, predecir el curso que seguirán sus relatos permitirá a los jefes de sección planificar qué reporteros quedaran disponibles para cubrir las noticias y cómo tendrán que hacerlo. En ello es importante la tipificación que agrupa a las noticias en blandas, duras, súbitas, en desarrollo y de secuencia; además porque esta clasificación promueve el surgimiento de soluciones prácticas a los problemas periodísticos que se presentan en la jornada.

Además, como señala Tuchman, el trabajo informativo está empotrado de manera reflexiva en el contexto de su producción y presentación. Se basa en la estructura política y a la vez la reproduce, del mismo modo que se basa la organización del trabajo informativo.

A pesar que el conocimiento común contiene 'recetas' que están aceptadas socialmente y que sirven para enfrentarse a los problemas que son frecuentes. Tunstall (1980, p. 91) calificó a la organización periodística como burocracia contraria a la rutina, debido a que las características de las informaciones que se transforman en noticia son muy diversas, por tanto, es imposible un producto industrial estandarizado.

"(...) el tipo de trabajo desarrollado por los periodistas es de -no-rutina-, y en este trabajo se encuentra un elevado número de casos fuera de la norma" (véase en Rodrigo, 1999, p. 127).

Por otro lado, un periodismo positivo no debe verse, necesariamente, a través de las denuncias que hace. Ni un extremo ni el otro, ni el sensacionalismo de no decir nada ni el de distorsionar la realidad u opinar sin fundamentos. Definitivamente ello es actuar con ética.

Durante el 2004, Martini & Luchessi reflexionaron sobre algunas situaciones que plantean conflictos éticos al momento de ejercer la profesión. La primera de tales restricciones es el estilo del medio, que como ya se ha indicado a veces silencia las opiniones con lo que se estipula como límites, que suelen estar determinados por los intereses comerciales o políticos. En el devenir laboral hay decisiones que no dependen del trabajo personal, y cada instancia tiene su terreno de operaciones.

En otra línea, las operaciones de autoconvencimiento y negación de los defectos que detectan las acciones de los otros parecen ser los elementos que permiten, a los trabajadores en general y a los periodistas en particular, desarrollar sus tareas cotidianas sin analizar hasta qué punto les es otorgado el ejercicio de la libertad. Esa es otra cuestión. Se evidencia la elección personal de cumplir las órdenes que, por cierto, son comunes a cualquier trabajo.

Brevemente, se trata de honestidad, coherencia y conciencia respecto de cuánto poder tiene el profesional sobre su propia información. De igual manera, no sólo se debe creer que ejercer mal la profesión implica apoyar a los 'malos', a veces es todo lo contrario.

El proceso de denuncia también podría formar parte de la línea editorial de un medio, un estilo o la forma de trabajo particular de un periodista, que puede resultar parcial.

(...), muchos periodistas se constituyeron en querellantes y denunciadores de casos, mayoritariamente vinculados con la corrupción. La autopercepción de la creación de un espacio fiscalizador, controlador de las acciones del Estado y sus funcionarios, tiene consenso entre los consumidores de productos periodísticos.

(...). La denuncia es funcional a la construcción de una imagen positiva, aunque no implica necesariamente ningún potencial de cambio, ni siquiera el incremento de la calidad democrática [...] (Martini & Luchessi, 2004, p. 51-52).

### **2.1.3. Periodismo Político**

El periodismo político es aquel que tiene como materia prima informaciones sobre temas políticos. Estos temas son aquellos que se surgen de las actividades cuyos protagonistas son las autoridades o los dirigentes sociales, así como sus organizaciones cuando se expresan a través de manifestaciones públicas. De igual manera, cuando son sobre las instituciones del Estado o sus organismos de poder, y cuando la información tiene una repercusión política evidente, aunque su contenido sea predominantemente de otro tipo.

Son consideradas noticias políticas, aparte de las que indiquen información del tipo, aquellas referidas a conflictos entre actores políticos, en algunos casos también cuando la iglesia participe en la toma de decisiones que se relacionen con decisiones de gobierno.

Para sustentar como se arribó a la conceptualización anterior, que delimita el campo de acción de la tesis para la selección de las portadas, tenemos a Enguix (2013).

El investigador español estableció que "el periodismo político es la especialización del periodismo encargada de atender todo acontecimiento o hecho político que acontece en o fuera de las instituciones políticas, pero que tiene incidencia directa en el debate político" (s.p).

Junto a la noticia política estricta, que se entiende como aquella que tiene en su origen y finalidad actores exclusivamente políticos: un debate parlamentario, los procesos electorales, las disputas en la directiva de un partido, etc.; existe el análisis de una segmentación que contemplaría noticias de sub-áreas, clasificadas como:

- Política de Tribunales: En este caso se considera como tales casi exclusivamente los casos de corrupción política investigados por jueces o fiscales en todo el ámbito nacional. (...)
- Política Económica: Acontecimientos que tienen en su origen actores institucionales o políticos que, en la gestión del poder, condicionan con sus decisiones la realidad económica. Servirían como ejemplos una reforma laboral aprobada por el gobierno o la decisión de un rescate o intervención de una autonomía.
- Política Internacional: Acontecimientos que tienen su origen en actores institucionales o políticos internacionales, especialmente de ejecutivos de otros países, que afectan directamente a la vida de los ciudadanos. Ejemplos serían unas elecciones en cualquier país del mundo o la decisión de un país de entrar en hostilidades con otro país vecino.
- Política Social: Acontecimientos que tienen su origen en actores institucionales o políticos, cuyas decisiones provocan un fuerte debate político aun tratándose de asuntos sociales, como podría ser la ley del

aborto (Ley de Reproducción Sexual y Reproductiva, y de Interrupción Voluntaria del Embarazo)

- Política Terrorismo: Se ha querido diferenciar este punto por su enorme importancia en el debate político general. Si bien es cierto que podría identificarse como una temática estrictamente política, (...) ofrece múltiples variables, muchas de ellas complejas de abordar, que exigen segmentarla para una mejor comprensión de su importancia en la prensa (...).
- Política Educativa y Cultural: Acontecimientos que tienen su origen en actores institucionales o políticos cuyas decisiones provocan una alteración de la conducta del mundo cultural y también educativo [...] (Enguix, 2013, s.p.).

Respecto a los campos temáticos que aborda el periodismo político, Giró (2010, véase en Enguix, 2013) afirmó que, así como la política se hace sobre realidades concretas: presupuestos, enseñanza, trabajo, seguridad, entre otras; el periodismo político tiene que entender diferentes campos cuando sea pertinente, más allá de sus reglas generales de funcionamiento. El periodismo político se ocupa de la acción de los gobiernos y de los grupos opositores, ya sean partidos u otro tipo de organizaciones. Queda incluida la interacción de los partidos entre sí y con grupos o movimientos sociales no estrictamente políticos y, en congruencia, también la actividad parlamentaria y la movilización en la calle.

Más allá de las características derivadas de los actores sociales protagonistas de las noticias, existen otras condiciones definitorias: se trata de la cobertura de todos esos actores en situaciones de conflicto. El periodismo político así concebido se ocupa de las apariciones públicas, las campañas, las elecciones, los debates (parlamentarios

incluidos). Se dedica a la cobertura de la política, en cualquiera de las escalas territoriales dentro de un estado y de sus relaciones exteriores. Puede en muchos casos, cubrir hechos o acontecimientos de otras áreas temáticas del propio diario, en la medida en que la acción política del poder político abarca prácticamente toda la actualidad informativa, salvo excepciones muy marcadas como pueda ser el área deportiva. Aún así, existen conflictos dentro del mundo deportivo donde la acción política tampoco está ausente.

## **2.2. Fotografía periodística**

### **2.2.1. Técnica fotográfica**

Es indispensable iniciar con un concepto convencional que permita profundizar el aspecto técnico de la fotografía, en especial porque en el tratamiento de los factores técnico-fotográficos son, precisamente estos, los que se maniobran para adecuar el resultado a las intenciones. Ello y la implicancia tanto psicológica como histórica que poseen cimienta la importancia de su revisión. Con tal propósito, Álvarez (2008) explicó que la fotografía es el proceso de grabar imágenes fijas sobre una superficie de material sensible a la luz, basándose en el principio de la cámara oscura, en la cual se consigue proyectar una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie. Para almacenar esta imagen las cámaras utilizan actualmente, además de la película sensible, algunos sensores digitales CCD y CMOS.

Las condiciones técnicas permiten ir más allá. La diagramación fotográfica se compone por un entramado de códigos mediante de los cuales tiene lugar la manifestación de parcialidad o imparcialidad.

Siendo así, Bages (véase en Karam, 2003) señaló que:

(...) la fotografía agrupa en su conjunto dos referencias básicas: lo icónico (significación, mensaje visual, códigos, signos, lenguajes) y lo material (significante, soporte, técnica). La fotografía es un acercamiento a la realidad mediante un recorte de algunos aspectos de ésta; no es solo imitación, sino sobre todo reproducción por medio de la vinculación a algunos elementos análogos (Acercamiento al retablo del diario, párr. 2).

Cadavid & Cadavid (2003) indicaron que el hombre es un animal visual cuya percepción le suministra la información para el proceso de pensar, que organiza su conocimiento.

En tal contexto, hablar de fotografía implica entender la justificación de su esencia: su base visual; lo que permitirá establecer el cimiento de su alcance informativo y la influencia en el receptor.

En esa línea, Esparza (1989) indicó que a los elementos denotativos de la fotografía se superponen los elementos icónicos de connotación: “a estos últimos podemos clasificarlos en profotográficos y fotográficos. Es decir, en aquellos valores connotativos que de por sí poseen culturalmente los componentes de la escena fotográfica, y en los elementos propiamente fotográficos que determinan la escena final” (véase en Abreu, 1999, párr. 3).

Respecta a los elementos fotográficos, que pueden conferir connotaciones a la imagen, se consideran acordes al proyecto de investigación: “la angulación, el encuadre, la composición, la iluminación y las sombras; el contraste, el lente usado, el grano y el color” (Abreu, 1999, Elementos profotográficos y fotográficos, párr. 4).



Se profundizará en cada uno de los elementos fotográficos al mencionar los indicadores psicológicos presentes en el proceso de su constitución, asimismo al revisar los lineamientos de su esencia conceptual: la significación. Pero antes debe recordarse que la fotografía es una imagen y consecuentemente tiene una explicación semántica, así como que el proceso de significación abarca la comprensión de una serie de signos.

Según Saussure (s.f) el signo consta de significante y significado. Sobre el punto, Peirce (s.f) amplió expresando que un significado global depende del contexto y de la densidad semántica que se tenga. Ambas definiciones son aplicables para la fotografía, por tanto, la indicación de signo es correcta también por la carga social y el proceso visual que contiene. Sin embargo, hay varios tipos de signos visuales.

Pierce (s.f) clasificó el signo visual en tres tipos. De ellos, la categoría de ícono corresponde mejor al concepto fotográfico, frente a las nociones de índice y símbolo, por su semejanza con la realidad que representa sobre todo en el periodismo. Además, porque de las tres clases de íconos formulados por Pierce, la imagen representa adecuadamente la realidad visual de la imagen en una portada.

Es decir; la fotografía es un signo, de tipo visual, con la categoría de ícono, y que converge sus características constituyendo una imagen. Por tanto, analizar la significación de una fotografía conlleva comprender sus columnas conceptuales, sobre todo si luego se le adicionará la condición de periodística.

Ahora, siendo la fotografía una imagen de tipo icónico le compete dos posturas de significación:

- a. Postura analógica: La relación entre significante y significado se fundamenta en el parecido o la semejanza.

b. Postura Convencionalista: Según Pierce, signo es aquello que está en lugar de algo para alguien, de modo que la relación entre significado y significante es puramente convencional. El prejuicio icónico surge como consecuencia de la analogía. Tiene lugar cuando, por ejemplo, decimos ver un árbol en la pizarra. La cultura condiciona nuestra forma de ver, y para conocer las imágenes tenemos que “desautomatizar” la visión, de modo que no encontremos referentes necesariamente.

Por el enfoque de la investigación la postura convencionalista tiene prioridad, su mejor adecuación al proceso de manifestación de imparcialidad periodística es clave. La postura analógica encaja en el carácter netamente informativo e inherente de la fotografía, también examinado.

Villafañe & Mínguez (2006) debatieron la implicancia de la imagen a través del análisis de sus elementos. Los autores determinaron que la imagen tiene una variedad de métodos dado que para su comprensión se entrelazan ideas de estética y diferentes áreas profesionales, como si la imagen fuese un hecho comunicativo con lenguaje propio. Un lenguaje visual que respalda a la fotografía en la expresión de la realidad o lo parecido: una imagen que recrea la realidad. Es factible, por convención, que entendamos una fotografía de determinada manera. Sin embargo, el proceso que corresponde a su construcción semántica no queda exento de estar intencionado o de no cumplir con la ética periodística en el sentido de su imparcialidad.

El parecido es un código o convención. (...). Es decir, al observar una foto se asume que no sólo lo que se ve es real, sino también hay que considerar lo que percibimos subjetivamente. (...)

En el grado de la expresión (para una fotografía), la sustancia es la materia seleccionada con la que podemos expresarnos y, la forma es un concepto concreto inteligible. En el grado del contenido, sustancia son todos los significados que pueden distinguirse de otros, y forma es ese contenido entendido dentro de un contexto. Lo que hace que unamos un determinado significante con un significado concreto es la convención.

En el grado de expresión tenemos a la fotografía como reflejo de la realidad; y, en el grado de contenido, las posibles lecturas que se hagan de ella, así como, finalmente, la que se seleccione [...] (Gonzales, Teoría General de la Imagen, s.f.).

## **Indicadores de percepción y psicológicos**

### Indicadores de la percepción espacial

Acerca de la percepción del espacio, Abreu (1999) desarrolló una serie de indicadores que interactúan durante el proceso de elaboración fotográfica: mecánicos, cinéticos y pictóricos. Resulta obvio que el aspecto mecánico está representado por el aparato fotográfico que se utiliza, lo cinético y lo pictórico hacen referencia a la variabilidad y las nociones de color a emplearse.

### Indicadores de la percepción del movimiento

De acuerdo a Abreu (1999) dos son afines a la investigación:

Compensatorio: movimientos que se realizan para re-encuadrar el campo de visión.

Seguimiento: que se puede relacionar con las fotos secuencia o con la relación que se establece en las fotografías, de un mismo tema, tomadas en fracciones de tiempo (s.p).

### Indicadores psicológicos

En 1999, Abreu sostuvo que para sugerir significados existen diversas técnicas que logran ir más allá de la misma imagen, debido a la simbiosis entre información y opinión de la fotografía. Aquellos indicadores que connotan intencionalidad son los siguientes: la angulación, el encuadre, la composición, la iluminación, el contraste, el lente, el grano, el color y la edición.

#### **a) La angulación**

Según Beceyro (1979, véase en Abreu, 1999), la angulación es un excelente recurso para introducir significados. Por convención se acepta que el ángulo en picado disminuye a la persona retratada; mientras que el ángulo contrapicado, como sostuvo Tausk (1984, véase en Abreu, 1999), tiene el efecto contrario porque su connotación busca exaltar al personaje. En 1976, Freund afirmó que "en todo caso, un personaje puede resultar simpático, desagradable o hasta ridículo según el ángulo desde el cual se le fotografíe [...]" (p. 47).

#### **b) El encuadre y la composición**

Abreu (1999) explicó que el punto de vista desde el cual el fotógrafo contempla el fragmento de la realidad que captura y la forma como distribuye los elementos fotografiados constituyen el encuadre y la composición de la foto. Por lo tanto, como son sus elecciones, fácilmente puede emplear los elementos para transmitir su opinión. En 1973, el diario El Mercurio publicó la fotografía de una procesión fúnebre captada al pasar frente al palacio presidencial. La fotografía del periódico de oposición sirvió como augurio al golpe de estado que sucedería en Chile un mes después. Landis (1982, véase en Abreu, 1999) explicó que para el caso las decisiones no fueron casuales.

Es habitual ver como los reporteros gráficos llegan a los mítines o eventos políticos con la orden expresa de fotografiar los lugares vacíos o realizar tomas que puedan perjudicar a las agrupaciones, porque eso parece ser lo que vende (Abreu, 1999).

(...) El enclave desde el cual reproduzcamos visualmente una escena dará inmediata noticia de nuestra posición física, con posibles derivaciones hacia una apreciación de nuestra toma de partido, en el caso de que la escena sea conflictiva o plantee algún tipo de oposición o de confrontación: no es lo mismo fotografiar a manifestantes desde detrás de la policía que a policías desde detrás de los manifestantes, cuando unos y otros protagonizan un enfrentamiento (Alonso & Mantilla, 1990, p. 28).

### **c) La iluminación**

En 1999, Abreu explicó que el fotógrafo tiene control sobre la luz a pesar de la iluminación del lugar. En ese sentido, la luz posterior permite separar las figuras del fondo mientras que la iluminación frontal aplasta los objetos contra él. La iluminación lateral, ya sea horizontal u oblicua, produce relieve, pero si no es equilibrada acentúa contrastes que resultan deformes. Algo similar sucede si la luz se dirige desde arriba hacia abajo porque origina fuertes sombras en la superficie a fotografiar.

Boulton (1989, véase en Abreu, 1999) ejemplificó lo anterior señalando el caso del expresidente de Panamá, Manuel Noriega, quien al ser retratado por los reporteros de EE.UU. era mostrado como alguien desagradable y terrible. Como el mandatario tenía acné, los fotógrafos procuraban que la luz iluminara su rostro de forma lateral, acentuando tal característica.

Precisamente los efectos de terror e inquietud, según Alonso & Mantilla (1990), siempre son compuestos con el desequilibrio intencional de la iluminación.

A menudo lo que induce a la obtención de una fotografía, más que el tema en sí, es la "atmósfera" que éste suscita. En efecto, puede que, de haberse presentado en una atmósfera diferente, el tema hubiera carecido de todo interés. La atmósfera es, en gran parte, producto de la luz [...] (Feininger, 1977, p. 306).

#### **d) Emulsiones, reveladores y papeles**

El uso de estos elementos responde a un acto deliberado, a través del cual el fotógrafo también puede emitir opiniones. En 1999, Abreu indicó que el grosor de la película o grano puede intensificarse o atenuarse con el tipo de material que se emplee. Siendo así el grano grueso eficaz para simbolizar determinadas características intangibles de un tema. Feininger añadió que, el grano grueso enfatiza la brutalidad y confiere a la fotografía el sello de la cruda realidad, como en las imágenes de hechos bélicos y violencia (1977, véase en Abreu, 1999).

Por lo tanto, según Abreu, el grano de la película sugiere condiciones atmosféricas. Conforme se ve en fotos de lugares llenos de humo como bares y cafeterías, el grano enfatiza los efectos o la atmósfera propia de tales sitios. "En consecuencia, puede ser utilizado como un excelente vehículo de opinión" (Abreu, 1999, Emulsiones, reveladores y papeles, párr.4).

#### **e) Los objetivos o lentes**

En 1999, Abreu estableció que:

Mediante el uso de los objetivos o lentes también es factible la emisión de sugerencias visuales. Los objetivos que abarcan mucho campo suministran

imágenes lejanas desde una situación de proximidad (...). Esto aumenta en el receptor la sensación de profundidad ante las escenas representadas (Los objetivos o lentes, párr. 1).

Por otro lado, los teleobjetivos tienen un estrecho campo de toma. Alonso & Mantilla indicaron en 1990 que, para su caso, proporcionan imágenes cercanas desde una situación de lejanía, provocando la sensación de aplastamiento y de camuflaje de las distancias relativas (véase en Abreu, 1999).

A pesar de lo anterior, Abreu sostuvo que las significaciones podrían no ser exactas algunas veces, pero cuando los elementos sean empleados con acierto serán eficaces para subrayar el carácter de una situación fotografiada y connotar profundidad (1999).

De manera que en virtud de los objetivos de distintas focales y a las distancias apropiadas entre el tema y la cámara, al fotógrafo le es posible producir cualquier perspectiva. De modo que un reportero gráfico conocedor de las sugerencias que pueden lograrse con el uso de estos recursos goza de un control sobre la plasmación de la profundidad y el espacio (Feininger, 1977, véase en Abreu, 1999, Los objetivos y lentes, párr. 8).

#### **f) El color**

Para justificar que las imágenes a color son más atractivas que aquellas a blanco y negro, Feininger (1977, s.p) explicó que "el color que la luz produce en un cuerpo excita a los electrones de modo que se produce energía". Sin embargo, a pesar de la influencia de los colores en el significado de las imágenes. Abreu (1999) señaló que el color más que cualquier otro indicador psicológico puede conferir distintas

interpretaciones a la vez. En base a tal fundamento, un análisis cromático en una investigación de contenido, como la del estudio, podría resultar contraproducente a los objetivos de la tesis. Además que el color en las portadas del diario analizado responde únicamente al color de las imágenes fotografiadas, sin más alteración.

### **g) La edición**

El trabajo del editor gráfico también está cargado de opinión implícita y puede ser utilizado para distorsionar la información (Abreu, 1999).

En 1982, Durandin (véase en Abreu, 1999) trató la problemática ética del proceso de edición refiriendo el caso de Andrei Kirilenko, funcionario de la Unión Soviética, quien apareció en una fotografía donde dirigentes de Estado celebraban una importante fecha cívica, a pesar que no estuvo en la actividad. Tal imagen fue posible gracias a un procedimiento de trucado, generando una nueva versión de la fotografía y por tanto de la realidad.

Durante el 2013, en una realidad similar a la del estudio, una fotografía difundida por el periódico "Hoy" en el departamento colombiano de Magdalena mostró que el problema persiste. En la imagen, tomada en una cumbre de alcaldes, se borró digitalmente al burgomaestre de la capital departamental, Carlos Caicedo. El caso estuvo a punto de pasar desapercibido como quizás muchos otros.

El director del Consultorio Ético de la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), respondió al cuestionamiento de un estudiante de periodismo en el que se cuestionaba si la manipulación fotográfica era un asunto técnico o deontológico. Restrepo (2013) sentenció que los códigos de ética y los



manuales de estilo-legales coinciden en el rechazo de la manipulación fotográfica, vista como la manipulación de los hechos, por cuando el compromiso primordial del periodista es la verdad. Los lectores confían en el periodista porque creen que no les dará informaciones alteradas.

Alterar una fotografía (...) supone una deliberación maliciosa, no importa la técnica que se utilice. No se puede alegar en favor de esa acción la libertad de informar o no informar porque nadie tiene libertad para mentir o mutilar la verdad; tampoco da justificación la real o supuesta mala conducta o gestión de la persona que es objeto de la manipulación fotográfica (Restrepo, 2013, Consultorio Ético discute caso de alcalde borrado de fotografía en diario regional, párr. 5-6).

Otro aspecto de la problemática de la manipulación está en el manejo del tono informativo, que cambia la realidad a pesar de probables buenas intenciones. Un panorama que ejemplifica este sensacionalismo, y además una serie de deficiencias en el tratamiento visual de la información, se presentó con un atentado en Boston sucedido en abril del 2012.

Restrepo (2013) analizó la actuación de los medios considerando que la mayoría de fotografías fueron bastante crudas. Varias imágenes eran de cadáveres o heridos con extremidades mutiladas, por lo cual la situación planteó serias preguntas éticas respecto a cuáles debieron ser publicadas y cuáles no.

Un caso resaltó más que los demás. El New York Daily News publicó en su portada una fotografía que mostraba personas heridas sobre un pavimento totalmente cubierto de sangre. Sin embargo, la fotografía había sido manipulada digitalmente para

ser menos impactante, eliminando del encuadre una pierna cercenada. Varios medios norteamericanos publicaron fotografías similares, pero en lugar de distorsionar la realidad 'volviendo a poner en su lugar extremidades desprendidas', difuminaron las partes más sangrientas.

Sobre la acción, el portavoz del diario refirió que la edición de la foto se hizo en consideración a la sensibilidad de las víctimas y sus familias, aludiendo que no se publicó la imagen más sensacionalista que se tenía y que ello era lo que cualquier medio hubiera hecho.

De acuerdo al Código Ético de la Asociación de Fotógrafos de Prensa de Estados Unidos, (véase en FNPI) cualquier edición "deberá mantener la integridad de las imágenes fotográficas en contenido y contexto. No se deberán manipular las imágenes para añadir o alterar la realidad que se les presenta a quienes las vean" (Critican a diario por "suavizar" sangrientas fotos de atentados en Boston, párr. 8).

Las normas anteriores tienen que ver con dos de los soportes fundamentales de la noticia: la veracidad y la exactitud. (Manual de Redacción del diario El Tiempo, de Bogotá).

(...) Queda prohibida la manipulación de las fotografías que no sea estrictamente técnica-edición periodística, eliminación de deterioros o corrección de defectos de revelado o transmisión-) (Libro de Estilo de El País, Madrid. A 5.1)

(Restrepo, 2013, Documentación, párr. 3-4-5-6).

### **Creatividad y estética fotográfica**

Cuando una imagen tiene la categoría de creativa puede suponerse con validez que es posible que el fotógrafo empleó varios recursos de composición.

(...) la fotografía creativa pura es casi completamente subjetiva y la manipulación de las imágenes se ha convertido en una herramienta fundamental en su expresión artística, (...). El lenguaje artístico fotográfico partió de la herencia de la pintura. Sin embargo, rápidamente amplió su léxico gracias a la facilidad de hacer enfoques extremos picados, contrapicados, etc., la captura del movimiento con largos tiempos de obturador y la decisión del momento. La presión sobre el fotógrafo para marcar su subjetividad en la fotografía forjó un lenguaje lleno de sutilezas [...]

### Originalidad

La inmensa mayoría de los investigadores entienden el criterio de originalidad como el más esencial para definir la creatividad. Sin originalidad no existe creatividad. Ralph J. Hallman basándose en la categoría de singularidad e irreductibilidad a clase alguna que adorna a todo pensamiento, conducta o producto original, le aplica cuatro notas constitutivas: novedad, impredecibilidad, unicidad y sorpresa, y añade que esta apreciación corresponde respectivamente al punto de vista de la filosofía, la ciencia, el arte y la psicología.

La imagen admite la aplicación de estas cuatro categorías para poder ser definida en cada caso como original o vulgar. Esta aplicabilidad atañe tanto a una imagen individualmente considerada o a la secuenciación de ellas. Así, un encuadre podrá ser considerado como realmente original cuando implique una novedad por el fragmento de imagen elegido, la angulación utilizada, la disposición de los términos en el espacio fílmico, etc. El carácter de único e irrepetible confirma el aspecto de novedad y lo valora hasta el momento esa toma del objeto o del personaje no había sido nunca utilizada o no lo había sido en el mismo sentido [...] (García, 2004, p. 13).

### 2.2.2. Valor profesional

Los conceptos de selección y difusión logran explicarse mejor introduciendo oficialmente la categoría de periodística a la fotografía.

(...) desde sus inicios, es un medio de gran utilidad en la investigación científica. Gracias a su utilización a nivel científico se tiene la posibilidad de registrar fenómenos que no pueden ser observados directamente, como por ejemplo aquellos que se desarrollan en tiempos muy breves (fotografía ultrarrápida), o extremadamente lentos (fotografía de baja velocidad), aquellos que acaecen a escala microscópica, aquellos que afectan a regiones muy vastas de la tierra o del espacio (fotografía aérea, orbital, astronómica) y aquellos ligados a radiaciones no visibles al ojo humano, [...] (Wikipedia, La fotografía, 5. Aplicaciones científicas).

Reforzando la premisa, Lara (2005) estableció que el trabajo de fotografiar sirve para documentar momentos de nuestro pasado y que las imágenes serán de gran ayuda para la historia y la antropología. Pantoja (2007) recalcó que el acto fotográfico evolucionó con la incorporación de la fotografía en los diarios, originando que el texto o la palabra dejen de ser los únicos elementos informativos. Un cambio que conllevó una variedad de ventajas porque facilitó el trabajo de los historiadores para obtener datos visuales. Actualmente se mantiene la disputa de hegemonía entre imagen y texto, siendo este aún el vencedor. Josué Ibarra Julca, reportero gráfico y editor fotográfico del diario La Industria de Chimbote, consideró que actualmente se siguen priorizando las palabras: “he notado eso en algunos colegas que utilizan la fotografía como un relleno [...]” (comunicación personal, viernes 27 de julio, 2012).

En su experiencia, Ibarra Julca afirmó que un reportero gráfico debe contar con una serie características como tener la sangre fría, manejar los conocimientos elementales de la fotografía, conocer muy bien su equipo y tener buen ojo. Un reportero gráfico es "un cazador de imágenes (...) debe estar preparado para todo (...) a través de la fotografía periodística llevas, transmites algo al lector y le dices: esto ha pasado en un lugar, esto es algo impactante [...]" (J. Ibarra, comunicación personal, viernes 27 de julio, 2012).

Si voy a cubrir un hecho debo ir preparado mental y físicamente, además de estar predispuesto para todo, si voy con temor: sí me pasa algo, sí me cae la bomba, si esto, si lo otro, mejor me quedo en mi casa –no pasa nada- y me dedico a otra cosa. Tú tienes que estar preparado para resolver cuanto hecho en fracciones de segundo y captarlo, así es. Eso es ser un reportero gráfico, (...) además al final el fotógrafo periodístico tiene la capacidad de evaluar si la imagen cumple con los aspectos éticos (J. Ibarra, comunicación personal, viernes 27 de julio, 2012).

La teoría señala que los reporteros gráficos son periodistas versados en el arte visual. Ibarra Julca, el reportero gráfico de mayor trayectoria de la ciudad, aterriza el tema exponiendo una de las complicaciones más notorias del trabajo local.

Por la falta de personal le entregamos la cámara a un redactor, que lo que hace es fotografiar lo que ve, nada más (...) este hace lo que puede hacer y listo. Yo como editor me veo en las limitaciones de poner (publicar) ¡caballero! lo que trajo el reportero A o B... ¿qué le puedo decir?, ¿qué hacer?... no puede hacer nada más, no sé, por el tiempo entre otras cosas (...). Me parece que cuando

tienes una formación de tiempo los resultados son muy diferentes que cuando llegas a trabajar como fotógrafo periodístico prácticamente por casualidad o necesidad. No hay que creer que solamente leyendo todo un texto generas opinión pública, me parece incluso que la fotografía es más efectiva. Pero todo depende de que tú desde las aulas hayas tenido un buen profesor de fotografía, (...), porque es un poco difícil en ese caso que traigas a Juan Perico que nunca cogió una cámara y que te enseñe [...] (J. Ibarra, comunicación personal, viernes 27 de julio, 2012).

La fotografía periodística está ubicada dentro del género llamado fotoperiodismo, en el cual la imagen expone un suceso que muchas veces va acompañada de una nota explicadora que busca reforzar el mensaje; no obstante, hay algunas donde su sola observación es capaz de generar un concepto completo. De lo anterior se extrae el postulado que plantea que las notas explicatorias (o leyendas) refuerzan el mensaje de la fotografía, así la imagen tenga la suficiente capacidad significativa. Tal argumento propicio que la investigación contemple en su análisis ambos elementos. "(...) si quieres valorar la imagen de alguien, de una autoridad al menos, basta con hacerle un seguimiento fotográfico y listo, es así" (J. Ibarra, comunicación personal, viernes 27 de julio, 2012).

La pista en todo lo anterior es que la referencia periodística en la fotografía se debe asociar, necesariamente, a las funciones que cumple. Con respecto a ellas, Pantoja (2007) trabajó en la demarcación afirmando que la fotografía tiene a su cargo las tareas de "informar, documentar y notificar un hecho, se centra principalmente en los acontecimientos y en todos los instantes importantes de la sociedad [...]" (Prensa y Fotografía, párr.6).

"La fotografía como medio de expresión (...) puede contribuir eficazmente a desarrollar la sensibilidad estética, avivar la imaginación [...]" (Fundamentos de fotografía, 2003, párr. 1).

### **Funciones de la Fotografía Periodística**

Sobre el tema, Gomis (1983) desarrolló lo siguiente:

La fotografía dentro del diario tiene unos objetivos pragmáticos. Como varios autores han denunciado, por lo general su uso es secundario y no se deposita en ella (salvo en algunas ocasiones, resaltadas por el mismo medio) el sentido principal de la información. La fotografía sigue considerándose como un adjetivo, una mera complementariedad del texto escrito, una ilustración de lo que realmente es importante. De hecho, la interpretación que da el lector del diario es distinta en tanto la interpreta como complementaria y no fundamental en la decodificación informativa.

Lo que Karam no menciona, pero sí lo recuerda Ramón Jakobson, es que a pesar de que la primera función que surge al pensar la imagen es la de acompañar la información de actualidad incluida en el diario, la foto co-participa (...), muestra algún detalle o da cuenta del principio de verosimilitud por el cual el destinatario de la información posee un insumo más para creer en la información, como si la imagen fuera un argumento en sí de la verosimilitud del contenido.

De una u otra forma, la imagen al ser parte de un proceso más amplio de comunicación participa de una variedad de funciones [...] (s.p).

El diario como actante público incluye lo visual. El lector habitual de cualquier periódico se sentiría más desorientado con un cambio repentino de formato, tamaño y tipo de letra que con un cambio repentino de la línea editorial o equipo de redactores (...) la nitidez de la imagen, el color, la función global de la imagen en la composición del diario, son cuestiones que no pueden considerarse menores en el contrato lector-diario, más aún con la incorporación de la computadora en el diseño y producción del medio impreso que va conformando hábitos más exigentes de lectura en cuanto la diagramación del diario (Gomis, véase en Karam, 2003, Las funciones de la fotografía).

### **Selección y publicación en diarios**

Para que puedan abordarse los lineamientos generales de la estructura de un medio es necesario establecer en qué momento del proceso de diagramación se aplican las valoraciones. Tenemos así a Rodrigo (1999), quien describió al trabajo periodístico informativo como una tarea organizada:

(...) la valoración y la producción de las noticias se hace en base a tres factores: la audiencia, la accesibilidad y la convivencia (...). Básicamente toda la producción informativa se reduce a dos procesos: el de selección y el de jerarquización. Se trata de seleccionar la información y de determinar la importancia de cada una (...) estableciendo una jerarquización de las mismas. Qué duda cabe que la selección de la información es socialmente una operación más problemática que la jerarquización informativa [...] (s.p)

Resulta conveniente conocer los conceptos básicos de las operaciones comunes a todos los medios, que van a ser utilizados luego en la diagramación.



Josep María Casasús desarrolló el tema componiendo el proceso en dos etapas: la semantización y la articulación.

### La semantización

En primer lugar, conviene señalar que (...) semantización es el proceso por el cual un hecho o unos acontecimientos ocurridos en la realidad social son incorporados, bajo la forma de significaciones, a los contenidos de un medio de comunicación de masas. (...) (es) el proceso por el cual la realidad observada se transforma en materia apta para comunicarla a las masas.

La semantización es, por tanto, un fenómeno que sólo puede localizarse en el nivel de la metacomunicación y que suele ser el resultado de dos operaciones fundamentales y a veces instantáneas realizadas por el emisor del mensaje: la selección y la combinación.

La selectiva es una operación que se realiza dentro de un repertorio determinado de unidades disponibles y la combinatoria, resulta cuando se manipulan las unidades seleccionadas para formar el mensaje. (...) Por medio de estas dos operaciones se logra semantizar un determinado acontecimiento (...) es interesante atender a la estructura de estos procesos y estas operaciones porque (...), es en este nivel de la comunicación donde se toman, también, opciones ideológicas. No olvidemos que el mensaje que llega al público se presenta como el producto de este doble sistema de decisión, y que las decisiones que intervienen en el proceso de semantización son de naturaleza metacomunicacional (metacomunicación por combinación y metacomunicación por selección) y que este es uno de los niveles de organización ideológica de los mensajes.

### La articulación

Otra operación metacomunicacional a la que hay que atender es la de articulación, que consiste en las subdivisiones aparentes o explícitas que los emisores imponen al conjunto del material contenido en el medio. Es decir, se trata del sistema de clasificación utilizado por cada medio para fraccionar u organizar el universo del cual se ocupa o sobre el cual informa.

En los diarios y revistas suelen utilizarse articulaciones por secciones o por páginas, (...). Pero de todas formas la articulación constituye a veces una fórmula implícita o tácita de metacomunicar la importancia de determinados mensajes: por ejemplo, cuando una noticia [desborda] los límites de una sección e [invade] otras páginas del medioo [conquista] la primera [plana] (s.p).

Para la escuela clásica norteamericana el universo semántico equivale a las seis W (quién, qué, cuándo, dónde, cómo y porqué) que forman la estructura teórica de una noticia.

Cuando el universo semántico suele organizarse con una operación de contextualización (el dónde de la fórmula clásica), consiste en presentar un contexto de realidad más amplio dentro del cual se localiza el hecho central que motiva el mensaje.

Esta operación puede realizarse en el nivel de la articulación porque al colocar el mensaje en una sección de nacional, por ejemplo, se hace referencia a un contexto geográfico y social determinado. La temporización consiste en la referencia directa o indirecta a una carrera de acontecimientos o a un dato cronológico determinado del cual forma parte el hecho semantizado (corresponde al cuándo clásico).

La personalización consiste en identificar a los actores del hecho (equivale al quién). La clasificación (el qué) consiste en caracterizar un hecho como miembro de una determinada clase. La descripción (el cómo) abarca todas las referencias a elementos constitutivos del acontecimiento que se relata. La explicación (el por qué) es la mención explícita de causas. Y la circunstancialización consiste en presentar las situaciones concretas que anteceden inmediatamente al hecho central, que lo siguen que en general están inmediatamente asociados a él [...]

(Casasús, 1985, s.p).

Por práctica, un periódico es definido como un soporte impreso donde se distribuyen informaciones actuales, la mayoría acompañadas de datos gráficos. Se entiende que en el mecanismo productor, el director o editor fotográfico escoge una imagen y la separa de otras opciones teniendo como criterio que cumple con reflejar la información que el periódico difunde.

Beceyro (1979) expresó:

Hasta aquí he analizado los elementos específicos de la estructura de la fotografía (...): la altura de la cámara, la zona de foco, el plano elegido, la luz, etc. Lo que he tratado de probar es que, en cada fotografía, a través de estos medios específicos, hay una organización particular, que el autor concreta efectivamente en el contenido de la foto

(...) lo que una fotografía dice, lo dice mediante una estructura específica. Y sólo mediante ella. Es lo que a veces se ha llamado fotogenia y que, (...), resulta ser, finalmente, la organización de la foto (Ensayos sobre la fotografía, p. 26-27).

La fotografía es producto de un proceso de producción desde la decisión del fotógrafo hasta la inserción de un determinado material en una página del diario sometida a un conjunto de códigos que re-significa y orientan la posible intención del fotógrafo, como pueden ser su posición en el diario (lugar, página), la cabeza y pie de foto [...] (2003, Bages, véase en Karam, Acercamiento al retablo del diario, párr. 4)

Lo que continua es sugerir algunas nociones relacionadas a la subjetividad porque es necesario enlazar la función social que cumple la fotografía periodística con las actitudes cenestésicas de opinar, entendidas como asumir y percibir posiciones. Es preciso así aceptar que las fotografías son publicadas con una opinión preestablecida, que pretendería intereses particulares. Tal idea enmarca la comprensión de la ética foto periodística.

Delgado (1974) planteó que opinar significa emitir juicios sobre algo, una acción que se desarrolla en la mente del hombre. “De modo que la información, como la opinión, está presente simultáneamente en los mensajes. No obstante, en algunos casos una impera sobre la otra. Y en ello las intenciones del emisor resultan decisivas” (Abreu, 1999, párr. 31).

(...) los creadores de mensajes visuales actúan con intenciones comunicativas concretas y dotan a sus propuestas de significados precisos. Empero, advierten que dichos creadores reconocen que en la recepción de los mensajes el público está influido por un contexto personal y social que matiza el significado original, y provoca la aparición de diferentes sentidos para idénticas imágenes (Manuel Alonso & Luis Matilla, 1990, pp. 65, 66).

### **Ética foto – periodística**

Para no repetir nociones ya vistas, conviene exponer ejemplos de mala parcialidad. Siendo el sensacionalismo su máxima expresión.

Al respecto, Teixeira (1999) reflexionó que:

Sensacionalismo o cotilleo se ponen en los análisis. Y los fotógrafos aparecen como culpables por la muerte de Diana o por la transformación mágica de Mónica Levinski en una musa de la sensualidad norteamericana. Para mal o para bien ya está la fotografía presente en todos los momentos, los escándalos de la Casa Blanca o denunciando el hambre en Etiopía (...) La fotografía es conductora de la comunicación y puede ser producida con muchas finalidades [...] (Manipulación en el periodismo, párr.8).

El tema de la manipulación, el sensacionalismo o, es más, el tema mismo de una correcta línea editorial, en el sentido visual-fotográfico, involucra conceptos y realidades, pero también personas. A pesar de ello, actualmente los protagonistas de las fotos ya no son tratados como seres humanos con derechos, pasar por alto el respeto básico es una forma no ética de emplear la fotografía que tiene fines periodísticos. Al respecto, Saucedo & Nielsen (2009) indicaron que:

Tratándose de una fotografía sobre una persona, deben tenerse en cuenta dos derechos diferentes: el derecho del fotógrafo sobre su obra y el derecho del fotografiado sobre su propia imagen. (...). El derecho de una persona sobre su imagen implica que, para retratarla, hacer público su retrato y ponerlo en el comercio, es necesario contar con su consentimiento. No obstante, aun habiendo dado su consentimiento, el fotografiado puede cambiar de idea y revocarlo en

cualquier momento. (...). Este derecho a la intimidad tiene sus excepciones: si la persona ha sido fotografiada y la publicación del retrato se efectúa con fines culturales o con motivo de acontecimientos de interés público o que se hubiesen desarrollado en público (Fotógrafo vs fotografiado, párr. 1-2-3).

Precisamente, el final del concepto explica la problemática que se produce: los periodistas se respaldan en el interés público sin tener límites a la hora de realizar fotografías, justificándose siempre con la frase: 'es con fines periodísticos'. Muchas veces estas fotografías sirven para manipular a los lectores, sea o no porque el medio así lo condiciona.

Las normas éticas del periodismo nos indican que el respeto debe mantenerse firme y constante cuando un reportero gráfico o el periodista toman las fotografías a una persona. "No solamente hay problemas con las autoridades sino con la gente que a veces no quiere que le tomen fotografías. Uno tiene que ingeniárselas, darle la vuelta a todo para lograr su trabajo" (J. Ibarra, comunicación personal, viernes 27 de julio, 2012).

Y para fortalecer tal comentario:

Es una norma que debería tenerse muy en cuenta: respetar rigurosamente a las personas fotografiadas y no usar la foto en prensa como un arma arrojada contra el personaje que no nos cae bien y es nuestro enemigo político o con quien no guardamos amistad (De Pablos, 1993, p.53).

En su experiencia foto-periodística, Ibarra secundó a De Pablos indicando un ejemplo:

Lo que pasa es que hay medios que tienen una bronca personal con alguien... tú ves Correo (Correo de Chimbote) por ejemplo, tiene una bronca aparte con Cuenta Conmigo y así siempre van a buscar la imagen, el encuadre, un gesto que muestre lo peor de Arroyo (Luis Arroyo Rojas, alcalde Prov. del Santa) y Álvarez. (César Álvarez Aguilar, Presidente Regional de Ancash) (...) en ese caso lo que ellos ven es eso. Uno debe ser imparcial, decir lo que son las cosas. No para decir que Arroyo está mal en su gestión voy a buscar la peor foto de todas las que he tomado, es como buscarle cinco pies al gato (...). (J. Ibarra, comunicación personal, viernes 27 de julio, 2012).

Por otro lado, el respeto al público tiene que ver también con el respeto a su sensibilidad.

Hay que tratar en lo posible de no fotografiar hechos que agreden la susceptibilidad del público, como en el caso de los hechos de sangre, y eso precisamente se logra con el correcto manejo de los criterios técnicos, (...) no siempre tienes que ser explícito, hay formas y formas. Uno puede tomar esa foto, pero de ahí a que salga publicada eso no me parece... en nuestro caso (La Industria de Chimbote), nuestra línea cuida mucho la sensibilidad del lector, tratamos de tomar buenas fotos (J. Ibarra, comunicación personal, viernes 27 de julio, 2012).

Todas las recomendaciones que empíricamente puedan darse sobre ética periodística para fotografías, el tema en sí mismo, así como su importancia, que justifican la perspectiva de la investigación, se pueden resumir con el siguiente código de ética formulado por profesionales en Estado Unidos, para ver una realidad:

### NPPA Código de Ética

Este código de ética tiene la intención de promover la calidad más alta en todas sus formas foto-periodísticas y fortalecer la confianza del público en la profesión. (...)

Con ese fin, la Asociación Nacional de Fotoperiodistas propone (...):

1. Ser preciso y comprensivo en la representación de los sujetos.
2. Resistirse a ser manipulados por oportunidades fotográficas orquestadas.
3. Ser completos y dar contexto cuando estén fotografiando o grabando. (...)
4. Tratar a todos sus sujetos con respeto y dignidad. Dar consideración especial a los sujetos vulnerables y tener compasión de las víctimas de crímenes o tragedias. (...)
5. Mientras se fotografía a los sujetos no contribuir, alterar, intentar alterar o influenciar en los eventos intencionalmente.
6. Editando se debe mantener la integridad del contenido y contexto de la imagen. (...)
7. No pagar a las fuentes y sujetos o premiarlos con información o participación.
8. No aceptar regalos, favores, o compensación de los que buscan influenciar la cobertura periodística.
9. No sabotear intencionalmente los esfuerzos de otros periodistas.

IDEALMENTE, los fotoperiodistas deben:

1. Esforzarse en divulgar lo que es de interés del público. Defender los derechos de acceso a todos los periodistas.



2. Pensar pro-activamente, como un estudiante de psicología, sociología, política y arte para desarrollar una visión y presentación única. Trabajar con ganas para las noticias y medios visuales contemporáneos.
3. Esforzarse por tener acceso total sin restricciones a los sujetos, recomendar alternativas a oportunidades superficiales o apresuradas, buscar puntos de vista diversos, y trabajar para exponer los puntos de vista poco populares o no tomados en cuenta.
4. Esforzarse por ser discreto y humilde con los sujetos.
5. Respetar la integridad del momento fotográfico.
6. Evitar involucrarse políticamente, cívicamente, o en negocios que comprometen o den apariencia de comprometer su independencia periodística.
7. Esforzarse para mantener el espíritu y los niveles altos de calidad expresados en este código. (...) Los fotoperiodistas deben estudiar su arte continuamente y la ética que lo guía (s.f., NPPA, The voice of visual journalists, Código de ética).

Surgen las últimas preguntas formuladas por el estudio, que alguna vez se planteó Karam y que de acuerdo al trabajo de investigación requieren ser resueltas:

¿Existe una lectura específica de la fotografía de prensa? ¿Qué relación existe entre la producción de la imagen y su incorporación temática dentro del discurso de la prensa? ¿Cómo operan los niveles discursivo-textuales (antetítulos, títulos, texto informativo) con la propia imagen? ¿Es posible identificar algunos mecanismos discursivos en la producción fotográfica? ¿De qué manera la imagen reconstruye los actantes del relato informativo? (2003, Fotografía periodística, discurso visual y derechos, párr., 3).

### Capítulo III: Materiales y Métodos

#### 3.1. Tipo de investigación

**Por su finalidad:** Sustantiva o básica

**Por su profundidad:** Descriptiva

#### 3.2. Hipótesis central de la investigación

La imparcialidad periodística será considerada negativamente en las fotografías de las portadas políticas de Correo Chimbote, difundidas entre abril y junio de 2013.

#### 3.3.. Variables y Matriz Operacional

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
<b>Fotografías en portadas políticas</b>	Técnica fotográfica	Elaboración de una fotografía. Creatividad y estética en la fotografía.	Guía de análisis y cuestionario
	Sentido periodístico	Funciones de la fotografía periodística. Ética foto-periodística. Proceso de selección y publicación de fotografías en medios escritos.	Guía de análisis y cuestionario

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
	Ética periodística	Cumplimiento de los principios profesionales. Cómo se realiza el trabajo periodístico. Cómo se afrontan los problemas en el ejercicio diario.	Guía de análisis y cuestionario
<b>Imparcialidad Periodística en fotografías</b>	Imparcialidad en diarios	Retos y efectos del periodismo en medios de comunicación impresos. Línea editorial Estilo del periodismo en prensa.	Guía de análisis y cuestionario
	Imparcialidad periodística política	Especialización del profesional en periodismo político. Tratamiento periodístico de temas políticos.	Guía de análisis y cuestionario

### 3.4. Diseño o esquema de ejecución

Descriptivo ( **x** )                      Experimental ( )                      Correlacional ( )

Por el carácter de la investigación se utilizó el diseño descriptivo simple o de 1 casilla.

Objetivo de la investigación:                      **X** ----- **Y**

Donde:

**X:** imparcialidad periodística (indicadores de parcialidad)

**Y:** fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote correspondientes a las emisiones comprendidas entre el 01/04/13 y el 31/06/13.

### 3.5. Población y muestra

Las imágenes contempladas en el periodo de estudio oscilaron entre 90 y 100 antes de la depuración, debido a que algunas primeras planas presentaron dos fotografías como principales. Al final, el universo de la investigación está conformado por 47 unidades de análisis. Es decir, 47 fotografías de portada que refieren temas políticos y además fueron publicadas entre abril y junio del 2013.

La muestra se constituye por el total del universo.

### 3.6. Técnicas e instrumentos de la investigación

#### **Técnicas de investigación:**

#### Observación directa

Para determinar la correspondencia práctica de la información teórica.

Para identificar los elementos fotográficos y los indicadores evidentes o potenciales de parcialidad, de igual manera para facultar su ordenamiento.

### Análisis

Para determinar la manifestación o presencia de parcialidad periodística.

Para derivar en la consideración o valoración de imparcialidad profesional.

En ambos casos, el proceso será inductivo y descartará la subjetividad inherente.

### Entrevista

Para examinar la realidad del proceso fotográfico y delimitar las responsabilidades de quienes participen en el procedimiento durante cada una de sus etapas.

La entrevista consiste en un cuestionario dirigido a la editora de Correo Chimbote, Patricia Cardoza Cribillero, quien es responsable de la aprobación y publicación de las fotografías de portada en el medio.

La información que proporcione la fuente será valiosa durante la interpretación y discusión de los resultados obtenidos en la Guía de Imparcialidad. Así mismo, para deliberar recomendaciones.

## **Instrumentos de investigación**

### Guía de Imparcialidad

Es un esquema de revisión que inicia con la indicación estructural y técnica del medio, seguido de 40 preguntas establecidas para determinar la presencia de parcialidad periodística. Asimismo, contempla con sus resultados un análisis de recurrencia que permite establecer la manifestación de las principales conclusiones, mediante cotejos mensuales comparativos.

### Cuestionario

Consta de 30 preguntas. Su meta principal es develar las especificaciones que enmarcan el proceso fotográfico de Correo Chimbote y la participación de sus autores: fotógrafo y editor; antes, durante y después de la publicación de las portadas. Es clave para descubrir el razonamiento político del medio y como lo expresa.

## **3.7. Procedimientos para la recolección de datos**

### **A. Conformación de la muestra**

Las fotografías fueron aisladas y posteriormente organizadas creando unidades de evaluación junto a sus elementos circundantes (titular, antetítulo y bajada).

### **B. Análisis de indicadores**

Se determinó qué elementos fotográficos indican, remiten o constituyen una potencial muestra de parcialidad. Fue necesario para el fin el uso de la teoría, la observación y el repaso de los antecedentes, asimismo la proyección a priori de las características visuales del medio.

### **C. Elaboración de la guía de análisis: Guía de Imparcialidad**

El instrumento fue estructurado considerando los indicadores fotográficos de opinión encontrados, asimismo con las precisiones teóricas desarrolladas en el marco referencial. La frecuencia de uso de los resultados estimados como principales fue consignada en un análisis mensual y comparativo.

La guía refleja la realidad del objeto de estudio, resultando aplicable al entorno comunicativo y constituyéndose, al final, en un esquema viable luego de incorporar las precisiones de la prueba de confiabilidad.

Al tiempo que se establecen los indicadores de parcialidad de mayor y menor frecuencia, la recurrencia de uso de estos será transformada en porcentaje, resultando en una propuesta de valoración sobre la manifestación de los conceptos claves relacionados a la imparcialidad periodística.

#### **D. Aplicación de la Guía de Imparcialidad**

En un primer momento la aplicación descriptiva en nivel básico: consiste en la indicación de la alternativa elegida como respuesta a cada ítem (sólo una).

Por otro lado, el cruce de información de los análisis mensuales permitirá los análisis comparativos: por ejemplo, el análisis de los resultados de abril frente a los de mayo permitirá detectar variabilidad en la presencia de los indicadores o respuestas, lo que es factible de interpretación.

### **3.8. Validación de instrumentos**

Para obtener datos más confiables, luego que el instrumento fue sometido a la observación, tuvo lugar la evaluación de expertos. Posteriormente, la prueba de confiabilidad.

Este procedimiento permitió obtener opiniones especializadas. La revisión reforzó la certificación del instrumento a través de los aportes específicos orientados hacia una mejor viabilidad de las técnicas planteadas.

A continuación, los pasos seguidos:

1. Los Instrumentos deberán ser validados por dos profesionales de la comunicación:
  - Un (1) experto en el área del conocimiento al que está enfocada la investigación.
  - El asesor del PT, quien ha revisado y aprobado la metodología del estudio.
2. Se les proporcionará a los expertos, además de los instrumentos de validación, un esquema del PT que detalle su tipo, planteamiento y aspiraciones operacionales.
3. Una vez reportadas las recomendaciones, procederá la adecuación de las sugerencias fijadas.
4. Tendrá lugar la prueba de confiabilidad de la Guía de Imparcialidad en el periodo previo al tiempo de análisis.
5. Finalmente serán aplicadas las últimas correcciones de los instrumentos, tanto de la Guía de Imparcialidad como de el cuestionario.



## UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

---

### **Estimado Validador**

Me es grato dirigirme a Usted a fin de solicitar su valiosa colaboración para validar el presente instrumento de estudio. El mismo consiste en un CUESTIONARIO, pieza clave para el debate e interpretación de conclusiones en mi proyecto de tesis titulado: **“Imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote. Abril - junio, 2013”**.

La investigación tiene el objetivo de ser presentada como requisito para obtener el grado de:

### **Lic. en Comunicación Social**

Para efectuar la validación del instrumento es necesario el examen y peritaje de cada interrogante. Le agradeceré toda sugerencia relativa a la redacción, contenido, pertinencia, congruencia u otro aspecto que estime relevante para mejorar la calidad de la propuesta.

Usted fue seleccionado por cuanto considero que sus observaciones serán cruciales para mi investigación y su factibilidad.

Gracias por su aporte

## JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA EFICIENCIA DEL INSTRUMENTO

**Instrucciones:** coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que considera se cumple en cada ítem y alternativa de respuesta, según los siguientes criterios:

**E**= Excelente / **B**= Bueno / **M**= Por Mejorar / **X**= Debe eliminarse

**Las categorías a evaluar son:** Redacción (R), congruencia(C) y pertinencia (P) y contenido (O). En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio u otra indicación.

	<b>PREGUNTAS</b>	<b>CATEGORÍAS</b>				<b>OBSERVACIONES</b>
	<b>ÍTEMS</b>	<b>R</b>	<b>C</b>	<b>P</b>	<b>O</b>	
1	¿Qué características tiene la composición visual de Correo Chimbote?	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	
2	Hablando específicamente sobre portadas, ¿cómo definiría su objetivo, de acuerdo a la realidad del medio?	<b>e</b>	<b>b</b>	<b>b</b>	<b>b</b>	

3	<p>¿Está determinada la forma en cómo los temas son presentados en la portada dependiendo de su tipo; políticos, sociales, económicos, etc.?</p>	<b>m</b>	<b>m</b>	<b>m</b>	<b>m</b>	
4	<p>¿En quién recae la responsabilidad de ultimar la elaboración de la portada y aprobarla?</p>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	
5	<p>¿Qué criterios determinarían que la portada de una edición la compartan dos hechos? ¿la noticia presentada en la parte superior de la página es más importante?</p>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	
6	<p>¿Hay algún tope de portadas consecutivas que se le pueden otorgar a un hecho o noticia?</p>	<b>b</b>	<b>b</b>	<b>b</b>	<b>b</b>	
8	<p>¿Qué tipo de fotografía caracteriza las portadas de Correo?</p>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	

9	Entre estas tres opciones, las fotografías de portada son principalmente: ¿creativas, ilustrativas o complementarias?	e	e	e	e	
10	¿Existe algún criterio para fotografiar autoridades o personajes políticos?	e	e	e	e	
11	Cuando la portada es sobre autoridades, ¿se tiene alguna consideración, pauta o restricción respecto al tratamiento de la imagen a difundirse?	e	e	e	e	
12	¿Se trabaja con fotografías facilitadas por las fuentes de información, digamos un denunciante?, ¿algún cuidado al publicarlas?	e	e	e	e	
14	¿Cree que existe algún tipo de información que el periódico cobertura más?	m	e	e	e	

15	¿Qué restricciones visuales se consideran por la susceptibilidad del lector?	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	
16	¿Los fotógrafos o reporteros gráficos de Correo trabajan en base a indicaciones diarias para salir al campo así como los redactores?	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	
17	¿Diría que quienes toman las fotografías en Correo son completamente conscientes de cómo el uso de los planos, ángulos, encuadres, etc. puede cambiar el sentido del mensaje?	<b>m</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	
18	Respecto al contenido del diario, ¿considera que la función periodística de Correo se enfoca más en la denuncia o fiscalización?	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	
19	¿Cree que el medio tiene alguna predisposición a criticar la labor de algunas autoridades o instituciones más que otras?	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	<b>e</b>	

20	De acuerdo a las 5 W de Laswell, ¿cuál considera que es la más empleada por Correo en la construcción de sus mensajes: el qué, quién, cómo, cuándo o dónde?	e	e	e	e	
21	¿Qué aspectos de un hecho elevan su importancia a fin de que pueda ser considerado para la portada?	e	e	e	e	
22	<b>Diferentes autores</b> sustentan que el uso de citas textuales para titular portadas no es correcto, es como lavarse las manos sobre el alcance del mensaje, ¿qué opina?	m	e	e	e	Especificar qué autores o quitar la indicación de entrada.
23	¿Quién y cómo trabaja el titular, la volada y/o bajada de la nota de portada de Correo?	e	e	e	e	
24	En Correo, ¿las fotografías se someten a algún tipo de edición o corrección?	e	e	e	e	

25	¿Opina que la política es la temática más desarrollada por el medio?	e	e	e	e	
26	¿Qué características debe tener una noticia para ser incluida en la sección política de Correo Chimbote?	e	e	e	e	
27	¿Usted considera que la imparcialidad periodística es posible?	e	e	e	e	

**Evaluado por César Armando Clavijo Arraiza**

**D.N.I.: 03508280**

**Firma:** \_\_\_\_\_



Firma

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN


Yo, \_\_\_\_\_CÉSAR ARMANDO CLAVIJO ARRAIZA\_\_\_\_\_,  
 titular del DNI. N° \_\_\_\_\_03508280\_\_\_\_\_, de profesión \_\_\_\_\_LICENCIADO EN  
 CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN\_\_\_\_\_, ejerciendo actualmente como  
 \_\_\_\_\_JEFE DE INFORMACIONES\_\_\_\_\_, en la Institución: LA INDUSTRIA DE  
 TRUJILLO\_\_\_\_\_.

Por medio de la presente, consigno que he revisado el instrumento de investigación propuesto: **cuestionario**. Luego de hacer las observaciones pertinentes, formulo las siguientes apreciaciones finales dejando constancia de mi validación profesional.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			<b>X</b>	
Amplitud de contenido			<b>X</b>	
Redacción de los Ítems			<b>X</b>	
Claridad y precisión			<b>X</b>	
Pertinencia			<b>X</b>	

En Trujillo - La Libertad,

a los 01 días del mes de marzo del 2014.

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma



## UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

---

### **Estimado Validador**

Me es grato dirigirme a Ud. a fin de solicitar su colaboración para validar el presente instrumento de estudio. El mismo consiste en una GUÍA DE IMPARCIALIDAD orientada a determinar la consideración deontológica de la imparcialidad visual en el trabajo periodístico de un diario, a través de la revisión de sus portadas.

El instrumento tiene como finalidad acopiar datos para la investigación titulada **“Imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote. Abril - junio, 2013”**; esto con el objetivo de permitir su presentación como requisito para obtener el grado de:

### **Lic. en Comunicación Social**

Para efectuar la validación del instrumento es necesaria la lectura de cada enunciado y sus alternativas de respuesta, así como considerar que la guía está pensada para ser respondida por profesionales de la Comunicación. Le agradezco de antemano cualquier sugerencia relativa a la redacción, contenido, pertinencia, congruencia u otro aspecto que estime relevante para mejorar el instrumento.

Usted fue seleccionado por cuanto considero que sus observaciones y aportes serán vitales para el desarrollo eficaz de la investigación.

Gracias por su aporte

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN


Yo, \_\_\_\_\_CÉSAR ARMANDO CLAVIJO ARRAIZA\_\_\_\_\_, titular del DNI. N°  
 \_\_03508280\_\_\_\_, de profesión\_\_\_\_\_ LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
 COMUNICACIÓN \_\_\_\_\_, ejerciendo actualmente como \_\_\_\_\_ JEFE DE  
 INFORMACIONES\_\_\_\_\_, en la Institución: LA INDUSTRIA DE  
 TRUJILLO\_\_\_\_\_.

Por medio de la presente, hago constar que he revisado el instrumento de investigación titulado: **Guía de Imparcialidad**, encauzado al escrutinio ético de las portadas fotográficas de un periódico, cuando refieran temas políticos; dando el visto bueno para su aplicación a través de la validación profesional. Luego de hacer las observaciones pertinentes, formulo las siguientes apreciaciones finales:

	<b>DEFICIENTE</b>	<b>ACEPTABLE</b>	<b>BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
Congruencia de Ítems			<b>x</b>	
Amplitud de contenido			<b>x</b>	
Redacción de los Ítems			<b>x</b>	
Claridad y precisión			<b>x</b>	
Pertinencia			<b>x</b>	

En Trujillo - La Libertad,

a los 01 días del mes de marzo del 2014.

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma

### 3.9. Prueba de Confiabilidad

La eficacia de la Guía de Imparcialidad fue probada con las fotografías difundidas por las portadas de Correo Chimbote durante el mes de marzo del 2013. A continuación la relación de las portadas del mes con la segregación de aquellas que encajan en el perfil de la tesis.

PORTADAS QUE NO CUMPLEN EL PERFIL DEL ESTUDIO	PORTADAS QUE CONFORMAN EL UNIVERSO DE INVESTIGACIÓN
01/03: Titular 1: “marcas” roban sueldo de obreros Titular 2: combustibles siguen en alza	
02/03: Titular 1: nueve heridos por imprudencia	Titular 2: denuncia favores a locales nocturnos
03/03: Titular 1: intentan secuestrar a joven motociclista	Titular 2: alumnas sin desayuno por una semana
04/03: Titular 1: baleados por “chalecos” Titular 2: Gálvez gana con goleada	
05/03: así asaltan dos farmacias	
06/03:	coronel Amaro empeña su palabra
07/03:	Titular 1: fiscal Farro le metió miedo Titular 2: quemaron sus carteles

08/03:	cae implicado en asesinato de fiscal
09/03: Titular 1: mujer recibe balazo en su día	Titular 2: pistas parecen bombardeadas
10/03: Titular 1: ¡filman asalto! Titular 2: José Gálvez hizo respetar el puerto	
11/03:	la influencia del congresista
12/03: ¡fuego en zona bancaria!	
13/03: acuchillan y matan a bebe	
14/03: otro policía asesinado	
15/03:	el tremendo fiscal
16/03: salvajismo ¡100 puñaladas!	
17/03: ¡estafa masiva!	
18/03: llega de Chile y lo matan de 8 balazos	
19/03: Titular 1: sicarios lo matan delante de hija	Titular 2: bancas nuevas pero rajadas
20/03: la sacó barata	
21/03:	ruega a todos los santos (alcalde)
22/03:	Titular 1: Jack Castillo se pasea en narices de la PNP  Titular 2: nos quieren hacer “cholitos” (por caso veredas rajadas)

23/03: Titular 1: preso de por vida por violar a 3 nietas Titular 2: presunto asesino de “Lito” cae a tiros	
24/03: Titular 2: “loco Willy” ya duerme en el penal	Titular 2: pescadores se unen y rechazan ley 3003
25/03: cae “asesino” de Omar Castro	
26/03: sicario de alto vuelo	
27/03:	pierde los papeles (César Álvarez)
28/03:	¡Qué tal “limpiada”! (retiran a alcalde provincial de investigación)
29/03: Titular 2: “error” en obra origina aniego	Titular 1: quieren fuera a Coronel Aguilar
30/03: el calvario de la “reina de la fruta”	
31/03: tiburón vuelve a las andadas	

La ficha de respuestas de las siguientes páginas detalla los resultados de la aplicación de la Guía de Imparcialidad (versión de prueba).





**FICHA DE RESPUESTAS**  
**MES: MARZO/2013**  
**(II parte)**

Día	19/03	21/03/	22/03 (1)	22/03 (2)	24/03	27/03	28/ 03	29/03
¿?								
1	C (7)	C (8)	C (7)	C (7)	C (6)	C (7)	C (8)	C (7)
2	C (6 de 7)	C (6 de 7)	C (6 de 7)	C (6 de 7)	C (5 de 6)	B	B	C (6 de 7)
3	C (57%)	B (38%)	C (57%)	C (57%)	B (33%)	C (86%)	B (50%)	B (43%)
4	C	D (judicial)	A	C	C	C	A	A
5	B	A	B	B	B	B	A	B
6	A	A	A	A	A	A	A	A
7	A	A	B	A	A	A	B	A
8	A	C	B	A	A	A	A	A
9	C	C	C	C	C	C	C	C
10	A	C	A	A	A	A	A	A
11	C	A	A	C	B	A	A	A
12	C	C	C	C	C	C	B	C
13	B	A	A	A	A	C	A	C
14	A	A	A	A	B	A	A	B
15	A	A	D	A	A	D	A	D
16	C	D f+t+b+a)	A	B	C	A	A	B
17	B	A	B	A	B	A	A	B
18	A	A	A	B	A	A	A	A
19	D (detalle)	D (medio)	D (medio)	C	C	D (busto)	D (medio)	D (medio)
20	A	A (lateral)	C	D profund. de campo	A	C	D (lateral)	C
21	A	A	C	A	A	A	A	D (flash)
22	B	D	A	D	D	D	A	D
23	D	D	C (editada)	D	D	C (desen- foque)	C (desen- foque)	D
24	C	C	A	C	C	C	C	C
25	D	D	A	D	D	D	D	D
26	C	C	D (con publici- dad)	B	C	C	-	C
27	C	A	A	C (3)	A	A	-	B
28	D (propie- dad pública)	A	A	D	C	A	A	A



29	C	-	-	-	-	-	-	-
30	-	C	A	-	C	C	C	C
31	-	A	A	-	B	A	A	A
32	-	A	D (presunto)	-	B	A	A	A
33	-	A	D (no es)	-	D (no es)	A	A	C
34	C	A	A	A	C	A	A	A
35	B	B	A	B	D (ninguna)	D (incomodidad)	D (indiferencia)	D (cansancio)
36	A	B	C	B	A	C	B	C
37	C	B	B	C (mostrar el hecho)	A	B	B	B
38	C	B	B	C	C	C	B	B
39	A	B	C	B	A	A	B	B
40	A	D	A	D	D	B	D	B
41	C	A	A	D (prox. física)	D (prox. psic.)	A	A	A
42	D	C	D	B	D	B	C	C
43	B	B	C	B	D (prob. social)	B	D (judicial)	B
44	B	A	B	A	B	D	A	B
45	C	B	B	C	A	A	D	B
46	C	C	B	C	A	B	B	B
47	A	A	C	A	C	C	C	C
48	C	A	B	A	C	C	C	A
49	A	C	A	C	C	A	A	A
50	D	D	D	D	D	D	D	D

Del análisis surgieron las últimas modificaciones al instrumento. En algunos casos, los cambios consisten en nuevas alternativas, ajustando las opciones de respuesta a la realidad descubierta en la prueba de confiabilidad. Además de la eliminación de preguntas que, de acuerdo a las características del medio, tienen respuestas evidentes que no aportaban al objetivo de la guía ni a la interpretación de los resultados, por tanto tampoco a la investigación a pesar de su importancia teórica.

A continuación, la guía empleada en la prueba de confiabilidad. Luego la puntualización de los cambios establecidos en la versión final del instrumento, adjuntado en el anexo de la investigación.

### Guía de Imparcialidad (versión - prueba de confiabilidad)

Lea con atención cada ítem y marque sólo una respuesta por pregunta con sentido profesional.

#### 1. ¿Cuántas noticias son presentadas en la portada del medio?

a) Una	b) De 2 a 5. Especificar: _____
c) De 5 a 8. Especificar: _____	d) De 9 a más. Especificar: _____

#### 2. ¿Todas las notas de la portada tienen fotografía?

a) Sólo la portada	b) Sí
c) No. Especificar: ____ de ____	d) Ninguna tiene fotografía

#### 3. ¿Qué porcentaje de las notas de portada corresponde a temas políticos?

a) Menos de 25% : _____	b) De 25 a 50% : _____
c) Más de 50% : _____	d) 100%

#### 4. ¿En qué otro tema se sostiene la nota de portada aparte del político?

a) Temas policiales	b) Temas de salud
c) Temas sociales y/o culturales	d) Otros: _____

#### 5. El formato de la/s fotografía/s de portada es:

a) Vertical	b) Horizontal
-------------	---------------

**6. La imagen de portada está compuesta por...:**

a) 1 fotografía	b) 2 fotografías
c) 3 o más fotografías	d) Una infografía

**7. ¿La imagen se percibe nítidamente?**

a) Si	b) No
-------	-------

**8. ¿Cuál es la procedencia de la/s fotografía/s de la nota de portada?**

a) Reportero gráfico	b) Redactor
c) Archivo (Correo)	d) Otra: _____

**CRITERIOS SINTÁCTICOS (UNIDADES REDACCIONALES)****9. ¿Qué componentes acompañan a la imagen de portada?**

a) Titular y volada	b) Titular, volada y leyenda
c) Titular, volada y bajada	d) Otros: _____

**10. Según las 5 W de Laswel, ¿qué interrogante determina u orienta el titular?**

a) Qué	b) Quién
c) Cómo	d) Cuándo o Dónde

**11. ¿Qué interrogante constituye el centro de orientación de la fotografía?**

a) Qué o Quién	b) Dónde
c) Cómo	d) Cuándo

**12. El titular es:**

a) Una cita textual	b) Una pregunta o exclamación
c) Una afirmación o negación	d) Otro: _____

**13. ¿El titular no fuera imparcial, ¿está construido con términos innecesarios o inadecuados, expresando la información de manera exagerada o cambiando su sentido?**

a) Sí	b) No
c) Otro: _____	d) No se puede determinar

**14. ¿El antetítulo está redactado de forma neutral?**

a) Sí	b) No
-------	-------

**15. ¿Hacia qué aspecto de la noticia, en relación al suceso, conduce el antetítulo? El...:**

a) Qué o quién	b) Cómo
c) Cuándo o dónde	d) Por qué o para qué

**16. ¿Cuál de los siguientes recorridos de lectura se ajusta a la pauta de dirección propuesta en la portada, según el concepto de la dinámica del punto?**

a) Fotografía - titular - antetítulo - bajada	b) Titular - fotografía - antetítulo - bajada
c) Titular - fotografía - bajada - antetítulo	d) Otro: _____

**17. ¿El titular carece de sentido al ser separado de la fotografía?**

a) Sí	b) No
-------	-------

**18. ¿La fotografía pierde sentido, en relación a la noticia, al ser separada del texto?**

a) Sí	b) No
-------	-------

### **CRITERIOS TÉCNICOS PSICOLÓGICOS**

**19. ¿En qué tipo de plano fue tomada la fotografía de portada (principal)?**

a) Primer Plano	b) Contraplano
c) Plano general/abierto	d) Otro: _____

**20. ¿Con qué angulación fue tomada la fotografía?**

a) Ángulo picado	b) Ángulo contrapicado
c) Toma frontal	d) Otro tipo: _____

**21. ¿Con qué tipo de iluminación fue compuesta la fotografía?**

a) Luz frontal o natural	b) Contraluz (sol a espaldas)
c) Flash	d) Otra: _____

### **RESPECTO A LA PERSPECTIVA ORIGINADA POR EL LENTE FOTOGRÁFICO Y SU USO.**

**22. ¿La imagen fue tomada con?:**

a) Mucho campo	b) Poco campo
c) Parece zoom	d) Está bien

**23. En relación a criterios técnicos, ¿la foto presenta alguno de estos recursos o problemas?**

a) Está desenfocada	b) Está sobreexpuesta
c) Otro: _____	d) No presenta ningún problema o recurso

### CRITERIOS SEMÁNTICO-ESTRUCTURALES

**24. ¿Qué recursos se emplearon para manipular la imagen de alguna manera?**

a) Figuras geométricas o mosaicos difuminados	b) Otro/s: _____
c) No se manipuló la imagen	d) No se puede determinar

**25. ¿Con qué finalidad se empleó el recurso seleccionado?**

a) Por restricción/ocultar la identidad o la propiedad privada	b) Por ubicación. Resaltar o señalar a un personaje
c) Otros motivos: _____	d) No se utilizó/ no se puede determinar

**26. Visualmente, ¿Cómo fue desarrollado el tema de portada al interior del diario?**

a) Tema central (dos páginas o más)	b) Única noticia en página
c) Noticia principal de página	d) Otra manera: _____

**27. ¿Cuántas fotografías ameritó la cobertura del hecho al interior?**

a) Una sola	b) Dos
c) Entre 3 y 5	d) Más de 5: _____

**28. La fotografía de portada muestra:**

a) Persona/je(s). <b>(Pasar a la pregunta 30)</b>	b) Instituciones
c) Reuniones, manifestaciones y/o protestas	d) Otros: _____

**29. Si la imagen es sobre instituciones públicas ¿esta es de?:**

a) Municipalidades/ GRA y dependencias	b) Ministerio Público/ Poder Judicial
c) Es una institución privada	d) Otra/s: _____

\*\*\*\*Pasar a la pregunta 33.

**CON RESPECTO A LA PROMINENCIA**

**30. ¿La imagen de portada, cuando es sobre personas, muestra la identidad (rostro) del fotografiado, en hechos de presunción (no comprobados) o de menores de edad?**

a) Sí	b) No
c) No es sobre hechos del tipo	d) No se puede determinar

**31. ¿La fotografía está centrada en el lenguaje gestual o la identidad de la persona/je(s)?**

a) Sí	b) No
c) En defectos físicos	d) No se puede determinar

**32. Durante la emisión de la noticias. El(los) personaje(s) de la fotografía es (son):**

a) Autoridades gubernamentales	b) Sociedad Civil o actores sociales
c) Autoridades eclesiásticas	d) Otro/s: _____

**33. Cuando el personaje de la fotografía es una autoridad, ¿quién es?**

a) El presidente del GRA y/o el alcalde provincial	b) El obispo de Chimbote y/o otros religiosos
c) Funcionarios del Ministerio Público, Poder Judicial y/o PNP	d) Otro/s: _____

**FASE 2: PERCEPCIÓN - ANÁLISIS****34. Según una evaluación general y en relación al poder regional y/o local. ¿Cuál es la posición política que reflejaría la portada del medio?**

a) Oposición	b) Oficialismo
c) Centro (neutral)	d) No se puede determinar

**35. ¿Qué tipo de sensación genera la fotografía de portada?**

a) Indignación -repudio	b) Rechazo - molestia
c) Respaldo - simpatía	d) Otra : _____

**36. ¿Cómo presenta el diario la noticia de portada?**

a) De manera neutral	b) Con opinión (implícita o directa)
c) A favor o en contra de...	d) No se puede determinar



**37. ¿Qué prima en la composición fotográfica de la noticia de portada?**

a) Abarcar varios datos	b) El instante imperdible
c) Otro aspecto: _____	d) No se puede determinar

**38. La construcción del mensaje visual, de acuerdo al concepto de FONDO, apela a:**

a) Prejuicios o recursos sexuales	b) Doble sentido - sarcasmo
c) Ningún valor negativo	d) Otro concepto: _____

**39. La construcción del mensaje fotográfico, de acuerdo al concepto de FORMA, apela a:**

a) Al aspecto informativo	b) Sobredimensionar la imagen
c) Ningún valor negativo	d) Otro concepto: _____

**40. ¿Se percibe preparación en la fotografía?**

a) Sí (poses con ángulos planeados)	b) No, la foto parece espontánea.
c) No se puede determinar	d) Sí, ángulos planeados sin pose

**41. ¿Qué valor periodístico primó para fotografiar el hecho?**

a) Prominencia	b) Interés humano
c) Rareza	d) Otro: _____

**42. A continuación se presentan los aspectos que según Ralph J. Hallman determinan la creatividad de una fotografía.**

**¿Con cuáles de ellos cumple la imagen?**

a) Originalidad	b) Novedad
c) Imprevisibilidad - sorpresa	d) N.A

**43. ¿Sobre qué tema o aspecto político está construida la nota de portada?**

a) Temas positivos (aprobación de proyectos, actos de solidaridad, etc.)	b) Demandas, querrelas denuncias, quejas judiciales y/o actos de corrupción.
c) Hechos políticos-policiales (asesinatos, accidentes, extorsiones, vandalismo, etc.)	d) Otro: _____

**44. La noticia de portada, con su correspondiente fotografía, son de un tema:**

a) Que vuelve en vigencia	b) En seguimiento o ampliado
c) Que se sustenta en un suceso del día. (tema nuevo o reciente)	d) No se puede determinar

**45. ¿Quién es el protagonista visual de la fotografía?**

a) El que tuvo más cobertura (presencia en el texto) y/o inició el hecho	b) La otra parte
c) El hecho noticioso en sí	d) No se puede determinar

**46. Determinar a través de un análisis de lectura, ¿qué valoró más el periodista para la construcción informativa del hecho?**

a) A las fuentes	b) Su opinión o posición frente al hecho
c) La expectativa del público	d) Sólo se limitó a informar

**47. ¿Tal valoración es la que se muestra en la/s foto/s?**

a) Sí	b) No	c) No se puede determinar
-------	-------	---------------------------

**48. ¿Cuál de las funciones de la fotografía, según Maricielo Alejos, es la que prima en la composición fotográfica?**

**CATEGORÍA: Motivar acciones en el lector**

a) Despertar emoción	b) Avivar la memoria
c) Estimular el pensamiento/ ayudar a aprender a ver	d) Divertir o entretener

**49. La nota de portada está relacionada al derecho a:**

a) La reputación	b) La intimidad - privacidad
c) Ningún derecho del tipo	d) Otro: _____

**50. Con relación a la susceptibilidad del público, la fotografía muestra:**

a) Cadáveres, personas heridas, mutiladas, enfermas o afectadas físicamente de forma agresiva (accidentes, matanzas, etc.)	b) Obscenidades o referencias sexuales
c) Otra imagen visualmente “violenta”	d) No afecta la susceptibilidad del público.

Las siguientes 10 preguntas fueron eliminadas de la versión final de la Guía de Imparcialidad, el número de orden concierne al de la guía empleada en la versión de prueba: **5, 7, 9, 17, 18, 21, 26, 35, 37, 47.**

A continuación las preguntas donde alguna de sus alternativas fueron corregidas o cambiadas, seguidas de un breve detalle del motivo. El número de las preguntas también responde a la secuencia de la guía empleada en la versión de prueba:

- Pregunta 1: Las opciones b, c y d requirieron especificación.
- Pregunta 2: La opción d fue eliminada por representar una situación poco realista.
- Pregunta 4: La alternativa b: temas de salud, fue cambiada por b: temas judiciales/ legales y/o de administración pública; ello por la mayor probabilidad de los resultados.
- Pregunta 8: La opción d necesitó precisión.
- Pregunta 13: La pregunta requirió ser redactada otra vez o reformulada, la opción c fue eliminada.
- Pregunta 16: Tuvo que precisarse en las opciones a, b y c que la palabra "bajada" también hace referencia a las "sumillas".
- Pregunta 19: La alternativa b: contraplano, fue cambiada por b: plano medio o busto. La opción contraplano fue incluida en la opción a.
- Pregunta 20: Se cambió la opción b: ángulo contrapicado, por b: toma lateral o diagonal. La alternativa contrapicado fue añadida en la opción a.
- Pregunta 39: Las opciones b, c y d fueron modificadas.
- Pregunta 40: Todas las alternativas demandaron ser corregidas.

Toda la guía de análisis fue reorganizada a fin de darle mayor fluidez al instrumento. Además, tuvo que revisarse la sintaxis y síntesis de los ítems nuevamente.

### **3.10. Técnicas de procesamiento y análisis de los datos**

Una vez obtenida y recopilada la información, procedió de inmediato su procesamiento. Esta etapa implica el orden lógico, inteligible y estratégico de los resultados de tal forma que refleje la magnitud de las variables y por tanto permita alcanzar los objetivos. Las técnicas empleadas fueron:

- Trabajo de campo,
- Ordenamiento y codificación de datos
- Tabulación
- Elaboración de figuras
- Análisis e Interpretación

El proceso incluye también las acciones de registro, clasificación y codificación.

Los datos numéricos logrados a través de la tabulación, mediante los cuadros estadísticos, permitieron el cálculo de las medidas de tendencia central y la variabilidad mensual de cada aspecto temático en el periodo de estudio. El análisis de los datos tuvo lugar mediante de la agrupación de las categorías que mejor sintetizaron la investigación, en esa segregación fueron importantes las clasificaciones fijadas en la Guía de Imparcialidad y los objetivos específicos de la tesis.

## **Capítulo IV. Resultados y Discusión**

### **A. Resultados**

#### 1. De la Guía de Imparcialidad

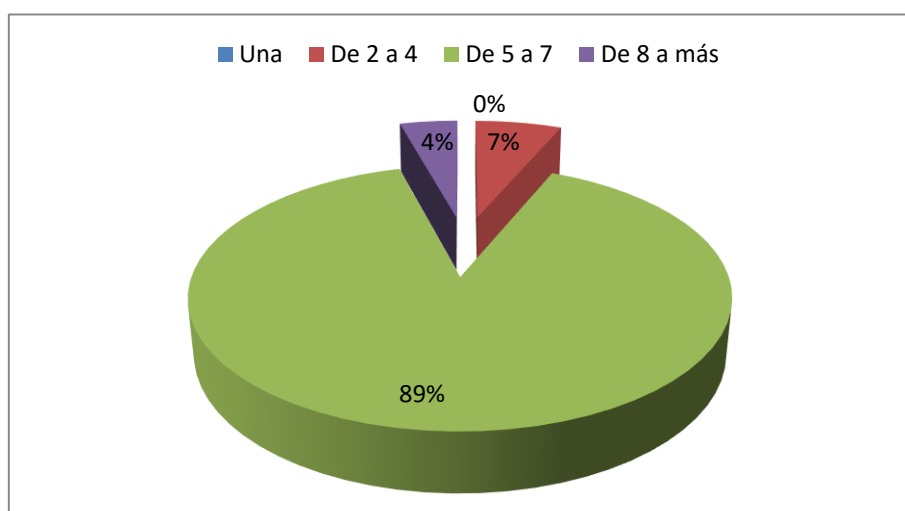
Después de aplicado el instrumento se procesó y analizó los resultados de acuerdo a los criterios estadísticos establecidos.

Tabla 1

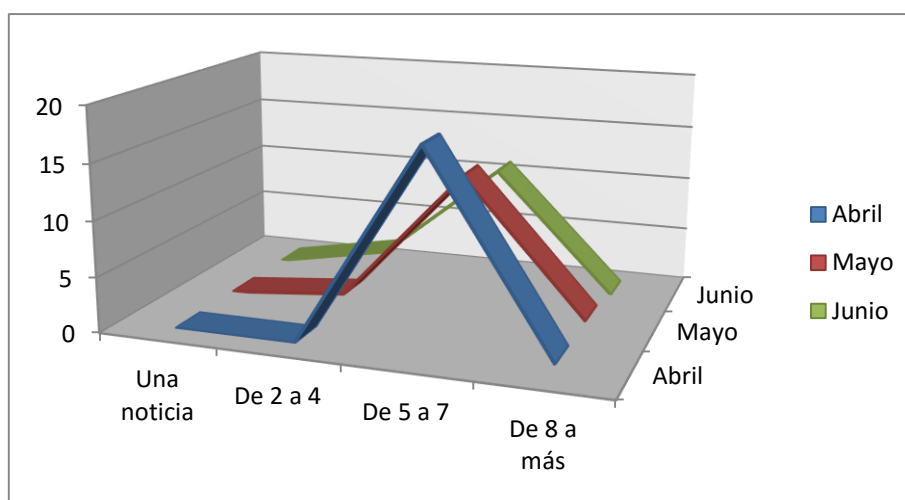
*Número de noticias presentadas en la portada del medio*

	Cantidad				Total
	Una	De 2 a 4	De 5 a 7	De 8 a más	
Abril	0	0	18	1	19
Mayo	0	1	13	1	15
Junio	0	2	11	0	13
Total	0	3	42	2	47

*Nota.* Cuando la cantidad de noticias es de 5 a 7, la especificación es como sigue: 7 portadas presentan 5 noticias, 16 presentan 6, y 19 muestran 7.



*Figura 1.* Número de noticias presentadas en la portada del medio durante el periodo de estudio.



*Figura 2.* Detalle por mes del número de noticias presentadas en la portada del medio.

Tabla 2

*Portadas donde la totalidad de notas presentadas tiene fotografía*

	Sólo la principal	Sí	No	Total
Abril	0	7	12	19
Mayo	0	4	11	15
Junio	0	9	4	13
Total	0	20	27	47

*Nota.* Cuando no todas las notas de portada tienen fotografía, en 14 casos tienen foto 5 de un total de 7 notas, en 7 portadas 4 de 6, y 2 veces respectivamente hay notas con fotografías en las siguientes combinaciones: (3 de 5), (6 de 8) y (6 de 7).

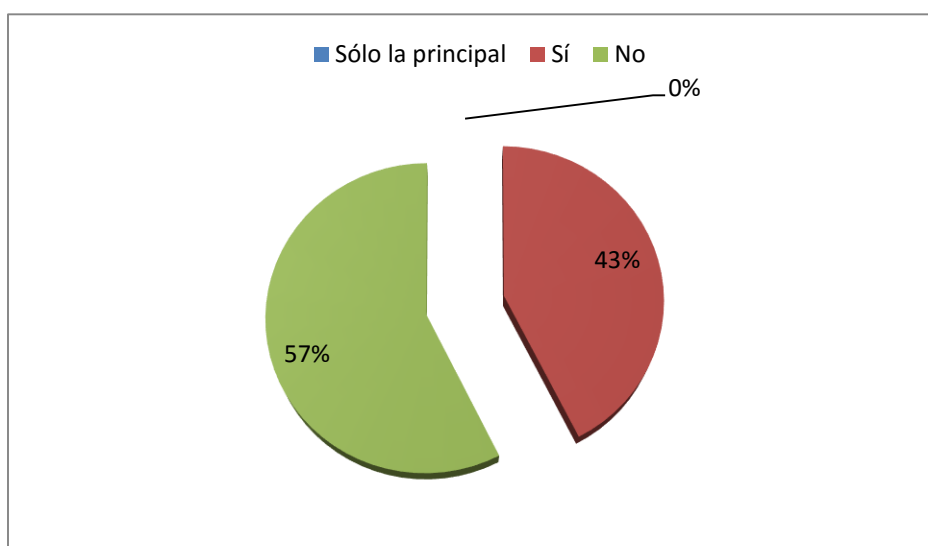


Figura 3. Portadas donde todas las notas presentadas tienen fotografía.

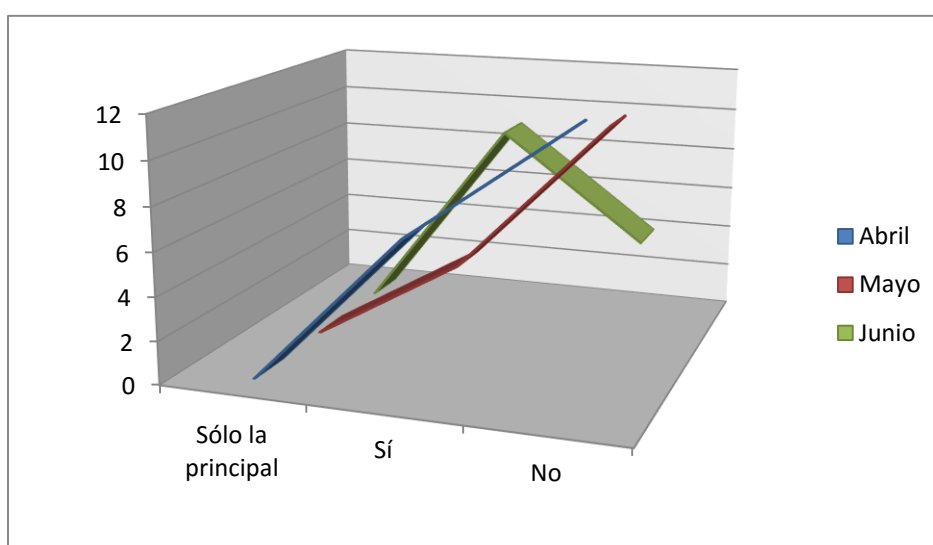


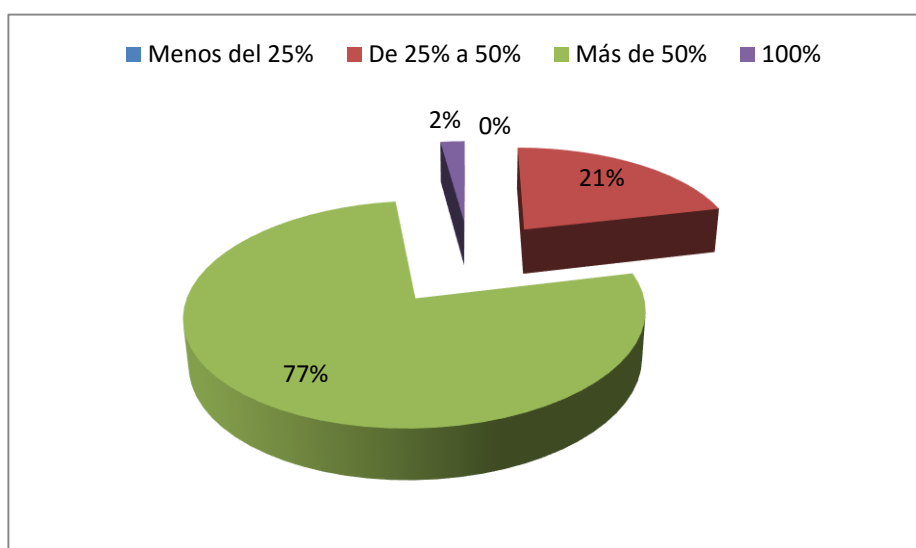
Figura 4. Detalle por mes de las portadas donde todas las notas presentadas tienen fotografía.



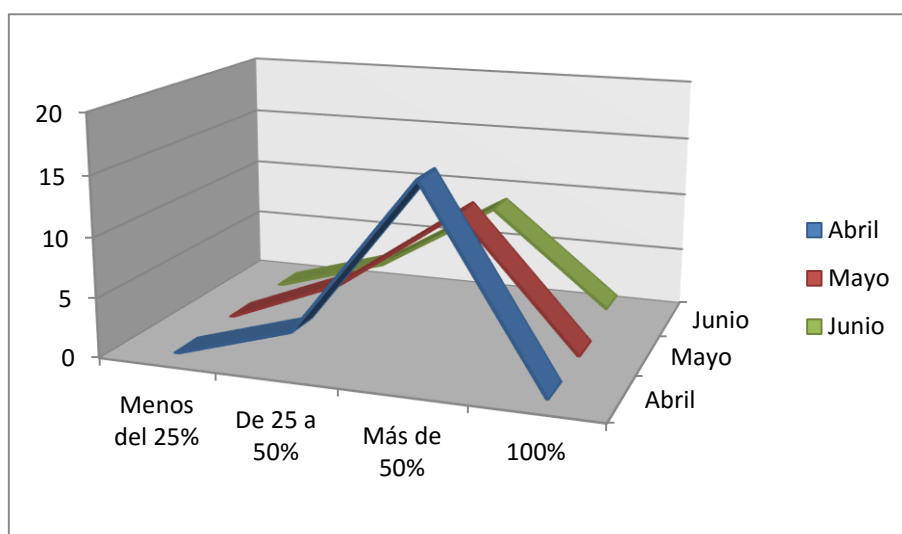
Tabla 3

*Porcentaje de las notas en portada que corresponden a temas políticos*

	Porcentaje				Total
	Menos de 25%	De 25% a 50%	Más del 50%	100%	
Abril	0	3	16	0	19
Mayo	0	4	11	0	15
Junio	0	3	9	1	13
Total	0	10	36	1	47



*Figura 5. Proporción del porcentaje de las notas en portada que corresponden a temas políticos.*

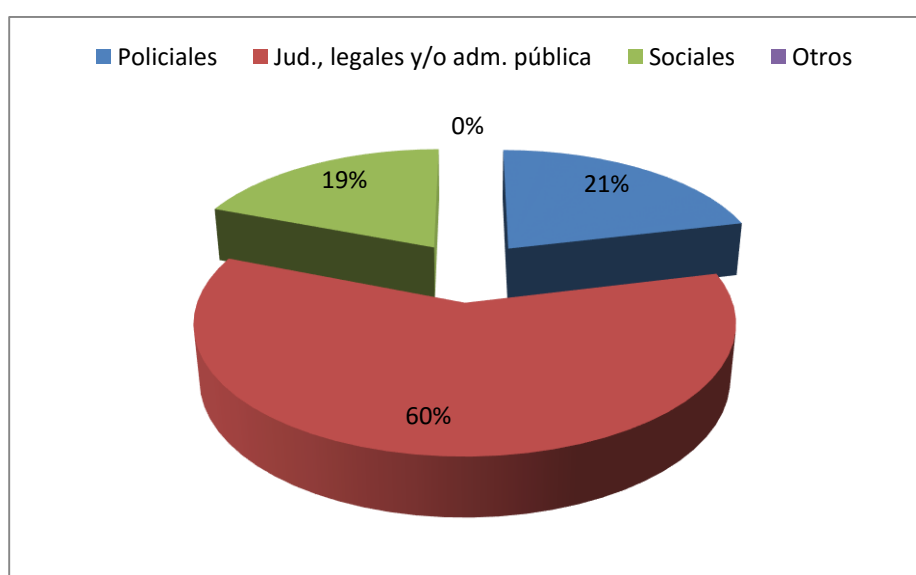


*Figura 6. Porcentajes por mes de las notas en portada que corresponden a temas políticos.*

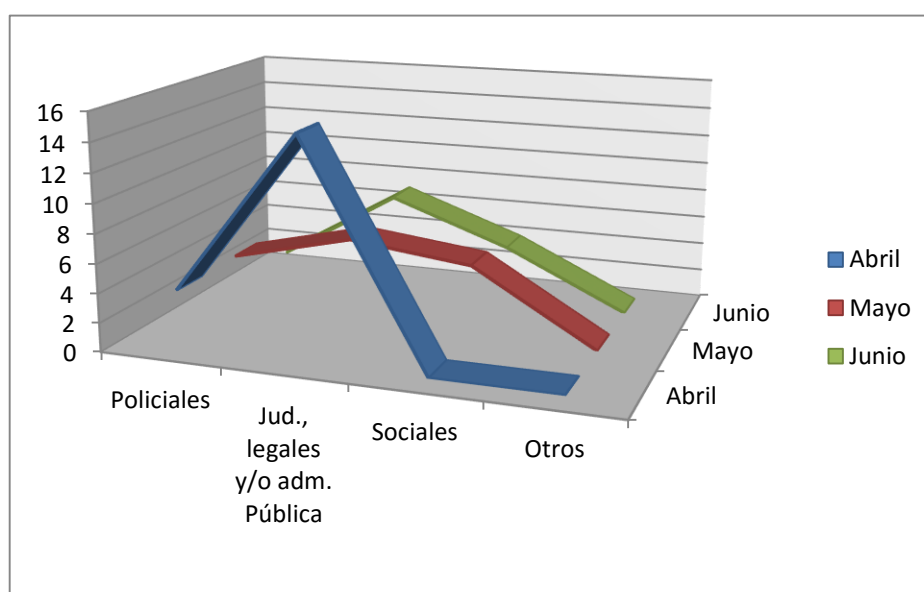
Tabla 4

*Temas en los que se sostiene la nota de portada aparte del político*

	Temas				Total
	Policiales	Judiciales, legales y/o adm. pública	Sociales	Otros	
Abril	4	15	0	0	19
Mayo	4	6	5	0	15
Junio	2	7	4	0	13
Total	10	28	9	0	47



*Figura 7. Temas en los que se sostiene la nota de portada aparte del político.*

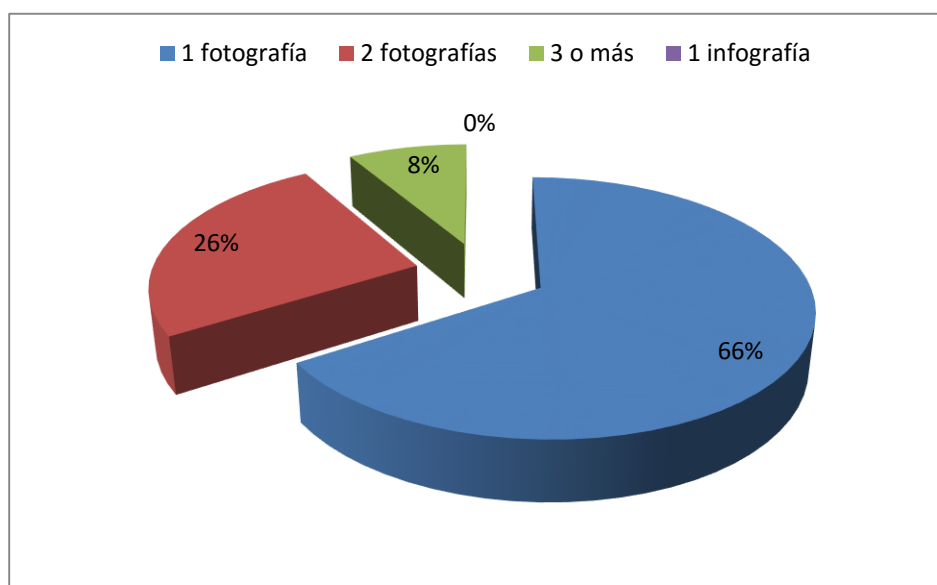


*Figura 8. Temas por mes en los que se sostiene la nota de portada aparte del político.*

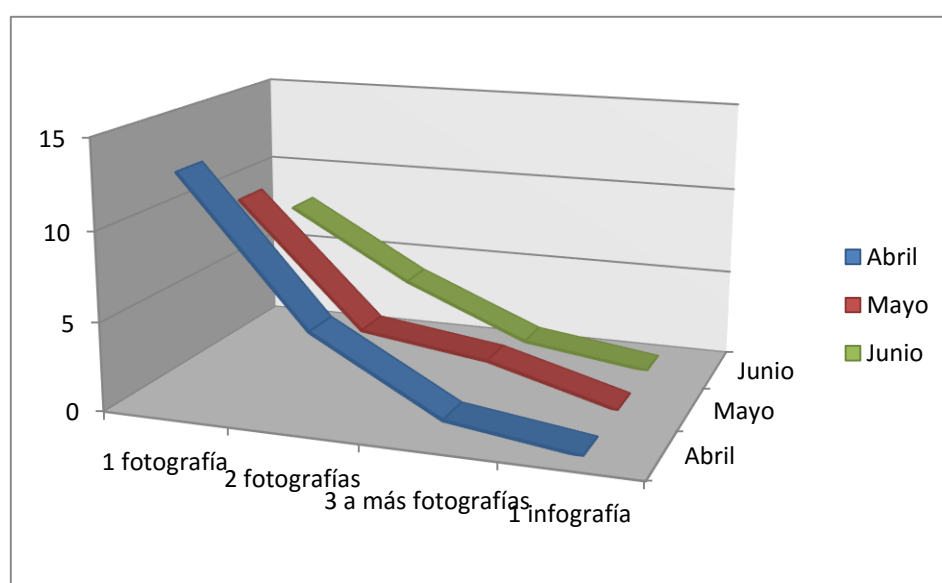
Tabla 5

*Cantidad de imágenes que componen la fotografía de portada*

	1 fotografía	2 fotografías	3 o más fotografías	1 infografía	Total
Abril	13	5	1	0	19
Mayo	10	3	2	0	15
Junio	8	4	1	0	13
Total	31	12	4	0	47



*Figura 9. Cantidad de imágenes que componen la fotografía de portada.*



*Figura 10. Cantidad de imágenes por mes que componen la fotografía de portada.*

Tabla 6

*Procedencia fotográfica de las notas de portada*

	Reportero gráfico	Redactor	Archivo (Correo)	Cortesía u otra	Total
Abril	8	2	7	2	19
Mayo	7	2	6	0	15
Junio	3	3	7	0	13
Total	18	7	20	2	47

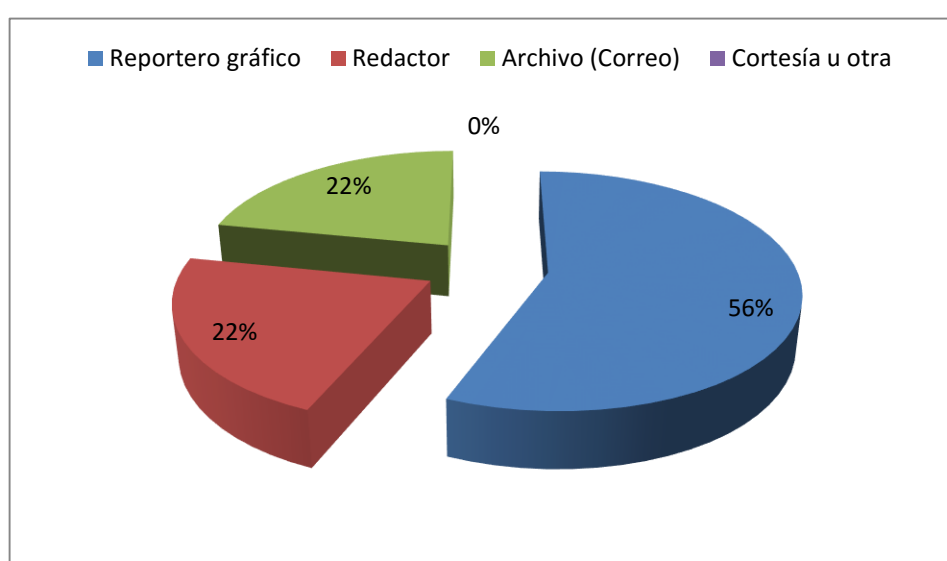


Figura 11. Procedencia fotográfica de las notas de portada.

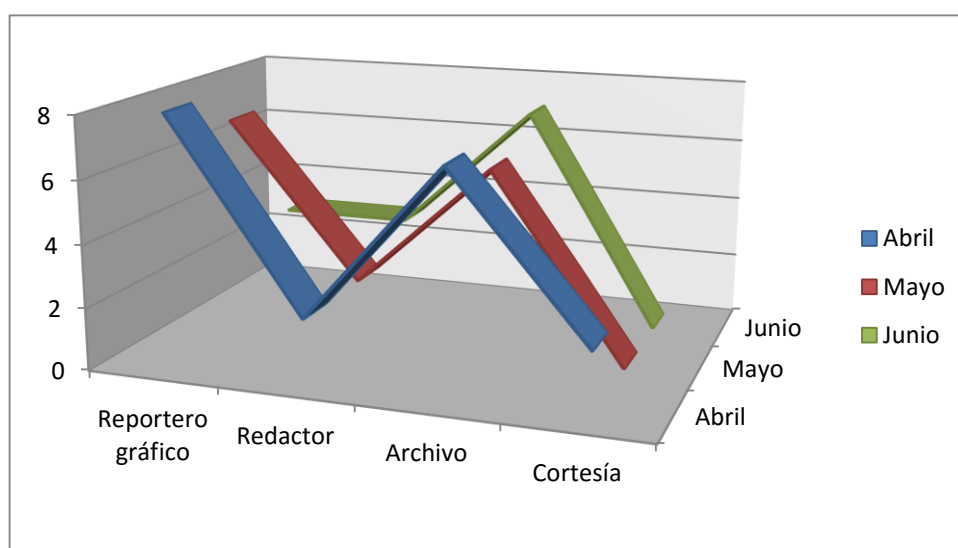


Figura 12. Detalle por mes de la procedencia fotográfica de las notas de portada.

Tabla 7

*Interrogantes que constituyen el centro de orientación fotográfico*

	Qué o quién	Dónde	Cómo	Cuándo	Total
Abril	17	1	1	0	19
Mayo	11	2	2	0	15
Junio	9	2	2	0	13
Total	37	5	5	0	47

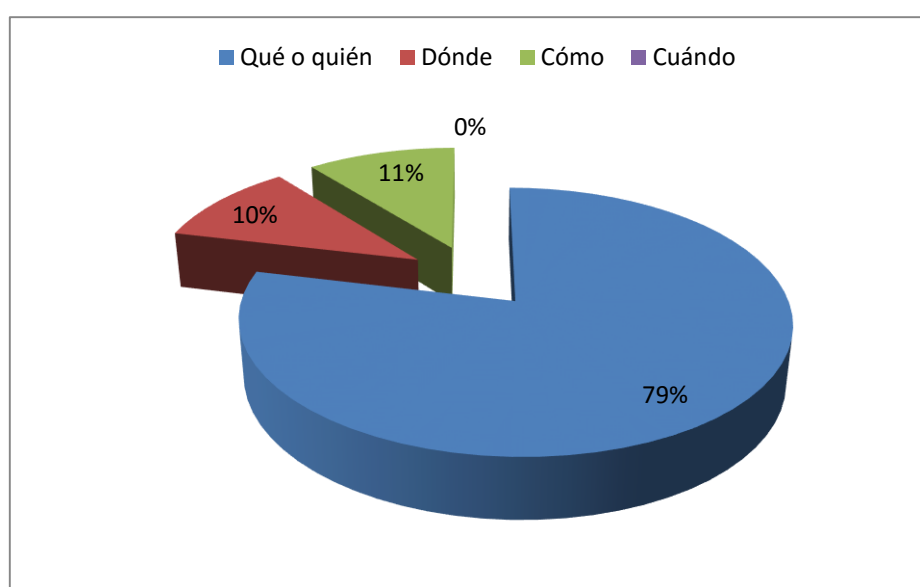


Figura 13. Interrogantes que constituyen el centro de orientación fotográfico.

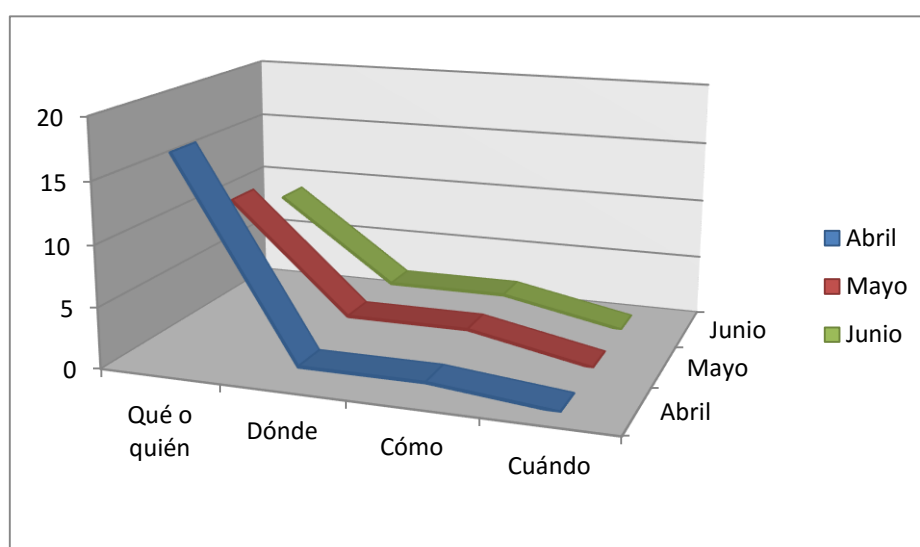
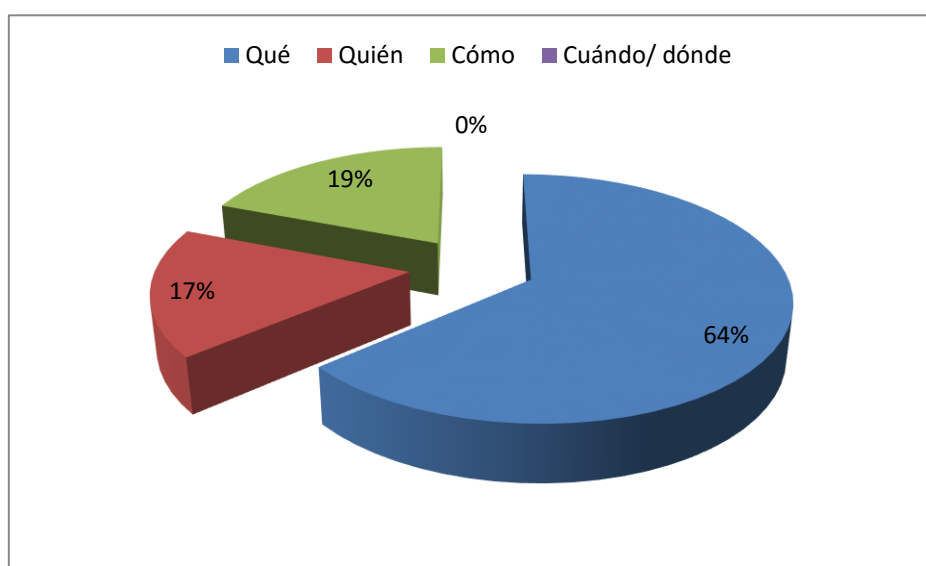


Figura 14. Detalle mensual de las interrogantes que constituyen el centro de orientación fotográfico.

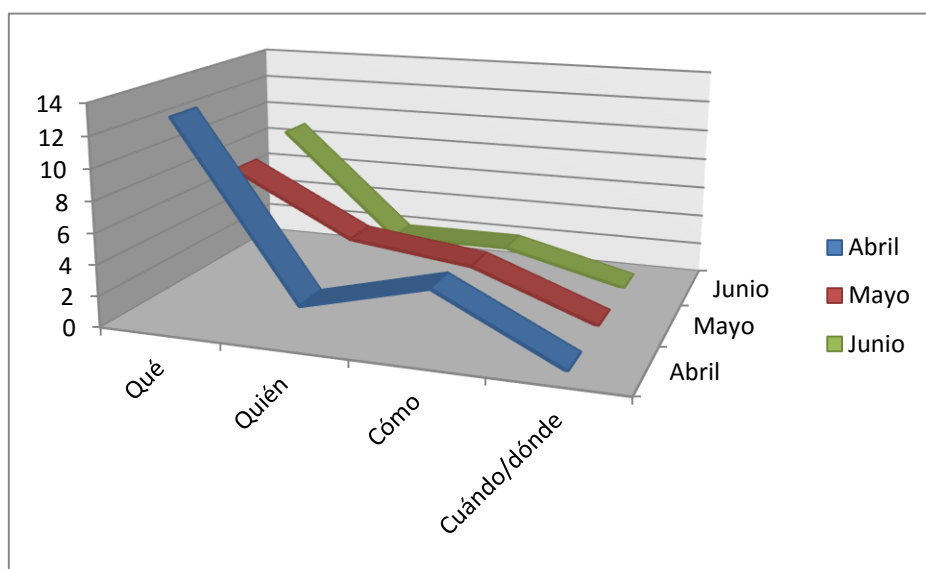
Tabla 8

*Interrogantes que determinan u orientan el titular, según las 5 w de Laswel*

	Qué	Quién	Cómo	Cuándo/dónde	Total
Abril	13	2	4	0	19
Mayo	8	4	3	0	15
Junio	9	2	2	0	13
Total	30	8	9	0	47



*Figura 15. Interrogantes que determinan u orientan el titular, según las 5 w de Laswel.*



*Figura 16. Detalle mensual de las interrogantes que determinan u orientan el titular.*

Tabla 9

*Composición del titular de las notas de portada*

	Una cita textual	Una pregunta o exclamación	Una afirmación o negación	Otra	Total
Abril	1	6	12	0	19
Mayo	0	3	12	0	15
Junio	0	2	11	0	13
Total	1	11	35	0	47

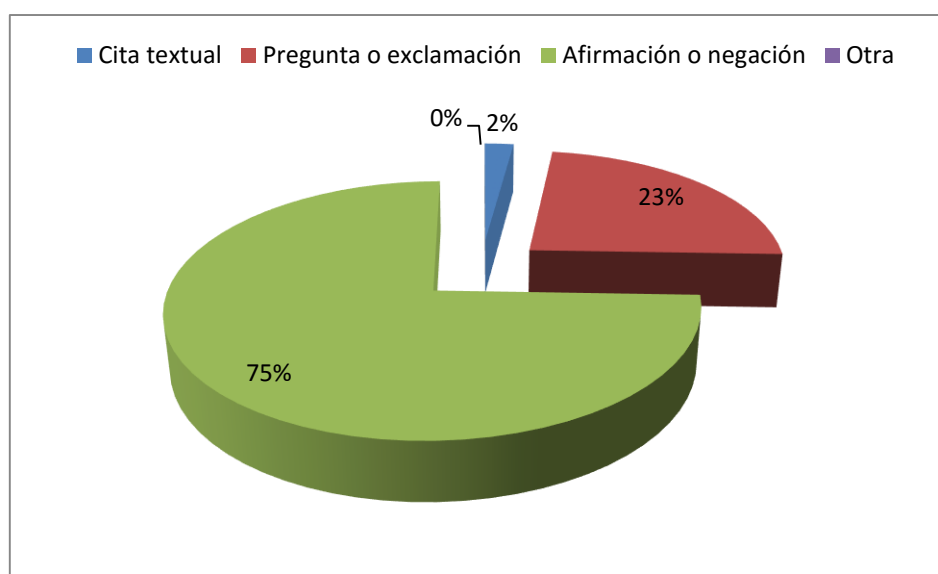


Figura 17. Composición del titular de las notas de portada.

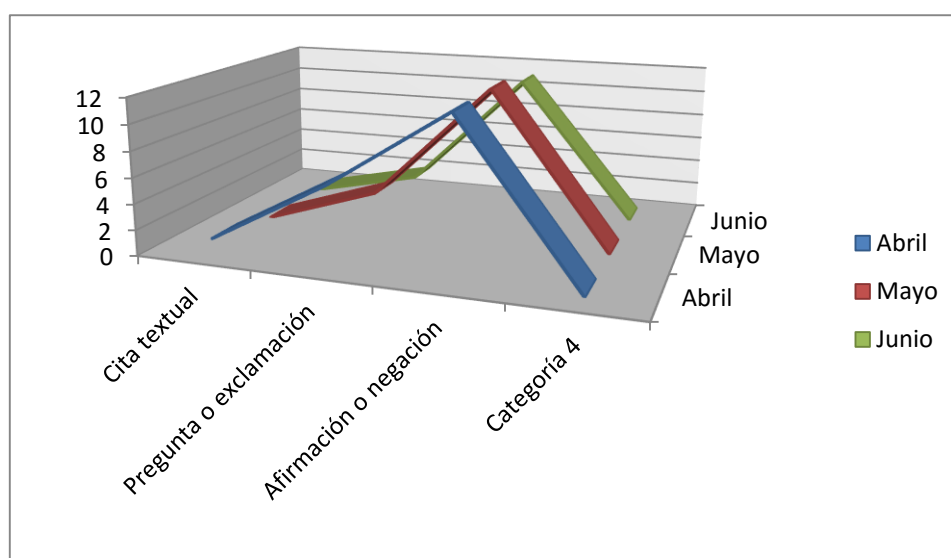
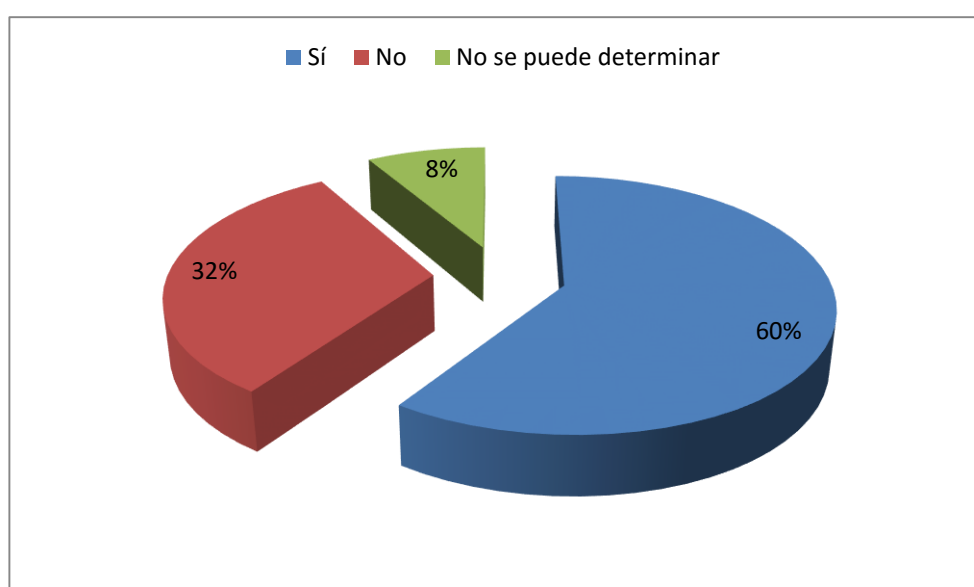


Figura 18. Composición mensual del titular de las notas de portada.

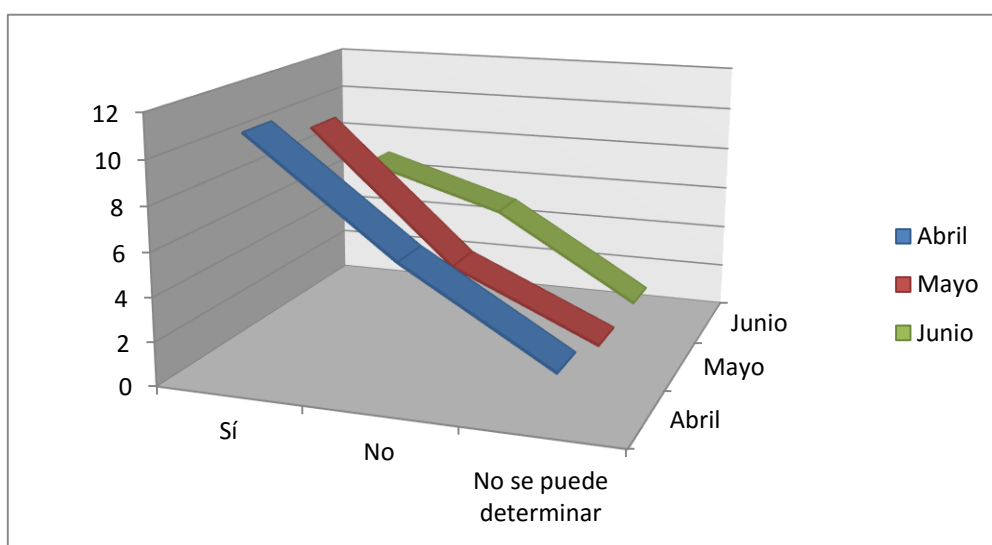
Tabla 10

*Presencia de términos en el titular que exageran o cambian su sentido*

	Sí	No	No se puede determinar	Total
Abril	11	6	2	19
Mayo	10	4	1	15
Junio	7	5	1	13
Total	28	15	4	47



*Figura 19.* Presencia de términos en el titular que exageran o cambian su sentido.



*Figura 20.* Detalle mensual de la presencia de términos en el titular que exageran o cambian su sentido.



Tabla 11

*Neutralidad en la redacción del antetítulo de las notas de portada*

	Sí	No	Total
Abril	16	3	19
Mayo	12	3	15
Junio	13	0	13
Total	41	6	47

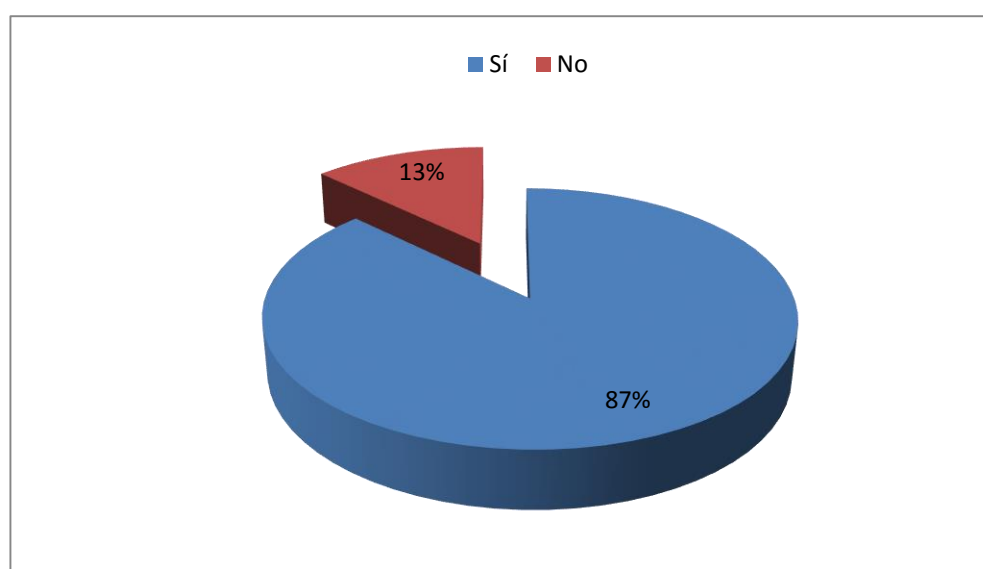


Figura 21. Neutralidad en la redacción del antetítulo de las notas de portada.

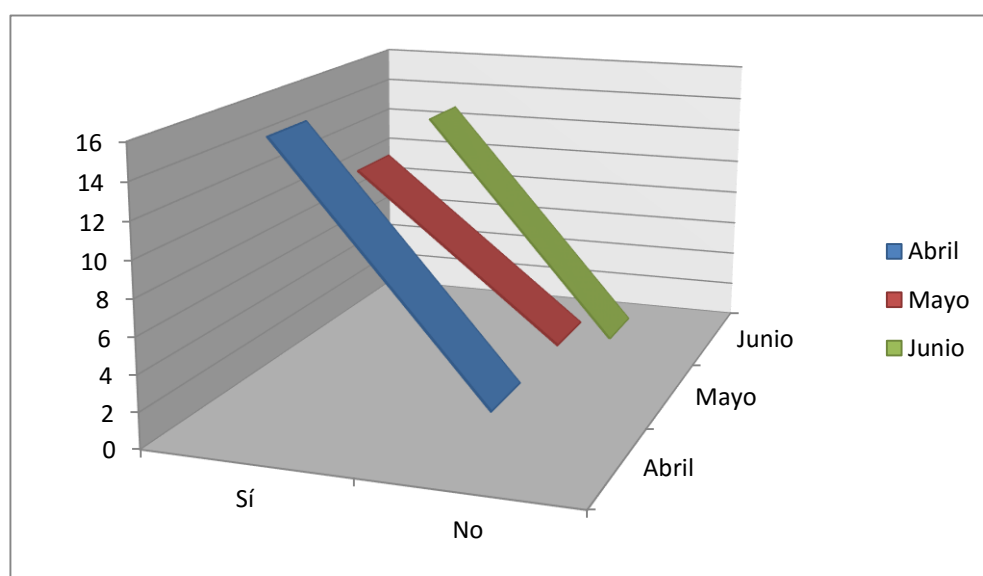


Figura 22. Detalle mensual de la neutralidad en la redacción del antetítulo de las notas de portada.

Tabla 12

*Aspectos noticiosos relacionados al hecho hacia los que conduce el antetítulo*

	Qué o quién	Cómo	Cuándo/dónde	Por qué/ para qué	Total
Abril	7	3	5	4	19
Mayo	4	3	2	6	15
Junio	5	1	3	4	13
Total	16	7	10	14	47

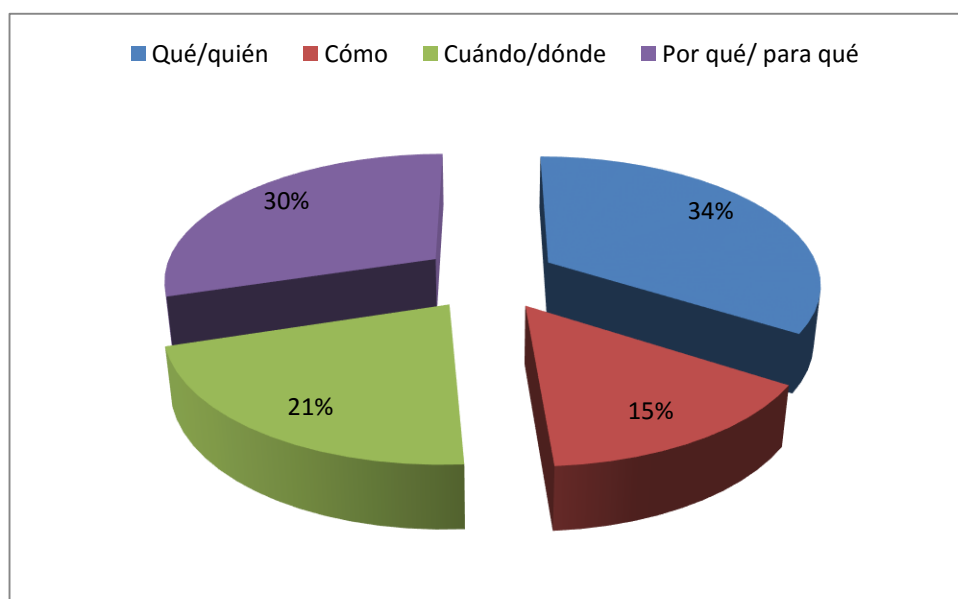


Figura 23. Aspectos noticiosos relacionados al hecho hacia los que conduce el antetítulo.

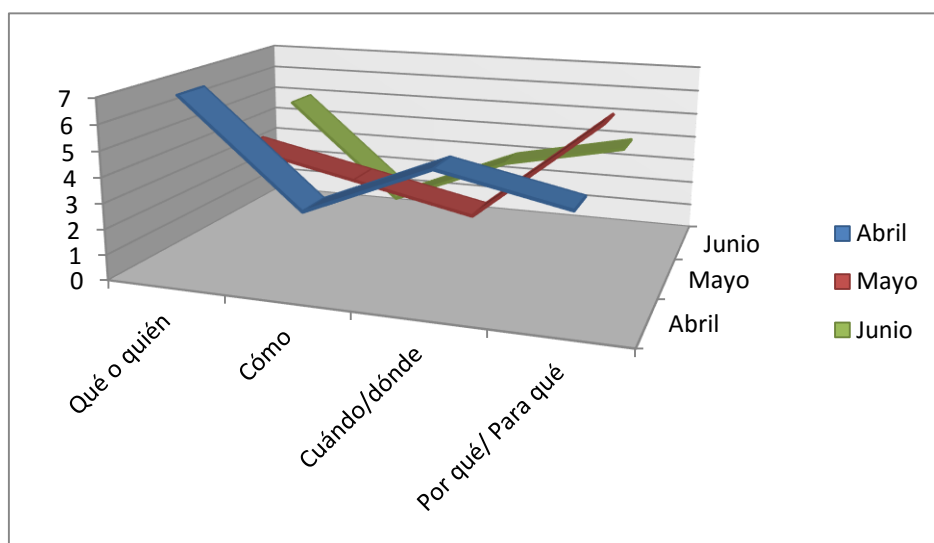


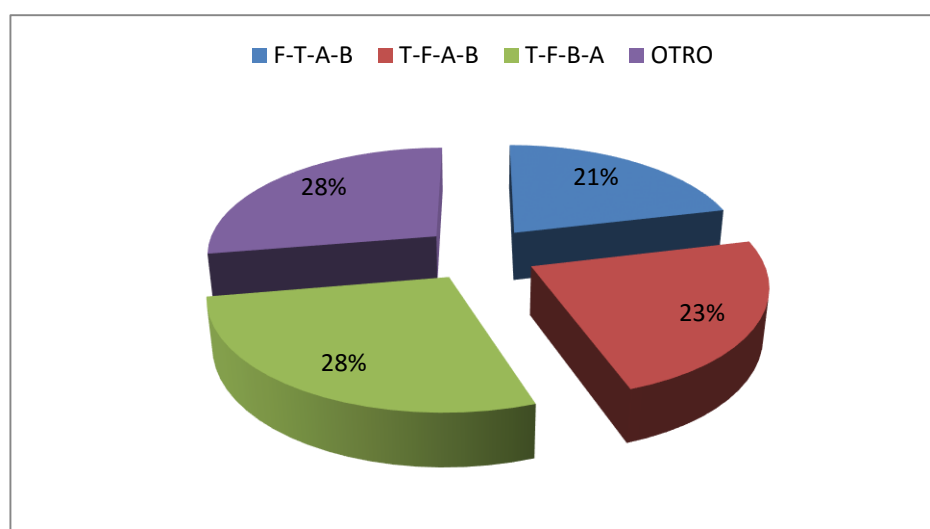
Figura 24. Movilidad mensual de los aspectos relacionados al hecho hacia los que conduce el antetítulo.

Tabla 13

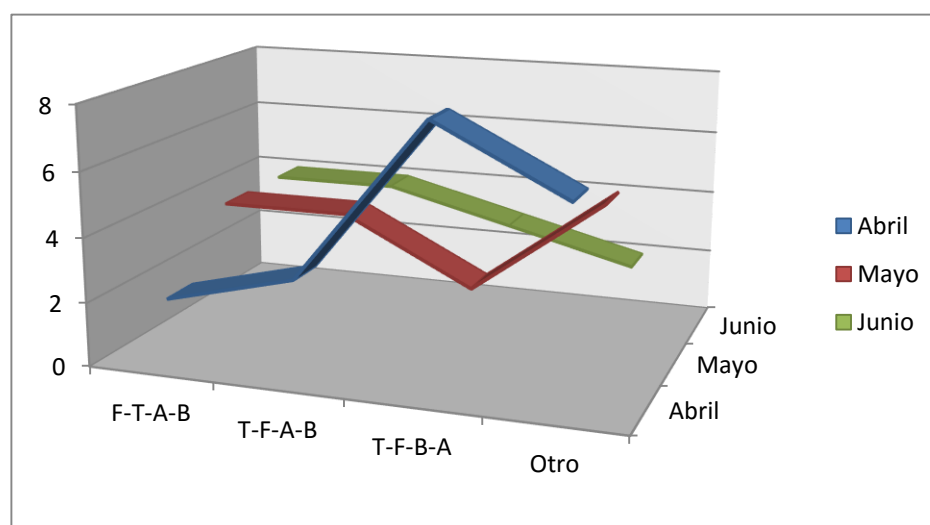
*Recorridos de lectura propuestos en las portadas, de acuerdo al concepto de dinámica del punto*

	Fotografía: F	-Titular: T	-Antetítulo: A	- Bajada/sumilla: B	
	F-T-A-B	T-F-A-B	T-F-B-A	Otro	Total
Abril	2	3	8	6	19
Mayo	4	4	2	5	15
Junio	4	4	3	2	13
Total	10	11	13	13	47

*Nota.* El otro recorrido propuesto para los trece casos es el siguiente: F - T - B - A.



*Figura 25.* Recorridos de lectura propuestos en las portadas, de acuerdo al concepto de dinámica del punto.

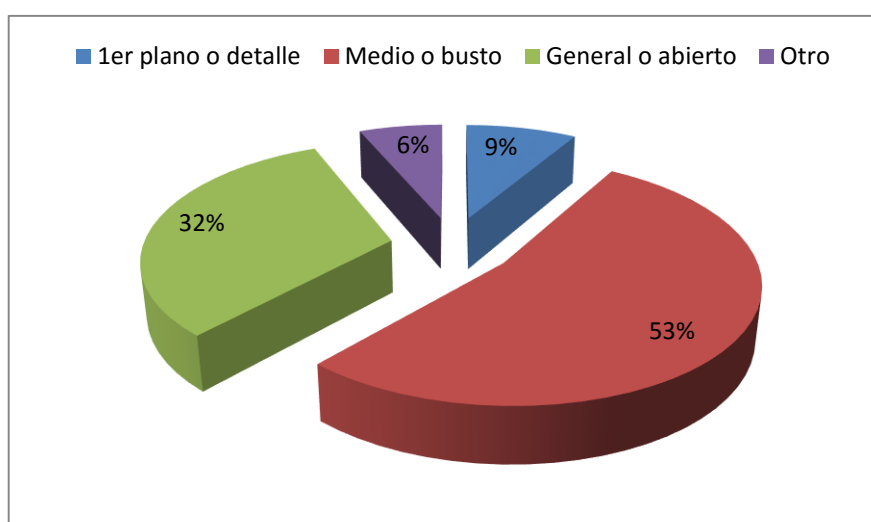


*Figura 26.* Detalle mensual de los recorridos de lectura propuestos en las notas de portada.

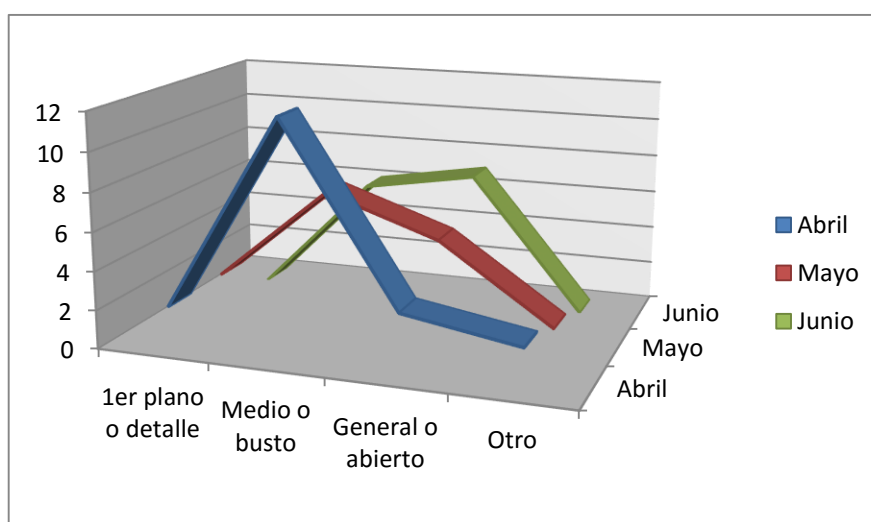
Tabla 14

*Planos en los que fueron tomadas las fotografías de portada*

		Planos				
		Primer plano o detalle	Medio o busto	General o abierto	Otro	Total
Abril	2	12	3	2	19	
Mayo	2	7	5	1	15	
Junio	0	6	7	0	13	
Total	4	25	15	3	47	



*Figura 27. Planos en los que fueron tomadas las fotografías de portada.*



*Figura 28. Detalle por mes de los planos en los que fueron tomadas las fotografías de portada.*

Tabla 15

*Ángulos en los que se tomaron las fotografías de portada*

		Ángulos				
		Picado o contrapicado	Toma lateral o diagonal	Toma frontal	Otro tipo	Total
Abril	5	7	6	1	19	
Mayo	6	4	5	0	15	
Junio	4	6	3	0	13	
Total	15	17	14	1	47	

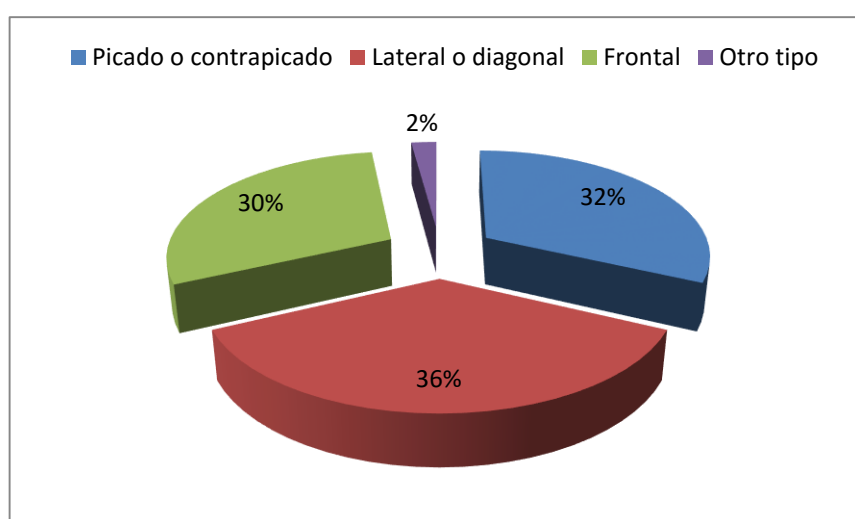


Figura 29. Ángulos en los que se tomaron las fotografías de portada.

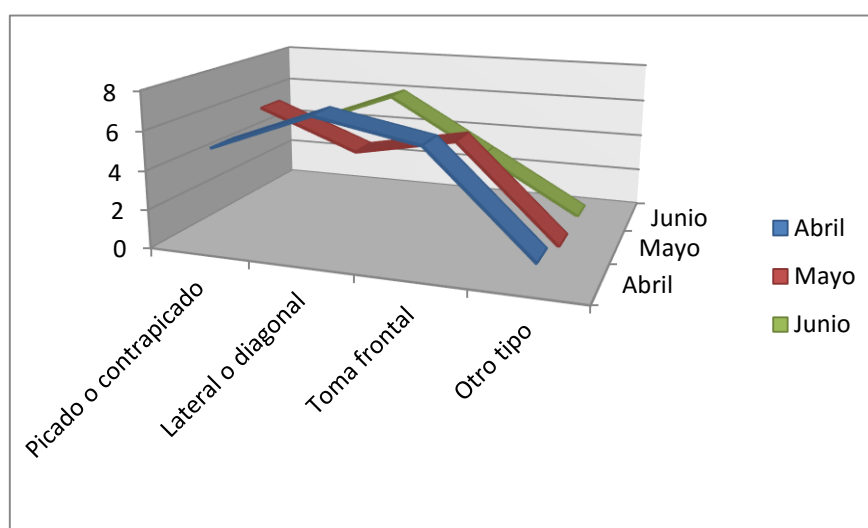
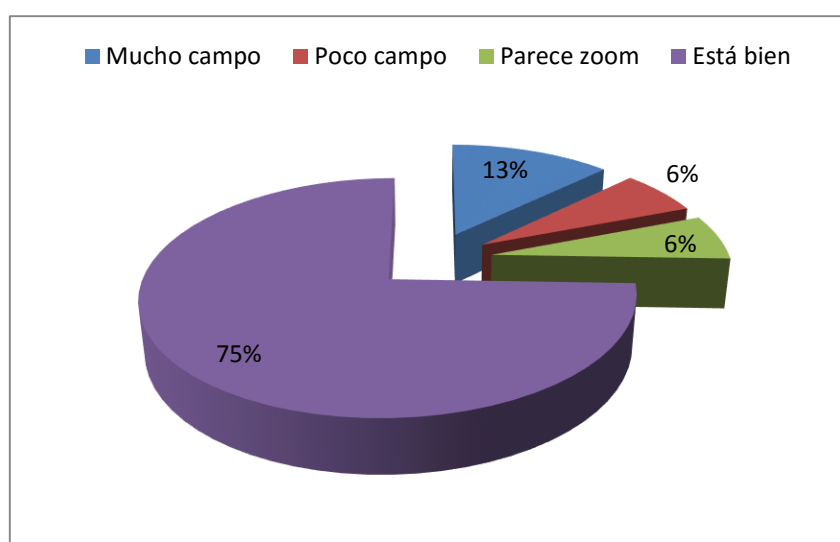


Figura 30. Movilidad mensual de los ángulos en los que se tomaron las fotografías de portada.

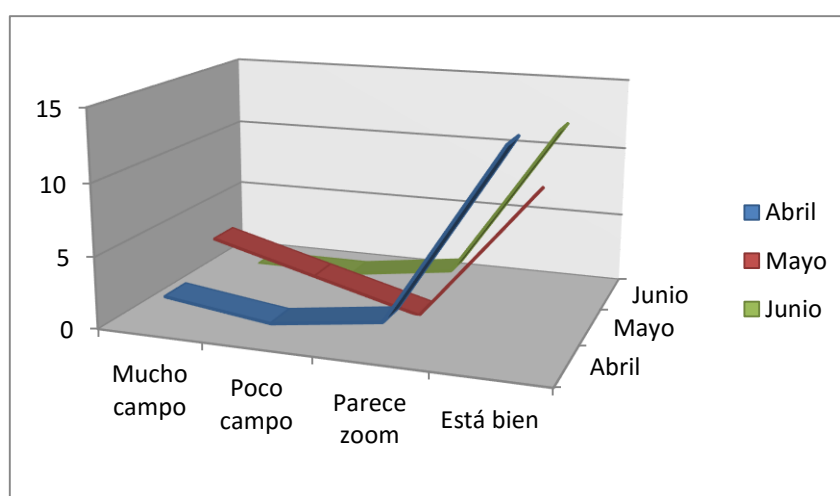
Tabla 16

*Composición de las fotografías de portada en relación a su plano y ángulo*

	Mucho campo	Poco campo	Parece zoom	Está bien	Total
Abril	2	1	2	14	19
Mayo	4	2	0	9	15
Junio	0	0	1	12	13
Total	6	3	3	35	47



*Figura 31. Composición de las fotografías de portada en relación a su plano y ángulo.*



*Figura 32. Composición por mes de las fotografías de portada en relación a su plano y ángulo.*

Tabla 17

*Recursos o problemas técnicos presentes en las fotografías de portada*

	Desenfoque	Sobreexposición	Otro	No se presentan	Total
Abril	6	0	4	9	19
Mayo	5	0	1	9	15
Junio	3	0	3	7	13
Total	14	0	8	25	47

*Nota.* Otros recursos o problemas técnicos presentes en la composición fotográfica hacen referencia a imágenes editadas, pixeleadas o con encuadres mal ejecutados.

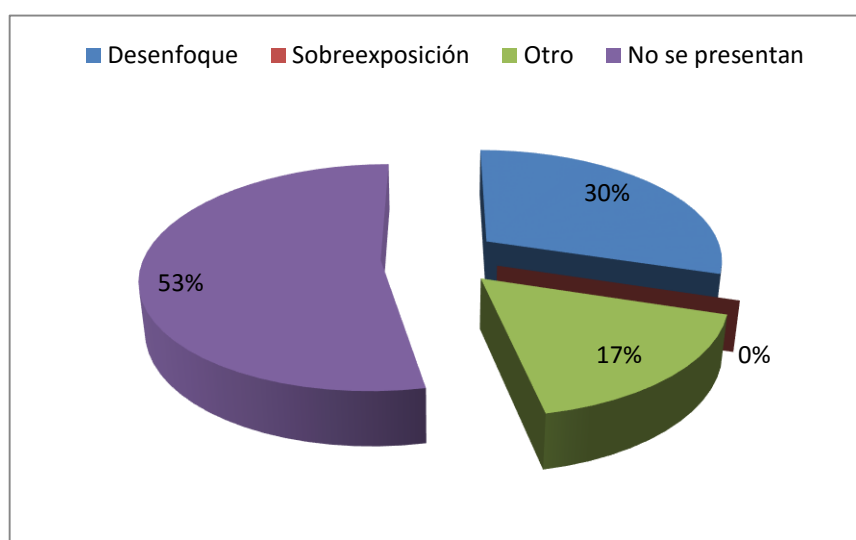


Figura 33. Recursos o problemas técnicos presentes en las fotografías de portada.

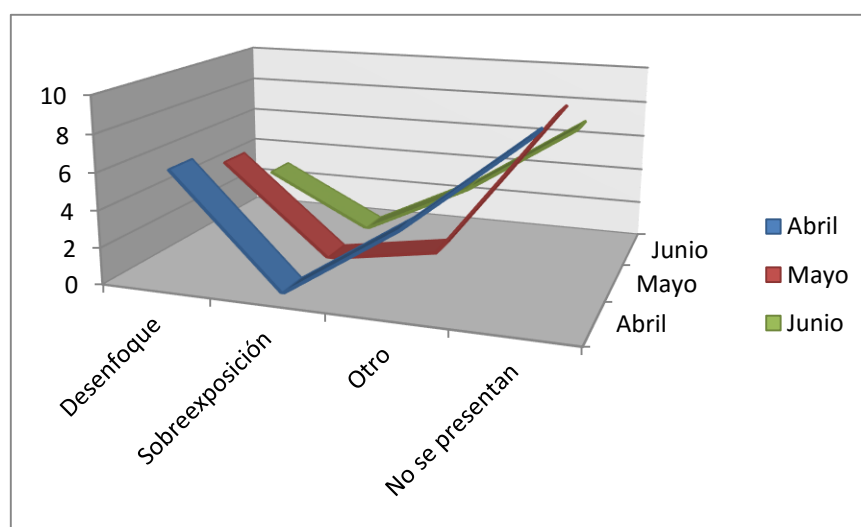


Figura 34. Movilidad mensual de los recursos o problemas técnicos presentes en las fotografías de portada.

Tabla 18

*Recursos que significaron manipulación en la composición visual de la fotografía de portada*

	Figuras geométricas/ mosaicos difuminados	Otro/s	No se manipuló la imagen	No se puede determinar	Total
Abril	6	1	12	0	19
Mayo	7	0	8	0	15
Junio	4	1	8	0	13
Total	17	2	28	0	47

*Nota.* Otros recursos que significaron manipulación, para el único caso presentado, refieren el uso del photoshop.

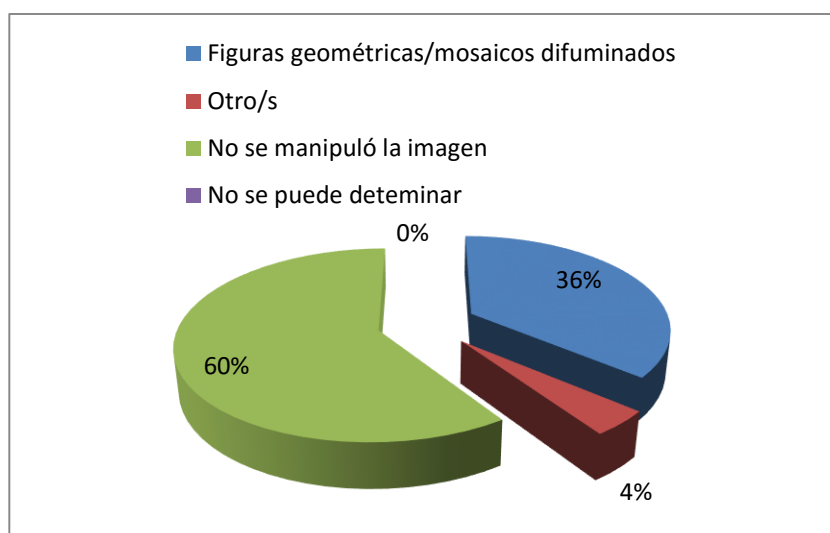


Figura 35. Recursos que significaron manipulación en la composición visual de la fotografía de portada.

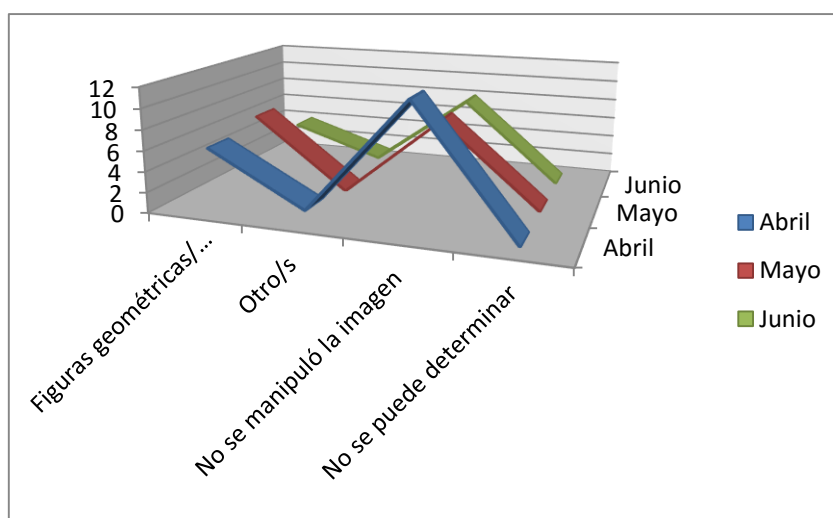


Figura 36. Recursos por mes que significaron manipulación en la composición de la fotografía de portada.



Tabla 19

*Finalidad de los recursos empleados para manipular la composición fotográfica*

	Por restricción/ocultar la identidad o propiedad privada	Por ubicación/resaltar agregar un personaje	Otros motivos	No se uso/ N. D	Total
Abril	0	5	2	12	19
Mayo	1	6	0	8	15
Junio	0	2	3	8	13
Total	1	13	5	28	47

*Nota.* Otros motivos, para los casos presentados, refieren la finalidad de agregar datos.

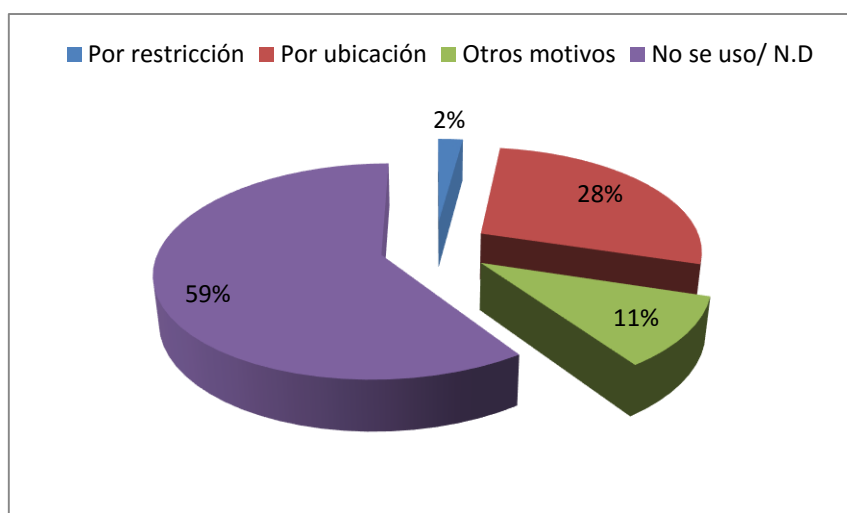


Figura 37. Finalidad de los recursos empleados para manipular la composición fotográfica.

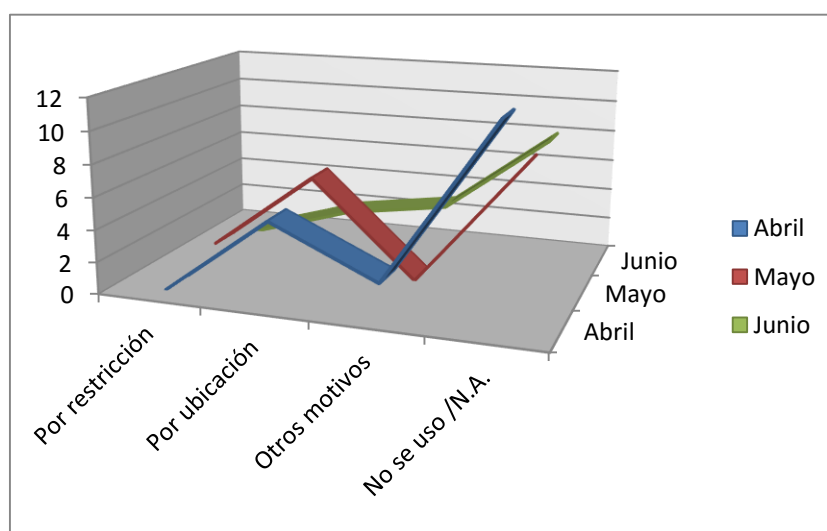
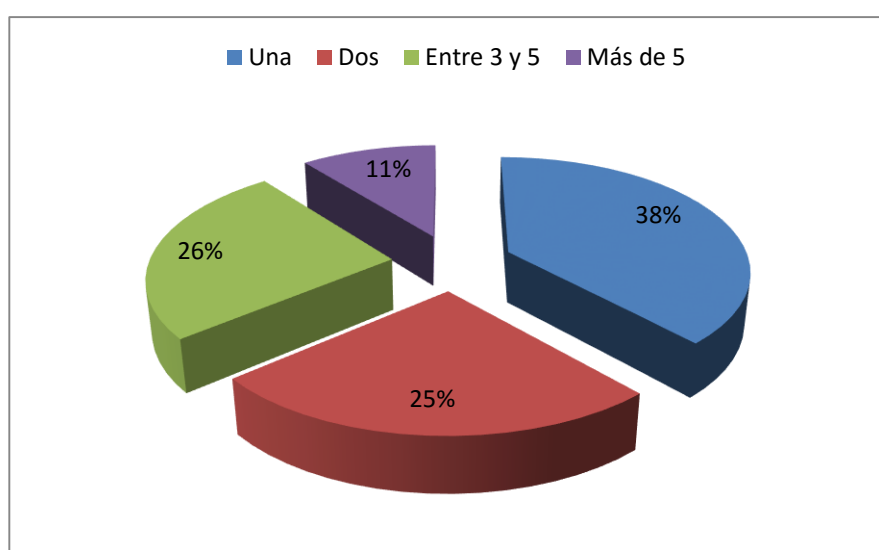


Figura 38. Finalidad por mes de los recursos empleados para manipular la composición fotográfica.

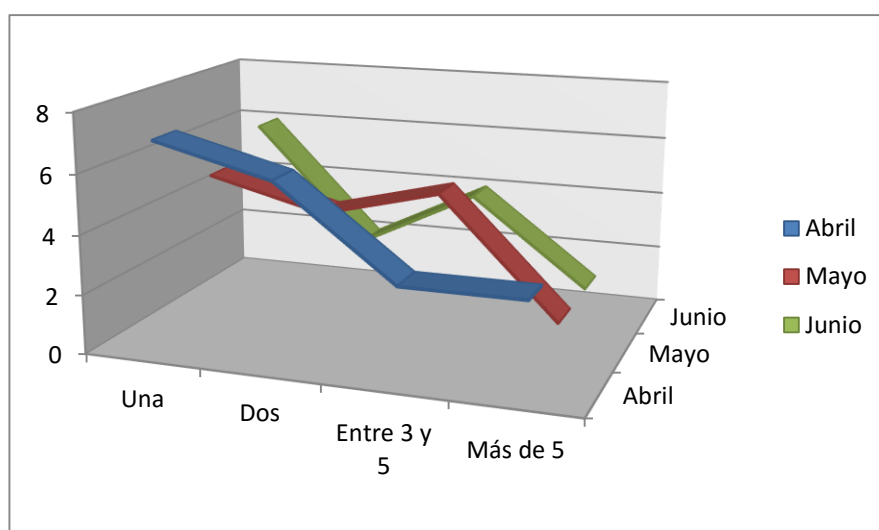
Tabla 20

*Cantidad de fotografías o imágenes que ameritó la cobertura al interior del diario*

	Una	Dos	Entre 3 y 5	Más de 5	Total
Abril	7	6	3	3	19
Mayo	5	4	5	1	15
Junio	6	2	4	1	13
Total	18	12	12	5	47



*Figura 39. Cantidad de fotografías o imágenes que ameritó la cobertura al interior del diario.*

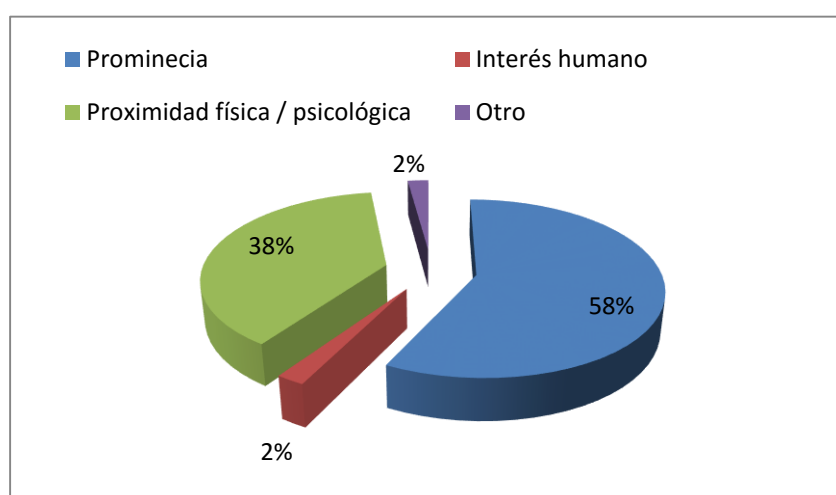


*Figura 40. Cantidad por mes de las fotografías o imágenes que ameritó la cobertura al interior del diario.*

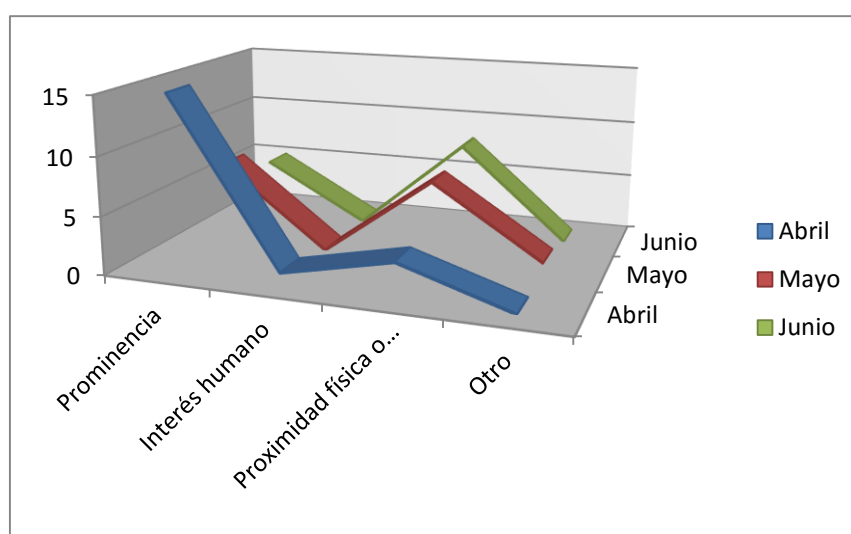
Tabla 21

*Valor periodístico que resaltó para fotografiar el hecho*

Cantidad					
	Prominencia	Interés humano	Proximidad física / psicológica	Otro	Total
Abril	15	1	3	0	19
Mayo	7	0	7	1	15
Junio	5	0	8	0	13
Total	27	1	18	1	47



*Figura 41.* Porcentaje sobre el valor periodístico que resaltó para fotografiar el hecho.



*Figura 42.* Detalle mensual del valor periodístico que resaltó para fotografiar el hecho.

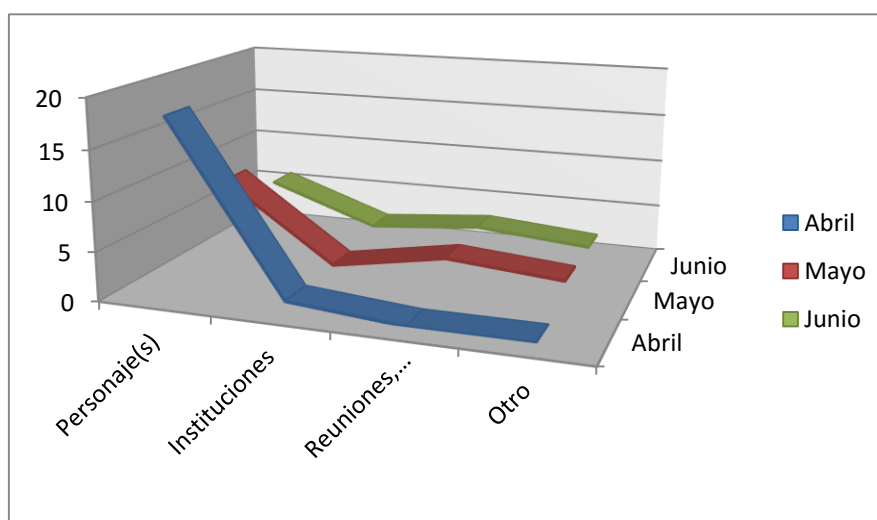
Tabla 22

*Lo que muestra la fotografía principal en la portada del diario.*

	Cantidad				Total
	Personaje(s)	Instituciones	Reuniones, Manifestaciones y/o protestas	Otros	
Abril	18	1	0	0	19
Mayo	9	1	3	2	15
Junio	6	2	3	2	13
Total	33	4	6	4	47



*Figura 43. Porcentaje sobre lo que muestra la fotografía principal en la portada del diario*



*Figura 44. Lo que muestra mensualmente la fotografía principal en la portada del diario.*

Tabla 23

*Instituciones públicas que se muestran en la nota principal del medio*

	Cantidad				
	Municipalidades /GRA y dependencias	Ministerio Público /Poder Judicial	Es una institución privada	Otra/s	Total
Abril	0	1	0	0	1
Mayo	0	1	0	0	1
Junio	0	2	0	0	2
Total	0	4	0	0	4



Figura 45. Porcentaje de las instituciones públicas que se muestran en la nota principal del medio.

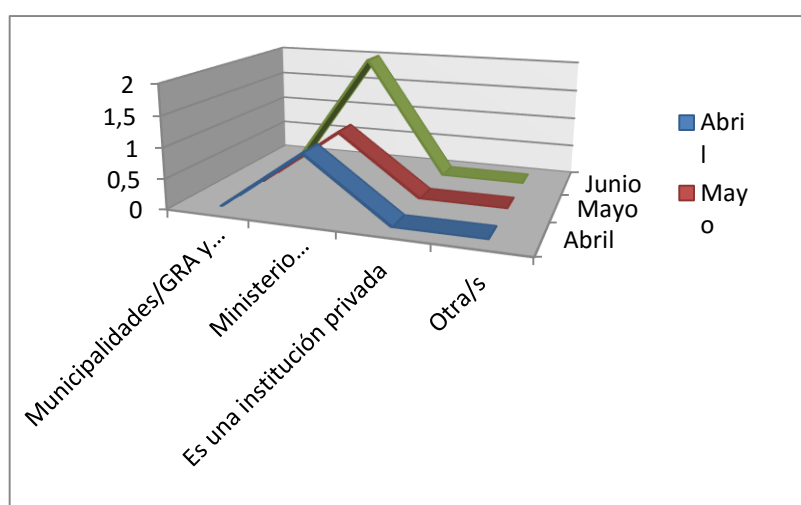


Figura 46. Detalle mensual sobre las instituciones públicas que aparecen en la nota principal del medio.

Tabla 24

*La imagen muestra la identidad del fotografiado en hechos de presunción*

	Cantidad				Total
	Sí	No	No es sobre hechos del tipo	No se puede determinar	
Abril	4	0	13	1	18
Mayo	3	0	8	1	12
Junio	0	0	7	2	9
Total	7	0	28	4	39

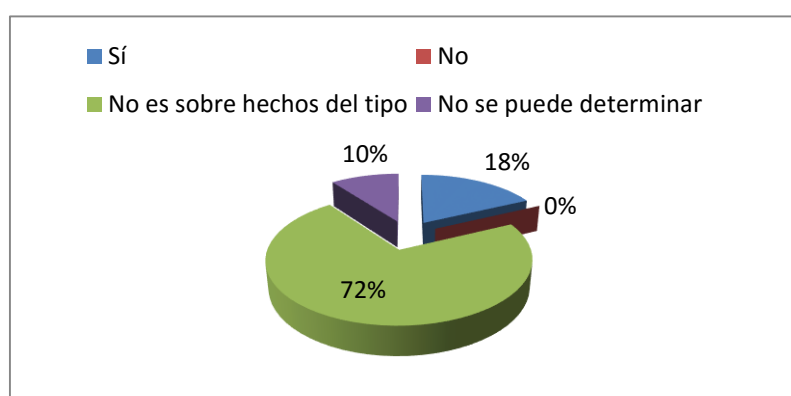


Figura 47. Porcentaje sobre la identidad del fotografiado en hechos de presunción.

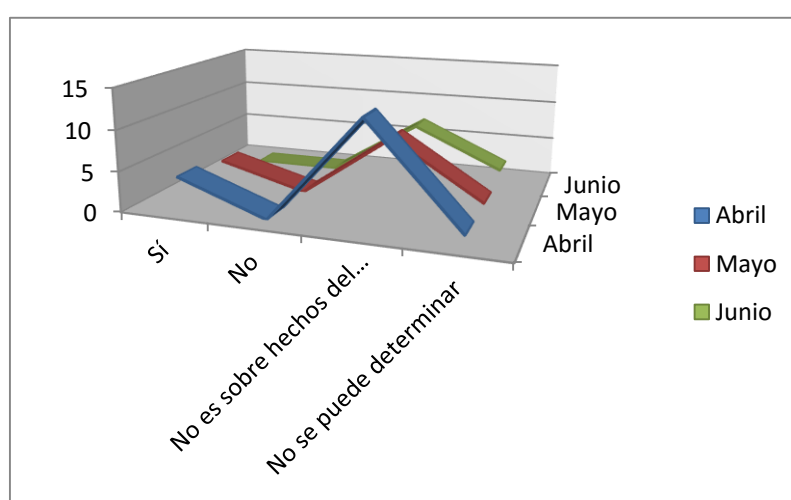


Figura 48. Detalle mensual sobre la identidad del fotografiado en hechos de presunción.

Tabla 25

*Fotografías centradas en el lenguaje gestual o identidad del personaje*

	Cantidad				Total
	Sí	No	En defecto físico	No se puede determinar	
Abril	16	1	0	0	17
Mayo	9	2	0	1	12
Junio	5	4	0	0	9
Total	30	7	0	1	38

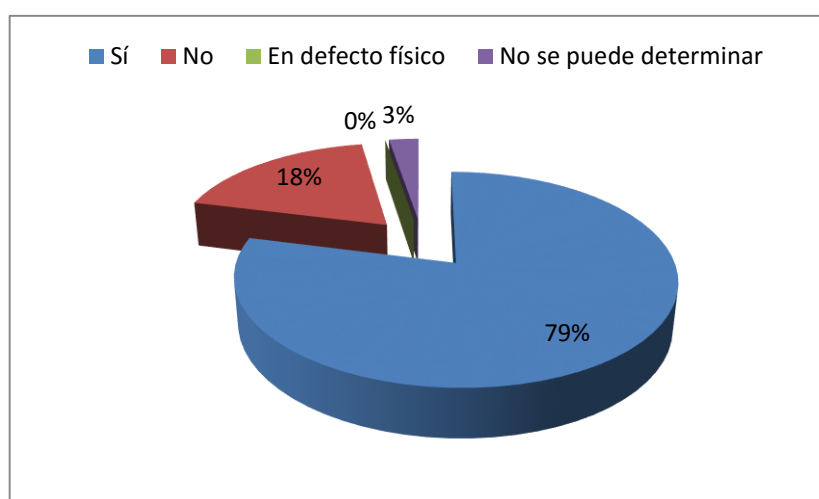


Figura 49. Porcentajes de las fotografías centradas en el lenguaje gestual o identidad del personaje

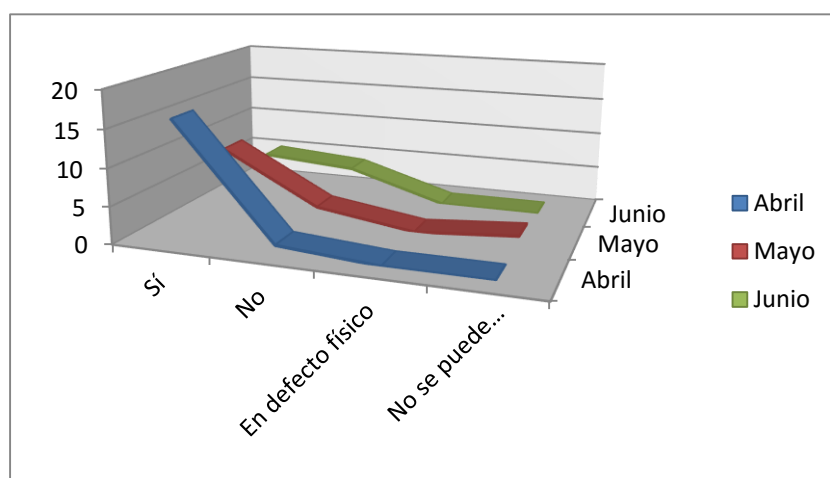
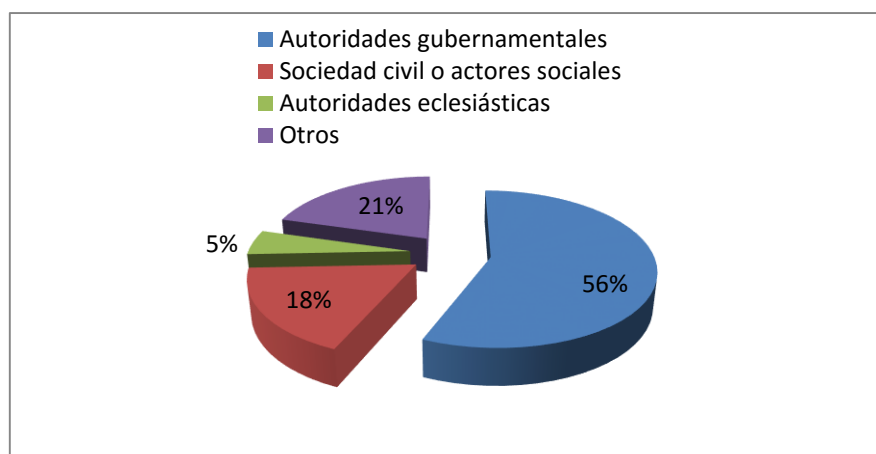


Figura 50. Fotografías que mensualmente están centradas en el lenguaje gestual o identidad del personaje.

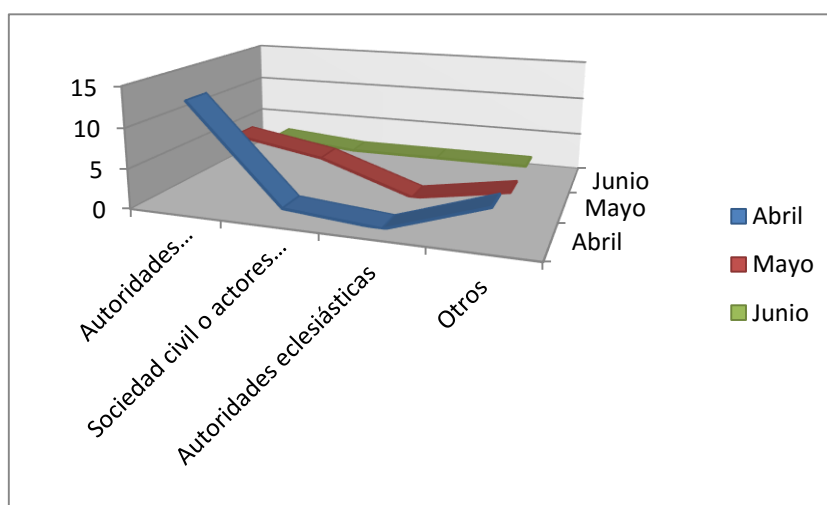
Tabla 26

*Persona o personajes que se muestran en la fotografía*

	Cantidad				Total
	Autoridades gubernamentales	Sociedad civil o actores sociales	Autoridades eclesiásticas	Otros	
Abril	13	1	0	4	18
Mayo	6	4	0	2	12
Junio	3	2	2	2	9
Total	22	7	2	8	39



*Figura 51. Porcentaje sobre la persona o personajes que se muestran en la fotografía.*



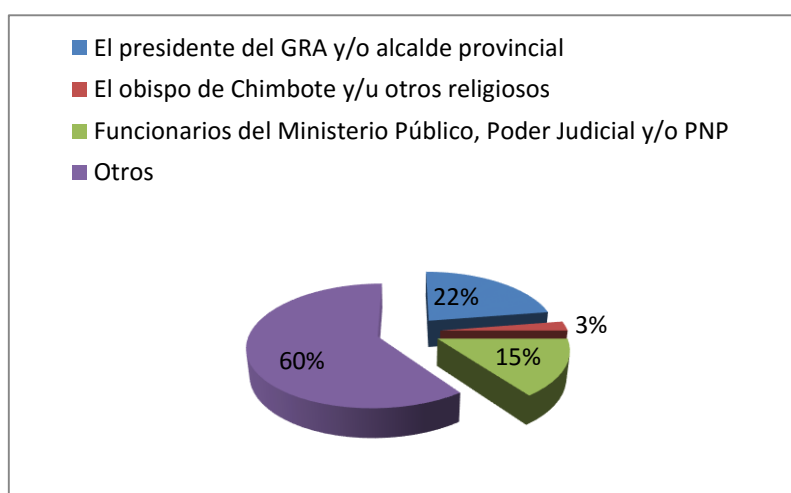
*Figura 52. Detalle mensual sobre la persona o personajes que se muestran en la fotografía.*



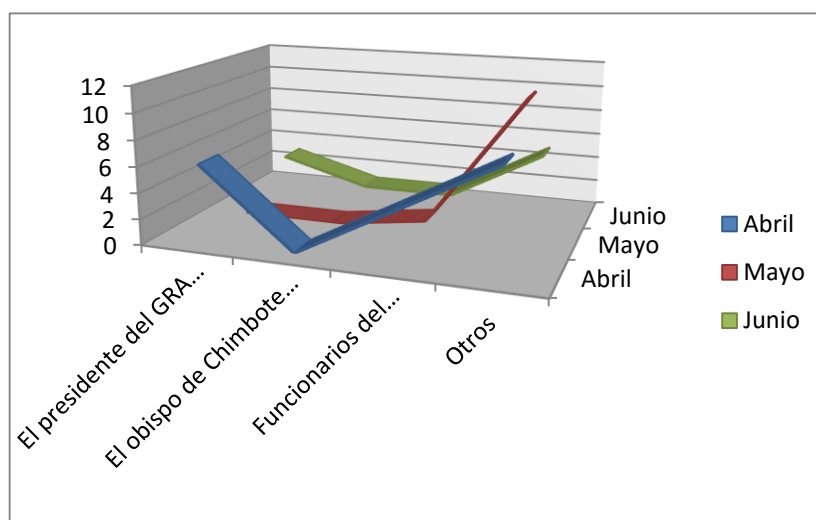
Tabla 27

*Autoridades que se muestran en la fotografía*

	Cantidad				Total
	El presidente del GRA y/o alcalde provincial	El obispo de Chimbote, y/u otros religiosos	Funcionarios del MP, PJ y/o PNP	Otros	
Abril	6	0	4	8	18
Mayo	0	0	1	11	12
Junio	3	1	1	5	10
Total	9	1	6	24	40



*Figura 53. Porcentaje sobre autoridades que se muestran en la fotografía.*

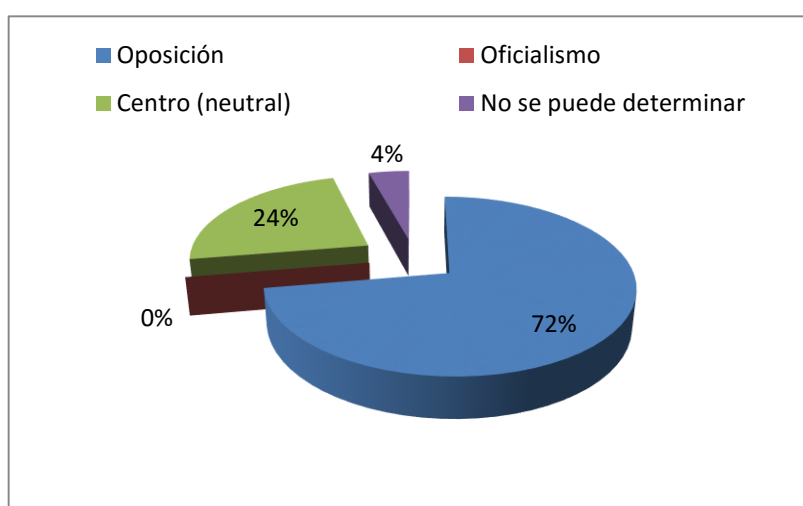


*Figura 54. Detalle mensual sobre las autoridades que se muestran en la fotografía.*

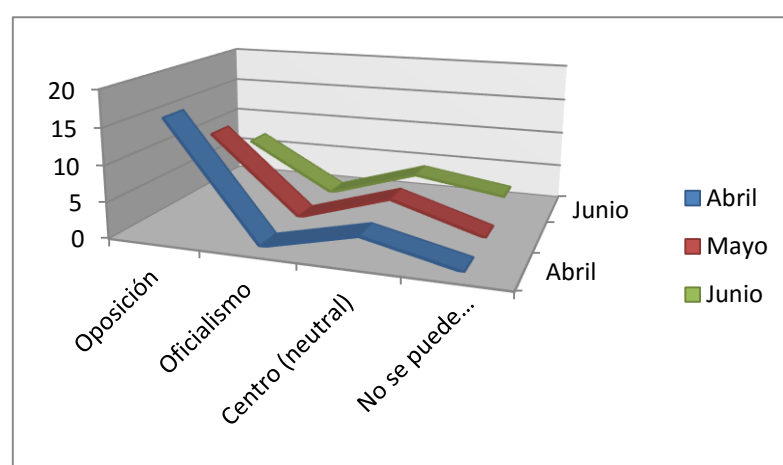
Tabla 28

*Posición política en la portada del medio. De acuerdo a una evaluación general.*

	Cantidad				Total
	Oposición	Oficialismo	Centro (neutral)	No se puede determinar	
Abril	16	0	3	0	19
Mayo	11	0	4	0	15
Junio	7	0	4	2	13
Total	34	0	11	2	47



*Figura 55. Detalle porcentual sobre la posición política en la portada del medio.*



*Figura 56. Posición política reflejada mensualmente en la portada del medio.*

Tabla 29

*Presentación de la noticia de portada*

	Cantidad				Total
	De manera neutral	Con opinión (implícita o directa)	A favor o en contra de...	No se puede determinar	
Abril	3	10	4	2	19
Mayo	1	8	5	1	15
Junio	3	5	3	2	13
Total	7	23	12	5	47

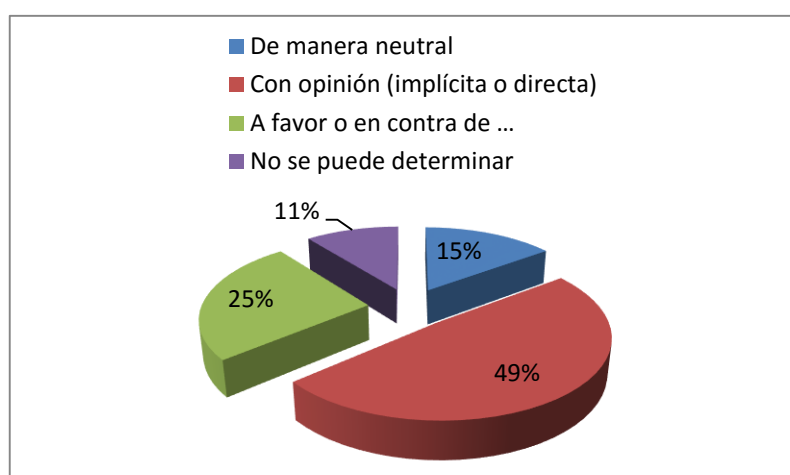


Figura 57. Detalle porcentual sobre la presentación de la noticia de portada del diario.

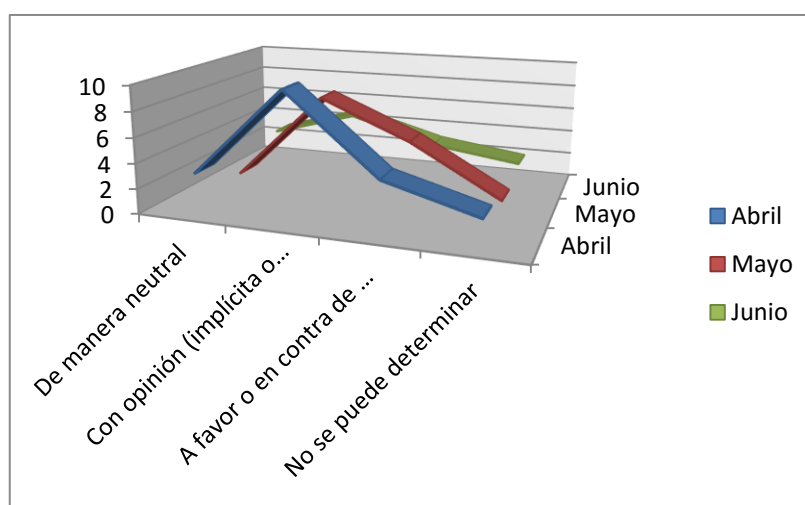


Figura 58. Detalle mensual sobre la presentación de la noticia de portada en el diario.

Tabla 30

*Composición fotográfica en la noticia de portada*

	Cantidad				Total
	El aspecto informativo (abarcando varios datos)	El instante imperdible	Sobredimensionar la imagen	Ningún valor/ No se puede determinar	
Abril	3	7	3	6	19
Mayo	5	2	6	2	15
Junio	6	1	4	2	13
Total	14	10	13	10	47

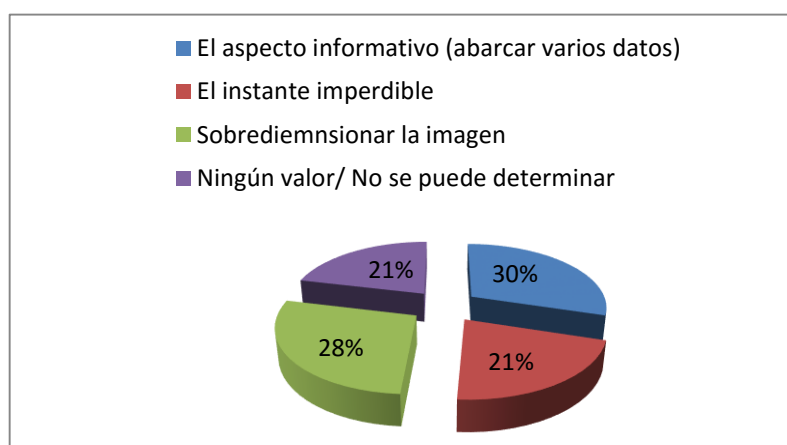


Figura 59. Porcentaje sobre la composición fotográfica en la noticia de portada.

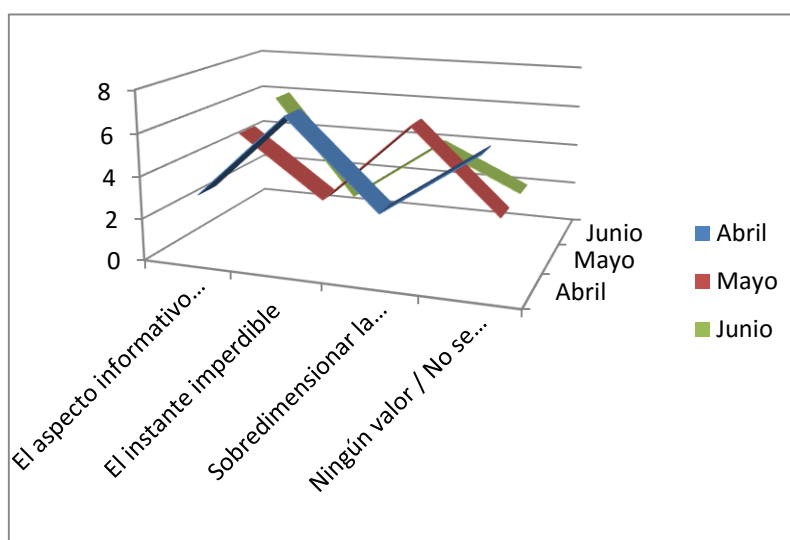
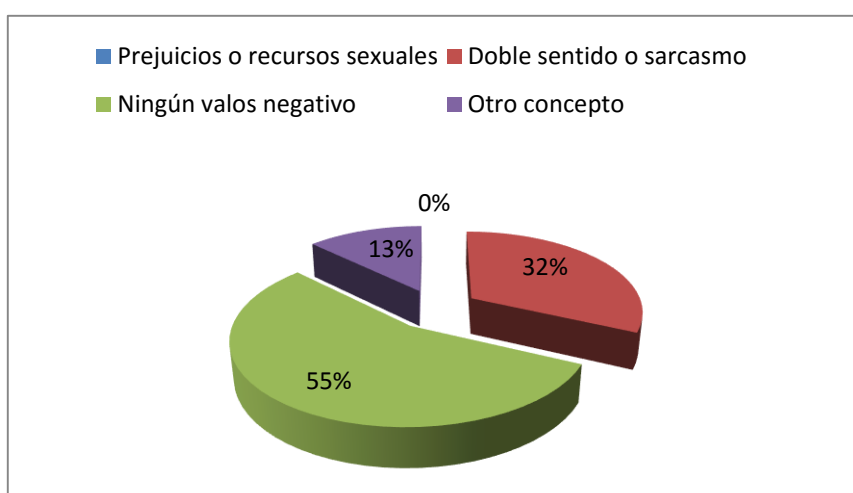


Figura 60. Detalle mensual sobre la composición fotográfica en la noticia de portada.

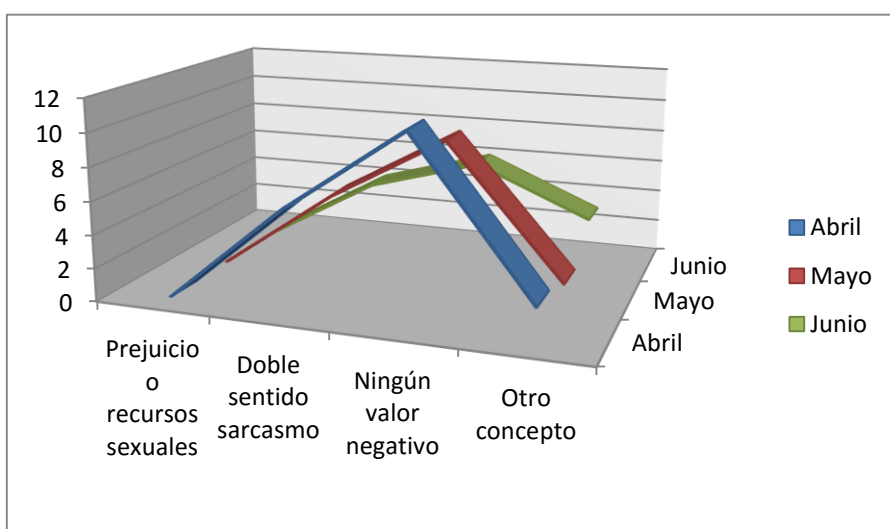
Tabla 31

*Significado que transmite la construcción del mensaje visual.*

	Cantidad				Total
	Prejuicios o recursos sexuales	Doble sentido sarcasmo	Ningún valor negativo	Otro concepto	
Abril	0	6	11	2	19
Mayo	0	5	9	1	15
Junio	0	4	6	3	13
Total	0	15	26	6	47



*Figura 61. Porcentaje sobre el significado que transmite la construcción del mensaje visual.*



*Figura 62. Detalle mensual sobre el significado que transmite la construcción del mensaje visual.*

Tabla 32

*Preparación profesional en la fotografía*

	Cantidad				Total
	Sí (poses con ángulos planeados)	Sí, ángulos planeados sin pose	No, la foto parece espontánea en todo sentido	No se puede determinar	
Abril	2	12	4	1	19
Mayo	1	13	1	0	15
Junio	4	7	2	0	13
Total	7	32	7	1	47

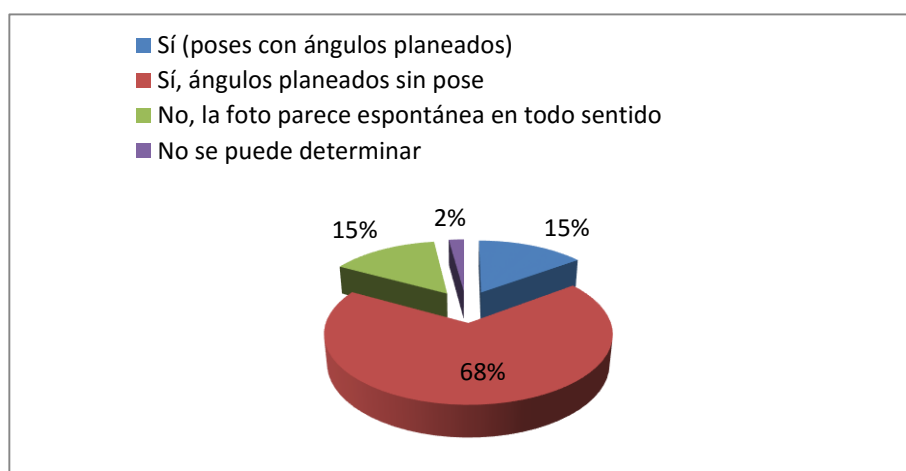


Figura 63. Porcentaje sobre la preparación profesional en la fotografía.

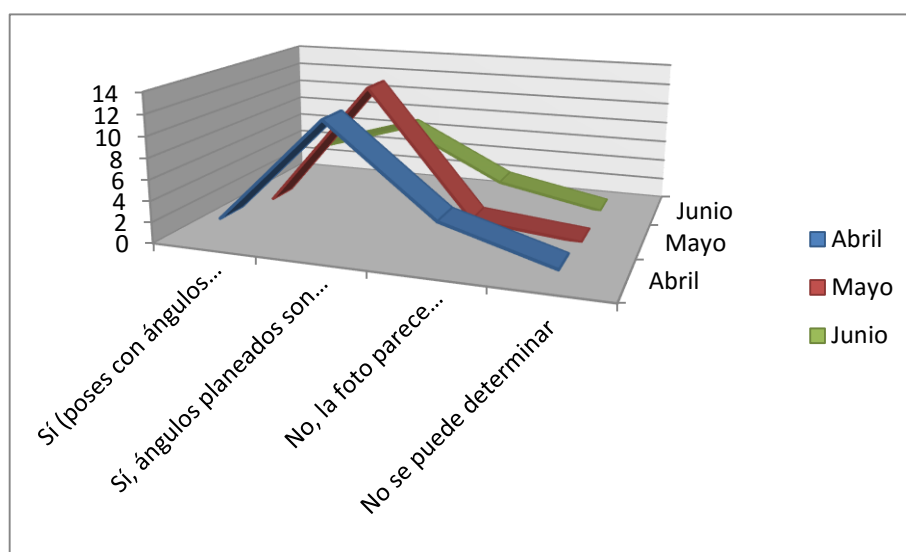


Figura 64. Detalle mensual que evidencia la preparación profesional en la fotografía.

Tabla 33

*Presencia de creatividad en la fotografía principal*

	Cantidad				Total
	Originalidad	Novedad	Imprevisibilidad	N.A	
Abril	1	2	5	11	19
Mayo	1	1	1	12	15
Junio	1	2	3	7	13
Total	3	5	9	30	47

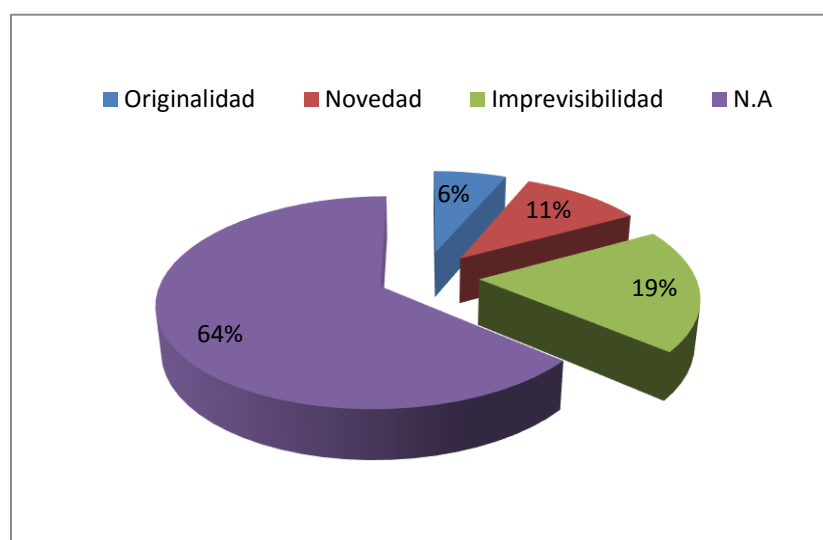


Figura 65. Porcentaje sobre la creatividad en la fotografía principal.

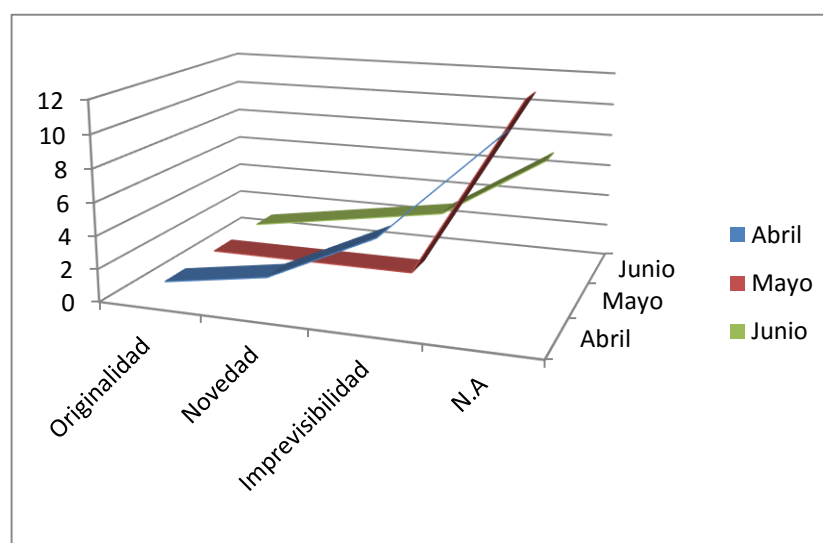


Figura 66. Detalle mensual sobre la creatividad en la fotografía principal.

Tabla 34

*Tema o aspecto político en que se centra la nota principal*

	Cantidad				
	Temas positivos (aprobación de proyectos, actos de solidaridad, etc.)	Demandas, querellas, denuncias, quejas judiciales y/o actos de corrupción	Hechos políticos – policiales (asesinatos, accidentes, extorsiones, vandalismo, etc.)	Otro	Total
Abril	1	9	3	6	19
Mayo	0	8	2	5	15
Junio	0	7	2	4	13
Total	1	24	7	15	47

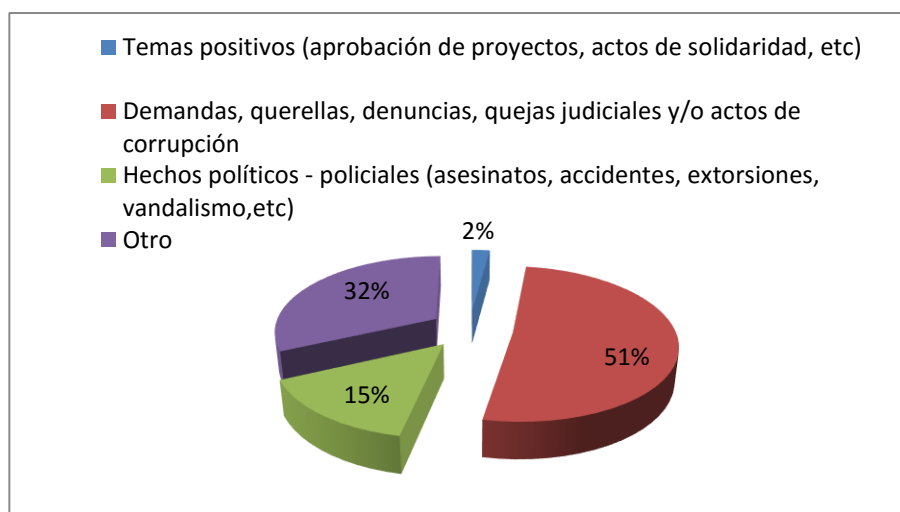


Figura 67. Porcentaje del tema o aspecto político en que se centra la nota principal.

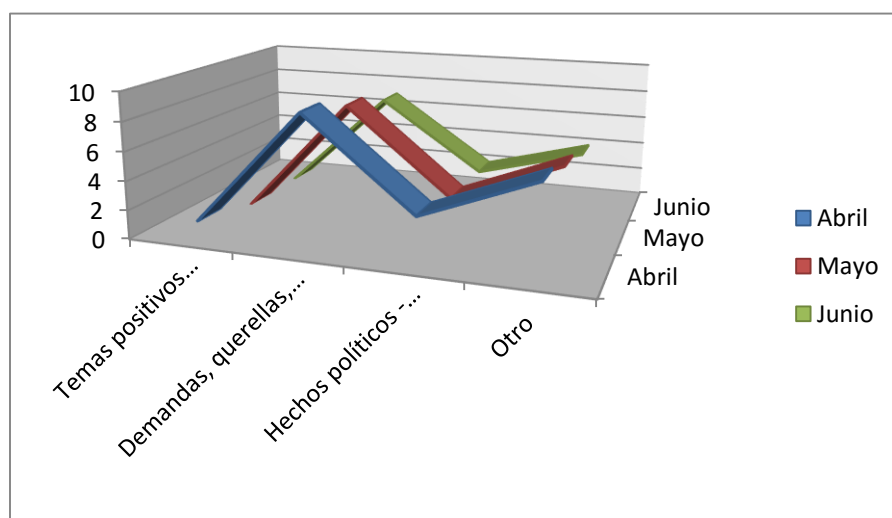


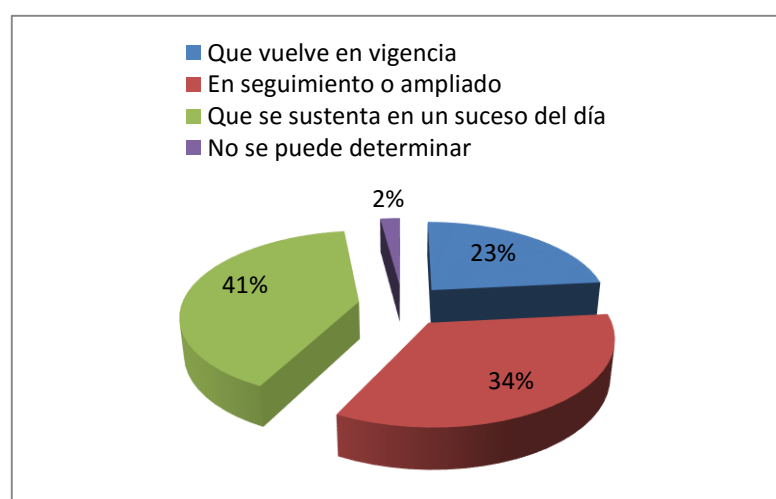
Figura 68. Detalle mensual del tema o aspecto político en que se centra la nota principal.



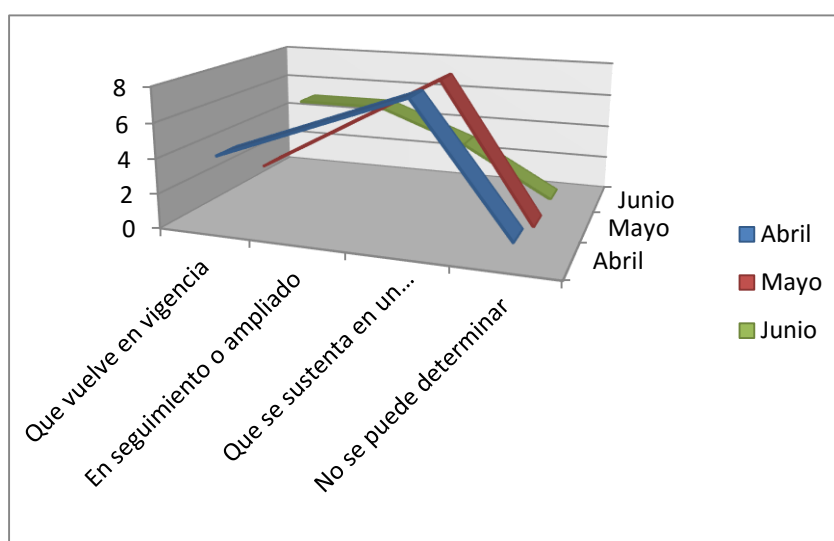
Tabla 35

*La noticia de portada y su fotografía se sustentan en un tema*

	Cantidad				Total
	Que vuelve en vigencia	En seguimiento o ampliado	Que se sustenta en un suceso del día	No se puede determinar	
Abril	4	6	8	1	19
Mayo	2	5	8	0	15
Junio	5	5	3	0	13
Total	11	16	19	1	47



*Figura 69.* Porcentaje de la noticia de portada y su fotografía en relación a un tema.



*Figura 70.* Detalle mensual sobre la noticia de portada y su fotografía en relación a un tema.

Tabla 36

*Protagonista visual en la fotografía principal*

	Cantidad				Total
	El que tuvo más cobertura (presencia en el texto) y/o inició el hecho	La otra parte o ambas partes	El hecho noticioso en sí	No se puede determinar	
Abril	3	10	3	3	19
Mayo	1	7	2	5	15
Junio	2	3	4	4	13
Total	6	20	9	12	47

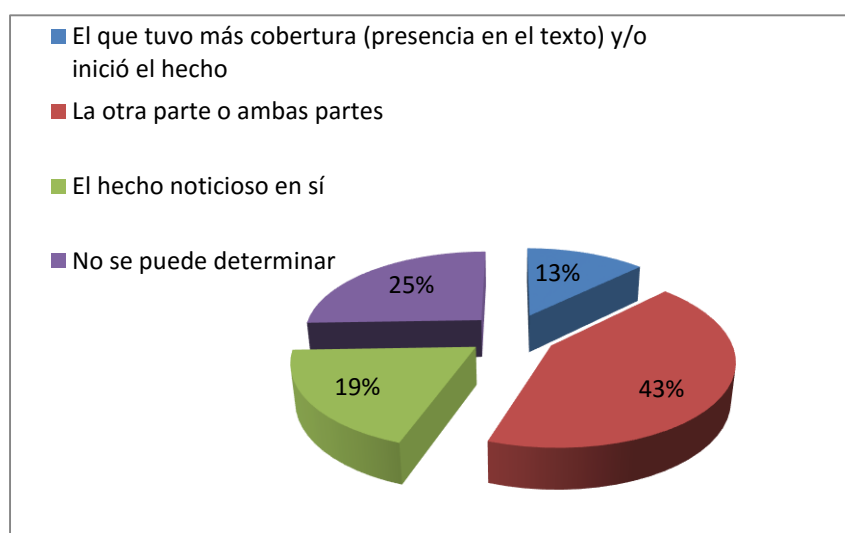


Figura 71. Porcentaje sobre el protagonista visual en la fotografía principal.

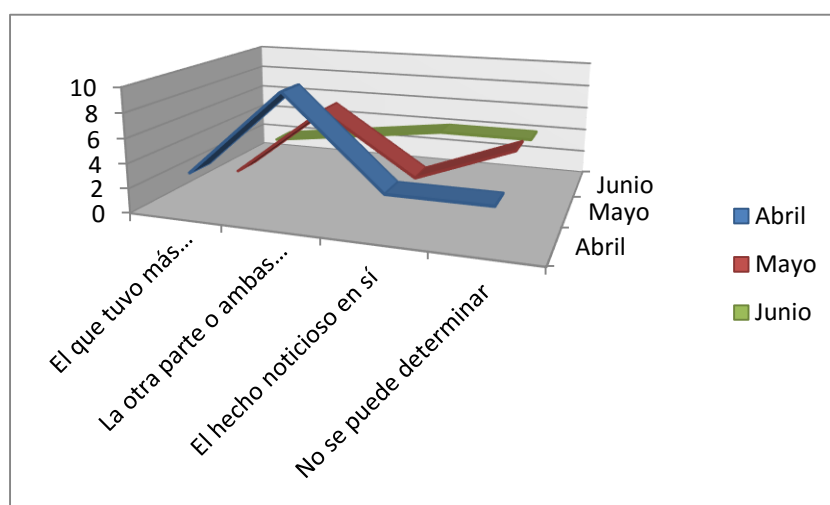


Figura 72. Detalle mensual sobre el protagonista visual en la fotografía principal.

Tabla 37

*Valoración periodística para la construcción informativa del hecho*

	Cantidad				Total
	A las fuentes	Su opinión o posición frente al hecho	La expectativa del público	Se limitó a informar	
Abril	0	0	0	0	0
Mayo	2	0	1	11	14
Junio	0	0	0	0	0
Total	2	0	1	11	14

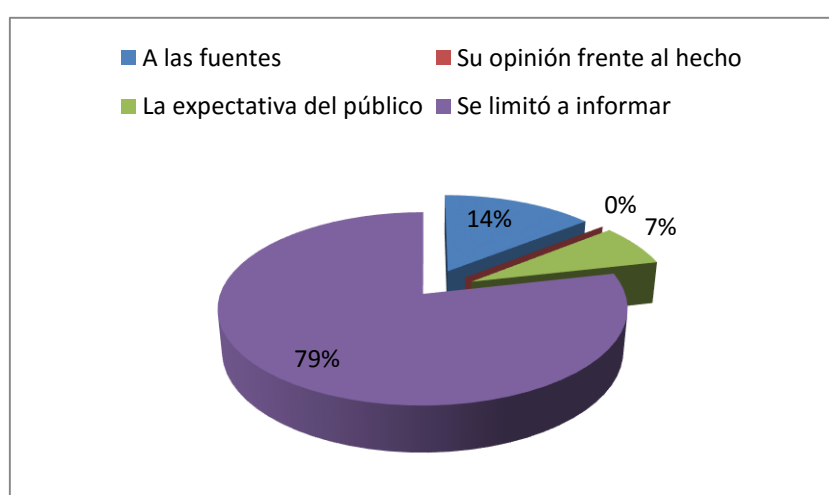


Figura 73. Porcentaje sobre la valoración periodística para la construcción informativa del hecho.

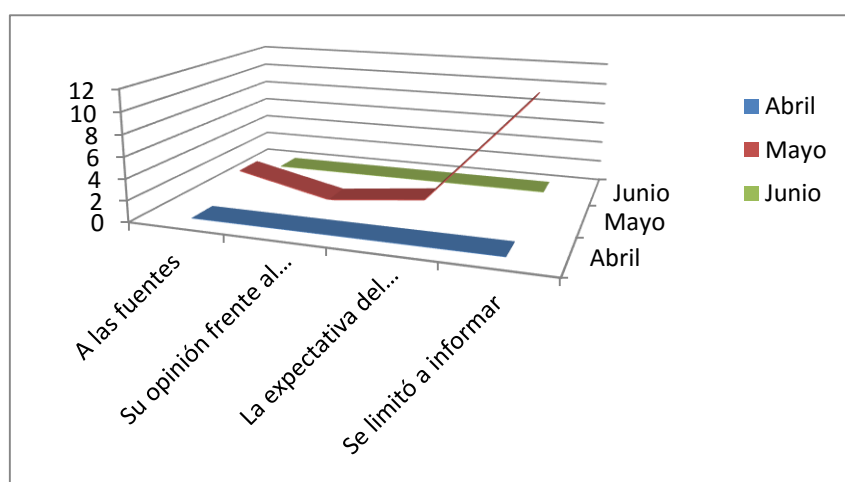


Figura 74. Detalle mensual de la valoración periodística para la construcción informativa del hecho.

Tabla 38

*Motivación en el lector por la composición fotográfica.*

	Cantidad				Total
	Despertar emoción	Avivar la memoria	Estimular el pensamiento/ ayudar a aprender a ver	Divertir o entretener	
Abril	6	5	8	0	19
Mayo	5	1	9	0	15
Junio	3	1	9	0	13
Total	14	7	26	0	4

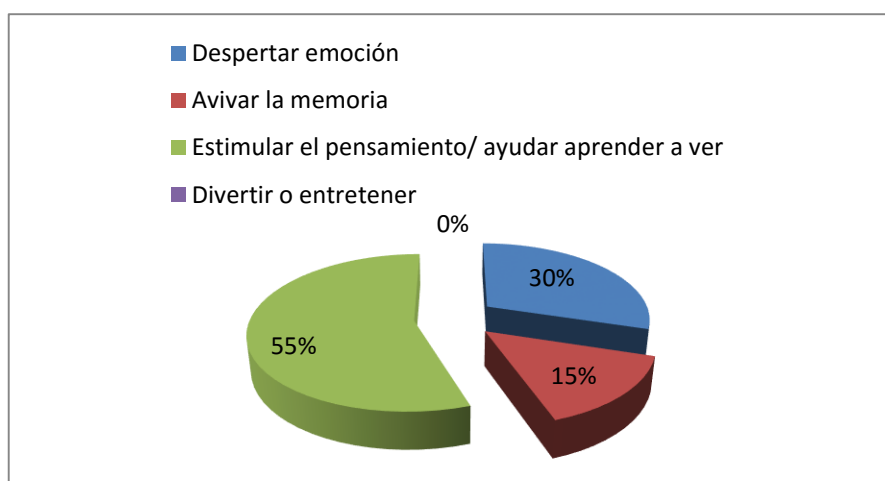


Figura 75. Porcentaje sobre lo que motiva la composición fotográfica en el lector.

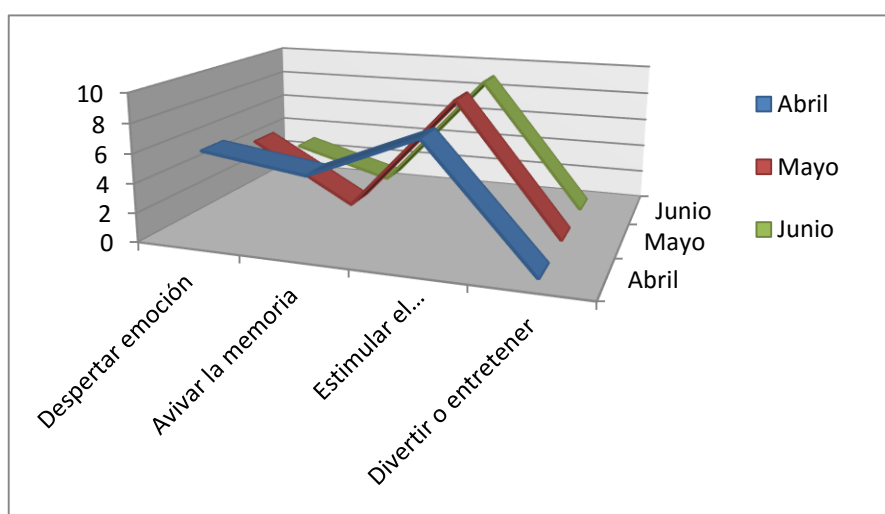
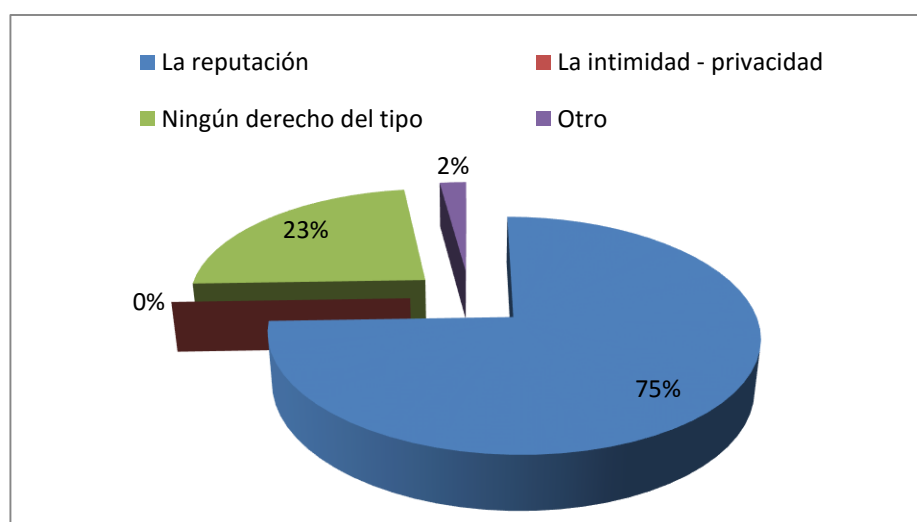


Figura 76. Detalle mensual sobre lo que motiva la composición fotográfica en el lector.

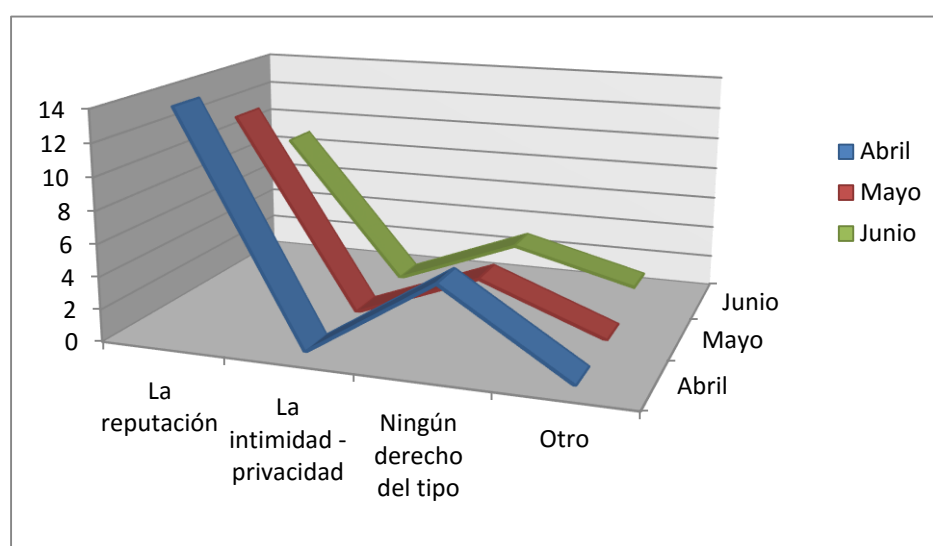
Tabla 39

*Relación de la nota de portada con algún tipo de derecho*

	Cantidad				Total
	La reputación	La intimidad – privacidad	Ningún derecho del tipo	Otro	
Abril	14	0	5	0	19
Mayo	12	0	3	0	15
Junio	9	0	3	1	13
Total	35	0	11	1	47



*Figura 77. Porcentaje sobre la relación de la nota de portada con algún tipo de derecho.*



*Figura 78. Detalle mensual sobre la nota de portada y su relación con algún tipo de derecho.*

Tabla 40

*Relación entre la susceptibilidad del público y la fotografía principal*

	Cantidad				Total
	Cadáveres, personas heridas, enfermas o afectadas físicamente de forma agresiva (accidentes, matanzas, etc.)	Obscenidades o referencias sexuales	Otra imagen visualmente violenta	No afecta la susceptibilidad del público	
Abril	1	0	0	18	19
Mayo	1	0	0	14	15
Junio	0	0	1	12	13
Total	2	0	1	44	47

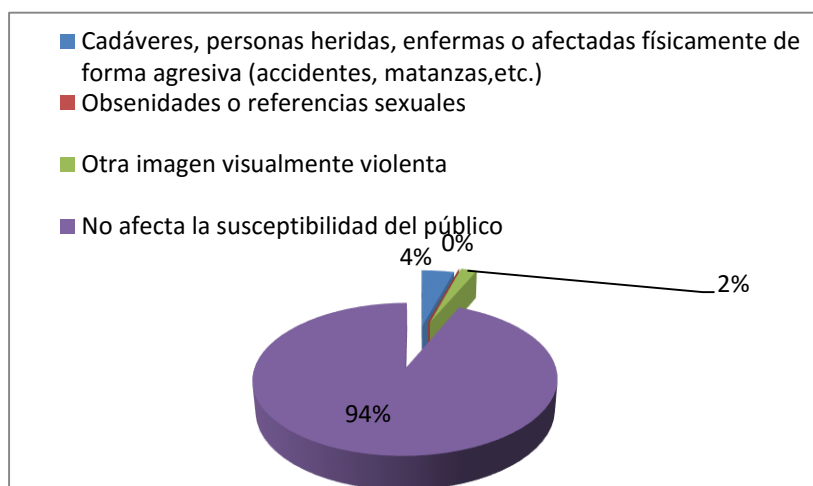


Figura 79. Porcentaje sobre la relación entre la susceptibilidad del público y la fotografía principal.

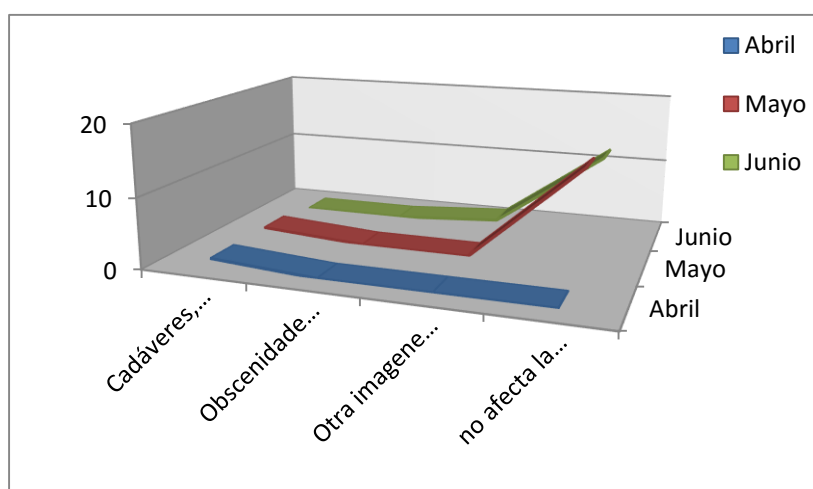


Figura 80. Detalle mensual sobre la relación entre la susceptibilidad del público y la fotografía principal.

## **2. Resultados de la entrevista a la editora de Correo Chimbote**

1. Son una serie de elementos que se utilizan en una imagen para poder comunicar algo. Dicen que una imagen vale más que mil palabras. Nosotros tratamos - aunque no siempre lo conseguimos- de buscar ello, que la imagen comunique, que vaya de acuerdo al titular y que impacte sobre todo en los lectores.

2. Hablar de características particulares es un poco complicado porque nosotros tenemos una dificultad muy grande, y es que tenemos -a diferencia de otros medios- sólo un gráfico (reportero gráfico) quien descansa dos días. Los redactores son los encargados casi siempre de hacer sus propias fotos; entonces, no hay una rigurosidad o una especialización por parte de los redactores para buscar hacer composiciones visuales, es complicado para ellos porque es muy difícil reportear y hacer las fotos a la vez. Los chicos hacen su mejor esfuerzo, pero a veces la foto no es la adecuada y tenemos esa dificultad... ahorita por ejemplo tenemos la cámara malograda. En la medida de lo posible, cuando está el reportero gráfico siempre tratamos de que la imagen comunique por sí sola, que tenga todos los elementos y sea la adecuada sobre todo para los titulares, que son fuertes y sobre todo directos, para que finalmente se tenga el resultado que esperamos en el lector.

3. Lo ideal es buscar el equilibrio (fondo y forma), pero a veces tenemos esa dificultad. Y tratamos de poner nuestro mejor esfuerzo en ilustrar la nota.

4. El objetivo es finalmente que los lectores compren el diario, no sólo que lo vean, sino que lo compren. Para ello la imagen es muy importante.

5. En el caso de temas políticos, a diferencia de los policiales, tú puedes "jugar" con gestos que hacen determinadas autoridades. Por ejemplo, hace unos días, veíamos un tema que tenía que ver con los juicios que tiene la alcaldesa y con un pedido de captura, tanto para ella como para Waldo (Waldo Ríos)... por ejemplo buscar fotos donde ellos aparezcan preocupados, rezando o haciendo un gesto con la mano al cuello... en política se puede jugar con esos elementos visuales que son muy importantes y que impactan en el lector.

6. En mí, definitivamente en mí. Yo soy editora de Correo Chimbote. Prácticamente aquí soy la que dirige el tema periodístico (en ausencia de un director).

7. No necesariamente, la valoración es exactamente la misma (en ambos hechos). Cuando se ha dado, las veces que hemos compartido portada ha sido porque los dos hechos han sido igual de importantes e interesantes.

8. No, no hay un tope. Todo depende de la importancia. Por ejemplo, con el caso Centralita, con el tema que tiene que ver Álvarez (César Álvarez) o el atentado de Nolasco no hemos tenido un límite. Todo lo define la calidad de la información con la que contamos, si tenemos información interesante o exclusiva -como ha ocurrido- no tenemos parámetros para nuestras portadas. Podemos darle toda la semana al mismo tema si es que sabemos que al público le interesa ese asunto, porque también tiene que ver mucho eso. Medimos en cuanto a las ventas, vemos si es que una portada ha funcionado -como ha ocurrido con Álvarez, con Nolasco o todo este tema de la corrupción- nos ha dado buenos resultados, entonces continuamos con el tema... también por el tema del interés y como un objetivo periodístico que es el de la fiscalización.



9. Es un poco complicado porque... bueno con Álvarez, por ejemplo, hemos agotado casi todo, Álvarez ha salido en todas las posiciones posibles... hemos repetido fotos, y tenemos que admitirlo. Hemos repetido fotos de Álvarez preso 20 mil veces, finalmente no tenemos la variedad de las imágenes para "jugar" con eso. Sobre todo de la etapa que tiene que ver ya de su detención y lo posterior. No se puede conseguir más imágenes. Las últimas de la presentación que ha tenido en la Comisión Belaunde y las que publicaron Correo en exclusiva, son de muy mala calidad porque son fotos transmitidas por WhatsApp. Tenemos a veces que repetir imágenes y entendemos que eso quizás al lector le cansa, no ve algo nuevo, eso sí información diferente, pero la misma foto... también tiene un impacto - no negativo- pero sí disminuido.

10. Ambos tienen la misma importancia. Generalmente se busca el equilibrio, que es lo ideal, pero no siempre sucede. En honor a la verdad, la mayoría de las veces prevalece la información que la imagen. A veces hemos tenido que vernos en la obligación de utilizar imágenes que ya hemos repetido. tratamos en la mayoría de lo posible que no sea así, pero es difícil conseguirlo.

11. Generalmente son tomas cerradas, cuando tienen que ver con autoridades principalmente, o hay algunas que por ahí con composiciones se puede "jugar" cuando se trata de eventos públicos; por ejemplo, inauguraciones, la reciente juramentación de Waldo. Depende del hecho, de la situación y del material que se tenga al respecto.

12. Creo que en mayor medida son complementarias, principalmente son -valga la redundancia- son para poder complementar, para ilustrar la nota. Finalmente ese es el objetivo. También están los otros aspectos en menor medida. Eso ya no depende de

nosotros, sino de las situaciones en que se puedan tomar las fotos y los gestos que se puedan hacer o encontrar. Hay autoridades que son muy gestuales y otras que son más parametradas, y no se puede "jugar" mucho con la imagen en esos casos.

13. Han habido casos en que hay que saber diferenciar los gestos de un mal ángulo que podamos captar. Hay algunas fotos que definitivamente no favorecen a algunas autoridades y esas tratamos de evitarlas porque consideramos que son una falta de respeto. Por ejemplo, algunas abriendo la boca o con las ojos en blanco, una situación de esa naturaleza, han habido muchas por ejemplo en el caso de la alcaldesa. No la publicamos por una cuestión de respeto, porque no tiene nada que ver esa foto con lo que queremos publicar.

14. (fue respondida en otra pregunta)

15. Fuentes de la fotografía. Principalmente están los redactores. No tenemos una cámara profesional en estos momentos, esa es la principal dificultad (...) el reportero gráfico con el que contamos no es un reportero gráfico especializado. Él está empeñado en capacitarse, tiene toda la voluntad, pero aún no tiene el conocimiento. (...)

Si es que tenemos un reportero grafico especializado con todos los elementos lo que tenemos que hacer es aprovecharlo (...).

16. (No fue necesaria la pregunta)

17. (Ya fue respondida).

18. Los temas que tienen que ver principalmente con las fotos de policiales, las fotos sangrientas. Nosotros tratamos de evitar eso, rostros ensangrentados, muertos... situaciones muy sangrientas. Protegemos mucho lo que es el tema que tiene que ver con menores de edad, tanto visualmente como en la información.

19. Diariamente no. Ellos lo que principalmente hacen es tomar la foto de la forma que pueden. Bueno, hay algunas indicaciones generales que conocen perfectamente por ejemplo en el caso de muertos o hechos sangrientos, tratar de buscar ángulos que pueda comunicar la imagen, pero no transmitir toda la violencia o la sangre que representa el hecho. Eso y gestos de las autoridades, de los entrevistados... que jueguen un poco con los ángulos, el picado o contrapicado. Entiendo que por la premura del tiempo suelen hacer fotos muy parametradas, siempre de frente, no juegan con los ángulos.

No hay una sugerencia específica para cada comisión, no se sabe en qué situaciones van a ocurrir los hechos, Pero sí pues a veces hay que ser más precisos en el sentido de la imagen.

20. Claro, ellos saben mejor que nadie la importancia de la foto, las imágenes en el diario. Pero a veces es muy complicado que puedan hacer dos cosas a la vez, pero en la medida de lo posible lo hacen, pero sí son conscientes.

21. Es que están ligados la denuncia con la fiscalización. Correo es un diario eminentemente fiscalizador. Su principal objetivo es siempre estar ahí vigilante en el

uso de los recursos públicos, en las acciones que ejecutan las autoridades y eso va íntimamente ligado con la denuncia, que tiene que ver principalmente con el tema político o de corrupción policial, o de otros estamentos. Para mí, están íntimamente ligados (denuncia y fiscalización).

22. Es que muchas veces se confunde. Nosotros criticamos, cuestionamos y denunciemos hechos irregulares de autoridades, no de personas. Las autoridades están siempre sujetas al ojo público, al escrutinio de los periodistas, de la población. En ese sentido, sí es cierto que fiscalizamos más al GRA que, digamos, la municipalidad de Santa, pero por un tema de importancia más que todo, y de proximidad y dados los antecedentes que ya todos conocemos. Sí, hay instituciones en las que ponemos los ojos con más frecuentemente y mayor interés. Casos MPS, MNCH, GRA...eso no quita que si tenemos información de otros municipios no lo cubrimos. Lamentablemente por el poco personal que tenemos no podemos cubrir uno en cada distrito, qué más quisiéramos nosotros (...), no los tenemos, pero cuando hemos tenido información hemos buscado todas las aristas y hemos publicado.

(...) Hay gerencias muy sensibles, por ejemplo el caso transporte... que es un tema que atrae más el interés de los lectores, a quién no le interesa las rutas de los colectivos, comités, como se están manejando las concesiones y todo ese asunto, la implementación del transporte masivos. Lo que hacemos casi siempre es el ver tema y cómo funciona en los lectores (...).

23. Es que es un conjunto de aspectos finalmente, todos son importantes... el qué, el cómo, el quién, ¿no? El quién en ciertas circunstancias porque, por ejemplo, si estamos hablando del presidente regional todo lo que él haga genera interés en el

público, sobre todo con los antecedentes que tiene. Entonces lo mismo ocurre con la alcaldesa... todos con el pasado que tienen, sus acciones siempre van a generar interés. Yo creo que es un conjunto. Como te digo, es todo... yo creo que todos esos factores se complementan. Nosotros tenemos la ventaja, a diferencia de otros medios, de profundizar y buscar temas propios, denuncias e informaciones a través de los cuales buscar información nueva que darle al lector.

24. Lo que nosotros siempre buscamos es un equilibrio entre el interés y la importancia. Tú sabes que no siempre lo interesante es importante, y viceversa... hay temas que son muy importantes que al público no le interesa. Por ejemplo, las portadas, los casos de dengue, de salud... no le interesan al público. Los casos que tienen que ver con la problemática de los agricultores, la problemática minera o ambiental son muy importantes, pero a la población no les interesa. Por eso lo que buscamos encontrar es un equilibrio entre la importancia y el interés. No siempre lo conseguimos, pero estamos en esa constante búsqueda, ese es el objetivo: el balance de ambos aspectos... lo hemos conseguido con temas que tienen que ver con las denuncias de corrupción, en la etapa de Álvarez, Waldo Ríos, en la etapa de Victoria Espinoza, dada la coyuntura... pero es muy difícil hacerlo en otros aspectos por más que buscamos la forma de comunicarlo de la más manera sencilla para que el público lo entienda no hemos logrado el mismo resultado en esos temas que te digo, agricultura, contaminación... a pesar que son muy importante.

25. Eso depende. Hay autoridades, personas, o el protagonista de nuestra portada... ha habido ocasiones en las que ha dicho algo interesante textualmente... hay que ser muy cuidados y rigurosos en ese sentido porque tenemos poco espacio, a

diferencia de otros medios. Tenemos que siempre buscar un titular corto, el espacio determina la extensión del titular... no podemos darnos el lujo de poner un titular a dos o tres líneas porque finalmente ocuparía toda el área de la imagen. Es complicado buscar titulares cortos e impactantes porque finalmente lo que buscamos es que el lector compre el periódico. Utilizamos casi siempre muy poco las citas textuales porque muchas veces están son largas... lo que tenemos que hacer es buscar, no sé... si es que la cita textual es corta la podemos utilizar, bien, pero lo que no podemos perder es la esencia de la cita textual,... por algo se llama cita textual. Hay algunas declaraciones interesantes que podemos explotar en la portada, pero que no podemos hacerlo como cita textual porque nos limita el espacio.

26. El titular generalmente lo hago yo, hay veces en que lo hacemos en coordinación con los redactores, más que todo porque ellos conocen mucho más sus temas,... yo lo reviso, les doy el check... lo hacemos generalmente en conjunto, pero al final quien determina es el director, es quien tiene la última palabra. Hay veces en que el director ha cambiado el titular, pero siempre en coordinación. (...).

El director (del norte) revisa todas las portadas. Hay veces que yo, por el calor de estar aquí o por la indignación me excedo... y pongo un titular que finalmente es lo que yo pienso (...), suele suceder, pero absolutamente todas las portadas pasan por el ojo del director... antetítulos, todo. Él revisa la portada completa.

27. Claro. Todas las fotos... tenemos un sistema que se llama MILENIUM, que es el software que EPENSA compró a una empresa española. Este sistema trata automáticamente las fotos (PROTECMEDIA) (...) trabajan directamente los redactores en maquetas. El tratamiento consiste en todo, se recorta, se ilumina. el software detecta

lo que hace falta, iluminación, oscurecen... tratan de hacer lo posible, a veces no se puede hacer nada. Yo trabajo con MILENIUM editor que es el que ve el tema periodístico, pero hay también MILENIUM *disaing* que es el de diseño y eso lo hacen los diagramadores en Trujillo, ellos ya le dan los ajustes finales, que tienen que ver exclusivamente con forma. Sólo ajustan. Hay que ser precisos con los términos, titulares, etc. (...).

28. Hay una sección política todos los días (pág. 8 - 9) e incluso hay notas políticas en otras secciones. Tenemos que "jugar" porque a veces sucede algo a última hora.

29. Las que tienen que ver generalmente con el GRA, con la municipalidad y en este caso la alcaldesa. En la municipalidad ocurre algo particular, hay temas que tienen que ver con las municipalidades, pero son más locales... por ejemplo, el tema de las intervenciones a los locales clandestinos, bares, etc. eso son más temas locales que políticos, a pesar que tienen a la municipalidad como protagonista. Pero los que tienen que ver más con el manejo presupuestal son un tema más político... los temas que tienen que ver con los procesos judiciales (...)

Sobre las manifestaciones o protestas. Por ejemplo, el paro de ayer también es un tema político, pero el paro de transportista es más una tema local (cuando son manifestaciones de otro tipo). Sobre los temas donde los protagonistas no son las autoridades, pero las notas tienen una evidente repercusión política... esas son notas locales. Es que nosotros aquí en las tres páginas de local jugamos con lo que es policial o política, tratamos de hacer ambos. Lo que pasa es que Chimbote a diferencia de otras sedes en el norte, no es capital de región... en esos casos, ellos tienen la ventaja de tener

en sus sedes, a las gerencias regionales, aquí tenemos sólo dos: solo esta trabajo y producción y la sede central del GRA no está aquí, está aquí. En otros lugares hay un redactor que hace política y otro locales, no como en otros medios... y ese uno pone en su página local notas políticas o policiales.

30. Se responde con la siguiente pregunta:

**¿Cuál es la posición política de Correo Chimbote? Podríamos llamarla de oposición**

Oposición... es que no nos oponemos por oponernos, no es una oposición gratuita... viene el alcalde y vamos a oponernos en todo lo que haga, no es así. La posición de Correo es más que todo fiscalizadora. Esa es la posición de Correo, fiscalizadora de toda la cosa pública... por importancia ponemos el ojo en instituciones que son más representativas, pero en la medida de lo posible tratamos de fiscalizar toda la cosa pública. Yo creo que la posición de Correo sin tener que ser una posición política es la fiscalización (...). Es que es difícil ser solamente informativos. Para nosotros, para mí principalmente, la objetividad tal cual, propiamente dicha no existe... somos seres humanos y generalmente no podemos contar hechos que nos afectan como periodistas de una manera tan fría, siendo exactamente rigurosos a lo que ha ocurrido... en el caso de una violación, en el uso de recursos públicos... yo creo que es una mezcla entre informativo, de opinión y a veces de interpretación... siendo el eje central ser informativo.

Reportero gráfico: Yoshi Vera Barreto



**Preguntas adicionales:****¿Qué tipo de diario es Correo Chimbote?**

Es eminentemente un diario político, un diario que tiene una línea de lucha frontal contra la corrupción, y creo que eso se lo ha ganado en los 10 años de existencia que tiene.

**¿Cuándo la fuente de la foto dice: Correo, se refiere a fotografías de archivo?**

Claro, o fotografías que en el momento no se puede ubicar el nombre del periodista que lo hizo (...). Nosotros tenemos la dificultad que corremos contra el tiempo porque cerramos a la 7 de la noche. Aquí en Correo los mismos redactores son los buscan sus fotos y pegan sus fotos en las páginas. Nosotros trabajamos con un sistema que está enlazado a nivel nacional, desde la sede de Arequipa pueden ver los que estamos haciendo nosotros, estamos siempre volando contra el tiempo.... a veces hasta tenemos que estar buscándolas en internet y que sean de Correo, es otra dificultad mas. Lamentablemente se nos quemó hace algún tiempo nuestro disco duro con miles de fotos y poco a poco estamos armando el archivo, pero eso toma tiempo.

## **B. Discusión**

### **CON RELACIÓN A LAS CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO**

Alonso (2006) postuló que cada medio periodístico determina qué conductas, decisiones y actitudes elogia y propone como ejemplos, o cuáles merecerán su reprobación. Por tanto, el periodismo político es un área de especialización que resulta fundamental para la democracia así como el periódico es un actor político clave para el control de los poderes públicos (Enguix , 2013).

Contemplando tales nociones, en la **TABLA N° 28** se observa que, el principal enfoque de las portadas en Correo Chimbote es la oposición: de cada 4 primeras planas, 3 son de una posición contraria al oficialismo (72%) y, sólo 1 es neutral (24%) o definitivamente imparcial.

Aunque la evaluación es general, la aproximación revela que la situación podría ser incluso más definitiva por el control o la vigilancia que el medio ejerce en virtud del poder público. Adicionalmente, Córdova (2005) explicó que la oposición periodística suele transformarse en sensacionalismo político, un instrumento poderoso para la desinformación o desorientación social.

### **CON RELACIÓN A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA PORTADA**

En 1999, Rodrigo señaló que los periodistas toman la totalidad de las noticias que llegan a sus manos, seleccionan las que suponen más importantes por su utilidad e interés, las redactan de modo determinado, las presentan según un criterio jerárquico y las lanzan a la consideración crítica del público.

La dinámica describe el proceso valorativo que siempre existe, evidente en una primera plana. En la **TABLA N° 01** se expone que normalmente las portadas promocionan de 5 a más noticias (93%), siendo 7 la cantidad más común; y menos de 5 informaciones o entre 2 y 4 la mínima con un 7%. Los datos acreditan la consideración de espacio otorgado a cada unidad informativa.

Según un estudio realizado por el Readership Institute para la Asociación Interamericana de Prensa (SIP), una de las ocho reglas para aumentar el volumen de lectores es: un tipo específico de noticias aumenta la lectoría. Al respecto, en la **TABLA N° 03** se observa que el 77% de las veces más del 50% de las notas en portada corresponden a temas políticos, asimismo en ningún caso tales temas constituyen menos del 25% de la cobertura; lo que describe la orientación política del medio o la valoración conceptual de su sentido político. Sin embargo, no existe una portada completa del tipo; por lo tanto, a pesar de la preponderancia temática no prevalece la convicción de proyectar una imagen íntegramente política.

En tal sentido lo siguiente es importante. Enguix (2013) determinó que la información política condiciona las primeras planas, siendo la portada la muestra de los acontecimientos que el diario destaca y sus contenidos, la apuesta estratégica más relevante en la gestión de un periódico. La prensa organiza un espacio informativo privilegiado donde se representan, con la máxima claridad, sus criterios de selección y jerarquización ética.

La **TABLA N° 02** muestra que, en el 43% de las primeras planas todas las notas exhibidas tienen fotografía. En el 57% restante, si bien no todas las noticias van acompañadas con imágenes, son más las que sí presentan una.

Por lo tanto, en el 100% de los casos se manifiesta la importancia visual estimada por el medio.

Alonso (2006) señaló que siempre debe reflexionarse la importancia del tema así como la cobertura en fondo y forma que el diario realizó. Tal rigor suele ser resumido en un estilo periodístico, más o menos visual. Si en el diario debe existir equilibrio entre forma y contenido, la provisión del material gráfico es de gran importancia a la hora de definir la ubicación de cada elemento.

De acuerdo al concepto de dinámica del punto, que plantea el movimiento de nuestra visión al valorar puntos de atención y, revisando los componentes que acompañan a la fotografía o sus elementos circundantes (antetítulo/sumilla, bajada y titular). En la **TABLA N° 13** se observa que ninguno de los recorridos de lectura propuestos a través de las portadas revela una preferencia notoria.

Definitivamente, en 1 de cada 4 casos se sigue una de estas dos secuencias: titular - fotografía - bajada o sumilla - antetítulo (28%), y -fotografía - titular - bajada o sumilla - antetítulo (28%). Por lo tanto, la mayoría de las primeras planas (56%) le dan una importancia visual del tercer y cuarto lugar a la bajada/sumilla y al antetítulo, respectivamente. Siendo 44 el porcentaje cuando los lugares son inversos: tercer lugar para el antetítulo y cuarto para la bajada/sumilla. En el 100% de los casos, ambos elementos son los últimos en importancia.

Justamente sobre el proceso de composición; Alonso (2006) estableció que el primer paso de la cadena está en la redacción, en donde el material es titulado para luego ser ubicado de manera eficaz y atractiva en el periódico. Enguix (2013) expuso que, una vez decididos los temas serán el director y el responsable del diseño quienes elegirán la forma en que se distribuirá el espacio de la primera plana.

En Correo Chimbote, el 49% de los recorridos de lectura tienen como primer punto focal a la fotografía, significando casi la mitad de las portadas; mientras que el 51% de veces inician con el titular. Que las fotografías o los titulares inician los recorridos de lectura propuestos fundamenta el respaldo teórico de la importancia de ambos elementos, además que su consideración exhibe la valoración democrática del sentido visual y textual, prácticamente empatada para el caso.

### **CARACTERÍSTICAS DE LA NOTA DE PORTADA**

En la **TABLA N° 39** se observa que las notas de portada están principalmente relacionadas al derecho a la reputación (75%); es decir, 3 de cada 4 tienen que ver con la imagen, credibilidad y/o el prestigio personal e institucional. En el periodismo, informaciones de este tipo requieren doble responsabilidad en el control de la imparcialidad o ética, precisamente por los efectos de las noticias.

Foucault (1981, véase en Rodrigo, 1999) examinó el proceso por el cual el periodismo construye una descripción convincente de la realidad social señalando que, la mera publicación de noticias, con relatos que contienen nombres reales, fechas y lugares específicos genera la impresión de que es posible verificarlos y, por ende, origina un supuesto no verificado a favor de su verdad.

Cada sociedad tiene su régimen de verdad y los tipos de discurso que acoge haciendo funcionar como reales o falsos, e igualmente las técnicas o procedimientos elegidos para la obtención de lo que establece como verdadero (Foucault, 1981). Siendo así, en la **TABLA N° 29** se observa que Correo Chimbote presenta las noticias de portada en un 49% de los casos con opiniones (implícitas o directas) y en un 25% con posiciones notorias, a favor o en contra de alguna idea o personaje.

Por tanto, el 74% de las noticias son presentadas en primera plana de manera parcializada, o aproximadamente en 3 de cada 4 ocasiones. Sólo un 15% de veces denotan neutralidad y en el 11% de los casos la determinación es imprecisa.

Mc Quail (1985, véase en Rodrigo, 1999) indicó que si los medios de comunicación son capaces de transmitir una apreciación de las prioridades y de dirigir la atención selectivamente entre los temas y problemas es que pueden hacer mucho más. En la **TABLA N° 34** se observa que la mitad de noticias en portada (51%) son sobre temas o aspectos políticos que tratan demandas, querellas, denuncias, quejas judiciales y/o actos de corrupción; confirmando el sentido fiscalizador que el medio quiere expresar o la implicancia social en la cual se encausa.

Tal proyección, como Martini & Luchessi (2004) indicaron, se vincula en especial a temas de corrupción. Y es que la autopercepción de un espacio fiscalizador o controlador de las acciones del Estado y sus funcionarios tiene aceptación entre los consumidores de productos periodísticos, debido a que la denuncia es funcional a la construcción de una imagen positiva aunque no implique ningún potencial de cambio o siquiera el incremento de la calidad democrática.

Por otro lado, el 15% de notas es sobre hechos político-policiales llámense accidentes, asesinatos, vandalismo, etc., que tienen que ver al mismo tiempo con temas políticos. Apenas un 2% de las veces son acerca de temas positivos como aprobación de proyectos o actos de solidaridad.

Asimismo, en la **TABLA N° 04** se observa que el 60% de las notas políticas son en segundo plano noticias con temática judicial, legal o sobre la administración pública. Se confirma nuevamente el rol fiscalizador propuesto por el medio como el principal

mecanismo para abordar temas políticos, además que es el que mejor reputación genera y, aparentemente, a través del cual se gana mayor audiencia y por ende lectores.

Asimismo, las notas políticas tienen que ver además con temas policiales (21%) y temas sociales (19%). Demostrándose que el enfoque social de las notas políticas no es la dimensión de cobertura con mayor consideración a nivel periodístico. Resulta oportuno mencionar lo sustentado por Rodrigo (1999), quien sostuvo que la explicación de la teoría de los efectos no está sólo en los temas tratados, sino también en las informaciones "ocultas", ya que de esta manera se sustrae la atención general de algunos temas o posturas.

Adicionalmente, que no se presente ningún caso donde se planteen otros temas confirma que los temas policiales, sociales, judiciales/legales y/o de administración pública son los únicos temas secundarios posibles para notas políticas, de acuerdo a la realidad de Correo Chimbote.

Delgado (1974, véase en Abreu, 1999) planteó que opinar significa emitir juicios sobre algo, de modo que los procesos informativos y de opinión se presentan simultáneos. No obstante, en algunos casos una acción impera sobre la otra, y en ello las intenciones del emisor resultan decisivas.

Después de un análisis de lectura, en la **TABLA N° 37** se observa que el 79% de las noticias se construyeron limitándolas a la función informativa. En ese sentido, la medida descarta definitivamente alguna intención de parcialidad en 3 de cada 4 coberturas al interior del periódico. De igual modo, el 14% demuestra que se valoró más a las fuentes de los hechos, lo que armoniza con el sentido informativo del género. Por lo tanto, se confirma que a través del texto sí trasciende o existe un control que procura la imparcialidad periodística (93% de los casos).

Cuestión aparte, se observa que sólo en un 7% de las noticias se estructura la información considerando predominantemente la expectativa del público, y en ningún caso (0%) se evidencia una opinión o posición notoria del periodista frente al hecho.

En la **TABLA N° 35** se interpreta que, en primer lugar, la noticia de portada es sobre hechos en seguimiento o ampliados (34%), y en un 23% acerca de sucesos que vuelven en vigencia. Es decir, la mayoría de las notas presentadas como principales no son acerca de hechos nuevos (57%), sino sobre sucesos con los que el medio, y por tanto el periodista, ya está relacionado. Hechos que han tenido que ascender en la escala de importancia para llegar a la portada, o cuya preponderancia se mantiene.

Siendo así las notas de portada en "Correo" no son exclusivas en la mitad de las coberturas, lo que quiere decir que el trabajo se enfoca más en la profundización que en la búsqueda de primicias.

En otra línea, el 34% de las notas se respaldan en un suceso del día. Lo que quiere decir que, por lo menos 1 de cada 3 notas destacadas en portada corresponden a hechos con un nivel de importancia que los llevó directamente a la primera plana, y que podrían haberse generado gracias a un buen trabajo de cobertura periodística.

La cantidad de fotografías empleadas en el desarrollo del hecho de portada al interior del diario revela la valoración visual del medio, además de ser una de sus características visuales más definidas. Entendiendo tal idea, en la **TABLA N° 20** se observa que en el 38% de los casos, es decir en por lo menos 1 de cada 3 notas de portada, se utiliza sólo 1 imagen. Sin embargo, otras veces la cobertura visual amerita 2 o más de 2 fotografías (62%), siendo contundente el sentido visual en poco más de la mitad de dicho porcentaje (37%) cuando se emplean de 3 a más imágenes.



Por consiguiente, el medio manifiesta un reconocimiento a la importancia de las fotografías en la exposición de las noticias, que para las portadas necesariamente tendría que ser mayor y más indiscutible. Respecto al punto, Casasús (1985) indicó que es interesante atender a la estructura de los procesos selectivos dentro de un repertorio de unidades disponibles y combinatorias ya que es en este nivel de la comunicación donde se toman también opciones ideológicas.

### **CARACTERÍSTICAS DE LAS FOTOGRAFÍAS**

Para iniciar, Texeira (1999) reflexionó la importancia de las imágenes indicando que, los fotógrafos aparecen como culpables por la muerte de Lady Diana o por la transformación de Mónica Levinski en musa de la sensualidad norteamericana debido a que la fotografía es conductora de la comunicación, siendo posible su producción con diferentes finalidades.

En la **TABLA N° 06** se observa que más de la mitad de las fotografías (56%) fueron elaboradas por un reportero gráfico. El 44% restante muestra imágenes tomadas por los redactores o los periodistas a cargo del texto (22%) y, es igual el porcentaje cuando la fuente es el archivo del medio (22%). Para el último panorama, las fotografías pudieron haber sido tomadas también por redactores o reporteros gráficos para luego constituir la base de imágenes de Correo Chimbote. En otras palabras, el 44% de las fotografías igualmente puede constituir fotos tomadas con el conocimiento, por lo menos básico o teórico, del potencial fotográfico.

La estadística demuestra una tendencia al trabajo técnico y connotativo consciente en las fotografías, así como la validación de la problemática estudiada en la investigación.

Reforzando lo anterior; Retamal (2004) ratificó que, los periodistas o redactores deberían contar con nociones de fotografía por si tienen que recurrir a una situación noticiosa sin el apoyo del reportero gráfico, debido a la falta de práctica en el manejo especializado de la fotografía.

En 1993, Abreu analizó cuatro publicaciones periodísticas en Venezuela y concluyó que la variable procedencia de la fotografía demostraba que en sentido general los periódicos se nutren con fotos realizadas por sus reporteros gráficos. Y sigue siendo así, como lo puntualizó Ibarra Julca (2012) al resumir el trabajo periodístico: "se debe leer un poco el texto y buscar la imagen adecuada, incluso en el archivo. Si la foto es muy buena, aunque no refiera directamente el hecho, se puede considerar: tiene que buscarse una fotografía apropiada para la nota que viéndola exprese algo, que tenga relación con el titular, que sea visualmente atractiva, que grafique toda la problemática y genere opinión".

En la **TABLA N° 05** se observa que las fotografías están compuestas principalmente por una sola imagen (66%) y, en ningún caso Correo Chimbote elabora infografías para sus primeras planas. Específicamente, 1 de cada 4 portadas (26%) emplearon dos fotos, y sólo el 8% utilizó 3 o más para componer la imagen principal. En suma, el 34% de las fotografías de portada realmente no son una sola imagen sino una composición posible a través de un proceso de edición o manipulación.

Para la escuela clásica norteamericana, el universo semántico equivale a las seis W (quién, qué, cuándo, dónde, cómo y por qué) que forman la estructura teórica de una noticia. Cuando el universo semántico se organiza con una operación de contextualización (el dónde de la fórmula clásica) presenta una realidad más amplia

dentro de la cual se localiza el hecho central que motiva el mensaje. Por otro lado, la temporización consiste en la referencia cronológica directa o indirecta de la cual forma parte el hecho semantizado (corresponde al cuándo clásico). La personalización consiste en identificar a los actores del hecho (equivale al quién). La clasificación (el qué) consiste en caracterizar un hecho como miembro de una determinada clase. La descripción (el cómo) abarca todas las referencias a elementos constitutivos del acontecimiento que se relata. La explicación (el por qué) es la mención explícita de causas. Y la circunstancialización consiste en presentar las situaciones concretas que anteceden inmediatamente al hecho central, que lo siguen y que en general están inmediatamente asociados a él (Casasús, 1985).

En la **TABLA N° 08** se observa que el centro de orientación de las fotografías está determinado por el QUÉ o el QUIÉN noticioso (79%). Es decir, por lo menos 3 de cada 4 veces las imágenes retratan el suceso o a los protagonistas de los mismos, siendo los agentes conceptuales más importantes en la composición. El QUÉ o QUIÉN noticioso, en sentido visual, son las 2 w de Laswel más fáciles que identificar, más directas al hecho y las elecciones más fáciles para registrar un instante fotográfico. Además, el QUIÉN tiene un sentido de remisión más propenso al sensacionalismo cuando se apela a colocar el rostro de alguien para referir un acontecimiento.

Los resultados de la **TABLA N° 08** relacionados con los datos de la **TABLA N° 07** definen la preferencia de Correo Chimbote por la indicación directa en portada de los hechos, tanto a nivel textual como visual (titulares y fotografías).

Con relación a los criterios técnico - psicológicos y, de acuerdo a los códigos de ética internacionales (NPPA) que establecen ser preciso y compresivo en la representación de los sujetos, tratarlos con respeto y dignidad. En la **TABLA N° 21** se

observa que las fotografías de portada fueron realizadas por prominencia (58%); es decir, más de la mitad de las veces tienen su razón de ser en el valor periodístico que considera al personaje como lo más importante del hecho. Los datos se corroboran con la **TABLA N° 22** donde se observa que, el 70% de las imágenes muestra persona/jes; resultando concluyente que el medio se enfoca en la identidad de los protagonistas para presentar visualmente la noticia.

Lo anterior se confirma también en la **TABLA N° 21**, cuando el interés humano es lo menos importante (2%); revelando que en Correo Chimbote -a nivel visual- se realiza principalmente periodismo sobre personas, no precisamente por una razón social. Al revisar periódicos venezolanos, Abreu (1993) concluyó que el uso importante del factor "prominencia" pone en evidencia aquella vieja máxima según la cual la gente famosa, rica o importante hace noticia.

Cuando la fotografía es de personas o por prominencia, el 72% de las veces las noticias no son sobre hechos de presunción o no comprobados (**TABLA N° 24**) salvando así la responsabilidad de mostrar el rostro del involucrado. Sin embargo, en el 18% de los casos sucede lo contrario, donde sí se expone identidades a la crítica pública a pesar que la información está por confirmarse. Finalmente, se revela un peligroso 10% donde no se puede determinar con certeza la situación.

Existen entonces fotografías de portada (28%) donde la noticia no está comprobada, o denota un supuesto, pero igual muestra al o a los involucrados del hecho a sabiendas del contexto informativo y sin reparar en las implicancias o la vulnerabilidad de la presunción de inocencia. De esta manera, por lo menos 1 de 4 fotografías expone el prestigio de quienes aparecen en las imágenes, afectando su honor y credibilidad, sin que el medio haya dilucidado en la imparcialidad o ética vulnerada.

Lo anterior se sustenta en lo referido por Saucedo & Nielsen (2009) quienes indicaron que, tratándose de una fotografía sobre una persona debe tenerse en cuenta dos derechos diferentes: el derecho del fotógrafo sobre su obra y el derecho del fotografiado sobre su propia imagen. El derecho de una persona sobre su imagen implica que para retratarla, hacer público su retrato y ponerlo en el comercio, es necesario contar con su consentimiento, sea o no "personaje público".

El NPPA establece que mientras se fotografía a personas no se debe alterar, intentar alterar, contribuir o influenciar en los eventos intencionalmente. Considerando ello, en la **TABLA N° 25** se observa que las imágenes de personas están centradas en el lenguaje gestual de quién aparece en el encuadre, o en el hecho mismo de su identidad -de quién se trata- (79%). Los datos señalan que cuando se fotografía personas lo principal es capturar una expresión que connote ideas adicionales al mensaje, apelando al efectivismo visual porque tal gesto puede no corresponder al hecho sobre el que trata la noticia. De esta manera no se cumple lo afirmado por De Pablos (1993) quien expone que, debería ser una norma el respetar rigurosamente a las personas fotografiadas y no usar la foto en prensa como un arma arrojadiza contra el personaje quien no nos cae bien y es nuestro enemigo político o con quien no guardamos amistad. De igual forma el NPPA, que tiene como intención promover la calidad más alta en todas las formas foto-periodísticas, indica que el periodista debe resistirse a la manipulación de oportunidades fotográficas orquestadas. Regla que no se cumple.

Por otro lado, en la **TABLA N° 26** se observa que por lo menos 1 de cada 2 imágenes compuestas por prominencia son de autoridades, en cualquiera de sus esferas institucionales (56%). Lo que se complementa con la **TABLA N° 27** donde se observa

que las fotografías son del entonces presidente regional del Ancash y/o del exalcalde provincial del Santa (22%), en un 15% de funcionarios del Ministerio Público, el Poder Judicial y/o la PNP; y en 3% del obispo de Chimbote u otros religiosos.

Los datos ratifican lo expuesto por Ibarra Julca (2012) sobre la realidad de Correo Chimbote. Para el experimentado editor y fotógrafo hay medios periodísticos que tienen una "bronca" personal con alguien y en su opinión "Correo" es un ejemplo claro de parcialidad, al menos en su momento contra Cuenta Conmigo. Según Ibarra, con tal "emoción periodística" siempre iban a buscar la imagen, el encuadre o el gesto que muestre lo peor de Luis Arroyo y César Álvarez. Para Ibarra uno debe ser imparcial, decir lo que son las cosas.

En la **TABLA N° 26** se observa también que el 21% de fotografías muestra delincuentes y efectivos de serenazgo, entre otros actores sociales; lo que tiene sentido por la frecuente combinación de temas políticos y policiales. Mientras que el 18% de las fotos son acerca de personas que representan a la sociedad civil (dirigentes), y apenas el 5% muestra autoridades eclesiásticas.

Según la **TABLA N° 21**, en por lo menos 1 de cada 3 imágenes (38%) el valor periodístico que determinó lo fotografiado fue la proximidad, física o psicológica. Las imágenes compuestas así son básicamente más neutrales debido a que muestran lo que puede generar una vinculación rápida con el lector. Entonces, el 96% de las fotografías son compuestas por prominencia en primer lugar (58%), y luego por proximidad (36%).

En la **TABLA N° 22** se observa también que el 13% de las imágenes muestra reuniones, manifestaciones y/o protestas, siendo mínimo el porcentaje que tiene que ver con la participación directa de la ciudadanía. Asimismo sólo una fotografía de portada

muestra instituciones (8%), representando el último recurso visual con el que se decide graficar el hecho. Lo que a su vez revela un problema de cobertura fotográfica en el medio.

Cuando la fotografía es sobre instituciones (8%) el 100% retrata al Ministerio Público o al Poder Judicial, como se observa en la **TABLA N° 23**. Demostrándose en relación a qué temas resulta más difícil componer imágenes o frente a qué valores (justicia, corrupción, libertad, etc.) se recurre a fotos más "neutras".

Sobre los objetivos focales y la distancia apropiada entre lo fotografiado y la cámara. Feininger (1977, véase en Abreu, 1999) afirmó que al fotógrafo le es posible producir cualquier perspectiva, de modo que un reportero gráfico conocedor de las sugerencias que pueden lograrse con el uso de estos recursos goza de un control sobre la plasmación de la profundidad y el espacio.

Al respecto, en la **TABLA N° 14** se observa que las fotografías de portada fueron tomadas principalmente en planos medio o busto (53%), luego en planos generales o abiertos (32%). Los primeros planos o los planos detalle son la tercera opción de composición (9%), y otros tipos de plano representan el 6% de los casos.

Los datos exponen que el 85% de las veces se prefieren planos que no se enfocan en detalles ni en situaciones o personajes de forma muy cercana. Más bien prima el objetivo de encuadrar únicamente un aspecto noticioso, tratando de simplificar lo mostrado sin permitirle al lector contextualizar la información al no verse el entorno.. Tales características las estableció Abreu (2005) al definir el alcance de los planos generales, que no son los preponderantes en las fotografías de portada de Correo Chimbote.

En la **TABLA N° 15** se observa que, preferentemente, los ángulos empleados para elaborar las fotografías son, en casi la misma magnitud, el ángulo lateral o diagonal (36%), el picado o contrapicado (32%) y el frontal (30%). Consecuentemente, ninguno significa una opción favorita o una pauta de elección constante.

Siendo así, según Beceyro (1979, véase en Abreu, 1999) la angulación es un excelente recurso para introducir significados. Por convención se acepta que el ángulo en picado disminuye a la persona retratada; mientras que el ángulo contrapicado, como sostuvo Tausk (1984, véase en Abreu, 1999), tiene el efecto contrario porque su connotación busca exaltar al personaje.

En Correo Chimbote el 66% de las imágenes tiene un ángulo de composición determinado por un criterio de ubicación frente al hecho. Es decir, son fotografías tomadas de frente o de costado. Y el 32%, que representa a las fotografías tomadas en ángulos picado o en contrapicado, indica que se añade en al menos 1 de cada 3 casos una idea adicional al mensaje visual. No debe olvidarse que "en todo caso, un personaje puede resultar simpático, desagradable o hasta ridículo según el ángulo desde el cual se le fotografíe" (Freund, 1976).

Abreu (1999) explicó que el punto de vista desde el cual el fotógrafo contempla el fragmento de la realidad que captura y la forma como distribuye los elementos fotografiados constituyen el encuadre y la composición de la foto. Por lo tanto, como son sus elecciones, fácilmente puede emplear los elementos para transmitir su opinión. Establecido ello, el 75% de las fotografías de portada en "Correo" tienen una composición aceptable en relación a su plano y ángulo (**TABLA N° 16**). Que las imágenes estén o parezcan bien realizadas habla del cuidado visual que se tiene para su la etapa de publicación principalmente.



Además el porcentaje indica que la proyección fotográfica de portada pretende mayormente ser accesible al lector, lo que sin embargo podría constituir una forma de ocultamiento efectiva de parcialidad. Por otro lado, 1 de cada 4 fotografías (25%) presenta algún problema de composición relacionado al ángulo y plano elegidos en su encuadre. El 19% tiene un sentido de campo equivocado, específicamente mucho campo para el 13% y poco campo en el 6% de los casos. Asimismo el 6% de las imágenes parecen compuestas con zoom, lo que visualmente no es adecuado.

Sobre los encuadres, Abreu (1999) indicó que es habitual ver como los reporteros gráficos llegan a los mítines o eventos políticos con la orden expresa de fotografiar los lugares vacíos o realizar tomas que puedan perjudicar a las agrupaciones, porque eso parece ser lo que vende. Continuando la idea, Alonso & Mantilla (1990) refirieron que el enclave desde el cual reproduzcamos visualmente una escena dará inmediata noticia de nuestra posición física, con posibles derivaciones hacia una apreciación de nuestra toma de partido, en el caso de que la escena sea conflictiva o plantee algún tipo de oposición o de confrontación: no es lo mismo fotografiar a manifestantes desde detrás de la policía que a policías desde detrás de los manifestantes, cuando unos y otros protagonizan un enfrentamiento.

Según Gomis (véase en Karam, 2003) la nitidez de la imagen, el color o su función en la composición del diario son cuestiones que no pueden considerarse menores en el contrato lector-diario, más aún con la incorporación de la computadora en el diseño y producción del medio impreso, que va conformando hábitos más exigentes de lectura en cuanto a la diagramación. En esa vía, el trabajo del editor gráfico está cargado de opinión implícita y puede ser utilizado para distorsionar la información (Abreu, 1999).

Las afirmaciones anteriores respaldan el poder del proceso de edición y el potencial de parcialidad presente en él, además que sirven para interpretar las características de la realidad, teniendo presente que los códigos éticos exigen respetar la integridad del fenómeno fotografiado.

Por esa línea, en la **TABLA N° 17** se observa que, principalmente, las fotografías de portada no presentan recursos o problemas técnicos (53%), lo que sintoniza con el hecho de que la mayoría de ellas tengan una adecuada composición, conforme se evidenció en la **TABLA N° 16**. Sin embargo, si bien el 75% tiene una buena composición y el 53% no presenta problemas o recursos técnicos, la diferencia entre los dos valores: 22%, tendría que representar a las fotografías que están bien y por lo tanto no tienen problemas técnicos sino sólo han empleado recursos de este tipo.

Por otro lado, el recurso o problema técnico con mayor presencia es el desenfoco, mostrado en el 30% de las fotografías; le siguen las imágenes editadas, pixeleadas o con encuadres mal ejecutados (17%). En ningún caso existen imágenes sobreexpuestas (0%). En suma, el 47% presenta un problema o recurre a un recurso técnico, lo que significa que 1 de cada 2 imágenes son manipuladas a través de tales mecanismos.

El análisis sociopolítico del discurso de las portadas de los diarios 'El Men' y 'La Razón' que Kremer estableció en 2010, permitió que el investigador concluyera que las portadas de los diarios presentaban diversas características entre los que resaltaban la búsqueda del impacto en el receptor, el uso del fotomontaje y la tendencia a crear una visualización que asemeje movimiento. El dato es clave por la semejanza con la realidad del antecedente.

Componer una imagen es la forma como se elabora, como se crea y como se organizan sus elementos. Ya indicaba Beceyro (1979) que en cada fotografía, a través de estos medios específicos, hay una organización particular que el autor concreta efectivamente en el contenido de la foto. Precisamente, la razón más considerada para determinar las características de las fotografías es lo que prima en su composición, que en el caso de las portadas de "Correo" varía, como se observa en la **TABLA N° 30**.

En el 30% de las imágenes prima el aspecto informativo; es decir, abarcar varios datos. Cerca, con el 28%, la segunda razón más importante es la intención de sobredimensionar la imagen. El instante imperdible se presenta en el 21% de los casos, y con el mismo personaje están las fotografías cuya composición visual no se puede determinar (21%). Al sumarse la intención de sobredimensionar la imagen (28%) y el instante imperdible (21%) se tiene un 49%, casi la mitad de las fotografías, donde la espectacularidad de la imagen es lo principal.

En uno de los antecedentes de la tesis, Kremer (2010) indicó que entre las características que se presentan en diarios como El Men y La Razón, considerados sensacionalistas, predomina el lenguaje figurado y las marcas gráficas de diseño.

De igual manera; Gonzales en la Teoría General de la Imagen explicó que, en el grado de la expresión (para una fotografía) la sustancia es la materia seleccionada con la que podemos expresarnos y, la forma es un concepto concreto inteligible. En el grado del contenido, sustancia son todos los significados que pueden distinguirse, y forma es ese contenido entendido en un contexto. Lo que hace que unamos un determinado significante con un significado concreto es la convención. Mientras que en el grado de expresión tenemos a la fotografía como de la realidad; y, en el grado de contenido, las posibles lecturas que se hagan de ella así como, finalmente, la que se escoja.

De acuerdo al concepto de fondo, en la **TABLA N° 31** se observa que la construcción del mensaje fotográfico el 55% de las veces no apela a ningún valor negativo. Sin embargo, el 32% de los casos se transmiten mensajes con doble sentido o a través del sarcasmo; es decir, esto sucede en 1 de cada 3 imágenes de portada. Por lo tanto, el tercio de las portadas no son imparciales en tal sentido.

La **TABLA N° 32** expone que en la mayoría de las fotografías se percibe la preparación que existió para su elaboración (83%), esto a través de la muestra de ángulos planeados, con poses (15%) y sin poses (68%). Sucede lo contrario en el 15% de las imágenes donde la foto parece espontánea en todo sentido, demostrando el conocimiento irrefutable respecto a la toma y por lo tanto la oportunidad de adecuar el aporte visual a mostrar comprobable en Correo Chimbote.

Abreu (2005) sostuvo que uno de los valores expresivos más utilizados para analizar la fotografía periodística es la espontaneidad, por cuanto las fotos espontáneas tienen su explicación debido a que se busca evitar las poses cuando se hace reporterismo cotidiano.

Sobre la estética fotográfica, Ralph Hallman estableció 4 aspectos que determinan si una fotografía es creativa o no; es decir, la aplicación de estas 4 categorías admiten la definición de original o vulgar. En la **TABLA N° 33** se observa que el 64% de las imágenes no denotan ninguno de los criterios respaldados por la teoría, lo que significa que más de la mitad de ellas no son creativas.

El 19% de las fotos muestra imprevisibilidad, que denota una imagen de algún modo inesperada, pero conseguida muy probablemente por casualidad. El 11% son fotografías con algún grado de novedad y el sólo el 6% son imágenes que pueden ser

consideradas originales. Ahora bien, cuando una imagen tiene la categoría de creativa puede suponerse con validez que es posible que el fotógrafo haya empleado varios recursos de composición. La fotografía creativa pura es casi completamente subjetiva (Ralph J. Hallman).

Después de un análisis de contenido completo de la nota: en la **TABLA N° 36** se muestra que, en un 13% el protagonista visual de la noticia en primera plana es quien tuvo más cobertura (presencia en el texto) y/o inicio el hecho (la fuente). Por otro lado, el 43% representa a las fotografías donde el protagonista es el aludido en la nota o quien menos cobertura tuvo; el porcentaje también es para cuando está fuente es presentada a la par de la de mayor cobertura.

Sólo en un 20%, es decir menos de la cuarta parte, el hecho noticioso en sí es el protagonista visual de la fotografía o quien es compuesto en la imagen.

La referencia periodística en la fotografía se debe asociar, necesariamente, a las funciones que cumple. Pantoja (2007) trabajó en la demarcación necesaria afirmando que la fotografía tiene a su cargo las tareas de informar, documentar y notificar un hecho, centrándose principalmente en los acontecimientos y en todos los instantes importantes de la sociedad. La fotografía como medio de expresión puede contribuir eficazmente a desarrollar la sensibilidad estética, avivar la imaginación.

Al respecto, en la **TABLA N° 38** se observa que en el 55% de los casos las fotografías cumplen la función de estimular el pensamiento o ayudar a aprender a ver. Es decir, por lo menos 1 de cada 2 imágenes en portada tienen el objetivo básico de mostrar gráficamente el hecho noticioso. Por otro lado, en el 39% de los casos la función es despertar la emoción del público, lo que permite deducir que por lo menos 1

de cada 3 fotografías son llamativas. Y el 15% aspira avivar la memoria, lo que significa que son imágenes que retratan un dato importante de la noticia que necesita recordarse o que involucra el acto de asociar.

Los datos revelan la preponderancia de las imágenes, una realidad ratificada por Ibarra Julca (2012), quien como editor fotográfico y reportero gráfico de uno de los diarios más importantes de Chimbote, puntualizó que en la disputa hegemónica entre imagen y texto, el último es el vencedor ya que las palabras siguen siendo prioridad.

Sobre la susceptibilidad del público no hay mucho que decir, más que aclarar que a veces puede haber una delgada línea entre lo que creen los periodistas va a afectar la sensibilidad del lector y lo que realmente podría hacerlo.

En la **TABLA N° 40**, de acuerdo a criterios profesionales, el 94% de las fotografías no afectan la susceptibilidad de la audiencia, al menos por lo que muestran y cómo están compuestas las imágenes. El 6% restante está conformado por portadas que muestran imágenes visualmente violentas en potencia, pero que en ningún caso son obscenidades o tienen que ver con referencias sexuales. Aunque es menor, el porcentaje preocupa porque ninguna portada debería entrar en tal categoría.

Restrepo (2013) sentenció que los códigos de ética y los manuales de estilo-legales coinciden en el rechazo de la manipulación fotográfica, vista como la manipulación de los hechos. Los lectores confían en el periodista porque creen que no les dará informaciones alteradas.

En cuanto a los recursos empleados para manipular de alguna manera la imagen (criterios semántico-estructurales) y teniendo presente que los códigos de ética indican

que, editando se debe mantener integridad del contenido y contexto de la imagen, en la **TABLA N° 18** se observa que el 60% de las fotografías no muestran una composición visual que haya sido manipulada; es decir, la mayoría son imágenes publicadas tal cual como fueron captadas o sin que durante el proceso de selección y difusión hayan sido alteradas.

La tabla también señala que, el 40% sí evidencia intervención visual, preocupando el 4% del porcentaje que indica uso de Photoshop. El 36% restante hace referencia al empleo de figuras geométricas o mosaicos difuminados, cuyo uso puede tener diferentes fines no necesariamente parcializados. Sobre la cuestión, Restrepo (2013) precisó que alterar una fotografía supone una deliberación maliciosa, no importa la técnica que se utilice.

No se puede alegar en favor de tal acción la libertad de informar o no informar, porque nadie tiene libertad para mentir o mutilar la verdad; tampoco es justificación la real o supuesta mala conducta o gestión de la persona que es objeto de la manipulación fotográfica. Siendo así, en la **TABLA N° 19** se observa que el 59% de las fotografías no emplearon recursos para manipular la composición fotográfica. El porcentaje corrobora la interpretación de la **TABLA N° 18** sobre el 60% de las imágenes que no presentan dichos recursos o problemas técnicos. La confirmación de los datos analizados respalda el sentido científico coherente de la investigación, con apenas un 1% de diferencia que encaja en el margen de error.

Respecto al 41% dónde sí existe alguna finalidad para los recursos empleados, que significaría el 100% de las fotografías cuya composición visual está alterada. "Por ubicación, resaltar, agregar o señalar a un personaje" es el objetivo que ocupa el primer lugar con un 28%, le sigue con el 11% el "agregar datos" en la fotografía, y con el 2% la finalidad: "por restricción u ocultar la identidad o la propiedad privada".

Si el 36%, según la **TABLA N° 18**, de las fotografías emplea figuras geométricas o mosaicos difuminados y sólo el 2% responde al interés de restricción, ello significa que en el 34% de las portadas las fotografías tienen como finalidad ubicar, señalar, agregar o resaltar a un personaje, o en segundo lugar, datos. Los casos donde se usa Photoshop tienen la misma finalidad.

Sobre el punto, Restrepo (2013) resaltó que la manipulación de las fotografías que no sea estrictamente técnica: edición periodística, eliminación de deterioros o corrección de defectos de revelado o transmisión, quedan prohibidos éticamente.

A la luz de los resultados, es preciso revisar el Código Ético de la Asociación de Fotógrafos en Prensa de Estados Unidos, (véase en FNPI). El estatuto indica que cualquier edición deberá mantener la integridad de las imágenes fotográficas en contenido y contexto. No se deberán manipular las imágenes para añadir o alterar la realidad que se les presenta a quienes las vean, ello tiene reparo en los soportes fundamentales de la noticia: la veracidad y exactitud.

## **CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS CIRCUNDANTES**

Las unidades redaccionales (titulares, antetítulos, bajadas o sumillas) poseen un sentido sintáctico clave en la composición y comprensión del mensaje, que se integra con los datos visuales de las fotografías. Es más, Casasús (1985) explicó que el análisis de contenido, como rama de la hemerografía estructural, pretende aislar y examinar todos los elementos que intervienen en el proceso de semantización del mensaje, que a su vez constituyen el contenido del medio. Este último proceso otorga los componentes necesarios para un diagnóstico ideológico.



Considerando lo anterior, en la **TABLA N° 09** se observa que 3 de cada 4 titulares son afirmaciones o negaciones (75%). Los resultados demuestran la sentencia de veracidad que el medio proyecta y le añade a la información, aumentando el nivel de impacto del hecho. Es decir, las notas de portada exponen principalmente un mensaje cerrado a través de sus titulares, resumiendo los hechos con ideas contundentes que facilitan su llegada en la opinión pública. Incluso las afirmaciones o negaciones pueden resultar en supuestos o tener, para evidenciar tal condición, un término inadecuado dentro de la construcción del mensaje, pero aún así expresar confirmación. Respecto a lo último, en la **TABLA N° 10** se observa que más de la mitad de los titulares (60%) exageran o cambian el sentido del hecho; por lo tanto, el mensaje. Además, en un 8% es difícil determinar si las palabras elegidas para construir el titular representan fielmente el suceso noticioso o si lo distorsionan en alguna medida. Por consiguiente, casi un 70% de los titulares de portada fueron compuestos con términos inadecuados o términos probablemente innecesarios.

Sólo el 32 % de los casos, o 1 de cada 3, son mensajes neutrales o imparciales porque remiten el hecho tal cual sucedió.

Para entender por qué esto es así; Casasús (1985) ejemplificó el punto con la palabra "terrorismo", uno de los operadores semánticos-claves para la semantización de la violencia de masas. El hecho de que se clasifique de 'terroristas' y no de 'activistas' a los individuos ya constituye una operación selectividad cargada de un enorme poder ideológico. Y la valoración ocurre de igual manera en las fotografías. Los títulos, como los textos e ilustraciones, son también resultado de la selección y la combinación. Por lo tanto, el análisis de contenido no sólo debe atenerse a las unidades base (unidades redaccionales: la noticia o el artículo) sino también a los ítems (palabras, fotos, etc.), a los operadores semánticos (los significados condensados en determinados términos o en

determinadas imágenes), a la probabilidad de poligramos y a las unidades menores (elementos de estructura) que las componen.

Un estudio sobre el análisis sociopolítico del discurso de las portadas de los diarios 'El Men' y 'La Razón' realizado por Kremer (2010) estableció que, las portadas de los diarios tienden a la espectacularización de titulares e imágenes, el lenguaje figurado y las marcas gráficas de diseño. Una realidad nacional.

En la **TABLA N° 09** se observa también que, el 23% de los titulares son preguntas o exclamaciones. En ese caso, ni siquiera la cuarta parte de estos mensajes son abiertos permitiendo que el lector tenga una oportunidad más real de formar su propia opinión. Asimismo, durante todo el periodo de estudio apenas 1 titular fue una cita textual, un mensaje en cuyo caso la responsabilidad de lo afirmado o negado es directa de la fuente.

En la **TABLA N° 07** se observa que la interrogante conceptual "QUÉ" determina u orienta el 64% de los titulares, mientras que 17% se rigen por el "QUIÉN". En total, el 81% de los titulares están orientados por las mismas W de Laswel que significan el centro de orientación de la mayor cantidad de fotografías de portada.

El "cuándo" y "dónde" representan el 0% de las orientaciones. Su presencia nula es un punto de referencia sobre la validez científica del estudio. Es decir, se comprueba lo afirmado sobre el CUÁNDO en diarios, que no es trascendental debido a que los hechos están contemplados dentro de las últimas horas, por el principio de periodicidad. Finalmente, el 19% de los titulares están determinados por el "CÓMO" noticioso.

Se reitera que los resultados en la **TABLA N° 07** y **TABLA N° 08** demuestran la preferencia por la indicación directa de los hechos en portada, tanto a nivel textual como visual (titulares y fotografías).

En relación al tema, Bages (2003, véase en Karam) afirmó que la fotografía es producto de un proceso que inicia en la decisión del fotógrafo y va hasta la inserción de determinado material en una página del diario, sometida a un conjunto de códigos que re-significan y orientan la intención del fotógrafo, como pueden ser su posición en el diario, la cabeza y pie de página u otros elementos circundantes.

Sobre la neutralidad en la redacción de los antetítulos; en la **TABLA N° 11** se observa que, en un rotundo 87%, los antetítulos están escritos sin demostrar ninguna orientación o posición parcial, más bien indicando de forma directa algún dato de la noticia. Sin embargo, sucede lo contrario con el 13% restante.

De igual manera, respecto a los aspectos sobre el hecho noticioso hacia los que conduce el antetítulo, los porcentajes no muestran ninguna preferencia contundente. Por lo tanto, es factible afirmar que no existe una estrategia comunicacional determinada para este elemento, además porque la tendencia de los datos es diferente en los tres meses de estudio.

Tal y como se observa en la **TABLA N° 12**, a la cabeza están los antetítulos que orientan la información hacia el QUÉ o QUIÉN noticioso (34%), seguidos de los que conducen hacia el POR QUÉ o PARA QUÉ (30%). Luego están los que se enfocan en el CUÁNDO o DÓNDE (21%), y finalmente aquellos que direccionan la comprensión hacia el CÓMO (15%).

## CON RESPECTO A LA ENTREVISTA

Sobre en manos de quién está la determinación de la línea editorial. Alonso (2006) sostuvo que el director o editor periodístico es el diario, debido a que como responsable de los editoriales, a través de los cuales se expresa la opinión institucional, es quien mantiene las relaciones con las autoridades públicas, otras empresas editoras y distintas instituciones representativas de la comunidad. Aparte de cumplir funciones periodísticas específicas. Por ejemplo; el director suele tomar a su cargo la determinación de la tapa, o primera plana, después de tomar conocimiento sobre cuáles son los temas más relevantes de cada una de las secciones y de considerar, en su caso, de cuáles fotografías o ilustraciones de algún tipo se dispone.

De la entrevista a la editora periodística de Correo Chimbote, Patricia Cardoso Cribillero, se pueden establecer las siguientes afirmaciones sobre la realidad, posición o consideración del medio acerca de la imparcialidad periodística.

Según la voz autorizada del diario, en Correo Chimbote:

- Los titulares son fuertes y sobre todo directos porque persiguen el resultado que se espera del lector: la preferencia.
- El objetivo de la portada es que los lectores compren el diario, para lo cual la imagen también es muy importante.
- Se trata siempre que la imagen comunique o vaya de acuerdo al titular e impacte. Existe un esfuerzo considerable en ilustrar la nota.

- Los redactores son los encargados casi siempre de hacer sus fotografías, sin que exista una rigurosidad o especialización para buscar composiciones visuales.
- La construcción semántica busca el equilibrio entre fondo y forma; que es considerado lo ideal para relacionar el diseño y el contenido.
- Se mide si una portada ha funcionado en función a cuantos periódicos se han vendido en una edición. Si funciona se continúa con el tema.
- Se puede "jugar" con los gestos que hacen las autoridades debido a que en política esos elementos visuales son muy importantes e impactan en el lector.
- La que dirige todo el tema o carácter periodístico del medio es Patricia Cardoso Cribillero, en su calidad de editora.
- Cuando se ha compartido portada por dos hechos ambos han tenido la misma importancia y han sido considerados igual de interesantes.
- La cantidad de portadas consecutivas que se le pueden otorgar a un hecho o noticia lo define la calidad de información con la que se cuente. No existen parámetros al respecto más que la fiscalización que es el objetivo periodístico.
- A veces tienen que repetirse imágenes para ilustrar nueva información. Siempre la información es diferente aunque no la imagen y se reconoce que el impacto es disminuido.

- No se prefiere una buena fotografía o un buen titular. Ambos tienen la misma importancia, pero la mayoría de veces predomina la información a la imagen.
- El tipo de fotografías que se emplea en portadas son en mayor medida complementarias, o sirven para ilustrar la nota. Las tomas son por lo general cerradas, aunque la imagen depende del hecho, la situación y el material que se tenga al respecto.
- Se trata de evitar las fotografías que definitivamente no favorecen a las autoridades porque son una falta de respeto. Se sabe diferenciar los gestos de un mal ángulo que pueda captarse.
- El reportero gráfico no es especializado.
- Afectarían la susceptibilidad del lector los temas que tienen que ver principalmente con las fotos policiales. Se protegen mucho los derechos de menores de edad (identidad), a nivel visual como en la información.
- Las fotografías no se toman en base a indicaciones diarias y de acuerdo a los temas. Lo que sucede es que se toma la foto de la forma que se pueda, principalmente por los redactores.
- Las fotos suelen ser muy parametradas, y esto tiene su razón de ser en especial por la premura del tiempo presente en la jornada diaria. Sin embargo, se reconoce que debe la imagen ser más precisa, también en su elaboración.

- Los periodistas son conscientes de las posibilidades del lenguaje visual en cuanto a la orientación del mensaje, a través del encuadre fotográfico, el uso de planos, ángulos, etc. Ellos saben mejor que nadie la importancia de la foto.
- El trabajo está ligado a la denuncia, que tiene que ver primordialmente con el tema político o de corrupción. Correo es un diario eminentemente fiscalizador. Se critica, cuestiona y denuncia hechos irregulares de autoridades, no de personas.
- Sí se fiscaliza más al Gobierno Regional de Ancash, pero es por un tema de importancia y proximidad, además dados los antecedentes que existen.
- La construcción del mensaje se logra con la complementación de las 5 W de Laswel (en qué, quién, cómo, cuándo, dónde). Ningún factor prima sobre otro.
- Se tiene la ventaja, a diferencia de otros medios, de profundizar en la cobertura periodística, de buscar temas propios, denuncias e informaciones nuevas.
- Las noticias que son consideradas para portada tienen un equilibrio entre interés e importancia.
- El titular tal y como se publica es responsabilidad de la editora periodística. Las portadas son revisadas al final por el director periodístico de Correo (zona norte).

- Todas las fotografías se someten a algún tipo de edición. El tratamiento contempla la iluminación, recorte o toda corrección que el programa de edición detecte hace falta. El sistema de revisión fotográfico se llama MILENIUM.
- Hay una sección política todos los días, pero también se desarrollan notas políticas en otras secciones.
- La posición periodística es de fiscalización sin tener que ser una posición política. Se considera difícil ser solamente informativos. Correo Chimbote es una mezcla entre información, opinión y a veces interpretación siendo el eje central lo informativo. Sin embargo, sí es un medio político. Un diario con una línea de lucha frontal contra la corrupción.



## Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

1. Más de la mitad de las notas en portada demuestran la función fiscalizadora que Correo Chimbote pretende proyectar. Lo anterior a través de la cobertura de querellas, demandas, denuncias, quejas judiciales y/o actos de corrupción.

Sin embargo, el enfoque periodístico está parcializado. La oposición es su principal mecanismo de relación con el gobierno, especialmente en su esfera más próxima y controversial: la regional. La tendencia del diario es al sensacionalismo político, con opiniones notorias a favor o en contra de alguien o alguna idea (crítica desmesurada). Además, sólo 1 de cada 4 veces las portadas son definitivamente imparciales.

2. En todas las primeras planas se evidencia la preponderancia temática. Correo Chimbote promociona, por lo general, de 5 a más notas en portada, siendo 7 la cantidad con mayor frecuencia. En 3 de cada 4, más de la mitad de las noticias son políticas o por lo menos un 25%.

3. La consideración periodística del aspecto visual es notoriamente importante, la mitad de las veces o todas las notas en portada tienen fotografía o, son más las informaciones acompañadas de imágenes. Asimismo, existe una valoración democrática del sentido textual y visual (titulares - imágenes) en lo presentado como más importante para iniciar la lectura del mensaje.

Todas las veces el antetítulo y la bajada o sumilla son los últimos elementos en el recorrido de lectura que el medio propone al lector.

4. En Correo Chimbote, las notas políticas en portada son en segundo plano temas policiales, judiciales/legales y/o de administración pública. No se tratan temas positivos y el enfoque social es la dirección periodística menos considerada (2%).

5. La mayoría de veces las noticias de portada están relacionadas al derecho a la reputación, credibilidad y/o el prestigio tanto personal como institucional, aumentando teóricamente la importancia de un abordaje profesional ético aunque en primera plana no se perciba ningún tratamiento deontológico diferenciado.

6. En el desarrollo al interior del diario se descarta alguna intención de parcialidad en casi todas las informaciones. Lo anterior significa que textualmente -no en portada- se logra la imparcialidad que visualmente es difusa. El tratamiento noticioso reafirma además el reconocimiento a la importancia fotográfica, cuando la mayoría de noticias están acompañadas con dos imágenes o más.

7. Más de la mitad de las notas en portada demuestran la función fiscalizadora que Correo Chimbote pretende proyectar. Lo anterior a través de la cobertura de querellas, demandas, denuncias, quejas judiciales y/o actos de corrupción. Sin embargo, las noticias son presentadas principalmente de manera parcializada, con opiniones notorias a favor o en contra de alguien o alguna idea.

8. Las notas publicadas como principales no son la mayoría de veces acerca de hechos nuevos; es decir, son reportes con los que existe una vinculación periodística, pero no, noticias exclusivas. Por lo tanto, el trabajo de Correo Chimbote se orienta en la profundización y no en la búsqueda de primicias, pese a la autopercepción profesional.

### **Características de las fotografías de portada**

9. Las fotografías, según la indicación en primera plana, son elaboradas principalmente por un reportero gráfico, a pesar que Correo Chimbote no cuente con un profesional especializado en periodismo visual y que quién está a cargo no lo esté a tiempo completo.

10. Las imágenes de portada siempre son tomadas con el conocimiento, por lo menos básico, del potencial fotográfico. Por lo tanto, existe un trabajo técnico y connotativo consciente de los alcances del mensaje, que libra de justificaciones cognitivas la existencia de enfoques parcializados. Asimismo, en Correo Chimbote la mayoría de las fotografías evidencian la preparación de su proceso formador, demostrando un conocimiento irrefutable respecto a la toma.

11. En Correo Chimbote se considera adecuada una fotografía cuando puede representar la noticia, graficar la problemática y resultar atractiva, aunque la imagen no tenga que ver con el hecho específico. Además, el tercio de fotos que el medio difunde no son una sola imagen sino una composición posible a través de la edición.

12. El centro de orientación principal de las imágenes en primera plana son el QUÉ o QUIÉN noticioso. Los agentes conceptuales más identificables y las elecciones más fáciles para registrar un instante fotográfico, de entre las W de Laswel.

13. En 1 de cada 4 portadas las imágenes fueron compuestas por prominencia y luego por proximidad, aprovechando las identidades de los protagonistas. Por tanto, se hace periodismo de personas sin considerar sus derechos, sobre todo en supuestos.

14. Cuando se fotografía personas lo importante en el diario es capturar una expresión que implique y aporte ideas adicionales al hecho. No se respetan los estándares internacionales sobre la resistencia a la manipulación de oportunidades fotográficas orquestadas.

Las imágenes por prominencia son principalmente del expresidente regional, César Álvarez Aguilar, y/o del exalcalde provincial, Luis Arroyo Rojas. En segundo lugar, muestran delincuentes y efectivos de serenazgo, lo que tiene sentido por la frecuente combinación de temas políticos y policiales.

15. Las fotografías fueron tomadas principalmente en planos medio o busto. Se prefieren los planos que se enfocan en detalles, encuadrando únicamente lo que el hecho significa -según los profesionales de Correo Chimbote- simplificando lo mostrado y sin permitirle al lector contextualizar la información o ver más allá.

Respecto al tipo de ángulo, todos son tratados en proporción parecida.

16. En su mayoría, las fotografías en portada tienen una composición aceptable en relación a su plano y ángulo. Que las imágenes estén o parezcan bien realizadas, habla del cuidado que se tiene durante su elaboración, selección y publicación. La proyección visual pretende -principalmente- ser accesible al lector dándole un producto idóneo, lo que no significa que el contenido esté bien trabajado.

17. Cuando la imagen es sobre instituciones, todas las veces son acerca del Ministerio Público o Poder Judicial, demostrándose en relación a qué temas resulta más difícil componer fotografías o frente a qué valores (justicia, corrupción, libertad, etc.) se recurre a tomas más "neutrales".

18. Un cuarto de las veces, las fotos presentan algún tratamiento particular o problema de composición como un sentido de campo equivocado en el encuadre, el uso ineficaz del zoom, el desenfoque o las imágenes editadas/pixeleadas.

El 40% de las fotos de portada evidencian intervención o una composición alterada. Principalmente, las fotografías tienen como finalidad ubicar, señalar, agregar o resaltar un personaje. Preocupa también el uso de PHOTOSHOP (4%) que significa una manipulación que podría no ser estrictamente técnica, vulnerando los principios internacionales sobre integridad que las imágenes deben mantener en contenido y contexto.

19. De acuerdo al concepto de fondo, la construcción del mensaje fotográfico más de la mitad de las veces no apela a ningún valor negativo. Sin embargo, en por lo menos 1 de 3 casos se transmiten mensajes con doble sentido o mediante el sarcasmo.

20. En la confluencia entre texto e imagen, la información textual sigue resultando prioridad con respecto al grado de importancia asignado por el medio. La mayoría de fotos en portada tienen el objetivo básico de mostrar o graficar el hecho, cumpliendo la función complementaria de estimular el pensamiento, como es despertar la emoción del público. Cuando es así, la espectacularidad de la imagen es vital para sobredimensionar su mensaje visual o el instante imperdible.

21. Las fotografías de portada en Correo Chimbote no son creativas. Algunas muestran imprevisibilidad o novedad, que denotan una imagen de algún modo inesperada, pero conseguida muy probablemente por casualidad.

### **Características de los elementos circundantes**

22. Correo Chimbote proyecta veracidad informativa a través de sus titulares, que son 3 de cada 4 veces aseveraciones. Las titulares de portada exponen un mensaje cerrado resumiendo los hechos con ideas firmes, que pueden resultar en supuestos o tener un término inadecuado o innecesario en la construcción del mensaje, conforme sucede en el 70% de las portadas.

Menos de la cuarta parte de los titulares son mensajes abiertos, permitiendo que el lector tenga una oportunidad más real de formar su propia opinión. Sólo un titular es una cita textual, un mensaje cuya responsabilidad es directa de la fuente.

23. Más del 80% de los titulares están orientados por las mismas W de Laswel que significan el centro de orientación de la mayor cantidad de fotos en portada. El QUÉ, en primer lugar, y luego el QUIÉN. Es decir, principalmente en Correo Chimbote el titular te dice qué pasó y la foto te muestra quién está involucrado. Reafirmandose la indicación directa de los hechos en portada, tanto a nivel textual como visual.

24. Respecto a los antetítulos y bajadas, casi todos están escritos sin demostrar alguna orientación o posición parcial, y más bien indicando de manera directa algún dato de la noticia. Asimismo, no existe ningún aspecto noticioso particular hacia el cual se orienten. Por lo tanto, es factible afirmar que no existe una estrategia comunicacional determinada para este elemento.

25. La imparcialidad periodística es considerada negativamente en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote.

## **Recomendaciones**

Para complementar los resultados, se recomienda que futuras investigaciones contemplen de manera pragmática la afectación del público, a fin de establecer que tan efectiva es la parcialidad potencial hallada en los mensajes visuales. La misma que puede estar indicada o dirigir la opinión del público, pero que será realidad -con fines sociológicos- cuando el lector la asuma y haga suya. Asimismo, será importante la atención a explicaciones psicológicas y comunicacionales sobre la interpretación de los mensajes por parte de los consumidores.

El estudio encalla su principal objetivo en el instrumento de análisis aplicado, una herramienta de análisis relacionada con la consideración de imparcialidad visual. La misma que debería perfeccionarse a través de la inclusión de nociones multidisciplinarias sobre fotografía.

Tal reto podría asumirse desde las trincheras académicas mediante el examen de los indicadores base del análisis, a fin que los estudiantes tengan un punto de partida para criticar, organizar y mejorar éticamente de forma más clara el tratamiento visual del periodismo. Trabajando en ello, la realidad empezaría a cambiar con la difusión de esquemas de estudio fotográfico simples, claros y eficaces.

Por lo tanto, es recomendable que se realice la promoción debida.

Finalmente, se recomienda descartar un análisis diferenciado por periodos de tiempo (mensuales, trimestrales, etc.) porque no existe un patrón de uso en los indicadores de parcialidad. La realidad revela que no se tiene el grado de consciencia profesional que podría revelar una manipulación organizada en patrones o tendencias.

## Capítulo VI. Referencias bibliográficas

- Abreu, C. (noviembre, 1999). *La opinión fotográfica I: información y opinión - binomio inseparable*. Revista Latina de la Comunicación Social, 23(1). Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art101.htm>
- Abreu, C. (diciembre, 1999). *La opinión fotográfico II: Recursos connotativos de la fotografía*. Revista Latina de la Comunicación Social, 24(1). Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999adi/01abreu2.html>
- Abreu, C. (noviembre, 2005). *Para analizar la fotografía periodística*. Revista Sala de Prensa, 7(3). Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art645.htm>
- Alonso, A. (2006). *Enciclopedia de Periodismo*. Florida: Valletta Ediciones (1)
- Alonso, M. & Matilla, L. (1990). *Imágenes en Acción. Análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa*. Madrid: Akal Ediciones (3). Recuperado de <http://books.google.com.pe/books?id=VrmghcudMocC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true>
- Bages, J. (2003). *La imagen fotográfica: ¿Representación de la realidad?*. Revista Emagazine. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/actual/www.artindustry.com/emagazine/tema/juanita.htm>
- Ballesta, J. (1991) *Prensa y escuela en la región de Murcia*. Murcia: Universidad, Secretaría de Publicaciones. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books>



- Beceyro, R. (1979). *Sobre la fotografía*. Caracas, Universidad Simón Bolívar: Equinoccio Editorial. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/132abreu3.html>
- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona: Hora.
- Bonfantini, M. (mayo, 1984). *Mass Media" i formació de les opinions publiques durant la transició*. Revista Análisis (9).
- Boulton, M. T. (1989). *La fotografía en la noticia*. Revista Encuadre (19).
- Bustos, A (s.f.). *Tutorial de fotografía creativa*. Recuperado de <http://espanol.free-ebooks.net/ebook/La-fotografia-creativa/pdf?dl&preview>
- Cadavid, J. P. & Cadavid H. (2003). *Generación de opinión pública a partir de la fotografía periodística*. Colombia: Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Universidad de la Sabana (9). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64900908>
- Calzadilla I. (2005). *La Nota*. La Habana, Cuba. Blog Isla Sur. Recuperado de <http://islal-sur.blogia.com/2009/112503-objetividad-e-imparcialidad-tema-polemico.php>
- Casasús, J. M. (1985). *Ideología y Análisis de Medios de Comunicación*. Barcelona: Mitre.

- Córdova, E. K (2005). *Efectos políticos negativos de la prensa sensacionalista*. (monografía de suficiencia para el grado de licenciado en Comunicación Social). Universidad Nacional del Santa, Nuevo Chimbote.
- Delgado, D. C. (1974). *Periodismo informativo I*. Caracas: Universidad de Venezuela.  
Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/18carlos.html>
- De Pablos, J. M. (1993). *Fotoperiodismo actual*. Islas Canarias, Servicio de publicaciones de la Universidad de La Laguna: Xerach.
- Duradin, G. (1982). *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona-Buenos Aires-México: Ediciones Paidós.
- Ego, V. (2005). *Objetividad o subjetividad: mito del periodismo hegemónico*. Universidad Nacional de la Plata. Argentina, Revista Especializada en Periodismo y Comunicación "Questión" 1(6). Recuperado de [www.perio.unlp.edu.ar](http://www.perio.unlp.edu.ar)
- Enguix, S. (2013). *Periodismo político en España: de la academia a las portadas de la prensa. La hegemonía política de las primeras páginas de 'El País', 'El Mundo' y 'La Vanguardia' en contraposición a la enseñanza del periodismo político en las universidades españolas*. Valencia-España, 2013. (tesis doctoral, Universidad de Valencia). Recuperado de [http://www.academia.edu/4475205/2013.\\_Periodismo\\_pol%C3%ADtico\\_en\\_Espa%C3%B1a\\_de\\_la\\_academia\\_a\\_las\\_portadas\\_de\\_la\\_prensa](http://www.academia.edu/4475205/2013._Periodismo_pol%C3%ADtico_en_Espa%C3%B1a_de_la_academia_a_las_portadas_de_la_prensa)

- Esparza, R. (1989). *Testimonio fotográfico y persuasión*. En *Información y Persuasión*. Terceras jornadas internacionales. España: Servicio de publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Eudeka (s.f). web. Recuperado de <http://www.eduteka.org/ComposicionFotos.php>
- Feininger, A. (1977). *La nueva técnica fotográfica*. Barcelona: Hispano Europea.
- FNPI Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano (en prensa). *Critican a diario por "suavizar" sangrientas fotos de atentados en Boston*. Recuperado de <http://eticasegura.fnpi.org/2013/04/18/critican-a-diario-por-suavizar-sangrientas-fotos-de-atentados-en-boston/>
- Foucault, M. (1981). *Un diálogo sobre el poder*. Alianza, Madrid.
- Freund, G. (1976). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili.
- García, F. (2004). *Posibilidades creativas de la imagen. Inteligencia y creatividad*. Revista Ícono 2(14). Madrid, España.
- Gargurevich, J. (1987). *Nuevo manual del periodismo*. Editorial Causachum.
- Giró, X. (2010). *Periodismo político. Discursos y grietas: la lógica de los actores, los límites de los medios y las metas periodísticas*. En Camacho, I. *La especialización en Periodismo. Formarse para informar*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Gomis, L. (1983). *La lectura de la imagen. Prensa, cine y Televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación.

González, J. (en prensa). *Teoría general de la imagen*. Madrid. Recuperado en: [http://www.patatabrava.com/apuntes/teoria\\_general\\_de\\_la\\_imagen-f2441.htm](http://www.patatabrava.com/apuntes/teoria_general_de_la_imagen-f2441.htm)

Ibarra, J. (27 de mayo de 2012). Comunicación personal. Nuevo Chimbote, Perú. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Jt2ouM2bBtw>

Karam, T. (diciembre, 2003). *Fotografía Periodística, discurso visual y derechos humanos en la prensa de la ciudad de México*. Razón y Palabra (36). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/tkaram.html>

Kremer, M. A. (2010). *Análisis sociopolítico del discurso en las portadas de los diarios El Men y La Razón, 2009 - 2010*. (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Trujillo.

Landis, F. (1982). *Nicaragua: un caso de desestabilización informativa*. Caracas: Boletín Comunicación (39).

Lara, E. L. (2005). *La fotografía como documento histórico, artístico y etnográfico: una epistemología*.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.

Martini, S. & Luchessi, L. (2004). *Los que Hacen la Noticia: periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos (4).

McCombs, M. (1996). *Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo*. En Bryant, J. & Zillmann, D. *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y Teorías*. Barcelona: Paidós.

Mc Quail, D. (1985) . *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

NAPA (en prensa). *The voice of visual journalist*. Recuperado de <https://nppa.org/page/631>

Pantoja, A. (2007). *Prensa y fotografía. historia del fotoperiodismo en España*. El Argonauta Español (4).

Pascual, F. (s.f.). *No existe el periodista imparcial*. Recuperado de [http://www.serviciocatolico.com/files/no\\_existe\\_el\\_periodista\\_imparcia.htm](http://www.serviciocatolico.com/files/no_existe_el_periodista_imparcia.htm)

Restrepo, J. (en prensa). *Consultorio ético discute caso de alcalde borrado de fotografía en diario regional*. Consultorio Ético FNPI. Recuperado de <http://eticasegura.fnpi.org/2013/04/18/consultorio-etico-discute-caso-de-alcalde-borrado-de-fotografía-en-diario-regional/>

Restrepo, J. (en prensa). *Responsabilidad con las fotografías*. Consultorio FNPI  
Recuperado de <http://www.fnpi.org/consultorioetico/consultorio>

Retamal, M. (2004). *Responsabilidad con las fotografías. El caso del diario 'La prensa Austral' de Punta Arenas*. (Tesis de pregrado). Valdivia, U. Austral.

Rodrigo, M. (1999). *La Construcción de la Noticia*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós (4).

Rodríguez, R. F. (febrero, 1998). *La Objetividad Periodística, un mito persistente*. Revista Sala de Prensa (2). Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/febrero.98.rodrigo.htm>

Saucedo, A. M. & Nielsen, M. (junio, 2009). *El ABC del derecho del fotógrafo sobre su obra*. Página web MolinariPixel, Buenos Aires. Recuperado de <http://www.molinaripixel.com.ar/notas/2009/el-abc-del-derecho-del-fotografo-sobre-su-obra/>

Sullivan, M. (mayo de 2013). *Tattoo removal on the photo desk*. The New York Times. Recuperado de [http://www.nytimes.com/2013/05/19/public-editor/photo-manipulation-on-the-fashion-pages.html?\\_r=0#](http://www.nytimes.com/2013/05/19/public-editor/photo-manipulation-on-the-fashion-pages.html?_r=0#)

Tausk, P. (1984). *Introducción a la fotografía de prensa*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente. Recuperado de [http://www.patatabrava.com/apuntes/teoria\\_general\\_de\\_la\\_imagen-f2441.htm](http://www.patatabrava.com/apuntes/teoria_general_de_la_imagen-f2441.htm)

Teixeira, L. A. (1999). *Manipulación en el fotoperiodismo: ética o estética*. Universidad de la Laguna

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. México: Gustavo gili.

Tunstall, J. (1980). *I giornalisti specializzate e gli scopi delle organizzazioni giornalistiche*". Milán.

Villafañe, J. & Mínguez, N. (2006). *Principios de la Teoría General de la Imagen*. Madrid: Ediciones Pirámide.

## Anexos

### Relación de portadas publicadas en el periodo de estudio

<u>ABRIL</u>	
01/04: se ensañan con hermano de "Neiser"	
02/04:	¡Qué buenas vacaciones!
03/04:	¿está... o parece?
04/04: mató a dos y ahora extorsiona	
05/04:	con la soga al cuello
06/04: Titular 1: "Fajardo" teme ser asesinado Titular 2: no más taxis informales	
07/04: Atahualpa se traga pescador	
08/04: sujeto acusado de quemar a hijastra	
09/04: de 6 tiros matan a comerciante	
10/04:	¿vacancia a la vista?
12/04:	le quitan la Centralita
13/04:	extraños vínculos
14/04: raptan y asaltan a belgas	
15/04:	Titular 1: ya van 31 asesinatos Titular 2: en el 2012 se 'forró'
16/04: "los rojos" matan a obreros	
17/04:	fiscal amenazada de muerte



18/04:	JNE le hace favor a Arroyo
19/04:	Paco el “vivo”
20/04:	¡Broncaza!
21/04: muere estrellado contra poste	
22/04: Titular 1: deja el hampa y lo asesinan Titular 2: 136 intoxicados en pollada	
23/04:	¿coima en Qali Warma?
24/04:	le bajan el dedo
25/04:	¡Escándalo!
26/04: crisis en transporte	
27/04:	se la quieren bajar
28/04:	“sí la elegimos”
29/04:	el GRA pagó viaje a jueces
30/04:	no cede a presiones
<b><u>MAYO</u></b>	
01/05: 3 extorsiones en un día	
02/05:	¡Qué tal padre de la patria!
03/05: robo sobre ruedas	
04/05:	pierden los papeles
05/05:	“Ética” le pone el ojo
06/05:	revelan sus “negocios”
07/05:	fiscal se cree “vivo”
08/05:	los nexos de “Dany Caracha” con

	SUNARP
09/05:	fiscal libera a hampón
10/05: mafia de autos lujosos	
11/05: boxeador violaba a niños	
12/05:	sin plan para emergencias
13/05: JB: el especial de las balas	
14/05:	el "amigo elegido"
15/05: sicario de alto vuelo	
16/05: ¿"chaleco" de padilla?	
17/05:	FN le baja el dedo a tres fiscales
18/05:	"Tierra prometida" esta "verde"
19/05: un balazo por resistirse	
20/05: los atrapan con 40 litros de opio	
21/05: otro crimen levanta a casmeños	
22/05:	¡Casma se rebela!
23/05: escolar tenía revolver	
24/05: PNP le pisa a los talones	
25/05:	Qali Warma con gorgojos
26/05: matan a "chaleco" de 23 tiros	
27/05: bebé es vacunado y luego muere	
28/05: ¡Justicia!	
29/05: ¡Terror en el mar!	
30/05:	bloqueo contra "Servir"
31/05:	¿le falla el oído?

<b><u>JUNIO</u></b>	
01/06:	jueces viajeros en la mira
02/06: descuido fatal	
03/06:	condena a Crisólogo
04/06: ¡matanza!	
05/06: liberan a testigo de matanza	
06/06: “ella descubre a asesinos”	
07/06:	toman iglesia contra “Servir”
08/06:	enfrentados
09/06: matan a taxista por s./ 3 mil	
10/06: llegó la “ruleta sexual”	
11/06:	¿cámaras satelitales?
12/06: “chata María” conoce a asesinos	
13/06: “Patetos” amenazan a testigo	
14/06: “chalecos” contra vecinos	
15/06:	saltó la pus
16/06:	40 obras en la mira
17/06:	El informe Áncash
18/06:	reos con facebook
19/06: caos en dos de mayo	
20/06: ajuste por “chalequeo”	
21/06:	¡Desmadre!
22/06: 20 años por matar a hija	
23/06: adiós a sus esperanzas	

24/06: les abren las rejas	
25/06:	la guardia "real" de Gasco
26/06: el rey de la extorsión	
27/06:	toman la UNS
28/06:	exfiscal                    santeño                    en "NARCOINDULTOS"
29/06: ¿policía obsceno?	
30/06: mueren 14 pasajeros de combi	

## **Instrumentos de investigación**

### Cuestionario (Para la entrevista a la editora del periódico)

#### **Objetivo general:**

- Conocer las determinaciones visuales y los criterios de trabajo periodístico de "Correo Chimbote", así como la consideración de imparcialidad fotográfica expuesta en sus portadas, con relación a los aspectos que se vinculen con la investigación, su construcción o las dudas subyacentes. La meta es afianzar un sustento fáctico que facilite la interpretación de los resultados.

#### **Objetivos específicos:**

- Examinar la perspectiva del entrevistado respecto a los conceptos de la investigación, que constituyen sus ejes temáticos y procedimentales.
  - Profundizar en el "cómo" del proceso fotográfico periodístico de "Correo Chimbote", que representa su dinámica de trabajo o la metodología de constitución de sus portadas.
  - Analizar la consideración de los criterios éticos y técnicos concebidos en dicho proceso foto-periodístico.
  - Identificar la opinión del entrevistado respecto a los conflictos que pueden generarse en la práctica periodística diaria, desde una perspectiva ética.
1. ¿Qué es para UD. la composición visual?
  2. ¿Qué características tiene la composición visual de Correo Chimbote?
  3. En algunos diarios suele verse lo que se denomina "la dictadura del diseño", ¿cuál es la dinámica valorativa del fondo y forma en la construcción de Correo Chimbote?

4. Específicamente sobre la portada del diario, ¿cómo definiría el objetivo al que responde?
5. ¿La tipología de los temas: políticos, sociales, económicos, etc. determinan la forma cómo son presentados en la portada, cuando alcanzan la importancia para la primera plana?
6. ¿En quién recae la responsabilidad de ultimar su elaboración y aprobarla?
7. ¿Qué criterios determinarían que la portada de una edición la compartan dos hechos?, ¿la noticia presentada en la parte superior de la página es considerada más importante?
8. ¿Hay algún tope de portadas consecutivas que se le pueden otorgar a un hecho o noticia? (Ejemplo: días 27, 28, 30/04/13)
9. Cuando se hace seguimiento de información, ¿cuál es la consigna visual para que la cobertura sea distinta cada día?
10. En Correo Chimbote, ¿prevalece una buena fotografía o un buen titular?
11. ¿Qué tipo de fotografía se prefiere o utiliza en las portadas del periódico?
12. Entre estas tres opciones, ¿las fotografías de portada son principalmente: creativas, ilustrativas o complementarias?
13. Cuando la portada es sobre autoridades, ¿se tiene alguna consideración, pauta o restricción particular para el tratamiento de la imagen a difundirse?
14. ¿Existe algún criterio para fotografiar autoridades o personajes políticos?
15. ¿Se trabaja con fotografías facilitadas por las fuentes de la información, digamos un denunciante o sólo con imágenes de reporteros?, ¿algún reparo al publicarlas?
16. ¿En qué casos, exactamente, las fotografías que se publican son y pueden ser de cortesía?

17. ¿Considera que en Correo existe algún tipo de información con mayor cobertura?  
¿algún tipo de imagen frecuente que aparezca en la portada?
18. ¿Qué restricciones visuales se entienden afectarían la susceptibilidad del lector?
19. ¿Los fotógrafos o reporteros gráficos de Correo trabajan en base a indicaciones diarias antes de su salida diaria a la jornada, así como los reporteros?
20. ¿Diría que quienes toman las fotografías son completamente conscientes de las posibilidades del lenguaje visual de la fotografía en cuanto a la orientación en el mensaje, a través del uso de planos, ángulos, el encuadre, etc.)?
21. Respecto al contenido, ¿considera que la función periodística del medio se enfoca más en la denuncia o fiscalización?
22. ¿Cree que el diario tiene alguna predisposición a criticar la labor de algunas autoridades o instituciones más que otras?, ¿cuáles serían?, ¿por qué?
23. De acuerdo a las 5 W de Laswell, ¿cuál considera que es la más valorada por Correo en la construcción de sus mensajes: el qué, quién, cómo, cuándo o dónde?
24. ¿Qué características de los hechos elevan su valor para ser considerados en portada?
25. ¿Le parece justificado el uso de citas textuales para titular portadas?
26. ¿Cómo se regula en Correo las características del titular, las voladas y bajadas?
27. En el periódico que dirige, ¿las fotografías se someten a algún tipo de edición o corrección?
28. ¿Opina que la temática política es la más desarrollada por el medio?
29. ¿Qué características tendría que tener una noticia para ser considerada como política por los profesionales de Correo Chimbote?
30. ¿Usted considera que la imparcialidad periodística, en sentido ético, es posible?

## GUÍA DE IMPARCIALIDAD

Lea con atención cada ítem y marque sólo una respuesta por pregunta, con sentido profesional.

### 1. ¿Cuántas noticias son presentadas en la portada del medio?

a) Una	b) De 2 a 4. Especificar: _____
c) De 5 a 7. Especificar: _____	d) De 8 a más. Especificar: _____

### 2. ¿Todas las notas de la portada tienen fotografía?

a) Sólo la principal	b) Sí	c) No. Especificar: ____ de ____
----------------------	-------	----------------------------------

### 3. ¿Qué porcentaje de las notas de portada corresponde a temas políticos?

a) Menos de 25% : _____	b) De 25 a 50% : _____
c) Más de 50% : _____	d) 100%

### 4. ¿En qué otro tema se sostiene la nota de portada (principal) aparte del político?

a) Temas policiales	b) Temas judiciales/ legales y/o adm. pública
c) Temas sociales	d) Otros: _____

### 5. La imagen de portada está compuesta por...:

a) 1 fotografía	b) 2 fotografías
c) 3 o más fotografías: _____	d) Una infografía



**6. ¿Cuál es la procedencia de la/s fotografía/s de la nota de portada?**

a) Reportero gráfico	b) Redactor
c) Archivo (Correo)	d) Cortesía u otra: _____

**CRITERIOS SINTÁCTICOS (UNIDADES REDACCIONALES)**

**7. ¿Qué interrogante constituye el centro de orientación de la fotografía?**

a) Qué	b) Quién(es)
c) Cómo	d) Cuándo o Dónde

**8. Según las 5 W de Laswel, ¿qué interrogante determina u orienta el titular?**

a) Qué o Quién	b) Dónde
c) Cómo	d) Cuándo

**9. El titular es:**

a) Una cita textual	b) Una pregunta o exclamación
c) Una afirmación o negación	d) Otro: _____

**10. ¿El titular está construido con términos innecesarios o inadecuados, expresando la información de manera exagerada o cambiando su sentido?**

a) Sí	b) No	c) No se puede determinar
-------	-------	---------------------------

**11. ¿El antetítulo está redactado de forma neutral?**

a) Sí	b) No
-------	-------

**12. ¿Hacia qué aspecto de la noticia conduce el antetítulo en relación al hecho?**

El \_:

a) Qué o quién	b) Cómo
c) Cuándo o dónde	d) Por qué o para qué

**13. Considerando los elementos circundantes de la imagen. ¿Cuál de los siguientes recorridos de lectura se ajusta a la pauta de dirección propuesta en la portada, según el concepto de la dinámica del punto?**

a) Fotografía - titular - antetítulo - bajada /sumilla	b) Titular - fotografía - antetítulo - bajada/sumilla
c) Titular - fotografía - bajada/ sumilla - antetítulo	d) Otro: _____

**CRITERIOS TÉCNICO - PSICOLÓGICOS**

**14. ¿En qué tipo de plano fue tomada la fotografía de portada (principal)?**

a) Primer plano o plano detalle	b) Plano medio o plano busto
c) Plano general o abierto	d) Otro: _____

**15. ¿Con qué angulación fue tomada la fotografía?**

a) Ángulo picado o contrapicado	b) Toma lateral o diagonal
c) Toma frontal	d) Otro tipo: _____

**16. Con relación a su plano y ángulo, ¿la imagen fue tomada con?:**

a) Mucho campo	b) Poco campo
c) Parece zoom	d) Está bien

**17. En relación a criterios técnicos, ¿la foto presenta alguno de estos recursos o problemas?**

a) Está desenfocada/ desenfoco 2do plano	b) Está sobreexposta
c) Otro: _____	d) No presenta ningún problema o recurso

### **CRITERIOS SEMÁNTICO - ESTRUCTURALES**

**18. ¿Qué recurso/s se emplearon para manipular de alguna manera la composición de la imagen?**

a) Figuras geométricas / mosaicos difuminados	b) Otro/s: _____
c) No se manipuló la imagen	d) No se puede determinar

**19. ¿Con qué finalidad se empleó el recurso/s seleccionado?**

a) Por restricción/ocultar la identidad o la propiedad privada	b) Por ubicación/ resaltar/ agregar o señalar a un personaje
c) Otros motivos: _____	d) No se utilizó/ no se puede determinar

**20. ¿Cuántas fotografías o imágenes ameritó la cobertura del hecho al interior del diario?**

a) Una	b) Dos
c) Entre 3 y 5	d) Más de 5: _____

**21. ¿Qué valor periodístico primó para fotografiar el hecho?**

a) Prominencia	b) Interés humano
c) Proximidad física /psicológica	d) Otro: _____

**22. La fotografía de portada muestra o muestra principalmente:**

a) Persona/je(s).	b) Instituciones
c) Reuniones, manifestaciones y/o protestas	d) Otros: _____

\*\*\*\* Pasar a la pregunta 24 si la respuesta es la alternativa A o C.

**23. Si la imagen es sobre instituciones públicas ¿esta es de?:**

a) Municipalidades/ GRA y dependencias	b) Ministerio Público/ Poder Judicial
c) Es una institución privada	d) Otra/s: _____

\*\*\*\*Pasar a la pregunta 30

**CON RESPECTO A LA PROMINENCIA**

**24. ¿La imagen de portada, cuando es sobre personas, muestra la identidad (rostro) del fotografiado, en hechos de presunción (no comprobados) o de menores de edad?**

a) Sí	b) No
c) No es sobre hechos del tipo	d) No se puede determinar

**25. ¿La fotografía está centrada en el lenguaje gestual o la identidad de la persona/je(s)?**

a) Sí	b) No
c) En defectos físicos	d) No se puede determinar

**26. El(los) persona/je(s) de la fotografía es (son):**

a) Autoridades gubernamentales	b) Sociedad Civil o actores sociales
c) Autoridades eclesiásticas	d) Otro/s: _____

**27. Cuando el personaje de la fotografía es una autoridad, ¿quién es?**

a) El presidente del GRA y/o el alcalde provincial	b) El obispo de Chimbote y/u otros religiosos
c) Funcionarios del Ministerio Público, Poder Judicial y/o PNP	d) Otro/s: _____

**FASE 2: PERCEPCIÓN - ANÁLISIS**

**28. Según una evaluación general y en relación al poder regional y/o local. ¿Cuál es la posición política que se reflejaría en la portada del medio?**

a) Oposición	b) Oficialismo
c) Centro (neutral)	d) No se puede determinar

**29. ¿Cómo presenta el diario la noticia de portada?**

a) De manera neutral	b) Con opinión (implícita o directa)
c) A favor o en contra de...	d) No se puede determinar

**30. De acuerdo al concepto de FORMA, ¿qué prima en la composición fotográfica de la noticia de portada?**

a) El aspecto informativo (abarcar varios datos)	b) El instante imperdible
c) Sobredimensionar la imagen	d) Ningún valor negativo/No se puede determinar

**31. La construcción del mensaje visual, de acuerdo al concepto de FONDO, apela a:**

a) Prejuicios o recursos sexuales	b) Doble sentido / sarcasmo / ironía
c) Ningún valor negativo	d) Otro concepto: _____

**32. ¿Se percibe preparación en la fotografía?**

a) Sí (poses con ángulos planeados)	b) Sí, ángulos planeados sin pose
c) No, la foto parece espontánea en todo sentido	d) No se puede determinar

**33. A continuación se presentan los aspectos que según Ralph J. Hallman determinan la creatividad de una fotografía. ¿Con cuál de ellos cumple la imagen?**

a) Originalidad	b) Novedad
c) Imprevisibilidad - sorpresa	d) N.A

**34. ¿Sobre qué tema o aspecto político está construida la nota de portada?**

a) Temas positivos (aprobación de proyectos, actos de solidaridad, etc.)	b) Demandas, querellas, denuncias, quejas judiciales y/o actos de corrupción.
c) Hechos políticos-policiales (asesinatos, accidentes, extorsiones, vandalismo, etc.)	d) Otro: _____

**35. La noticia de portada, con su correspondiente fotografía, son de un tema:**

a) Que vuelve en vigencia	b) En seguimiento o ampliado
c) Que se sustenta en un suceso del día (tema nuevo o reciente)	d) No se puede determinar

**36. ¿Quién es el protagonista visual de la fotografía?**

a) El que tuvo más cobertura (presencia en el texto) y/o inició el hecho	b) La otra parte
c) El hecho noticioso en sí	d) No se puede determinar

**37. Determinar a través de un análisis de lectura, ¿qué valoró más el periodista para la construcción informativa del hecho?**

a) A las fuentes	b) Su opinión o posición frente al hecho
c) La expectativa del público	d) Sólo se limitó a informar

**38. ¿Cuál de las funciones de la fotografía es la que prima en la composición fotográfica? CATEGORÍA: Motivar acciones en el lector**

a) Despertar emoción	b) Avivar la memoria
c) Estimular el pensamiento/ ayudar a aprender a ver	d) Divertir o entretener

**39. La nota de portada está relacionada al derecho a:**

a) La reputación	b) La intimidad - privacidad
c) Ningún derecho del tipo	d) Otro: _____

**40. Con relación a la susceptibilidad del público, la fotografía muestra:**

a) Cadáveres, personas heridas, enfermas o afectadas físicamente de forma agresiva (accidentes, matanzas, etc.)	b) Obscenidades o referencias sexuales
c) Otra imagen visualmente "violenta": _____	d) No afecta la susceptibilidad del público

Portadas analizadas





**Correo** MAÑANA CHICA

IMPRESA DE RECUPERACIÓN POR LOS CASOS DE BENGHE SUEBEN A 15 EN CASMA

Coopex también emitió carta fianza para obra de coliseo cerrado

Intelectuales piden CASOS DE BENGHE SUEBEN A 15 EN CASMA

Reclamo en Nuevo Chimbote USAN VIVERO MUNICIPAL COMO BUTADERO DE BASURA

Fiscal es la única ruta NANCY MORENO REEMPLAZARÁ A FARRO SI GANA CONCURSO

ALCALDE TACNEÑO FUE CESADO POR EL MISMO CASO

“Chalecos” rescatan a balazos a ladrón en “San Pedro”

Cultivaban marihuana con riego tecnificado

**¿VACANCIA A LA VISTA?**

Irregular pago de 7,500 soles por vacaciones a Arroyo es causal de vacancia, según Jurado

**Correo** MAÑANA CHICA

Extorsionadores ganan terreno en Chimbote

Sereno roba tablet de casa asaltada

MAGISTRADO TUVO CASOS QUE INVOLUCRAN A ALCALDE Y REGIDOR TORRES

**EXTRAÑOS VÍNCULOS**

Paraja de juez Simón Burgos representa a empresas que ejecuta cuestionada obra de veredas en Casapueblo

Se llevan plata de cosecha 6 ENCAPUCHADOS ASALTAN A CAMPESINOS DE CASMA

Iban de Lima a Cajamarca INCALCAN 350 MUNICIONES EN ÓMBUS DE “FLORES”

Sonary no reconoce a autoridades COLEGIOS PROFESIONALES SE PRONUNCIARÁN SOBRE CASO USP

**Correo** MAÑANA CHICA

Detonan petardo en casa de alcalde Juan Gasco como amenaza

EN ESTOS CUATRO MESES LA POLICIA NO RESUELVE NI UN CASO

**YA VAN 31 ASESINATOS**

El último en la sangrienta lista es un empresario quien fue secuestrado el sábado y cuyo cuerpo baleado fue hallado en “San Pedro”

ESPECIALISTA ASEGURA QUE “NO SE SALVA DE VACANCIA”

**En el 2012 se ‘FORRÓ’**

A pesar que no le correspondían, el alcalde Arroyo el año pasado también recibió bono vacacional de S/7,500 y dos “gratis”

Capodaneri ARROYO GUEVARA NO RESPONDE SI QUERE SER CANDIDATO

Caso investigación RESCATORIO DENUNCIA CONTRATO FANTASMA EN COMUNA DE CASMA

Desde su reelección RECTOR HUAMÁN FIRMO 300 TÍTULOS PROFESIONALES

No sigue a acreedores GRUPO SE NIEGA A SALIR A PESCAR POR NO HABER PERMISO

**Correo** MAÑANA CHICA

Botan a doce supervisores de Qali Warma en Chimbote

Evaluación censal revela NIÑOS ESTÁN CADA VEZ PEOR EN MATEMÁTICAS

Regulación de camiones EMPRESARIOS TRASLADAN DINERO SIN SEGURIDAD

ARCHIVO CASO DE COACCIÓN Y PIDE GARANTÍAS

“Te voy a matar mier... vas a aparecer muerta”, le dice denunciante a titular de Cuarta Fiscalía Penal

**FISCAL AMENAZADA DE MUERTE**

Carhuanco: “Me pudieron haber cambiado antes”

Cámaras de seguridad no graban de noche

**Correo** MAÑANA CHICA

Otra vez cambian a juez de caso “La Centralita”

Exfuncionario de Interior maneja obra del Argentino

Farro pide seguridad policial para fiscales

CASTIGLIONI CUESTIONA DECISIÓN Y SEÑALA QUE FALLO ES MUY EXTRAÑO

Después de dos meses de vencido el plazo, ente electoral retoma pedido de vacancia a pleno edil, para que sustente mejor su defensa

**JNE LE HACE FAVOR A ARROYO**

Ambos controla COLEGIO DE BUENA VISTA SE QUEDA SIN GALLI VIZARRA

Protección en jirón Balla CAMBIAN ALCANTARILLADO RENOVADO HACE 4 AÑOS

Se niega a iniciar fianzas PESCADORES AFIRMAN QUE COSTOS DE PRODUCCIÓN SUBIRÁN

**Correo** MAÑANA CHICA

Chinecas y La Caleta ven hoy en Comisión de Investigadora

Coligan a alcalde PERONISTAS DE HUAMÁN AMENAZAN DE MUERTE

En Casma EXGERENTE ENH NIEGA ACTOS DE CORRUPCIÓN

MUNICIPALISTA DICE QUE ACTO ES IRREGULAR

Alcalde de Nuevo Chimbote sube sueldos, hasta por 600 soles, a sus funcionarios de confianza

**PACO EL “VIVO”**

“Los Patecos” estarían detrás de crimen de frutero

Regidores: “JNE lanzó salvavidas a alcalde”

**Correo** MAÑANA **La Chica**

Amorosa militar a mito EXTRAORDINARIOS EXIGEN 100 MIL SOLES A CASHEIRO

Para cancelar ventas CONSORCIO CASCO URBANO PIDE 29 DÍAS MÁS

Para información a comuna PROCURADOR INVESTIGARÁ AUMENTO DE SUELDOS EN EL SUR

**EN HUARAZ, SOLO DOS CONGRESISTAS ASISTEN Y DIRIGENTE ES DETENIDO**

**¡BRONCAZA!**

“Comandos” de Alvarez se agarran a golpes con seguidores de congressista Julca y frustran sesión de comisión que investiga corrupción en el GRA

Alcaldes a su casa por permittir delincuencia

Obreros impagos protestan dentro de MPS

Dispara en interior de hotel Dos Delimites

**Correo** SI DEFENDE JEFE DE PERSONAL Excaldesa también cobró escolaridad ilegal por “error”

Toman veneno en el sur MADRE INTENTA MATARSE JUNTO A HIJO DE 2 AÑOS

Amamos y Fiscalía LANZAN CAMPAÑA CONTRA PIRATERÍA Y CONTRABANDO

Impiden que hagan nuevas zanjias POR PRESION CONSORCIO TERMINA DE CONSTRUIR VEREDAS EN CASMA

**PRODUCTOR DICE QUE HIJO TAMBIÉN LE PIDIERON CUPO**

“Acércate al gobernador, hazle una bolsita, él te va a apoyar”, le habrían dicho a proveedor, tras recibir carta de Edgard Cobán por incumplir contrato de 19 millones

Intentan asaltar Banco de la Nación de San Jacinto

Sujeto asesinado manejaba auto robado

**¿COIMA EN QALI WARMA?**

**Correo** RECAUDACIÓN BAJA EN EL SUR, PERO GASCO DICE QUE CON ESOS PAGARÁ AUMENTOS

La triste realidad de las bibliotecas escolares

Entrega lista de policías corruptos

15 días más para terminar las obras del centro

**CORREO REVELÓ AYER EL CASO E INCLUSIÓN SOCIAL YA TENÍA INFORMACIÓN**

**LE BAJAN EL DEDO**

Sacan a gobernador tras grave denuncia de proveedor de Qali Warma, que lo acusó de cobrar cupos. Hermana de Juan Calderón es nueva autoridad.

**Banda tenía clave de bóveda con 350 mil soles**

**Correo** CUENTA DE DOS MILLONES El 20 de mayo se inicia la pesca industrial de anchoveta

Denuncia a Dalí Warma BUENOS PODEROS BAILAN EN COLEGIO DE CASMA

¿Puede cuestionar COMUNA SURCHÁ NO EJECUTA PUENTE PEATONAL

Piden que proceda a investigar 2 TONELADAS DE FIEBRO SE HACEN HUMO EN MERCADO DE PISCES

**SEGUN CALDERÓN, ES REPRESALIA POR DISCUSIÓN**

**¡ESCÁNDALO!**

Por extrañas razones, Nena Escalante deja sin efecto designación de gobernadora a solo horas de nombrarla

Pasajes subirían por escasez de GLP

Bandas se matan por cupos en “San Pedro”

**Correo** HOY RECLAME ENCABTE imaco

Por 50 mil soles con DETENCIÓN EN CASA EXTRAORDINARIA A CASHEIRO

Buscan de largueros PIDE A FISCALÍA BUSCAR PUEROS CONTRA “CHALECOS”

Por desaire a Calderón DIRIGENTES HUMANISTAS EXIGEN RENUNCIA DE NENA ESCALANTE

**SOLO PADRE DE ABOGADO DE ÁLVAREZ HABRÍA VOTADO EN CONTRA**

**SE LA QUIEREN BAJAR**

“Comandos” presentan reconsideración a votación del CNM, que ya habría nombrado fiscal superior a Nancy Moreno y presidente Soto sorprende aceptando recurso. El lunes definen

Pasajes suben y mercados con poca afluencia

Detona dinamita en chacra de santeno

**Correo** Belén HOY La Chica

**RECONSIDERACIÓN DE SOTO ES INUSUAL, DICE**

**“SÍ LA ELEGIMOS”**

Presidente del CNM confirma votación a favor de fiscal Moreno y precisa que este lunes decidirán si ratifican decisión o votan otra vez

GLP llega pero choferes no bajan costo de pasajes

ANR avala la firma del rectory de la USP

Cae implicado en desaparición de Bazán

Roban 15 mil soles a comerciante casmeña

Policía alerta sobre venta de autos robados

**Correo** SE MANTIENE A S. 1.42 Griferos no bajan el precio del GLP a pesar que ya no hay desabastecimiento

Madre de capitán Bazán pide hablar con detenido

Peligroso "Chamoya" ya duerme en el penal

Cuatro pueblos le exigen obras al alcalde Gasco

REPORTAJE DE "ESNOTICIA" NO SE PUDO VER POR SUSPECHOSO CORTE DE SEÑAL

**EL GRA PAGÓ VIAJE A JUECES**

El procesado y presidente de Ancash, César Álvarez, firmó un convenio que financió el viaje de 12 magistrados a EE. UU., denunció el programa de ATV

Municipalidad del Santa otorgó 22 rutas ilegales

Gobernador (e) no sabe donde está parado

**Correo** OTRA DEL GEA ESTÁ PARALIZADA Niños del "Garcilaso" estudian en plena vía pública

Ayudó a fugar a trillizano CAE "PINKI", AMIGO DE TEMIBLE "GRINGASHO"

Informe especial 40% de HUACOS QUE SE EXHIBE EN EL IWC ES RÉPLICA

Hay dos empresas interesadas PERIPETRO LICITARA DOS LOTES DE HIDROCARBUROS EN ANCAHS

REEMPLAZARÁ A CUESTIONADO HUGO FARRO

Pese a argucias del entorno de Álvarez, CNM elige a Nancy Moreno como nueva jefa del Ministerio Público

ESTOS SON LOS JUECES VIAJEROS CON PLATA DEL GRA

AMBUCLANCIA

Aseesinan a minero en pleno centro de Casma

**Correo** Peloma MAÑANA la chica Correo

VEHICULO DERRIBO POSTE Y DOS PALMERAS DE LA AV. JOSÉ GALVEZ

**Nueve heridos por imprudencias**

Chofer de ómnibus que cruzaba tramo prohibido chocó contra camioneta, cuyo chofer es funcionario del Banco de la Nación superaba límite de alcohol

ASEGURA QUE 10 LOCALES INSEGUROS OBTUVIERON LICENCIAS

**Denuncia favores a locales nocturnos**

Jefe de Defensa Civil, Roberto Méndez dice que renuncia porque no "apahará" la gestión de la gerente de Servicios Públicos de la MPS

Para más detalles de agua POBLADORES DE CASMA TOMAN LA "PANAMERICANA"

Piden apoyo de Casca INVASORES DE TERREMOS DE LA RAP HACEN VALLA CHUNIN

¿Aves de personal CESAN A LOS TRABAJADORES CAS DEL HOSPITAL LA CAJETA

Violencia a todo nivel DEMONIA REALIZAR CAMPAÑA CONTRA BULLYING EN JARDINES

**Correo** Peloma HOY la chica Correo

CHOFER DEL AUTO FUE DETENIDO Y SE CREE QUE ES CÓMPlice

Investigan saqueo robo HOMBRE MUERE EN UN CONFUSO ACCIDENTE DE TILMISTO

**Intentan secuestrar a joven motociclista**

Hampones lo subieron a la fuerza a un auto fúico, pero seremos los sigüeyon y cerca al sector Monte Chimbote lo rescataron

PROGRAMA OALY WARMA FALLA, Y PROVEEDOR SERÍA PENALIZADO

**Alumnos sin desayuno por una semana**

MPS revela que 19 mil raciones que deberían entregarse desde mañana no llegaron porque no se compraron los productos

Se sabe el combustible PROFESORES ASIGNAN QUE ALZA DE PISCALLES ES INMEDIANTE

Freute y San Martín JOSÉ GALVEZ SALE HOY POR SU PRIMER TRIUNFO EN EL CALLAO

**Correo** HACEROS TENDRAN ACCIONES En 40 colegios de la provincia del Santa no iniciaron clases

ASUME UNA CIUDAD CON 15 CRÍMENES Y CON ASALTOS A LA ORDEN DEL DÍA

**Coronel Amaro empeña su palabra**

Nuevo jefe policial en Chimbote ofrece mayor producción y dice que fortalecerá Semtrc e Inteligencia

Para lo archivo PIDEN QUE FISCAL ANANCA SE INHIBA DE CASO "CENTRALITA"

En Casma MENOR DESAPARECE POR DOS DÍAS Y ES HALLADA EN FOMADENO

Empresa fabrica CONSTITUYE VENTAS CON DEFICIENCIAS Y TIENE OBRAS POR 10 MILLONES

Cáncer acabó con la vida de Hugo Chávez

Está en construcción ROBARON DIEZ PUERTAS DE LA POSTA MÉDICA TRES DE OCTUBRE

**Correo** LOS DEBIRAN ACALLADO Y SIN LUZ Dos rios de Casma amenazan a población

SEGUN TESTIMONIO, ESTO SUCEDIO DURANTE LA INTERVENCIÓN A "CENTRALITA"

Según el ex fiscal Jiménez, el fiscal decano Hugo Farro le advirtió que "Álvarez tiene influencias sobre todos los niveles supremos"

**Fiscal Farro le metió miedo**

ANUNCIA QUE HARÁ LO MISMO SI VUELVE A SER "ATAcado"

**Quemaron sus carteles**

En "Ocailla" CAMBISTAS TENER OTRO ASALTO Y PIDEN APOYO DE BANCOS

De improcedentes CORONEL ADVIERTE CON CARTAS "CAREZAS"

Por puerto regional FRENTE DE DEFENSA "COMARRO" ANUNCIA PARO EN ABRIL

**Correo** EN CASMA Desayunos del Qali Warma provocan vómitos y diarreas a niños

EN CASMA A ANCIANO, LES DECÍA QUE ERA POLICÍA Y QUE EJECUTABA OPERATIVOS POR DELITOS FISCALES

**Dos trujillanos robaban a jubilados**

INVESTIGADO POR PRESUNTAMENTE HABER CONTRATADO A "LOCO DANNY"

Ricardo Bracamonte "Cachete" es detenido junto a dos sujetos en Casma porque Policía sospechaba que iban a ejecutar extorsión

**Cae implicado en asesinato de fiscal**

PRESE A BILLO OBTIENE CATEGORÍA EMPLEADA

DESAPARECIDA POR DOS HIJOS

FORZADO POR ACCESO A BARRIO

Pésima obra de "Fabric" en San Pedro

La UNS suspende por un año a catedrático

El Mercado Ferrocarriil podría perder terreno

**Correo** MAÑANA La Chica Correo

**Mujer recibe balazo en su día**

RECTIBO IMPACTO EN LA MANO IZQUIERDA

Disparo fue dirigido a dirigente de construcción que del distrito de Santa, quien huyó de tres sujetos armados

**Pistas parecen bombardeadas**

VEHÍCULOS INVADEN LAS VEREDAS PARA EVITAR LOS HUECOS

En "Primer de Agosto", los vecinos están cansados que en varias calles el asfalto tenga literalmente "cráteres"

En Casma "CACHETE" BRACAMONTE VUELVE A LAS CALLES

Sobre "advertencia" FARRO EN CURA DE SILENCIO ANTE TESTIMONIO DE EFISCAL

Que salga de oficina EL OBISPO EXIGE RESULTADOS A NUEVO JEFE POLICIAL

Sin similitudines LIBERAN TRUJILLANOS QUE ROBABAN A HUMILDES JUBILADOS

**Correo** POR SUS REVELACIONES CON EL SINDICATO "Chiquitín" ataca por segunda vez a obrero y lo balea en "jalapollo"

RECIBIDA ESCUCHA INVESTIGACIÓN

QUE A PÉRDIDA DE CREDITO SE CONSIDERA

HA UN MES CON PRIMO EN CASMA

Piden que Contraloría investigue obra de centro

Locales nocturnos ilegales siguen operando

Omnibus destroza pierna a menor

SEGÚN SERENOS, LOS AMENAZAN CON HABLAR CON ALCALDE PARA DESPEDIRLOS

Victor Crisologo es acusado de usar cargo para que liberen a su yerno, detenido en comisaría de Nuevo Chimbote por golpear a joven que le cobró deuda

**La influencia del congresista**

CAMARAS DE CAPTURA EN BARRIO DE TRUJILLO CUANDO BARRERA SE UNO EN CENTRO

Otro ladrón es grabado disparando a víctima

**Correo** Reclama Hoy SUPLEMENTO Gratis

Consejo Casma Uruma FABRICA CULPA A SICHO POR VEREDAS MAL REGRAS

Real sancionará a directores 40 COLEGIOS AÚN NO RECIBEN VESTIDOS ESCOLARES

Vecinos reclaman áreas verdes AVENIDA BUENOS AIRES SIGUE SIENDO UN MOLINAR

AUTORIDAD TIENE ANTECEDENTES Y DICE QUE HOY HABLARA

**EL TREMENDO FISCAL**

Magistrado Limber Marchan "olvida" pedir ampliación de detención, por eso liberan a sujeto acusado de tocamientos a niña de 10 años

QUE CAPTURAN A ASESINOS DE MI PADRE

Drogadicto que mató a policía no acepta crimen

Fiscal apaga su celular y frustra detenciones

**Correo** ALGUNOS DE LOS DETENIDOS Coronel le "baja el dedo" a Romero en Inteligencia

NIÑA DE 11 AÑOS INTENTO REANIMAR A SU PADRE

Agricultor bebía con amigos en "El Zanjón", cuando sujetos en motocicleta lo dispararon cuatro tiros. Tenían cascos

**SICARIOS LO MATAN DELANTE DE HIJA**

REGIDORA PIDE A MPS NO RECIBIR OBRA DE 5 MILLONES

Al igual que veredas, recién fueron colocadas en el centro y ya se evidencia mala calidad

**BANCAS NUEVAS PERO RAJADAS**

Una más FISCAL LIBERA A DETENIDOS DE CRIMEN DE "BARBUNTO"

En El Castillo RÍO SANTA ANDRÉS CON 240 MIL SOLES EN CULTIVOS

Se van a México CRÍTICAS EN CASMA POR VIAJE DE ALCALDE Y REGIDORES

En San Pedro BALEAN CASA POR ERROR Y MUJER QUEDA GRAVE

**Correo** NO ENTREGAN CARTERA PEDAGÓGICA 70% de docentes trabaja a la deriva en escuelas públicas

Asesinan a su pareja ASISTIAN A JOVEN MADRE DE GUADALUPITO EN CHILE

Proyecto sobre uso de papel INECSO PREMIÓ A INSTITUTO PERAGÓGICO DE CHINCHOTE

MPS respalda a autoridades ACEITE RECALDA Y DETENIDOS SUCIOS EN CHIFRAS Y SALCHIPOLLOS

ALCALDE Y 9 CONCEJALES SE IRÍAN POR CASO ZAIKAER

Arroyo y regidores piden nuevo plazo de 15 días a JNE, que hasta ayer debió resolver solicitud de vacancia. Castiglioni dice que están desesperados.

Banda cae en el sur con armas con silenciador

AMPARAR OBRA EN USTAY LA CALLES

Alvarez sigue sonando con piscinas en Pardo

CULTIVOS SIN ARRABADOS POR SUSCITO

Familias en zozobra por desborde de río Casma

**Correo** BOGOTÁ, COLOMBIA

**ES ACUSADO DE ENVIAR A MATAR A FISCAL SÁNCHEZ COLONA**  
Empresario habría llegado a Fiscalía para cambiar a su staff de abogados por defensores públicos y nadie lo detuvo

**JACK CASTILLO SE PASEA EN NARICES DE LA PNP**  
GERENTE DE MPS DICE QUE DESCONOCIDOS CORTARON BANCAS

**NOS QUIEREN HACER "CHOLITOS"**

**Agricultores de Casma bloquean Panamericana**  
SACDEN ENFOCADOS DE RIBERAS

**May cuestionamientos CONSORCIO LA CALETA CONSTRUYÓ HOSPITAL POR \$1.177 MILLONES**

**En Nuevo Chimbote CATERÓN CON ARMAS Y SON INVESTIGADOS POR ARRO Y BOMBACHO**

**La velan sus restos CLAMAN JUSTICIA POR MUERTE DE FENILANA EN CHILE**

**"Cachiche" al penal PRESUNTO SICARIO ACEPTA QUE DISPARÓ A EMPRESARIO**

**Correo** BOGOTÁ, COLOMBIA

**DEPRAVADO AMENAZABA CON MATAR A NIÑAS PARA SOMETERLAS**

**PRESO DE POR VIDA POR VIOLAR A 3 NIETAS**  
Exboxeador de El Progreso recibe ejemplar condena tras confirmarse que es pedófilo y mitomano

**DISPARA CONTRA EFECTIVOS Y ESPOSA DE ALCALDE PIDE PROTEGERLO**  
En Casma, "Loco Willy" tenía chaleco antibalas más seguro que el de Policía, y armas y municiones de uso militar

**PRESUNTO ASESINO DE "LITO" CAE A TIROS**

**¿Y LA TANDA INCLUIDA? Qali Warma no atiende a niños especiales**

**Exigen explicaciones PESCADORES MOLESTOS CON PUBLICACIÓN DE LEY PERJUDICIAL**

**Mientras luchaban ROBAN A MADRES PACIENTES DENTRO DE HOSPITAL REGIONAL**

**Será de congresista LANCHA SE INCENDIA EN ALTA MAR POR CONTROVERSIVO**

**¿Será verdad? CORONEL AGUILAR PROMETE CAPTURAR A YEMBLE "CORRO"**

**Correo** BOGOTÁ, COLOMBIA **Reclama Hoy SUPLEMENTO Gratis**

**DIGO NO "MATE" A BURGOMAESTRE Y POLICÍA ME "SEMBRÓ" ARMAS**

**Fiscalía solo lo denuncia por tenencia ilegal de armas a pesar que disparó contra policías en su intento de fuga**

**"LOCO WILLY" YA DUERME EN EL PENAL**

**PRESIDENTE REGIONAL QUE CELEBRABA NORMA, AHORA APOYA PROTESTAS**  
La considero perjudicial porque aprueba libre afiliación a Afp y tope de \$60 miles como pensión. Anuncian paro provincial para lograr anulación

**PESCADORES SE UNEN Y RECHAZAN LEY 3003**

**Peligro en Palanca CLAMAN APOYO POR TERROR A DESBORDE DE RIO TABLAZUECA**

**En el distrito sureño HABRÁ 500 NUEVOS BENEFICIARIOS CON EL VOTO DE LECHE**

**Señorita va investiga "MURRA" HABRÁ MATAR A PROFESOR EN CONCURSO**

**Auto les embolsó MARCA LA ME ESPEROS QUE HIA EN MOTOTAXI SALVA DE MORIR**

**Correo** BOGOTÁ, COLOMBIA **¿Y LA TANDA INCLUIDA? Comerciantes exigen reconstrucción de veredas destruidas**

**Conozca las "perlas" del tremendo fiscal**

**EMPRESA CONSORCIADA NO EJECUTÓ OBRA POR MÁS DE 50 MILLONES EN MOQUEGUA**

**PIERDE LOS PAPELES**  
Ivarez agrade verbalmente a periodistas de Correo y América TV sólo por preguntarle por la cuestionada Coles, que tiene un juicio y hará la Caleta

**Preso de Pisco amenazó a fiscal Vilcatoma**

**Nuevos implicados en caso de alcalde de Casma**

**Los precios del pescado ya están por las nubes**

**¿Y LA TANDA INCLUIDA? Comerciantes exigen reconstrucción de veredas destruidas**

**Niños estudian en aulas de palcos y esteras**

**¿Y LA TANDA INCLUIDA? Comerciantes exigen reconstrucción de veredas destruidas**

**Correo** BOGOTÁ, COLOMBIA **¿Y LA TANDA INCLUIDA? Comerciantes exigen reconstrucción de veredas destruidas**

**INCANTAN PESCAO MALGRADO EN EL MUELLE artesanal**

**"Patecos" piden Cupos a balazos en Aviación**

**Multan con \$1.111 mil a comuna por no pagar CIS**

**ALCALDE ERA ACUSADO DE TENTATIVA DE HOMICIDIO SIMPLE**  
En sorprendente decisión, fiscal Romel Paz retira a burgomaestre Luis Arroyo de investigación por atentado contra Ezequiel Nolasso

**En Red Pacifico Norte PREFEREN CAPACITAN QUE ANALIZA AGUA DE OCHO PUEBLOS**

**En La Victoria DETIENEN A SUJELO CUANDO TOCABA A VINO DE 19 AÑOS**

**Desde hoy HOSPITALES EN ALERTA AMARILLA POR SEMANA SANTA**

**¡QUÉ TAL "LIMPIADA"!**

**Correo** BOGOTÁ, COLOMBIA **¿Y LA TANDA INCLUIDA? Comerciantes exigen reconstrucción de veredas destruidas**

**POR NO "APADRINAR" A POLICÍAS, NI ACEPTAR PRESIONES POLÍTICAS**  
A menos de un mes de asumir el cargo, altos oficiales y políticos se habrían confabulado para sacarlo de la Divipol

**QUIEREN FUERA A CORONEL AGUILAR**

**TRABAJADORES DE "A & M" HABRÍAN ACTUADO NEGLIGENTEMENTE**  
Centricas calles de las avenidas José Balta y Aviación se habrían ori en las inundadas. Vecinos y transportistas son afectados

**En Nuevo Chimbote TRUILLANOS SE INCIAN PASAR COMO POLICÍAS PARA ROBAR**

**Exigen dinero a donda EXTORSIONADORES PRENDEN FUEGO A BODEGA EN CASMA**

**Tráfico se afecta PELIGRO EN LA PANAMERICANA POR DESBORDE DE CANAL**

**PNP toma precauciones SEGURIDAD DURANTE ASCENSO AL CERVO DE LA JUVENTUD**

**Correo** NO ACCIDE A CARCEL CON AGONIZANTE

Ministerio Público pedirá prisión preventiva para Gregorio Santos

El lunes vence plazo para terminar veredas en el centro

Estatales suspenden huelga indefinida

Cecujigo con Cuatro kilos de marihuana

JEFE DE ORGANISMO SE INHIBE PORQUE TAMBIÉN FUE A USA

Odeoma investiga a los doce magistrados que se capacitaron en Estados Unidos con plata del Gobierno Regional

Identifican a más "chalecos" en Nuevo Chimbote

30 mins de incendio en San Pedro no van al colegio

**Jueces viajeros en la mira**

**Correo** TOSCA LAMUNA DESOBLIGA SU P

Melgarejo: "Ese hábeas corpus es un mal precedente"

Puesto de auxilio para Buena Vista Alta

Miles acompañaron al "Cuerpo de Cristo"

No colegiarán a egresados de segunda especialización

OBISPO PIORNO: "ES UNA COBARDÍA SIN LÍMITES"

Obispo dice que habría que quitarle el título de papa de la patria, tal como este quiere arrebatarle el apellido a su hija

"Chino Igor" se ríe de sus 27 requisitorias

GRAN CAMPAÑA DE BENEFICIOS TRIBUTARIOS Hasta el 30 de junio de 2013

VECINO DE NUEVO CHIMBOTE "NO PIENSA ESTA OPORTUNIDAD" EXPANDIDA HASTA 100 %

**Correo** SIGUN POLICIA, SARE MUCHO "Chata María" no se presenta a declarar por crimen de 4

Por fuerte oleaje CINCO LANCHAS DESAPARECEN EN CASMA

Está implicado en 2 crímenes PJ LIBERA A PRONTUARIO SILEJO "PEPE LUCHO"

Red de Salud advierte riesgo EN CASCASAL EL 80% CONSUME AGUA CON COLIFORMES FECALIS

SE ENFRENTAN A PDRADAS A PNP, QUE LOS REPELE CON GASES LACRIMÓGENOS

Estatales permanecieron casi una hora en San Carlos Borromeo y luego bloquean calles del centro rechazando ley

**TOMAN IGLESIA contra "Servir"**

AGUAS EROSIONAN CINCO METROS EN APENAS UNA NOCHE Y OCHO METROS EN LOS OBTROS DOS MESES "LAS AUTORIDADES" SIEN SANCAS

Agua empuja y destruye casas en La Florida y vecinos exigen enrocado

**Correo** MANANA Diana

Industriales podrían volver a pescar dentro de 5 millas

Fujimori seguirá preso, Humala le niega indulto

Alvarez denuncia supuesto "reglaje"

FISCAL RATIFICA QUE MINISTERIO PÚBLICO NO DEBÍO LIBERAR A "CHATA MARÍA"

General Aguilar: Jala orejas a fiscales por liberar a delincuentes y jefe de magistrados les responde que hagan bien su trabajo

**ENFRENTADOS**

**Correo** SOBRE PREVENCIÓN CONDUCTAS Congreso presenta mañana el informe Ancash

Alerta excojefe PRESOS POR EL CASO HUALSCO SALTARÁN LIBRES

Especialista lo descarta SUPUESTO "POSEÍDO" CAUSA PÁNICO EN LAS BRISAS

Mensajería extralido con decisión ARMADORES INDUSTRIALES NO PASARÁN A SAN PEDRO EN EL MAR

INSISTE EN PEDIR ESTADO DE EMERGENCIA

REVENA EN LA BOCA PRESENTE NUNCA

¿Cámaras satelitales?

Presidente regional anuncia que comprará sofisticados equipos "que graban todo" para luchar contra delincuencia

60 pueblos sufren por el intenso frío

Batalla campal por lotes en "Lito Montalván"

**Correo** MANANA Angie

Mayor PNP Ramirez es declarado reo contumaz

Mineros ilegales temían cargamento de dinamita

Un donante de sangre puede salvar 4 vidas

CORREO CONOCIÓ PARTE DE INFORME QUE IBA A SER EXPUESTO AYER Y LO HARÁN EL 19

**Saltó la pus**

Comisión de Fiscalización del Congreso halla indicios de delitos y transgresión a Ley de Contrataciones en obras del Gobierno Regional de Ancash

**Correo** **Angie HOY Chica Correo**

En "Beluzo" y "La Salina" TECNICOS PUEDEN APOYAR POLICIA PUNO ASALTOS

Esperan bajo delincuencia COMISARIA DE BUENA VISTA YA ATENDE

De retiro sanitario para el ser SIN TERCERO PERDERIAN MILLONARIO PRESUPUESTO

**40 obras en la mira**

**Asesinato de PNP Labrín sin culpables**

Consejo Regional interpelará al gerente regional, Hernán Molina, por deficiencias

Piden que Ingenieros Supervisen el "Bondy"

**Correo** Más de 100 niños esperan desde 2011 una obra en su jardín

**CONSEJEROS EXIGEN QUE FISCALIA INVESTIGUE**

**El informe Áncash**

Correo revela en exclusiva detalles del documento de la Comisión Fiscalización del Congreso que halló graves indicios de delitos en obras de Áncash

Dos bandas desatan balacera en bar de la avenida Aviación

Documento de la SBN se hace humo en el GRA

"Puerto Rico" se habría ocultado en Chimbote

**Correo** Aspirante a Policía salva la vida a su padre en su día

**DIRECTOR DE PENAL REVELA OTROS DOS CASOS Y ANUNCIA INVESTIGACIÓN**

**Reos con Facebook**

Correo detecta 4 reclusos de Cambio Punteo con cuentas en red social. Desde celulares y laptop delincuentes suben fotos y reciben comentarios de reos de otros penales como Lurigancho y hasta de un policía

Etan Mozo Segar - 6 de mayo a través de mi

En Sereña COMIENZA AUN NO COLOCA TECHO DE PÉNSULA

Preso a mala calidad DIRECTORES DE COLEGIOS AVULAN A OBLI WARMA

Celebración en día OMS PAÑOS SON BALEAROS TRAS SALIR DE "LA CARRERA DEL CEJAS"

**Correo** Superintendencia de Banca le emienda la plana a alcalde Arroyo

**BLOQUEAN TUNEL DE COISHCO Y PARTE DE LA CARRETERA PANAMERICANA**

**¡DESMADRE!**

Con piedras y palos, trabajadores del sector público se enfrentan a policía que los repele con gases lacrimógenos. Jornada fue la más violenta desde protesta contra ley Servir.

"Patecos" amenazan en mercado Dos de Mayo

Camioneta de serenazgo deja grave a niño de 7

Obreros casmenos paran obra por falta de pagos

**Correo** PARA REVISAR REVISOR MINICETUR clausura tragamonedas ilegal en Nepeña

**OTRO GRUPO DE DIRIGENTES APOYA INICIATIVA LEGISLATIVA**

**Toman la UNS**

Estudiantes de la FUS rechazan nueva ley universitaria impidiendo ingreso de alumnos a campus. Afirman que norma privatiza la educación

Violencia contra Servir en pleno centro

En Nuevo Chimbote no les importa la seguridad

Estatales casmenos protestan en comuna

**DOMINGO 7 DE JULIO DE 2013** DESDE LAS 7:30 A.M.

**NUEVAS ELECCIONES MUNICIPALES**

INFORMANTE SI TU LOCALIDAD PARTICIPA EN ESTE PROCESO. EN LOS PERIÓDOS DE REG. CANDIDATOS Y VOT.

**Correo** POR PRODUCTOS SUBSIDIADOS Agricultores pierden 2 mil soles por hectárea

**FS LA SEGUNDA VEZ QUE ALCALDE HACE LO MISMO**

**La guardia "real" de Gasco**

Sereno en motocicleta cuida la casa de la suegra de Gasco, donde reside la autoridad. Funcionario lo niega.

San Pedrito salva a 14 pescadores

Los pobres extremos "muestran" de "hogues"

"Estado paga abogados a los delincuentes"

El estado de la salud de la zona

Los campesinos de la zona

Los campesinos de la zona

**DOMINGO 7 DE JULIO DE 2013** De 8:00 A.M. a 4:00 P.M.

**NUEVAS ELECCIONES MUNICIPALES**

INFORMANTE SI TU LOCALIDAD PARTICIPA EN ESTE PROCESO!

# Correo

DIRECTOR: ALFREDO ALÍ ALAVA  
www.diariocorreo.pe

VIERNES 28 DE JUNIO DE 2013

AÑO XXVI  
Nº 11988

PRECIO: S/. 0.50

CHIMBOTE

EN HUARMAY HABRÍA MÁS RESTOS

### Hallan tesoro Wari: 63 momias y 1,200 objetos de oro y plata



PÁG. 6

DOS PERSONAS MUEREN EN ACCIDENTES PÁG. 3

EXIGE PROCURADOR ANTICORRUPCIÓN PÁG. 6

VICERRECTOR PIDE INFORMES PÁG. 4



### Tragedias en víspera de procesión de San Pedrito



### Procurador municipal debe rendir cuentas



### Obra con fisuras tiene aval de decano del CIP

PROCURADOR NACIONAL DICE QUE LA REMOCIÓN SE DEBERÍA A INVESTIGACIÓN

# Exfiscal santeño en "NARCOINDULTOS"



### Fiscalía de la Nación destituyó al adjunto Juan Acevedo Saavedra quien integró comisión que dio beneficios a presos por narcotráfico



PÁG. 8 Y 9

diariocorreo  
CorreoPeru