

Verdad y posverdad en la crítica periodística. Caso: Daniel Urresti y las lecciones del 2018¹

True and post-truth in journalistic criticism. Case: Daniel Urresti and the lessons of 2018

Portocarrero Reggiardo, Carla Andrea

Portocarrero Reggiardo, Carla Andrea
u20141a358@upc.edu.pe
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú

Correspondencias & análisis
Universidad de San Martín de Porres, Perú
ISSN-e: 2304-235X
Periodicidad: Semestral
núm. 13, 2021
revista_cya@usmp.pe

Recepción: 24 Agosto 2020
Aprobación: 10 Abril 2021
Publicación: 30 Junio 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/138/1382363006/>

DOI: <https://doi.org/10.24265/cian.2021.n13.06>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Para citar este artículo: Portocarrero Reggiardo, C. (2021). Verdad y posverdad en la crítica periodística. Caso: Daniel Urresti y las lecciones del 2018. *Correspondencias & Análisis*, (13), 153-182. <https://doi.org/10.24265/cian.2021.n13.06>

Resumen: Dentro del periodismo existen notas críticas e informativas. En estas últimas, el lector espera encontrar información y un enfoque equilibrado, para así formar su propia opinión. Sin embargo, en el Perú, durante las elecciones municipales de 2018, en el caso concreto del diario El Comercio respecto a la candidatura de Daniel Urresti, no fue así. De las 62 notas informativas publicadas sobre Urresti, cinco de ellas fueron, en realidad, notas críticas, lo que pudo influir en los lectores al momento de tomar posición. El presente artículo analiza tres de estas cinco notas. El criterio de selección ha sido la presencia de un mayor énfasis crítico, así como un uso ampuloso de los mecanismos de la posverdad. La conclusión principal es que estos mecanismos de posverdad evidencian, más que la intención de informar, el objetivo de criticar e indirectamente influir en los lectores al momento de evaluar la candidatura de Urresti.

Palabras clave: Posverdad, Discurso, Ideología política, Periodismo, Poder.

Abstract: Within journalism there are critical and informative notes. In the latter the reader hopes to find information and a balanced approach in order to form his own opinion. However, in Peru, during the municipal elections of 2018, in the case of the newspaper El Comercio regarding the candidacy about Daniel Urresti, it was not. Of the 62 briefing notes published on Urresti, five of them were, in fact, critical notes, which could influence readers when taking a position. This article analyzes three of these five notes, the selection criterion was the presence of a higher critical emphasis and a turgid use posttruth mechanisms. The main conclusion is that these mechanisms post-truth evidence, more than the intention of informing, the objective of criticizing and indirectly influencing readers when evaluating Urresti's candidacy.

Keywords: Post-truth, Speech, Political ideology, Journalism, Power.

1. Introducción

El presente artículo abordará la crítica periodística a la candidatura de Daniel Urresti realizada por el diario El Comercio entre el 24 y el 29 de setiembre

de 2018, en el marco del proceso electoral municipal de Lima. Estas fueron unas elecciones controversiales en las que participaron 21 candidatos, quienes deseaban la atención de los medios de comunicación. Sin embargo, los postulantes que recibían más cobertura por parte de los diarios eran los que obtenían los primeros puestos en las encuestas. Uno de ellos fue Daniel Urresti, quien, en las publicaciones de la versión digital de *El Comercio*, era criticado de manera constante. Por ello, se desea saber cuál es el discurso periodístico que empleó dicho diario y de qué manera la posverdad se manifestó en las elecciones municipales.

En la presente investigación se enfatiza en una serie de conceptos. Uno de ellos es el término de discurso periodístico, que, según Van Dijk (2009), es una práctica social o un acto lingüístico. Se comprende que el discurso es un recurso fundamental del poder. Entonces, el periodista tiene poder en la información, a diferencia de los ciudadanos, porque posee información de primera mano, brindándola a los ciudadanos. Es decir, tiene un acceso preferencial al discurso público.

Por otro lado, el concepto de posverdad, según Fowks (2017), está presente en el discurso periodístico, debido a que los medios desinforman las características de los candidatos. Además, de acuerdo con Califano (2015), existen diversos acontecimientos públicos que no necesariamente son noticias. Es decir, el medio de comunicación hace una selección de temas según la realidad parcializada o la línea editorial que tenga, en donde se considera a la noticia como subjetiva. Por ello, los medios son actores políticos, ya que se comprometen en los hechos políticos al extremo de que toman una posición conveniente para sí mismos.

Por último, Barrios & Hernández (2011) señalan que debe existir equilibrio informativo en los medios de comunicación. En otras palabras, los 21 postulantes a la alcaldía de Lima, capital de Perú, deben tener el mismo tiempo y espacio para difundir sus propuestas; pero lo manifestado no es accesible, porque los medios brindan privilegios solo a algunos candidatos.

2. Marco teórico y contextual

2.1. El discurso público

Van Dijk (2009) define este concepto como una construcción multimedia manifestada en gestos, sonidos, imágenes, palabras y música. También, señala el autor, se le conoce como un acto lingüístico y una práctica social. Por lo tanto, el discurso está presente hasta al inventar algo, ya que se utiliza la mente para tal discurso.

De otro lado, los periodistas controlan la mente de las personas a través del discurso que realizan en su cobertura. Emplean técnicas como manipulación, censura y persuasión. De esta manera, este miembro que labora en la prensa sabe que puede cambiar la visión, normas o valores que tiene el público respecto a un determinado tema. Por ello, el poder que emplean los periodistas se concluye como acceso activo y controlador en la manera como escribe su texto (Van Dijk, 2009).

2.2. *Tratamiento de la información y construcción del discurso*

Van Dijk (2009) manifiesta que la noticia debe considerarse como una forma de discurso público, ya que la investigación que realizan los periodistas se evidencia en una comunicación de masas, interpretándola desde dimensiones sociales, culturales y económicas. Asimismo, afirma el citado autor, la información que brinda la prensa anhela a describir los acontecimientos con precisión y exactitud, empleando fuentes fiables para que testifiquen lo que sucedió en ese momento. Es común que las citas directas sean una técnica para demostrar que la noticia tiene fundamento.

De otro lado, para que la noticia tenga más acogida, apela a proporcionar información vinculada con las emociones, así como a citar fuentes de opinión que tengan una ideología diferente y controversial. Con esto se puede ver que la prensa no es un mediador neutral, lógico o racional de lo que sucede socialmente, sino que, lo que hace, es producir ideologías reformuladas (Van Dijk, 1990).

En conclusión, las ideologías están vinculadas con las representaciones cognitivas que parten de la forma en que se produce y comprende la noticia en los medios de comunicación. Por ende, la prensa es independiente en la manera como se reproduce culturalmente, pero sí resulta dependiente de ideologías sociales más extensas (Van Dijk, 1990).

Por otro lado, Feal Vázquez (2004) refiere que la información, hoy en día, es percibida como una mercancía, es decir, de tipo comercial. Se compra y vende la información con el fin de beneficiarse. También, manifiesta que la información está acelerada, pues los periodistas priorizan la rapidez y lo instantáneo en cuanto a la publicación de una noticia, en detrimento de estudiarla detalladamente. Otra característica importante, para el mencionado autor, es que la información generalmente es gratuita. Por ejemplo, cuando los noticieros informan sobre aquellas noticias ricas en información, lo hacen abiertamente; es decir, no reciben pago por ello. Feal Vázquez (2004) menciona que quien paga la información es la publicidad.

2.3. *La nota informativa*

Diversos autores definen lo que, para ellos, significa una nota. Sin embargo, todos los exponentes analizados coinciden en que la nota es un acontecimiento que va a suceder o que, de lo contrario, ya ocurrió. Se entiende como una noticia que debe ser contada como un hecho verdadero que tenga interés general para su máxima difusión a un público masivo. Asimismo, este artículo considera que la noticia debe ser contada empleando las preguntas típicas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué?; y que, al responder estos cuestionamientos, se entiende que la noticia tiene una información completa. Generalmente se acostumbra a priorizar la información en los primeros párrafos del texto y luego se desarrolla el suceso con datos secundarios, dependiendo del espacio y el tiempo disponibles a los que se adecúa el periodista. Es decir, en la mayoría de casos se emplea la pirámide invertida. En la entrada, por ejemplo, el lector se crea una idea de lo que quiere saber de manera general (Moreno, 2000).

2.4. El periodismo político

2.4.1. Relevancia social de los medios en procesos electorales

Casero-Ripolles (2012), en su proyecto de investigación, manifiesta que el periodismo político se desenvuelve en temas derivados de los gobiernos, partidos políticos, las elecciones, entre otros. Tiene una mirada a la política institucional y a la extrarepresentativa que se origina en manifestaciones o enfrentamientos netamente influenciados en la sociedad civil. Esta práctica informativa, al estar dentro de un régimen democrático, posee más relevancia en la profesión periodística. Por esta razón, las noticias de ese rubro tienen una numerosa visibilidad en los medios.

Existen cuatro factores que limitan el ejercicio del periodismo político en términos globales: la mediatización de la política, la profesionalización de la comunicación política, la mercantilización de la prensa y la digitalización (Casero-Ripolles, 2012). Morán & Aguirre (2014), por su parte, comentan que la prensa escrita, en cada país, desarrolla puntos de vista, argumentos y aspectos más relevantes de lo que sucede en la sociedad que la contempla. Por ello, se analiza el discurso que emplean los medios peruanos y cómo este se relaciona con el poder político.

El texto, también, plasma que el periodista es una persona que pertenece a una clase social específica, motivo por el cual no puede ser indiferente de sus afinidades. Por ende, al publicar sus respectivas noticias en los medios, no solo informa lo que pasa en la vida diaria, sino también elabora un discurso que genere interés y apoyo a la clase social con la que está involucrado. Según Morán & Aguirre (2014), es incorrecto creer que el periodista solo informa lo que sucede en la vida diaria, siendo totalmente imparcial; al contrario, los periodistas son portavoces de la ideología dominante. Por ende, si el periodista pertenece a determinada organización política, elaborará un escrito a favor de este.

De otro lado, García (2009) menciona que la prensa debe ser imparcial y balanceada al momento de informar, sin priorizar a ciertos candidatos. Sin embargo, existen medios gubernamentales que no cumplen la misma función que realizan los organismos electorales. El autor recomienda que estas dos organizaciones deben estar complementadas, para que se pueda brindar información independiente y de calidad. Asimismo, advierte que los medios, al solo referirse sobre un político o partido, no necesariamente quieren decir que exista un apoyo absoluto a tal organización o candidato. Cabe la opción que ese funcionario público tenga más cobertura porque realiza más actividades que los demás. Otro aspecto relevante que menciona es que las encuestas que realizan o difunden los medios de comunicación influyen en la opinión pública. La prensa, al conocer qué temas debe exponer, saca provecho de ello y lo evidencia consecutivamente.

García (2009) también comenta sobre la ayuda que internet aporta a los electores. Para citar un caso, en Chile y Panamá se han estrenado programas tecnológicos para que los votantes puedan tener más información acerca del día de la votación. Por ejemplo, “datos del lugar de votación, horarios, mapas, disposición de las mesas receptoras de sufragios y otras noticias electorales” (p.8).

Actualmente, en las sociedades, la preocupación de los medios es transformar las ideas del grupo dominante en lo que se consideraría “normal”, con el objetivo de conservar y priorizar esa situación. Asimismo, la política es un espectáculo, entendiéndola como un escenario al que pertenecen actores y que estos, a su vez, se exhiben en los medios. Por lo tanto, al no mostrarse en los medios tampoco pertenecerían a la política. Es decir, el escenario de la política son los medios (Béjar et. al., 2008).

En los medios se quiere influenciar a los lectores o televidentes sobre qué es lo adecuado y qué es lo rechazable. Se considera a la audiencia como un grupo de menores de edad, quienes no tienen la posibilidad de saber la “verdad” por sí solos y que necesitan ayuda de la prensa para informarse. Por ello, los medios, al decir las cosas, desean construir temor y eligen cuáles son los enemigos para realizar el linchamiento mediático. Vale mencionar que los medios, al ignorar o enfatizar un determinado tema, están realizando un poder de elección que no poseen los ciudadanos (Béjar et al., 2008).

Por su parte, Adrianzén et al. (2008) cuentan que no todo hecho es percibido como acontecimiento, pues el servidor público es quien lo define. Según el autor, la política es, en general, comunicación. Se entiende que existe una realidad a nuestro alrededor y que uno supuestamente la describe “neutralmente”. Sin embargo, esto es discutible. Asimismo, la complejidad del Perú es que no existe un control ciudadano en la prensa, como sí lo hay en otros países como Argentina, que cuenta con una institución estatal llamada Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión, basada en percibir los grados de discriminación que se presentan en los medios. Es decir, en el Perú no existen mecanismos de fiscalización donde se supervise la función de un medio. La idea es que los derechos de las personas no se vean perjudicados por la libertad de prensa (Adrianzén et al., 2008).

En conclusión, cada medio elabora su propio acontecimiento, según los cálculos que realizan políticamente; por lo que se puede decir que cada medio realiza lo que desea, según su conveniencia (Adrianzén et al., 2008).

2.4.2. La importancia de los temas en el discurso público

Para Van Dijk (2005) los temas en el discurso público son relevantes en todo el sentido de la palabra, ya que si un ciudadano o grupo de personas pueden controlar los temas que se exponen, entonces estarán teniendo en su poder el discurso de lo que piensa la gente. El prejuicio, por ejemplo, se construye enfatizando lo negativo de las sociedades, razón por la cual nacen las ideologías. Por lo tanto, los medios de comunicación no se refieren inapropiadamente sobre un determinado tema, solo priorizan más los que generen controversia.

Van Dijk (2009), además, manifiesta que la ideología y el discurso se evidencian mayormente en temas relacionados con la política, debido a que en tales discursos políticos uno puede manifestar sus opiniones formulando ideas sin dejar de lado que estas sean “observables”. Para el autor, los grupos minoritarios también tienen ideologías. Es decir, no solo los grupos dominantes cuentan con ello, porque en toda organización donde exista intercambio de ideas y acuerdos se están evidenciando los intereses básicos y necesarios de las personas.

2.5. *La posverdad*

2.5.1. *Verdad y posverdad*

El diccionario de Oxford eligió a la posverdad como palabra del año en 2016. La define como “circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal”.

Bajo este criterio, Frápolli & Nicolás (1997) sostienen la existencia de siete teorías de la verdad: las pragmáticas, las de correspondencia, las prooracionales, las fenomenológicas, las hermenéuticas, las coherenciales y las intersubjetivistas. De todas estas perspectivas se deduce que al término verdad se le considera como “lo que está presente”, “lo que está patente” y “lo que merece confianza”. Así pues, lo verdadero también está relacionado con características que brinden seguridad y firmeza.

Por otro lado, Copi & Cohen (2013) explican que las falacias son una manera de argumentar algo que parece válido o correcto, pero que al analizarlo no lo es. Estas, según los autores, tienen cuatro categorías: falacias de relevancia, falacias de inducción deficiente, falacias de presuposición y falacias de ambigüedad.

La primera de ellas se basa en supuestos que parecen importantes para la conclusión realizada, pero que finalmente no lo son. Las seis falacias de este tipo son las siguientes: apelación a la emoción, la pista falsa, el hombre de paja, la apelación a la fuerza, el argumento ad hominem (ofensivo o circunstancial) y la conclusión irrelevante.

La segunda categoría de falacia, la de presunción, se basa en que las hipótesis pueden ser relevantes para la conclusión, pero son frágiles. Los cuatro tipos de esta categoría son la apelación a la ignorancia, la apelación inapropiada a la autoridad, la causa falsa y la generalización precipitada (Copi & Cohen, 2013).

La tercera categoría se basa en confiar en una proposición que parece ser verdadera en su argumento, pero que finalmente no lo es, porque no tiene justificación y es falsa. Estas se subdividen en falacias por accidente, una pregunta compleja y una petición de principio (Copi & Cohen, 2013).

La cuarta y última categoría, la de ambigüedad, se basa en la modificación que se realiza en el significado de palabras o frases, o sea de los significados que poseen los supuestos a significados heterogéneos que tienen las conclusiones. Esta categoría se clasifica en la equivocación, la anfibología, el acento, la composición y la división. Entonces, según los citados autores, las falacias que se utilizarían en la posverdad serían cuatro: la de relevancia, la de inducción deficiente, la de presuposición y la de ambigüedad (Copi & Cohen, 2013).

Siguiendo con Copi & Cohen (2013), la falacia de relevancia significa que los argumentos ambiguos pueden parecer importantes, mas no lo son. Esta se divide en tres características aplicables en la campaña electoral. La primera es la pista falsa, que tiende a darse cuando un pensamiento correcto es modificado a causa de la intromisión de algún personaje o hecho que provoca un cambio de atención. La segunda es la apelación a la fuerza, cuando el pensamiento correcto, bajo fuerza mayor, es impuesto a aceptar cambios o llegar a diferentes conclusiones.

El tercero es el argumento ad hominem, cuando se procede a atacar directamente a la persona, mas no a las afirmaciones que esta hace. Se distinguen

dos subtipos que son *ad hominem* ofensivo y *ad hominem* circunstancial. El primero se origina cuando el ataque es directo e intenta difamar o desacreditar al defensor de una postura; mientras que el segundo se desarrolla cuando el ataque es indirecto y sugiere que el defensor de alguna postura mantenga ese punto de vista debido a circunstancias o intereses especiales (Copi & Cohen, 2013).

Del mismo modo, la falacia de inducción deficiente significa que las hipótesis pueden ser importantes para la conclusión, pero tienden a ser demasiado débiles para apoyar a la conclusión a la que se ha llegado. Esta se divide en dos características aplicables en la campaña electoral. La primera es la apelación inapropiada a la autoridad, que se da cuando las hipótesis son respaldadas por individuos que no tienen una autoridad legítima como expertos en el tema en cuestión. La segunda es la generalización precipitada, que es cuando se pasa de forma descuidada de uno o muy pocos casos a una afirmación universal o general (Copi & Cohen, 2013).

Por su lado, la falacia de presuposición se da cuando el problema surge por confiar en alguna proposición, que se comprende como verdadera, pero no tiene justificación y es falsa o dudosa. Esta se divide en tres características aplicables en la campaña electoral. La primera, “de accidente”, se aplica erróneamente a una generalización de un caso particular en el que no procede adecuadamente. La segunda, de “pregunta compleja”, que se justifica haciendo una pregunta que presupone la verdad de algún supuesto oculto en el cuestionamiento. La tercera, de “petición de principio”, percibida en que las hipótesis se aceptan y entienden como la verdad de lo que uno intenta establecer en la conclusión de ese mismo argumento (Copi & Cohen, 2013).

Se entiende por falacia de ambigüedad a la situación que se presenta cuando la equivocación surge como resultado del cambio del significado de palabras (es decir, los significados que tienen en las premisas) a significados diferentes que tienen en las conclusiones. Esta falacia se divide en cuatro características aplicables en la campaña electoral. La primera es la de anfibología, que se da cuando en uno de los enunciados un argumento tiene más de un significado, esto debido a la manera incorrecta en la que se han combinado las palabras en ese enunciado. La segunda es la de acento, que ocurre cuando existe un cambio de significado en un argumento y como consecuencia de las modificaciones de énfasis dado a las palabras o partes (Copi & Cohen, 2013).

La tercera es la de composición, que se origina cuando se piensa de forma equivocada a partir de los atributos de una parte a los atributos del todo, o cuando se concluye erróneamente a partir de los atributos de una persona de algún grupo a los atributos de la totalidad. La cuarta es la de división, que se presenta cuando se razona incorrectamente a partir de características de una totalidad a características de una de sus partes o cuando se piensa erróneamente a partir de las propiedades de elementos grupales a las propiedades de los elementos individuales (Copi & Cohen, 2013).

2.5.2. Los mecanismos de la posverdad

2.5.2.1. La desinformación

La posverdad se basa en desinformar a los ciudadanos basándose en las creencias y emociones, teniendo un objetivo político o económico. Es decir, no existe posverdad si no hay novedad. También, los canales y diarios “sitúan la información de acuerdo a fines particulares, conforme a un interés, ya sea para informar o desinformar” (Fowks, 2017, p. 33). Vale recalcar que actualmente las personas, con el uso de internet y de los medios de comunicación, pueden informar o desinformar fácilmente con gran capacidad de llegada y viralización (Fowks, 2017).

La prensa, en su deseo de publicar todo acontecimiento de manera rápida, puede caer en rumores que solo traen consigo preocupaciones en las personas. Los medios han recurrido a sobrellevar prácticas periodísticas cuestionables como, por ejemplo, los generadores “no profesionales”. Una situación particular que proporciona Fowks (2017) es que el periodista, al utilizar en una nota informativa la frase “según se supo”, está haciendo uso de información no verificada, ya que no evidencia la fuente de información, por lo que existe un evidente bloqueo informativo.

2.5.2.2. Hechos alternativos

Para Fowks (2017), los hechos alternativos son argumentos creados para refutar los datos reales y evidentes. Estos hechos son utilizados por la mayoría de los políticos, con el propósito de confundir al público y, a su vez, confrontar lo que manifiesta el candidato opositor. Por lo tanto, existe una desinformación en lo que exponen los medios de comunicación.

Los periodistas, al redactar sus notas informativas o artículos, se dejan llevar por los sentimientos, más que por lo verídico, sobre todo en temas coyunturales como las elecciones en cualquiera de sus modalidades. Por ello, al cumplir la función de informadores, no dicen las cosas completas, pues “se limitan a reproducir lo que las fuentes dijeron” (Fowks, 2017, p.65). Bajo estas percepciones se puede ver que la noticia no está preparada para darla a conocer. No obstante, los periodistas igual la publican y se ponen en contacto con la fuente de información, para manipularla con intereses políticos, económicos o fácticos (Fowks, 2017).

Asimismo, Kovach & Rosenstiel (2003) comentan que existen nueve elementos del periodismo que deben estar presentes al momento de redactar un texto periodístico, para no caer en hechos alternativos. Por ello, parten de la definición de lo que es periodismo: “el medio que la sociedad ha creado para suministrarnos esa información. Por eso, nos importa tanto la esencia de las noticias y del propio periodismo” (p. 14).

Los elementos mencionados son los siguientes: el primero es que el periodista siempre debe decir la verdad; el segundo es que debe ser leal a lo que informa; el tercero responde a la verificación de todo acontecimiento que suceda; el cuarto trata de la independencia del periodista de cualquier casa editorial o televisiva;

el quinto es que el periodista no debe depender del poder; el sexto afirma que el periodismo debe promover la opinión entre ciudadanos; el séptimo se basa en que el periodista debe hacer que el significativo sea importante; el octavo es que el periodista debe formar una noticia que sea exhaustiva y proporcionada; y, finalmente, el noveno consiste en que se respete el criterio y conciencia de cada servidor público (Kovach & Rosenstiel, 2003).

Además, para que una colectividad pueda autogobernarse sin necesidad de intereses políticos o económicos, los autores comentan que el periodismo honra a la sociedad una “información independiente, veraz, exacta y ecuaníme que todo ciudadano necesita para ser libre” (Kovach & Rosenstiel, 2003, p. 7).

A su vez, la Fundación Gabo (2019) rescata las diez aptitudes que, para Javier Darío Restrepo, debe tener un buen periodista. En primer lugar, este servidor público debe ser buena persona. Los buenos editores, por ejemplo, deben exponer sus experiencias, corroborar sus conocimientos y establecer un ambiente favorable para el ejercicio de esta profesión. Asimismo, para un periodista todo tema debe ser bueno si la manera como lo trata no compromete quebrantar los derechos de las personas, sino, al contrario, respetarlos.

En segundo lugar, el periodista debe estar orgulloso de su carrera. Es decir, conocer los riesgos que conlleva esta profesión sin tener temor. Al contrario, lo que se debe tener es entusiasmo y pasión para servir al público. En tercer lugar, este debe tener un sentido de misión en su ejercicio profesional. En otras palabras, el periodismo sirve para informar y resguardar a los electores del engaño del poder. También, el periodismo tiene el objetivo de que las personas conozcan las cosas tal cual son, preservando el interés del bien común. En cuarto lugar, debe ser apasionado por la verdad, esa que signifique la fidelidad a los hechos sobre los que informa constantemente. En quinto lugar, debe ser autocrítico. La rectificación de un error, por ejemplo, es un deber del medio periodístico y un derecho del receptor. Asimismo, no debe ser sumiso ni obediente, al contrario, debe desarrollar sus ideas con independencia. En sexto lugar, debe realizar y compartir los conocimientos. Al obtener información, la procesa para transformarla en conocimiento y la divulga eficientemente. En séptimo lugar, debe producir periodismo con un fin. El objetivo es informar a la sociedad, sin ser identificado con algún partido, así como proteger al elector de los intentos propagandísticos. En octavo lugar, debe tener sentido en el otro. Es decir, la conciencia ética está presente al poner como primera opción al otro. Asimismo, este servidor público debe ponerse en el lugar del otro para aceptar las circunstancias y evitar los agravios. En noveno lugar, debe ser independiente. No se informa siguiendo los criterios del medio de comunicación, al contrario, se comunican los hechos tal cual ocurren sin ánimos de distorsionarlos; esto con el objetivo de tener la confianza del público lector. En décimo y último lugar, debe conservar íntegra su capacidad de asombro. No puede estar familiarizado a tareas mecánicas donde se limite únicamente a exponer y hacer oír, sino que el receptor debe entender e involucrarse en los sucesos (Fundación Gabo, 2019).

Clavero (2018) establece lo que significa posverdad, vista desde un panorama sociocultural. Además, comenta cómo las fake news repercuten en el periodismo y en el público lector. El término de posverdad no está aislado, tiene que ver con una serie de sucesos que se complementan y que sobrepasan el debate público moderno. Asimismo, este autor manifiesta que los medios están más preocupados

en exponer una noticia de manera veloz que de manera verídica. Por ello, existe una sobrecarga de textos periodísticos basados en mentiras u omisiones.

Clavero (2018) detalla un inconveniente, pues dice que no existen las condiciones apropiadas en la esfera pública para decretar lo que es verdad. Ante este escenario, el autor propone dos fuentes de convergencia: la crisis de los medios tradicionales que afecta a la actividad periodística y la proliferación de internet, que se reproduce en grandes proporciones sin saber qué información es real. Por ello, la posverdad y las fakes news se desarrollan en esta última fuente. La posverdad se aleja de los deseos objetivos y previsibles, sin embargo, las redes sociales han contribuido a que exista más diversificación de la información de manera pública. Por ello, las fakes news no son controladas en su totalidad por estados o medios, sino que son las mismas personas que se dedican a crear grupos de usuarios para multiplicar noticias falsas. En resumen, se puede decir que los periodistas o profesionales no son los únicos responsables de que exista posverdad, también las personas tienen responsabilidad en ello.

González (2017), en “La posverdad en el plebiscito por la paz en Colombia”, informa que ganó el “No” debido a que los discursos se basaron en el miedo, la guerra y el comunismo, particularidades que desataban una ola de comentarios en las redes sociales, como Twitter y Facebook. Sin embargo, las noticias que se publicaban en estos medios no siempre eran de buena calidad, debido a la rapidez con la que eran difundidas. Por ello, se dudaba de la veracidad de sus notas. Esto recurría a que se emplee el término de posverdad invocada por la emoción y creencias personales.

Asimismo, la autora cuenta sobre una entrevista que realizó el periódico *Le Monde*, en donde un profesor manifestaba que la baja confianza de los pobladores en la prensa, y el uso de campañas de rumor, hacían que se tenga menos credibilidad en las noticias. El principal motivo era exponer noticias que los ciudadanos querían escuchar, no lo que realmente pensaban los candidatos políticos (González, 2017).

2.5.2.3. Interpretaciones alternativas

Existen innumerables hechos que han sucedido a lo largo de la historia, pero a partir de estos las personas tienen diferentes interpretaciones sobre ellos. Esto quiere decir que los sucesos no se ponen en tela de juicio, ya que son evidentes, sin embargo, se conocen de manera diferente (El Popular, 2020).

Por ejemplo, el 15 de abril de 2020, miles de peruanos percibieron que en el cielo había una luz extraña y movidiza. La Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio (NASA) confirmó que era una lluvia de meteoritos, pero para los pobladores peruanos, especialmente iqueños, eran ovnis que habían venido a observar la tierra, mientras que para el meteorólogo Abraham Levy se trataba de “material suelto”, similar a grandes rocas que pueden ser restos de cometas (El Popular, 2020).

Al respecto, Alpizar (2018) detalla cuál debe ser el proceso para analizar la información que se expone en un medio de comunicación. Primero, uno debe dudar, planteándose preguntas que muestren si la afirmación es verídica o falsa. Con esto se encontrarán posibles respuestas. Esta herramienta permite que no se acepte la información acríticamente, al contrario, exige que se presente

con una evidencia apta para acreditarla. Segundo, se debe investigar, buscando heterogéneas fuentes de información que testifiquen la noticia. Por ejemplo, conocer dónde sucedió, en qué momento, cómo y por qué se desarrolló tal acontecimiento. Tercero, se debe analizar cada segmento de la noticia. Es decir, cómo se compone y el lenguaje que se emplea en tal discurso. Por lo tanto, realizar estos tres mecanismos podrá ayudar al lector a diferenciar un hecho ficticio de uno real, así como a emplear el pensamiento crítico.

La autora también comenta un ejemplo en el que menciona que Venezuela vive una crisis humanitaria y que el presidente Nicolás Maduro es un dictador. Si bien el hecho es uno solo y se sabe que el país vecino está pasando por problemas con su autoridad, para cada venezolano existe una “realidad” distinta, la cual tiene una interpretación diferenciada. Para unos el gobernador es un absolutista y para otros no, por eso es importante informarse tanto de las opiniones positivas como de las negativas. Todo dependerá de lo que atraviesa esa persona en ese país y de la ideología que tenga para realizar afirmaciones. Además, la redactora dice que se debe tener cuidado con cada término empleado o dicho, pues muchas veces se tiene un concepto errado de lo que se revela (Alpizar, 2018).

Mittermeier (2017) comenta que la posverdad involucra a distintos actores sociales envueltos en la opinión pública, mientras que la mentira es solo un acto locutivo con información falsa. También dice que la posverdad empieza generalmente en temas políticos y eso trae consigo que los periodistas realicen noticias guiadas por las emociones y creencias del momento.

Uno de los aspectos que la citada autora anuncia es que se puede conocer un hecho que es verídico y conciso, sin embargo, la ciudadanía prefiere escuchar o hacerle caso a los aspectos más interesantes y controversiales de ese mismo suceso. Esto trae consigo que lo que se supo se distorsione y transforme, pues se opta por los estereotipos y prejuicios en busca de atención. Por ello, existen una serie de interpretaciones a un solo incidente, entendiéndolas como alternativas. Parte de que la población crea en lo superficial y no en el contenido en sí es porque, al estar saturada de información, prefiere lo aparente, es decir, lo creíble. Se conforma con su intuición, por lo que la emoción juzga la información (Mittermeier, 2017).

3. Metodología

La presente investigación es de carácter aplicado, ya que se busca resolver un caso o problema práctico aplicando la teoría existente. El nivel de la investigación es descriptivo, porque se busca describir las notas informativas del medio El Comercio para poder percibir los aspectos negativos que ocurrieron en las elecciones municipales en cuanto al candidato Daniel Urresti.

El diseño es no experimental y, a su vez, cualitativo, porque no se manipula la realidad o las variables presentes, pues el hecho, como la contienda electoral, es pasado. También, es cualitativo debido a que se identifican y se analizan los discursos que el diario publica en esas tres notas informativas. La técnica e instrumento de recolección de datos es análisis de contenido, mientras que el instrumento que se utiliza es la matriz de análisis.

Por otro lado, el universo son las notas informativas del diario El Comercio sobre el candidato Daniel Urresti, durante la campaña electoral a la alcaldía de Lima en el mes de setiembre de 2018. Asimismo, el análisis se realizó en el último

mes de la campaña electoral, es decir, en el mes de setiembre, porque al estar cerca del día de las votaciones (07 de octubre) se evidenció más atención en el tema. Por ende, las notas informativas del diario mostraban una posición mucho más crítica hacia el candidato en cuestión.

Respecto a la población y muestra, se realiza el análisis de contenido de las tres notas informativas que provee el diario en particular durante el último mes que duró la campaña electoral. En total, serán tres notas informativas donde la población es igual a la muestra. Si bien, en total, fueron más notas (62 del diario El Comercio para Daniel Urresti), el tema de investigación es cómo se construyó la crítica del mencionado diario a dicho candidato y, aplicando dicho criterio, solo existen tres notas en el mes de setiembre.

4. Resultados

4.1. Publicación realizada el 24/09/18

Fuente	https://comercio.pe/politica/daniel-urresti-otro-preciso-sonoma-candidatura-caso-se-condenado-urresti-619248etica/
Título	"Urresti evita precisar si renunciará a candidatura en caso ser condenado"
Sentido del titular	Se pone especial énfasis en conocer si Daniel Urresti renunciaría como postulante a la alcaldía de Lima, una vez prorrogada el proceso que sucedió en 1988 con el caso Bustos. Se desea demostrar que el silencio otorga en el caso del candidato, pues está la opción que a Urresti es condenado puede que se renuncie y eso evita de desagravio para los ciudadanos.
Resumen	"El postulante de Podemos Perú a la alcaldía de Lima dijo que no se pone en un escenario, pues confía en ser abogado en el Caso Hugo Bustos"
Sección de la noticia	Evidenciar que el candidato Daniel Urresti está sumamente confundido y tramposo, que el día del juicio será abusivo. Sin embargo, esa seguridad no es real, ya que también está la opción que sea condenado.
Cuerpo de texto	<p>"El candidato de Podemos Perú a la alcaldía de Lima, Daniel Urresti, evitó precisar si renunciará a su postulación en caso reciba una sentencia condenatoria este 4 de octubre. Ese día se conocerá el veredicto del Colegiado B de la Sala Penal Nacional del Poder Judicial sobre el proceso por el asesinato del periodista Hugo Bustos, ocurrido en 1988 en Ayacucho.</p> <p>En una entrevista con El Comercio en mayo pasado, Urresti sí se puso en ese escenario y ante la pregunta sobre si renunciaría si candidato en caso sea condenado, respondió: Por su puesto, si qué dudaría, pero que es renunciar. Pero en el momento de que eso suceda, si por supuesto que lo renunciaré de inmediato".</p> <p>Consultado al respecto este lunes por este Diario, el también ex ministro del Interior sostuvo: "El escenario era que si mi sentencia salía después del 7 de octubre, yo renunciaré. No va a salir después del 7, sino el 4, tres días antes de las elecciones. Entonces, el día de las elecciones voy a poder ir a votar con la tranquilidad de saber que soy inocente".</p> <p>Precisamente la defensa de Daniel Urresti dio sus últimos finales en el juicio. El candidato dijo que se desbarataron las hipótesis de la fiscalía y que su inocencia la quedó totalmente demostrada.</p> <p>"Yo no me pongo en escenarios que para mí no son reales. El día 4 ya voy a ser abogado, lo voy a celebrar a lo grande", aseguró también.</p> <p>En esa línea, insistió en que para él no cabe la posibilidad de la condena, por eso evita poner en un eventual escenario en el que tenga que renunciar a su candidatura.</p> <p>"Es imposible que yo haya podido estar siquiera cerca de lugar donde sucedió el asesinato. Por lo tanto, yo voy a presentar una prueba más el día que me toca mi defensa personal" el 4 de octubre lo que va a suceder es que me van a absolver. No hay forma de que me condenen", ratificó. A su juicio, de ser así el caso, sus ciudadanos se sentirían a votar por él.</p> <p><i>Lo que dice la norma</i></p> <p>El reglamento del Jurado Nacional de Elecciones (JNE) de inscripción de lista de candidatos para las elecciones establece que cuando el plazo de exclusión de candidatos por cuestionamiento o no pago de tasa y proceso por delitos "ocurrió el punto 7 de retención... el JEE puede ser el caso de que se excluya a los candidatos de algunas posturas hasta un día antes de los comicios en caso de un consentimiento de que existe una condena consentida o ejecutoriada con pena privativa de la libertad".</p> <p>"Si un condenado Daniel Urresti, de quedar firme dicha condena haber agotado cualquier instancia jurisdiccional, planes, recursos, podría ser excluido hasta un día antes del proceso electoral, es decir hasta el 4 de octubre. En el Caso Bustos, dado que él para una excluido en esos términos. La condena tendría que ser firme, es decir consentida o ejecutoriada", explicó José Tello, especialista en derecho electoral.</p> <p>Sin embargo, Tello precisó que si en caso Urresti resulte culpable y recibe una condena con carácter consentido o ejecutoriada, se aplicaría la vacancia. Ello se establece en el artículo 22 de la Ley Orgánica de Municipalidades".</p>
Palabras clave	Sentencia condenatoria o ejecutoriada, inocencia, condenado, elecciones, inocente, juicio, abusivo, candidatura, exclusión, cuestionamiento, vacancia.
Fotografía	 "Yo no me pongo en escenarios que para mí no son reales", dijo esta vez Daniel Urresti confiado en ser abogado en el juicio por el Caso Hugo Bustos. (Foto: J. Cornejo)
Sentido de la imagen	La fotografía es de tipo medio, está sujeta con leyenda. Lo que se quiere evidenciar con el gesto, postura y expresiones corporales (debo indicar hasta ahora) es que el candidato Daniel Urresti es una persona autoritaria y que está confiado en que saldrá absuelto el día del juicio, que es el 4 de octubre de 2018.
Mencionamos unidades de procedencia	Desinformación: no se informa en su totalidad sobre el caso Bustos, únicamente se menciona brevemente. Más preocupación existe en si Daniel Urresti está o no condenado.
	<p>Hechos alternativos: el postulante crea argumentos para refutar los datos reales y evidentes. Es decir, arma sus propios versiones puestas como verdad, mencionando que él ser declarado culpable no era parte de su realidad.</p> <p>Interpretaciones alternativas: existe un solo hecho, sin embargo, están presentes innumerables interpretaciones. Para unos, este candidato es inocente, mientras que para otros es culpable por el asesinato del periodista Hugo Bustos en Ayacucho, en 1988.</p> <p>Falsedad:</p> <p>Relevancia:</p> <p>Mecanismos: Para fines, la duda de que Daniel Urresti sea inocente o culpable está presente. Sin embargo, el candidato, a través de sus argumentos ambiguos, quiere llevar la atención y convencer a la población de que es inocente.</p> <p>El hombre de paja: el postulante Daniel Urresti no sabe si es inocente o culpable, pero al mantener su posición de inocencia causa una distorsión en la mentalidad de los ciudadanos, haciéndoles creer que es absuelto.</p> <p>Indicación deficiente:</p> <p>Aplicación inapropiada a la autoridad: la hipótesis de que Daniel Urresti sea culpable es una de las opciones que se presentan en la nota. Esta es respaldada por el especialista en derecho electoral, José Tello, quien dice que si el postulante recibe una condena consentida o ejecutoriada se puede pedir su vacancia.</p> <p>-No se utilizan las falacias de presuposición ni de ambigüedad.</p>

Tabla 1
Contenido del diario El Comercio
Elaboración propia.

4.2. Publicación realizada el 28/09/18

Fuente	https://elcomercio.pe/politica/daniel-urresti-peru-candidatos-piden-investigar-sanccion-presuntas-firmas-falsas-partido-noticia-562406-noticia-763709/
Título	"Candidatos piden investigar y sancionar presuntas firmas falsas de Podemos"
Resumen del titular	Evidenciar que el partido Podemos Perú, representado por Daniel Uresti, está involucrado en un nuevo problema: la falsificación de firmas para su inscripción. Por lo tanto, los demás candidatos al sillón municipal solicitan que se le investigue y sancione, si es el caso.
Resumen de la bajada	"Renzo Raggiardo, Humberto Lay, Alberto Beirgoletta y Gustavo Guerra co-mentaron la denuncia contra el partido de Daniel Uresti". Enfatizar en que la organización política a la que pertenece el candidato Daniel Uresti está envuelta en una denuncia de firmas falsas. La fiabilidad de esta información es que varios personas, al enterarse de este movimiento, vienen por él. Por ello, los demás candidatos exponen y publican este tema constantemente.
Cuerpo de texto	"Diversos candidatos a la alcaldía de la Municipalidad de Lima se pronunciaron para pedir que el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) investigue y sancione la presunta presentación de firmas falsas por parte del partido Podemos Perú, por el cual está postulando Daniel Uresti. Renzo Raggiardo, de Perú Patria Segura, acusó a Daniel Uresti de mentir al indicar que todos los partidos políticos presentan firmas falsas en sus postulaciones, los cuales son rechazados por los entes electorales. "Es absolutamente falso. Han tenido la desgracia que se evidenció su caso con personas famosas y por eso se ha podido detectar, imagínate la cantidad de gente que ha invertido firmas". Esa es una excusa y el JNE tiene que decir algo e investigar a profundidad", dijo el candidato en entrevista a ATV. Renzo Raggiardo cuestionó que el JNE se haya mantenido en silencio desde que salieron a la luz las primeras críticas hacia el proceso por el cual Podemos Perú llegó a inscribirse. "Me parece increíble que el ente electoral no haya tenido una participación clara al respecto [...] El silencio otorga", comentó. Humberto Lay, de Restauración Nacional, fue más allá y pidió, además de investigaciones, que el JNE suspenda la inscripción de Podemos Perú y que Daniel Uresti se aparte del proceso electoral. "Tenemos que hacer una exhortación al JNE a que, por lo menos, suspenda esa inscripción mientras se hace la investigación y el señor Daniel Uresti es la persona honesta que afirma ser, debería dar su paso al costado", señaló en RPP. En esa misma línea opinó Alberto Beirgoletta, del Partido Popular Cristiano (PPC), quien además criticó que el candidato de Daniel Uresti haya seguido vigente a pesar de las acusaciones al partido que representa. "Sin que hayamos tenido el detalle de los nombres que hacen caso, el tema ya se sabía. El gerente que estuvo encargado de esto (José Cusano) está preso, caso el jefe de la ONPE. Es inadmisible que esto haya seguido avanzando y eso es una crítica a nuestro sistema electoral", comentó en declaraciones a RPP. El candidato de Junos por el Perú, Gustavo Guerra García, se pronunció a través de Twitter para criticar a Daniel Uresti por haber buscado "normalizar" la presentación de firmas falsas. "Cuando las instituciones están capturadas y el poder del dinero está por encima de la ley, es normal falsificar firmas, comprar jueces e insultar a jueces. El (Daniel Uresti) es parte de esa normalidad [...]. Exija al JNE y ONPE evaluar la validez de la inscripción de Podemos Perú y, por tanto, de la candidatura de Daniel Uresti", indicó. Según un informe publicado por Canal N ayer jueves, Podemos Perú presentó planifolios donde figuraban nombres de personalidades políticas como Verónica Mendoza, Julio Guzmán, Marco Arana, Richard Acuña y Segundo Tapia, así como personalidades famosas como Paolo Guerrero, Paolo Guerrero y Gastón Acuña. Todos ellos negaron haber respaldado la inscripción de ese partido".
Palabras clave	Firmas falsas, investigar, sancionar, mentir, suspender, proceso electoral, normalizar, comprar jueces, insultar jueces, inscripción, candidatura.
Fotografía	
Resumen de la imagen	"Daniel Uresti es el candidato a la alcaldía de Lima del Partido Podemos Perú, cuestionado por presuntamente presentar firmas falsas". (Foto: El Comercio) La fotografía es de plano medio corto, está cuarenta con leyenda. Lo que se quiere evidenciar es que el postulante pertenece a un partido político que está envuelto en irregularidades en su inscripción, como son las supuestas firmas falsas. Por ello, se muestra el logo de su organización política en la casaca del postulante. El gesto, posición y la expresión corporal demuestran que el candidato normaliza que su partido esté envuelto en temas de falsificación.
Mecanismos utilizados de persuasión	Inscripciones alternativas: el hecho es que el partido de Daniel Uresti está envuelto en problemas de falsificación de firmas. Sin embargo, existen diferentes inscripciones para ese mismo suceso. Para algunos candidatos se debe investigar el tema, mientras que para otros no solo se debe informar sino también sancionar severmente con la exclusión del candidato en cuestión. Falsedad: -Relevancia: Argumento <i>ad hominem</i> (ofensivo): el candidato Gustavo Guerra García, en la nota informativa, menciona que el partido de Daniel Uresti falsifica firmas, compra jueces e insulta jueces. Por lo tanto, que postulante está atacando y difamando directamente a los miembros de Podemos Perú, cuando esto no lo cometa. -Inducción delictiva: Apelación inapropiada a la autoridad: la hipótesis de que la organización política Podemos Perú está involucrada en firmas falsas es respaldada por los diversos candidatos al sillón municipal, como Renzo Raggiardo, Alberto Beirgoletta, Gustavo Guerra García y Humberto Lay. -Presuposición: Acusar: como el partido de Daniel Uresti está inmerso en un caso de presuntas firmas falsas, el candidato Gustavo Guerra García generaliza pensando que la organización política, al tener dinero, también compra jueces e insulta jueces. -No se utilizan los falacios de ambigüedad.

Tabla 2
Contenido del diario El Comercio
Elaboración propia.

Nota informativa 2: Los resultados obtenidos confirman y amplían la teoría expuesta, ya que las interpretaciones alternativas y las falacias de relevancia, inducción deficiente y presuposición, se desenvuelven en el periodismo político. Además, para Héctor Béjar por ejemplo, los medios quieren generar en los lectores pensamientos y opiniones que beneficien a tal periódico. Es decir, construyen ideologías para definir lo que es aceptable o rechazable. Por lo tanto, utilizan palabras clave para criticar la candidatura de Daniel Urresti en las elecciones municipales pasadas.

Nota informativa 3: Los resultados obtenidos confirman la teoría expuesta, ya que la desinformación, los hechos alternativos y las falacias de relevancia e inducción deficiente se desenvuelven en el periodismo político. Asimismo, para Andreu Casero, los periodistas están limitados al ejercicio de sus funciones, porque dependen de lo que el medio desee exponer. Por ello, recurren a mecanismos de posverdad. Por su lado, para Daniel Morán y María Isabel Aguirre, los periodistas elaboran sus redacciones según la afinidad que tienen respecto al tema publicable. Por ende, el discurso que informa sobre firmas falsas de personajes públicos en los planillones del partido Podemos Perú, busca generar interés y apoyo a la clase social a la que pertenece. En otras palabras, se quiere criticar a esta organización política por la irregularidad hecha.

6. Conclusiones

En primer lugar, si bien el estilo de redacción de las notas de El Comercio sobre Daniel Urresti está bien cuidado para dar la apariencia de equilibrio informativo, una lectura atenta que privilegie categorías discursivas o palabras clave, evidencia que son más bien críticas y expresarían así la posición ideológica del diario. Las principales palabras clave fueron: sanción, sentencia, culpable, asesinato, condenado, candidatura, exclusión, cuestionamientos, vacancia, proceso electoral, firmas falsas, ilegal, fraude, entre otras.

En segundo lugar, el medio digital El Comercio, a diferencia de lo que sucede con otros candidatos a la alcaldía de Lima, hace un especial énfasis en resaltar el juicio que atravesaba Daniel Urresti. Esto con la intención de demostrar que el postulante, ante el asesinato de Hugo Bustíos, podía ser culpable y que, por lo tanto, no era seguro votar por una persona que podía tener parte de responsabilidad en ello.

En tercer lugar, el diario El Comercio mostraba en sus notas informativas fotografías que no beneficiaban al candidato Daniel Urresti, pues en la mayoría el postulante sale con una expresión que no ayudaría a que voten por él. Se le veía como una persona alejada, apagada, nerviosa, preocupada y autoritaria. Además, las leyendas de las imágenes terminaban por confirmar lo que transmitía la foto: se contaba lo negativo de él o muchas veces se informaba dejando al lector pensativo.

En cuarto lugar, la crítica periodística que realizó El Comercio resaltaba constantemente el entorno que tenía el candidato Daniel Urresti para sobrellevar una candidatura municipal. Por ejemplo, el que su partido político Podemos Perú esté inmerso en la falsificación de firmas falsas en sus planillones, hace que se crea que esa organización no es la adecuada para votar por ella.

En quinto lugar, el medio digital El Comercio utilizó los siguientes mecanismos de posverdad: la desinformación, los hechos alternativos, las

interpretaciones alternativas y las heterogéneas falacias para crear un mal concepto del candidato en cuestión.

Fuentes consultadas

- Adrianzén, Alberto et al. (2008). Manipulación ideológica y poder. En: *Poder mediático* (pp.25-36). Universidad de Ciencias y Humanidades.
- Barrios, A., & Hernández, F. (2011). El rol de las campañas electorales y los medios de comunicación en un proceso electoral equitativo. En *Construyendo las condiciones de equidad en los procesos electorales* (pp.123-146). IIDH.
- Béjar, Héctor et al. (2008). Poder mediático y manipulación ideológica. En *Poder mediático* (pp.10-24). Universidad de Ciencias y Humanidades.
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 61-79. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>
- Casero-Ripolles, A. (2012). *El periodismo político en España: algunas características definitivas*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, 19-46. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/80553/Casero_19_46.pdf?sequence
- Clavero, J. (2018). Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, (29), 167-180. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/6414>
- Copi, I., & Cohen, C. (2013). *Introducción a la lógica*. Limusa.
- Feal Vázquez, J. (2004). El poder mediático. *Boletín de información*, (283), 4.
- Fowks, J. (2017). *Mecanismos de la posverdad*. Fondo de Cultura Económica.
- Frápolli, J. & Nicolás, J. (1997). Teorías de la verdad en el siglo XX. [Archivo PDF]. <https://es.scribd.com/document/343655697/Teorias-De-LaVerdad-En-El-Siglo-XX-pdf>
- Fundación Gabo (3 de diciembre de 2019). *Javier Darío Restrepo, periodismo y pasión: Interrogantes sobre el ejercicio y la ética profesional*. <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/las-100-mejores-frases-de-javier-dario-restrepo-sobre-etica-periodistica>
- García, J. (2009). *El rol de los medios de comunicación durante los procesos electorales* [Archivo PDF]. https://www.oas.org/sap/docs/DECO/7_EMBs/presentaciones/Presentaci%C3%B3n%20Garc%C3%ADa%20Rodr%C3%ADguez%20ESPA%C3%91OL.pdf
- González, M. (2017, 06). *La «posverdad» en el plebiscito por la paz en Colombia*. [Archivo PDF]. <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/13.pdf>
- Gutiérrez, S. (2010). Discurso Periodístico: una propuesta analítica. *Nueva época*, (14), 169-198. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2010000200007
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Aguilar.
- Mittermeier, J. (2017). *Desmontando la posverdad. Nuevo escenario de las relaciones entre la política y la comunicación* [Tesis de maestría]. Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/trecpro/2017/hdl_2072_293810/TFM_Johanna_Mittermeier.pdf

- Morán, D., & Aguirre, M. (2014). La prensa y el discurso político en la historia peruana: algunas consideraciones teóricas y metodológicas. *Investigaciones Sociales*, 12(20), 229-248. <https://doi.org/10.15381/is.v12i20.7179>
- Moreno, P. (2000). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Ámbitos*, (5), 169-190. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/12708/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Oxford Dictionarie, 2016. <https://www.oed.com>
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós.
- Van Dijk, T. (2005). *Política, ideología y discurso*. Zulia.
- Van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder*. Gedisa.

Notas

1. El artículo es un avance de la tesis de licenciatura titulada “Discurso periodístico y posverdad en los diarios La República y El Comercio durante las elecciones municipales de Lima Metropolitana. Casos: Ricardo Belmont y Daniel Urresti” (2020). De la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Enlace alternativo

<http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/365/588> (pdf)