

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



TESIS

**NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS
EN LAS NOTICIAS POLICIALES DE LOS DIARIOS EL COMERCIO
Y TROME. DICIEMBRE 2016-MAYO 2017**

Para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

CARRASCO OLANO, MARIA ASUNCIÓN

ZAPATA GIRON, ARATXA HARIETTA

ASESOR:

MS. CLAVIJO ARRAIZA, CÉSAR ARMANDO

TRUJILLO – PERÚ

2017

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Dando cumplimiento a las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS EN LAS NOTICIAS POLICIALES DE LOS DIARIOS EL COMERCIO Y TROME. DICIEMBRE 2016- MAYO 2017, realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El presente trabajo es el resultado de un arduo trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios; producto de la orientación y enseñanza desinteresada de nuestros docentes, siendo por ello oportuno para expresarles nuestro más sincero agradecimiento, para poder así brindar un aporte que servirá de base a futuros estudios relacionados con el tema en mención.

Por lo expuesto Señores Miembros del Jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.

Atentamente,

Carrasco Olano, María Asunción

Zapata Giron, Aratxa Harietta

DEDICAMOS ESTA TESIS

*Al padre celestial por darme la
sabiduría en mi camino profesional.*

A mis progenitores por ser muestra de perseverancia y superación.

*A Dios; por los días que me regala, mi
familia, en especial a la mujer de mi vida,
mi madre. A mi padre y abuela que me
guían siempre desde el cielo.*

*A nuestros seres queridos, que
por cosas del destino, no se encuentran
a nuestro lado físicamente; pero siempre
en nuestros recuerdos y nuestros corazones.*

AGRADECIMIENTO

*Al ser iluminado que nos dio fuerza
Y nos llenó de perseverancia para la
culminación de esta tesis.*

*A nuestro asesor de tesis, Ms. Cesar Armando Clavijo
Arraiza, por su esfuerzo, conocimiento y empuje constante
han sido fundamentales en nuestra formación como investigadoras.*

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue determinar el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome, diciembre 2016- mayo 2017 en Trujillo. El diseño de la investigación que se ha utilizado es descriptivo longitudinal, la metodología empleada en la investigación es la guía de observación sistemática como técnica y la lista de cotejo como instrumentos de aplicación de estas. La población estuvo constituida por 364 diarios, mientras que la muestra se conformó por 94 diario del El Comercio y 94 del diario Trome. Mediante la utilización de métodos estadísticos la investigación concluye que el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las noticias policiales es medio del diario El Comercio y del Trome es medio. Sin embargo, se evidencia que El Comercio presenta una tendencia al nivel alto; mientras que Trome presenta una tendencia al nivel bajo.

Palabras Clave: Códigos Deontológicos, periodismo policial.

ABSTRACT

The objective of this investigation was to determine the level of compliance of the ethical principles in the police news of the newspapers El Comercio and Trome, December 2016-May 2017 in Trujillo. The research design that has been used is longitudinal descriptive, the methodology used in the research is the systematic observation guide as a technique and the checklist as instruments of application of these. The population consisted of 364 newspapers, while the sample was made up of 94 daily from El Comercio and 94 from the newspaper Trome. Through the use of statistical methods the investigation concludes that the level of compliance of the ethical principles in the police news is half of the newspaper El Comercio and Trome is medium. However, it is evident that El Comercio presents a tendency to high level; while Trome shows a tendency to the low level.

Keywords: Codes of practice, police journalism.

INDICE

	Pag.
PRESENTACIÓN	ii
DEDICAMOS ESTA TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.1.1. Realidad Problemática	2
1.1.2. Enunciado del Problema	9
1.1.3. Antecedentes	9
1.1.4. Justificación.....	13
1.2. HIPÓTESIS.....	14
1.3. OBJETIVOS.....	15
1.3.1. Objetivo General	15
1.3.2. Objetivos Específicos.....	15
I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL Y REFERENCIAL	16
1.4. MARCO TEÓRICO.....	17
1.4.1. Teoría de la responsabilidad social del periodismo.....	17
1.5. MARCO CONCEPTUAL	18
1.5.1. Deontología.....	18
1.5.2. Diferencias entre deontología, marco legal, ética y moral.	19
1.5.3. Deontología profesional de periodismo	20
1.5.4. Códigos Deontológicos	21
2.5.2. Periodismo Policial	25
2.5.3. Notas Policiales.....	26
2.5.4. Fotografía en la nota policial.....	27
2.5.5. Clasificación.....	27
1.6. MARCO REFERENCIAL	30
1.6.1. Código Internacional de ética periodística UNESCO	30
1.6.2. Código de ética periodística del CPP	33
1.6.3. Principios rectores del Grupo El Comercio.....	38
II. MATERIALES Y PROCEDIMIENTO	65

2.1.	MATERIAL.....	66
2.1.1.	Población.....	66
2.1.2.	Muestra.....	66
2.1.3.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	68
2.2.	PROCEDIMIENTOS.....	71
2.2.1.	Diseño de contrastación	71
2.2.2.	Procesamiento y análisis de datos	71
2.2.3.	Tratamiento estadístico	72
III.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	75
3.1.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	76
IV.	INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	89
4.1.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	90
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	95
5.1.	CONCLUSIONES	96
5.2.	RECOMENDACIONES.....	97
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98
VII.	ANEXOS.....	104

I. INTRODUCCIÓN

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1. Realidad Problemática

La deontología es la teoría del deber; es decir, tiene como objeto de estudio los fundamentos del deber y las normas morales. Etimológicamente brota del griego ‘deontos’ (‘lo que es necesario’ o ‘deber’) y ‘logia’ (estudio). La deontología está vinculada con el quehacer profesional, es decir con el comportamiento de los miembros de un gremio, quienes necesitan de indicadores para saber si su desempeño es correcto o incorrecto.

La deontología es un faro que guía a los profesionales en la sociedad. Por la deontología, un médico está en la obligación de comunicarle con claridad, veracidad y oportunidad el diagnóstico a su paciente; el ingeniero civil no debe adulterar los materiales cuando construye una carretera; el profesor no debe cobrar para aprobar a un alumno. Según el diccionario de la Real Academia Española (2017) la deontología es el conjunto de deberes relacionados con el ejercicio de una determinada profesión.

En 1834, el filósofo inglés Jeremías Bentham utiliza por primera vez el término deontología para designar a la rama de la ética que se ocupa de regular los fundamentos del deber y las normas morales. Desde entonces, el término ha servido como una herramienta para que los profesionales transiten por el sendero de la corrección, y la sociedad lo ha empleado para marcar o castigar decisiones incorrectas o atentas.

En su sentido más amplio, Desantes (1973) considera que la deontología “es la ciencia que está constituida por todas las normas deontológicas objetivas para una colectividad profesional, sea cualquiera el grado de positivación a que hayan llegado; normas legales en su distinta cualidad jerárquica; normas estatutarias de las organizaciones profesionales;

normas convencionales incorporadas o no a los convenios colectivos de trabajo; costumbres, principios de general aceptación, etc.”. En sentido estricto, el catedrático español considera a la deontología “tan sólo al conjunto de normas de menor grado de positivación y que no están respaldadas por una sanción estatal”.

Cabe enfatizar que la deontología no debe ser confundida con la ética ya que ésta es el compromiso que se adquiere con uno mismo de ser siempre mejor persona; se refiere a una decisión interna y libre. En cambio, la deontología es el comportamiento que se asume cuando se forma parte del cuerpo profesional.

Córdoba (2013) afirma que la deontología halla su sustento fundamental y natural en la elaboración de códigos deontológicos que son utilizados por los profesionales como guía o advertencia para la conducta en situaciones específicas.

Tal y como señala el Informe sobre Deontología Profesional, elaborado en el año 2009 por Unión Profesional, los códigos deontológicos no solo deben prohibir determinadas conductas consideradas como no deseables, sino que deben inspirar, dar coraje y apoyar a los profesionales éticos sentando las bases de modelos deseables de conducta profesional. Se convierten así en instrumentos de carácter preventivo, punitivo, didáctico y dinámico, estando siempre abiertos a incluir las especificidades propias de cada profesión y de los diversos entornos en los que se desarrollan las profesiones (Córdoba, 2013).

En el ámbito periodístico, la deontología se basa en el comportamiento adecuado que deben tener los informadores; es decir, el correcto tratamiento informativo que se le debe dar a las noticias tratando en lo posible de llegar a

la verdad, justicia para que el ciudadano tome buenas decisiones. Cabe resaltar que hay autores que hablan de la deontología periodística como ética periodística como es el caso del colombiano Darío Restrepo.

En periodismo es importante la deontología y su aplicación porque el periodista es responsable de la relación que se establece con el lector, y es el encargado de crear conciencia. Es decir, el profesional trabaja con “materia” (información), que influencia de manera directa en la vida de las personas de manera positiva o negativa, de acuerdo a como se les presenta la realidad de los hechos.

Por eso existe el código deontológico del periodista que está conformado por leyes y normas que regulan el ejercicio profesional del periodismo, que tiene como objetivo mejorar el tratamiento informativo de los diferentes géneros periodísticos, pero además está complementado con la ética y moral de cada persona ya que esta es la encargada de la construcción de la información.

Luego de analizar los códigos deontológicos de la Unesco, del colegio de periodistas y principios rectores del Grupo El Comercio se concluye que los principales principios deontológicos del periodismo son el respeto a la verdad, el perseguir la objetividad, aunque sea inaccesible, contrastar los datos con fuentes periodísticas confiables, diferenciar con claridad entre información y opinión, el respeto a la presunción de inocencia y la rectificación de las informaciones erróneas. Sin embargo, si se indaga para conocer el cumplimiento de estas normas por parte de las empresas periodísticas se concluye que son muchas veces vulneradas, con mayor incidencia, en la sección policiales.

El periodismo policial se dedica a la publicación de hechos relacionados con la delincuencia en sus diversas maneras: muertes, asesinatos, suicidios, accidentes de tránsito, narcotráfico, robos, incendios, actos de corrupción, etc. En esta sección el periodista tiene distintas fuentes de información, como son las víctimas, testigos, supuestos delincuentes, el escenario del delito y el personal policial.

Es importante que el periodista recabe la mayor información del caso, la verifique y la contraste para que al momento de redactar la interpretación de la realidad sea lo más fiel posible. La sección policial es muy sensible y el tratamiento debe ser adecuado para evitar denigrar la honra de las personas.

Si bien es cierto se deben de respetar los principios deontológicos en todas las áreas del periodismo, en policiales se debe poner más énfasis ya que por su propia naturaleza es donde se presentan hechos que generan impacto y tienen drama, los cuales, muchas veces, afectan y ofender la reputación de las personas.

Quesada (2007) describe que los medios de comunicación sin excepción cuentan en la actualidad con espacios que toman como argumentos preferentes esa información sensible, casi siempre de carácter violento.

Sin embargo, la cuantiosa presencia de información criminológica en los medios de comunicación y, por qué no decirlo, la creciente cantidad de profesionales de la información que a diario suministran a la opinión pública una más que completa relación de sucesos (noticias policiales) no ha comportado una evaluación o una mejora en la elaboración profesional de estos productos periodísticos (Quesada, 2007).

Muchas informaciones policiales que circulan en Trujillo dan cuenta, por ejemplo, de la identidad de las víctimas de violación sexual, incluso si son menores de edad. No basta con no publicar su fotografía y su nombre.

Los medios consigan su dirección, el nombre de los padres y hasta el aula del colegio donde estudian; suficiente información para identificarla.

Otro de los ‘pecados’ del periodismo policial es condenar a los acusados de cometer delitos. La presunción no existe en los medios de comunicación y sí existe es a cuentagotas. Antes de que el juez dictamine contra esas personas, los periódicos ya han ofrecido su veredicto respecto a su condición legal. “Se ha producido en los últimos tiempos una especie de involución hacia épocas pretéritas, aquellas en las que la información de sucesos se teñía con tintes sensacionalistas, sin tener en cuenta los derechos fundamentales que amparan tanto a las posibles víctimas como a los presuntos autores de los hechos (Quesada, 2007).

Estos son algunos de los aspectos de una larga lista de defectos en el tratamiento de la información policial por los medios peruanos. ¿El cumplimiento de un código deontológico frenaría este tipo de publicaciones?

Las empresas periodísticas son conscientes de que tener un código deontológico genera un alineamiento hacia el periodismo de calidad; sin embargo, en muchas ocasiones los intereses monetarios tienen mayor peso y como consecuencia no cumplen las normas y la ética de los profesionales pasa a un segundo plano.

Toda empresa periodística responde al objetivo de generar rentabilidad. En la teoría este interés no puede colisionar con su misión informativo; más en la práctica sí es evidente que las organizaciones toman decisiones amparadas en el tema rentable y emplazan el tema noticioso.

Ayestaran et al. (2012) afirma que antes se entendía la información como fuente de acceso a la verdad del mundo; ahora es un producto que da

dinero y del que se pregunta no si es verdadero, sino si es interesante: para poder venderlo.

Para Kapuściński, citado por Ayerstaran et al. (2012) en su libro, el periodismo:

Era un oficio muy manual y ahora es de grandes accionistas, millonarios, que no saben ni de qué va la profesión, y ya no quieren saber más o informarse mejor, sino vender más.

En ese sentido, el cumplimiento de las normas deontológicas, para garantizar información de calidad que sirva para que el ciudadano tome buenas decisiones, involucran a los periodistas y a los dueños de las empresas periodísticas.

Actualmente en el Perú, el Grupo El Comercio es la empresa periodística más importante con un 80 % en periódicos locales, cabe resaltar que es el único grupo periodístico en el Perú que tiene un manual de ética o deontología denominado “Principios Rectores” y un manual de estilo. Sus publicaciones más importantes son El Comercio, Trome, Perú 21, Gestión, Depor, Publimetro. Los dos primeros los más importantes. El Comercio por su influencia y el Trome por su número de ventas.

El Comercio se fundó en 1839 y es el diario existente más antiguo del Perú y uno de los más influyentes. El tratamiento de la noticia es serio y sus publicaciones se basan en temas como política, deportes, cultural, fútbol, cartelera, economía, mundo, tecnología, ciencia y más.

El diario Trome, fundado en el 2001, es el tabloide más vendido en el Perú, se caracteriza por combinar noticia, entretenimientos, información útil y un buen porcentaje de contenido emocional. Dentro de sus publicaciones

destacan las policiales, internacional, fútbol, espectáculos, opinión y cabe resaltar que su crecimiento tanto en capacitación de avisaje en venta de ejemplares no se detiene.

En estos dos diarios del Grupo El Comercio se desconoce el nivel de cumplimiento de sus principios deontológicos; sin embargo, una observación preliminar a 4 notas de cada diario permite tener una idea general de lo que está ocurriendo en el aspecto deontológico. En el caso del Comercio se encontró que se cumplen 18 de los 20 principios deontológicos. Tienen un trato más objetivo, no busca el sensacionalismo y procura analizar la noticia desde una perspectiva imparcial. En el caso del Trome cumplen 15 de los 20 principios deontológicos debidos que busca el sensacionalismo.

Por lo analizado se determina que el diario El Comercio sí cumple en mayor porcentaje con los principios deontológicos; mientras que el diario Trome, en menor porcentaje.

Esta realidad nos demuestra que el cumplimiento de los principios deontológicos en el periodismo no es, lamentablemente, un acto absoluto. Quienes toman las decisiones en los medios están propensos a dejar de lado las normas que garantizan noticias de calidad y que ayudan a los lectores a tomar buenas decisiones.

¿Por qué los periodistas no cumplen con sus normas éticas?, ¿qué situaciones se presentan para que el medio olvide los principios rectores que juró cumplir?, ¿qué características tienen estas informaciones en las cuales no se evidencia las nociones éticas?

La presente investigación intentará responder estas preguntas. Se pondrán especial énfasis en determinar el nivel de cumplimientos de los principios deontológicos en el tratamiento de las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome y de esta manera dar a conocer una idea más amplia de lo que decidimos leer.

1.1.2. Enunciado del Problema

¿Cuál es el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome?

1.1.3. Antecedentes

1.1.3.1. Internacionales

- La tesis de licenciatura de Jaramillo, D. (2016), “Estudio de la observancia de los códigos deontológicos de los diarios impresos de la ciudad de Loja (Crónica, la hora y la centinela), durante el primer semestre del año 2015, de la Universidad Nacional de Loja. Ecuador.

El autor plantea los siguientes objetivos; describir e interpretar los códigos deontológicos de los diarios de la ciudad de Loja (Crónica, La Hora y Centinela), establecer el nivel de cumplimiento de los códigos deontológicos en los diarios impresos de la ciudad de Loja (Crónica, La Hora y Centinela); y, formular lineamientos alternativos para el cumplimiento óptimo de los códigos deontológicos vigentes. Para cumplir con esos propósitos se empleó el método científico, analítico – sintético, bibliográfico, inductivo, deductivo. Los instrumentos utilizados son: el cuestionario y la guía de observación.

Jaramillo, D. (2016), concluyó:

La mayoría de los ciudadanos encuestados consideran relevante mejorar la calidad de la información emitida por los diarios investigados; de la misma manera consideraron importante la inclusión de valores como el respeto, verdad, ética y moral en los contenidos.

Como conclusión en esta investigación se dedujo que las cabezas de los medios no tienen ninguna disposición e interés para resolver y

mejorar la situación de estos tres diarios, dando por entendido que en ninguno de los diarios estudiados en la investigación conocen los códigos deontológicos que tienen en su medio.

- De Jiménez, E. (2015), la tesis doctoral “La enseñanza universitaria de la ética y deontología periodísticas y los desafíos morales de los informadores, encuentros y desencuentros entre la academia y la profesión en la transición al espacio europeo de educación superior”, de la Universidad Ramon Llull, Barcelona, España.

La autora plantea los siguientes objetivos; Conocer quién imparte la materia de Ética y Deontología periodísticas, qué enseña y cómo en las facultades de Comunicación españolas en el curso 2011-2012, describir los desafíos morales que afrontan los periodistas españoles en el ejercicio de su trabajo en 2012, determinar las semejanzas y diferencias existentes entre lo que los profesores de Ética y deontología periodísticas imparten en clase y los desafíos morales de los profesionales de la información, y, comprender cómo se ha llegado a la situación actual para interpretar mejor los resultados obtenidos.

Para cumplir con los propósitos de los objetivos, se empleó el tipo de investigación transversal. El instrumento que se utilizó en la investigación fue una encuesta.

Jiménez, E. (2015), concluye:

Ha quedado demostrado que la asignatura de Ética y Deontología periodísticas se halla fuertemente arraigada en los planes de estudios de las universidades españolas, pues se hallaba presente en el 91,66% de las facultades que impartían Periodismo en el curso 2011-2012, mayoritariamente con carácter obligatorio y con una estimación temporal de seis créditos.

Si bien es cierto se toma como conclusión que las universidades dejan de lado los contenidos éticos y los sustituyen por temas jurídicos y deontológicos, es decir que dan más importancia a las enseñanzas de la materia que a las públicas.

- La tesis doctoral de Roda y Rojo (2012), “Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo”. Se trata de una tesis, para obtener el título doctoral en información y documentación, de la Universidad de Murcia.

Los autores plantean los siguientes objetivos, Delimitar si existe un uso correcto y ético de la distinción de los distintos géneros periodísticos, alejándose en lo posible de la mezcla de éstos y diferenciando concisamente entre información y opinión, Corroborar si en la prensa deportiva española se incluye con asiduidad el rumor como elemento noticioso, desdeñando de esta manera los artículos éticos que así lo sancionan y afectando de esta forma a la rigurosidad de la información publicada, y, demostrar si se realizan acusaciones infundadas de corrupción arbitral e institucional de manera intencionada sin observar la escrupulosidad informativa que promulgan los códigos deontológicos.

Ello ocasiona dos grandes perjuicios: por un lado la desacreditación injustificada del colectivo arbitral y de las instituciones y, por otro lado, la desinformación y manipulación de la sociedad, vulnerando su derecho a una información veraz. Para cumplir con los propósitos de los objetivos, se empleó el tipo de investigación transversal o transaccional. El instrumento que se utilizó en la investigación fue una planilla.

Roda y Rojo (2012), concluye:

Podemos concluir, en base a los datos empíricos del trabajo de campo, que los códigos deontológicos no son respetados, como así deberían, por los profesionales de la prensa deportiva, más bien todo lo contrario, pues los índices, sobre los conceptos sancionados en los códigos, que muestra el estudio, en la mayoría de los casos son excesivamente altos.

En la presente investigación se da como conclusión que no cumplen y pasan por alto los códigos deontológicos, el cual la información que se publica debería de ser más establecida y correcta para la buena información que tiene derecho el ciudadano.

1.1.3.2. Nacionales

- De Ames, S. (2016), la tesis de licenciatura “El ejercicio periodístico y la deontología profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú, en el año 2014”, de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Lima, Perú.

La autora plantea los siguientes objetivos; determinar en qué medida se relaciona el ejercicio periodístico escrito y la práctica deontológica profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú, en el año 2014, determinar en qué medida se relaciona el ejercicio periodístico radial y la práctica deontológica profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú, en el año 2014, y, determinar en qué medida se relaciona el ejercicio periodístico televisivo y la práctica deontológica profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú, en el año 2014.

Para cumplir con esos propósitos se empleó el tipo de investigación teórico básico para ampliar y profundizar. El instrumento que se utilizó fue una encuesta.

Ames, S. (2016), concluye:

Que no existe relación significativa entre el ejercicio periodístico escrito y la práctica deontológica profesional en los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú en el año 2014.

Se puede concluir en esta investigación que el ejercicio periodístico radial está relacionado directamente con la práctica deontológica profesional en los periodistas mientras que el ejercicio periodístico televisivo no tiene ninguna relación con la práctica profesional en los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú en el año 2014.

1.1.4. Justificación

Social

El periodismo policial es una de las principales secciones de todos los medios de comunicación. Este tipo de periodismo, muchas veces, es catalogado como amarillista por los excesos que los periodistas o las empresas de información cometen al momento de utilizarlo.

Ese amarillismo con el que se les adjetiviza se explica, entre otros aspectos, por el irrespeto a las normas deontológicas que rigen en el quehacer periodístico. La presente investigación es relevante porque determinará con precisión qué principio o norma ética se incumplen en la publicación de noticias policiales de dos importantes diarios de circulación nacional en el Perú.

La presente investigación, también es conveniente, porque la sociedad necesita saber con precisión los niveles de calidad, desde el punto de vista deontológicos, de la información policial que se publica en el diario El Comercio y Trome.

Teórico

A pesar de la exigencia de que el periodista signe su trabajo en el cumplimiento de las normas éticas, existe escaso material académico sobre el comportamiento de los profesionales en cuanto a las publicaciones de noticias policiales y el nivel de cumplimiento de los códigos deontológicos. El presente trabajo pretende –en algo– reducir ese vacío teórico. Los resultados de la investigación podrán sistematizarse en una propuesta para ser incorporados al conocimiento del periodismo, ya que se estaría demostrando que el aspecto deontológico es una exigencia irrenunciable cuando se transmite información.

Práctica

La investigación es conveniente porque servirá para que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación conozcan que en el ejercicio periodístico existen valores irrenunciables que se deben cumplir, a pesar de que, en la práctica misma, éstos (valores) se enfrentan a amenazas cada más grande.

Metodológico

Una vez que sea demostrada su validez y confiabilidades, el instrumento que se elaboró para conocer el nivel de cumplimiento de los principios éticos podrán ser utilizados en otras investigaciones.

1.2. HIPÓTESIS

El nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome es alto.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Determinar el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome, diciembre 2016-mayo 2017 en Trujillo.

1.3.2. Objetivos Específicos

- 1.3.2.1. Comparar el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las notas policiales de los diarios El Comercio y Trome mensual.
- 1.3.2.2. Identificar los principios deontológicos que cumplen con más frecuencia las notas periodísticas policiales de los diarios El Comercio y Trome. Diciembre-mayo 2017.
- 1.3.2.3. Precisar el nivel de cumplimiento mensual del principio de veracidad equidad e imparcialidad, responsabilidad, respeto a la humanidad, independencia e intimida y privacidad.

**I. MARCO TEÓRICO
CONCEPTUAL Y
REFERENCIAL**

1.4. MARCO TEÓRICO

1.4.1. Teoría de la responsabilidad social del periodismo

El principal exponente de esta teoría es Schmuhl (1943) que afirma que la teoría de la responsabilidad social del periodista implica que los medios de comunicación no se deben de comportar como una industria en un mercado libre de ideas. Estas entidades tienen responsabilidad ante la comunidad social y el bienestar general. Y esa responsabilidad social tiene falta de conocimiento si no se sitúa dentro de un contexto ético.

1.4.1.2. Postulados:

Según Schmuhl (1943) los postulados de la responsabilidad social del periodismo son los siguientes.

- 1) La prensa debería suministrar “un relato veraz, completo e inteligente de los acontecimientos del día en un contexto que les dé significado” es decir, ya no basta con informar verazmente del hecho ahora es necesario exponer la verdad sobre los hechos. Se exhorta, a la prensa, a que evalúe la veracidad de las fuentes en conflicto y no se limite a comunicar.
- 2) La prensa ha de servir como “un foro para el intercambio de comentarios y críticas” lo cual significa que los periódicos, agencias de noticias y otros medios informativos deberían esforzarse en presentar todos los puntos de vista significativos sobre problemas públicos, incluyendo aquellos a la sazón impopulares o que están en conflicto con los suyos.
- 3) La prensa tiene la obligación de presentar “un cuadro representativo de los grupos fundamentales de la sociedad”, la prensa

debe de retractar la verdadera situación y las aspiraciones de las minorías étnicas tales como los negros, los hispanos y los asiáticos.

4) La prensa debería proporcionar un “pleno acceso a la información recogida actualmente sobre los países enemigos” es decir, acceso de la prensa al almacén de información del gobierno, a fin de que ella, a su vez, pueda dejar que sus lectores accedan a la información recogida actualmente sobre los países enemigos.

1.4.1.3. Implicaciones:

Los medios de comunicación suelen hacer uso de esta teoría para dar a conocer información asertiva y para regular la publicación de notas periodísticas.

1.5. MARCO CONCEPTUAL

1.5.1. Deontología

1.5.1.2. Definiciones

Cobo, J. (2001) afirma: “La deontología se presenta como una disciplina científica descriptiva, empírica y también normativa que, estudiando las ventajas de los comportamientos, determina los deberes”.

La deontología es un conjunto de principios éticos, los cuales deben ser respetados por los profesionales de cada área. La deontología es la parte de la ética que trata de los deberes y principios que atañen a cierta profesión.

Por otra parte, Ledesma, J. (1986), indica que la deontología es una ciencia normativa que establece leyes para que el hombre sepa el bien y actuar con

rectitud dentro de su ocupación. “Es la ciencia de lo que debe hacer el hombre para vivir como debe vivir en el desempeño de su profesión u oficio, para realizar en su vida lo que se presenta como justificación de su existencia, ejerciendo su trabajo con rectitud”.

Derieux, E. (1983) sostiene que, gracias a la deontología, la ética profesional adquiere un reconocimiento público; y es que la moral individual se hace trascendente en el campo de la profesión. La deontología surge como una disciplina que se ocupa de concretar normas en el ámbito profesional para alcanzar unos fines.

Nosotras concluimos que el código deontológico es un conjunto de principios éticos las cuales deben ser respetados y acatados por los profesionales.

1.5.2. Diferencias entre deontología, marco legal, ética y moral.

La deontología nació como una disciplina que se ocupa de concretar normas en el ámbito profesional para alcanzar unos fines. En cuanto a la ética está surgió cuando el ser humano sintió la necesidad de comprender y justificar los códigos normativos vigentes; y finalmente la moral ha existido siempre pues se han calificado los actos humanos como buenos o malos.

Derieux, E. (1983) sostuvo que, “la ética profesional personal adquiere un reconocimiento público”; la moral individual se hace trascendente en el campo de la profesión. Estos efectos proporcionan a la deontología autoridad, cohesión y unidad, facilitan su aplicación y aseguran su respeto.

De esta forma, los profesionales pueden adquirir una conciencia más exacta, más práctica y más justa de sus deberes y de sus responsabilidades. (Villanueva, 2002).

La deontología es un conjunto de principios éticos y morales los que se convertirán en obligaciones y deberes para los profesionales, está orientada al deber. El marco legal es la base normativa o legal en la que estos se sustentan o fundamentan, la ética es el estudio filosófico de la conducta humana sea buena o mala, está relacionada con lo que piensa el propio humano, la moral son las normas de conducta personales o que en la sociedad y en algún momento dado, se considera bueno o malo sin tomar en cuenta el valor filosófico.

1.5.3. Deontología profesional de periodismo

Según Villanueva (2002) la deontología periodística puede definirse como “el conjunto de principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo, por razones de integridad de profesionalismo y de responsabilidad social.

La deontología es de sumo interés para el mundo profesional, y específicamente para profesionales que comparten una elevada responsabilidad social. Está integrado por un conglomerado de normas o principios que deben ser respetados por los periodistas.

La deontología el periodismo es importante porque da un norte para el desempeño del periodístico de cualquier profesional y más aún en el periodismo ya que está vinculado a las personas y el impacto social es mayor.

En líneas generales la deontología periodística está vinculada a que el profesional debe tener en cuenta el manejo de la información, los datos contrastados, confirmar la verdad, amparar las fuentes.

1.5.4. Códigos Deontológicos

Según Porfirio (2011) un código deontológico es de esta forma la constelación de criterios y principios o normas y reglas que de forma explícita y sistematizada un grupo profesional se compromete a respetar y seguir en sus comportamientos como tales profesionales.

El código deontológico es un documento que contiene un conjunto de criterios en los cuales tiene normas y valores y los que asumen son los que llevan a cabo una actividad profesional. Aunque los códigos sean elaborados por distintas corporaciones tiene un objetivo en común y es el de mejorar el tratamiento informativo.

Cuando nos referimos a los códigos deontológicos de la profesión periodística, los podemos definir como un conjunto de “principios y normas de conducta profesional de los periodistas referentes a sus derechos, deberes y responsabilidades éticas” (Porfirio, 2011).

Aznar, H. (2015) expone que “la existencia de un código deontológico requiere que se den al menos dos requisitos obvios. El primero, la capacidad cultural de codificar normas de conducta que se remonta al surgimiento de las grandes civilizaciones de la Antigüedad. El segundo, la existencia de una actividad profesional que se plantee las normas morales propias de esa actividad”.

Luego de analizar los códigos deontológicos de la Unesco, Colegio de Periodistas y del Grupo El Comercio. Se concluye que los principales principios deontológicos son: veracidad, la equidad y la imparcialidad, responsabilidad, respeto a la humanidad, independencia y intimidad y privacidad.

A. Veracidad

Norbert, B. (2014) “El primer deber del periodismo es dar cuenta de los hechos de actualidad de manera veraz y mediante datos que se puedan verificar”.

La tarea principal del periodista es trabajar para una información verídica y autentica, ya que es un intermediario entre la sociedad y los medios de comunicación. La información se ha de fundamentar en hechos ciertos, que se han comprobado o contrastado con otros datos.

Estreymadoro, J. (2005) señala que la verdad en periodismo, es decir, la correspondencia entre el enunciado por la noticia y la realidad no depende solo del profesional: depende de los hechos y las declaraciones o testimonios que pueden, muchas veces, ser inexactos o disfrazar la exacta realidad.

El profesional tiene que ser minucioso y riguroso con los datos, la forma de estructurarlos y publicarlos. Este siempre debe publicar una información verdadera y completa, siempre contando de manera precisa los acontecimientos que ocurren, dando sentido y coherencia.

B. La equidad y la imparcialidad

Todos los periodistas tienen sus propios puntos de vista, estos deben analizar juiciosamente los temas desde otra perspectiva, aunque la objetividad no siempre es posible, pero informar imparcialmente genera credibilidad y confianza.

El periodista busca la información hallando fuentes de calidad y asegurando de la misma manera los procesos de la elaboración de las informaciones que publica.

El periodista debe ser imparcial para poder manifestar la variación de opiniones, examinar visiones opuestas, presentar una historia equilibrada y en contexto. En las noticias no se debe excluir a ninguna persona, ni por su

condición social, religión, raza, ideología política, siempre busca plasmar todas las corrientes de opinión.

C. Responsabilidad

El periodista tiene que tener la capacidad de asumir la autoría al momento de publicar una noticia. La responsabilidad social del periodista requiere que actúe con conciencia ética. Se debe resaltar que el periodista tiene un papel importante de trasmisor de información, el cual tiene que asumir un rol de ser consciente del gran poder y compromiso que conlleva como profesional. “El término responsabilidad es quizá de los más esenciales y complejos, porque no sólo implica una reflexión individual sino una relación con los demás”.

El periodista tiene la obligación de corregir sus errores y rectificarse cuando publique una información errónea que afecte la imagen de una persona. Si el medio no lo hace, la persona puede asistir a los tribunales y estos pueden obligar al medio a rectificarse o tomar medidas más drásticas.

Según Aznar, H. (1999) los profesionales de la información deben desarrollar su función atendiendo al doble compromiso de la responsabilidad derivada de su importante tarea y del mandato de su propia conciencia, de acuerdo con el ordenamiento constitucional y los principios deontológicos de la profesión periodística.

En las noticias policiales, debido a su difusión multitudinaria y al enorme impacto sociológico que originan en la sociedad, el profesional debe ser consciente de las consecuencias de una irresponsable práctica profesional.

D. Respeto a la humanidad

Los profesionales que están encargados de transmitir la información deben defender los derechos humanos, para que la población tenga una convivencia pacífica y esta no dañe a futuros.

El objetivo del periodista es de informar, pero de informar de manera que ayude a la humanidad y no provocar el odio. Las noticias deben servir para aumentar la instrucción o conocimiento y el respeto hacia las personas. Por otro lado, los medios de comunicación pueden lograr que los derechos humanos sean tomados en serio por los propios ciudadanos.

E. Independencia

Lo ideal de un periodista ser lo más independiente posible al momento de pronunciarse. El ser o no independiente intervienen muchos elementos como: intereses, ideología, amistad y también dependencia.

La prensa prueba ser en verdad independiente cuando puede ofrecer información que enriquezca la visión de la realidad y el desarrollo de la sociedad y sus instituciones, a pesar de que ese relato vaya en contra de intereses de sectores o individuos; especialmente cuando se trata de funcionarios, mandatarios o personas con protagonismo.

F. Intimidad y privacidad

El periodista debe brindar respeto a la vida de las personas, solo se publicara información cuando este prime el interés público. En cuanto a intimidad, muchas veces el periodista presionado por la audiencia puede informar sobre hechos privados, si las personas ven que vulneran su derecho, puede presentar una demanda por haber transgredido su intimidad.

Cuando se desea grabar o tomar una fotografía en un lugar y se requiere la declaración de personas, en muchas ocasiones los medios realizan por escrito una cesión de derechos de imagen, para que a futuro no existan problemas o demandas.

2.5.2. Periodismo Policial

2.5.2.1. Definiciones

Mora (2010) El periodismo policial cuenta hechos de la actuación en una forma indistinta del periodismo forense, es decir, periodismo investigativo; cuenta hechos de la actuación policial que son noticias, y además de las incidencias de la administración de Justicia.

Su interés primordial es localizar sucesos presentes, personajes delincuentes, acontecimientos violentos. Narrar hechos actuales, que generan cierto impacto en el público, pues de lo contrario el carácter noticioso del periodismo informativo se perdería.

El periodismo español considera a el periodismo policial dentro de la sección sucesos, que es una sección en donde incluye diferentes notas periodísticas accidentes, novedad, insólito, luctuoso entre otros.

Cebrián y Mirón (2013) afirman que el periodismo de sucesos es peculiar, el cual se basa en la narración de hechos que alteran la vida cotidiana, ya sea por intervención del hombre. Su diferencia con otros acontecimientos periodísticos es que no suele producirse en lugares noticiosos (focos de interés político, económico o cultural) sino en el entorno de la cotidianidad.

El periodismo policial es ejercido por profesionales amantes de la verdad y justicia, en donde los medios para conseguir la información no se da a través del teléfono, sino que comienza en el lugar del hecho, recogiendo información de sus fuentes policiales, protagonista y testigos que puedan brindar datos para comenzar a investigar y construir la nota policial. Cabe resaltar que su interés es dar a conocer hechos actuales, noticiosos de política, delincuencia, accidentes de tránsito, corrupción, secuestros, violaciones, entre otros.

2.5.3. Notas Policiales

2.5.3.1. Definiciones

Según Martini, S. (2000) “una manera específica de narración, con reglas, lógicas y operaciones particulares que lo diferencian de otros géneros informativos. (...) Significa que hay lugares y procedimientos concretos y diferentes de construcción de la información policial en las salas de redacción, que la distingue de cómo se narra diariamente la política o la economía”

Para Raúl Rivadeneira Prada, citado por Aracena en su tesis de grado, la noticia policial es:

Información acerca del comportamiento criminoso de los individuos que viven en sociedad. Conducta ilícita que se jerarquiza según la tipicidad que señala el código penal, desde las infracciones policiales hasta los delitos que merecen penas más graves (muerte o cadena perpetua, según las legislaciones). (...) El rasgo sobresaliente de la nota policial es su vinculación con la 30 medida en que un hecho afecta negativamente a la sociedad en sus costumbres, moralidad, estabilidad jurídica y a veces política. (Aracena Rivera, 2006).

Las noticias policiales ocupan los mayores porcentajes de espacio de los medios impresos debido al impacto de la información que hace despertar el interés a la sociedad, por este medio las personas conocen y prevén los peligros de los cuales pueden ser víctimas y las sanciones que pueden recibir si cometen una falta.

En este tipo de noticias se incurre más en el sensacionalismo debido a querer presentar la misma primicia con mayor impacto y este tipo de acciones no logran ser sancionadas.

2.5.4. Fotografía en la nota policial

La fotografía es un elemento esencial en un periódico ya que facilita información, pero no debe ser tomado como un complemento. “Su poder de reproducir exactamente la realidad externa hace que las ideas del lector se moldeen e influya en su comportamiento”. (Freund, 2001)

En las notas policiales el uso de fotografías es necesario porque debido a sus características propias cuenta, como afirma Berrocal (2007) aquello que no pueden contar las palabras escritas. Es por eso que muchos diarios caen en el sensacionalismo debido a querer presentar la misma primicia con mayor impacto emocional.

La fotografía en el periodismo debe reflejar un hecho reciente y relevante, debe combinarse con otros puntos informativos que tengan coherencia para los espectadores. Las empresas periodísticas cuentan con archivos personales de los casos donde guardan fotos, videos, atestados, protestas, resultados de pericias, etc., los cuales son utilizados como apoyos y pruebas.

2.5.5. Clasificación

No existe bibliografía precisa respecto a la clasificación del periodismo policial. Sin embargo, la presente investigación considera las categorizaciones por Rodríguez (2016).

a) Protagonista del hecho

- Menores de edad

Cuando nos referimos a los protagonistas de una noticia en cuanto a menores de edad, se relaciona muchas veces a casos de abusos, violencia, maltrato, agresiones contra el infante, niño o adolescentes.

- **Adultos F/M**

Son los hechos vinculados con las personas adultas. En cuanto al sexo femenino las noticias que publican tratan sobre: violación, maltrato físico y psicológico, sexual y más. Por otro lado, respecto a los protagonistas de sexo masculino, las noticias más relevantes son asesinatos, robos, lesiones, violaciones, etc.

- **P. tercera edad**

Son pocos los hechos en los cuales son partícipes los adultos mayores y en el mayor de los casos, los temas en las noticias son como fraudes, lesiones y robos.

b) Fuentes de Información

Según Rodríguez (2016) las fuentes de información se convierten en el eje del relato periodístico y se clasifican de la siguiente manera:

C.1 Oficiales

- **Fuentes institucionales**

Son aquellas que representan a un gobierno, administración, empresa, agrupación profesional determinada; partidos políticos, asociaciones, hospitales, sindicatos, autoridades ministeriales, regionales o municipales.

- **Fuentes policiales**

Es una de las principales fuentes oficiales, suministra notas de prensa y fotografías. Sus informaciones se canalizan a través de los gabinetes de prensa y portavoces, aunque a veces los contactos del periodista hacen que de manera extraoficial los policiales faciliten datos e informaciones relevantes.

Quesada (2017) “Las más importantes fuentes oficiales de la información sobre sucesos se localizan dentro del ámbito policial”.

- Fuentes judiciales

Es menos representativa pero es importante para conseguir noticias sobre casos en su fase de proceso judicial, aunque están sometidas a restricciones, tanto marcadas por la ley como por las propias autoridades judiciales. Son fuentes de la Administración de Justicia (jueces, magistrados, secretarios, judiciales, fiscales, letrados y médicos forenses).

C.2 Fuentes no oficiales

- Propias

Se basan en la investigación propia que desarrolla el reportero en la calle, a través de los testimonios que recaba de los familiares y conocidos de las víctimas, así como de vecinos, además de las fotografías que complementa la información y la observación propia en el escenario del crimen. Las más utilizadas son las reservados o confidenciales, en donde el periodista no revela su fuentes ya que no es posible o conveniente.

- Protagonistas: autores, víctimas y testigos.

Es la fuente primaria por esencia del periodismo y uno de las más difíciles de conseguir; las declaraciones de los protagonistas, las imágenes captadas por los fotógrafos, los detalles sobre cómo han ocurrido los hechos según la versión de la víctima o del autor tienen un elevado interés informativo.

- Medios de comunicación

Son fuentes secundarias que utiliza el periodista para elaborar su informe de sucesos y cita a otro medio de comunicación (prensa, radio,

televisión o digitales) para ampliar o complementar el desarrollo de su trabajo.

1.6. MARCO REFERENCIAL

1.6.1. Código Internacional de ética periodística UNESCO

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, organismo que fue fundado en 1945. El cual en noviembre de 1983 se aprobó por la Conferencia General de la UNESCO un documento que contiene principios internacionales de ética profesional periodística los cuales son:

1. El derecho del pueblo a una información verídica.

El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación

2. Adhesión del periodista a la realidad objetiva.

La tarea primordial del periodista es proporcionar una información verídica y auténtica con la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado, manifestando sus relaciones esenciales -sin que ello entrañe distorsiones-, y empleando toda la capacidad creativa del profesional a fin de que el público reciba un material apropiado que le permita formarse una imagen precisa y coherente del mundo, donde el origen, naturaleza y esencia de los acontecimientos, procesos y situaciones sean comprendidos de la manera más objetiva posible.

3. La responsabilidad social del periodista.

En el periodismo, la información se comprende como un bien social y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la

responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último análisis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales. La responsabilidad social del periodista implica que éste actúe en todas las circunstancias en conformidad con su propia conciencia ética.

4. La integridad profesional del periodista.

El papel social del periodista exige que la profesión mantenga un alto nivel de integridad. Esto incluye el derecho del periodista a abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información, y también el derecho de participar en la toma de decisiones en los medios de comunicación en que emplea. La integridad de la profesión prohíbe al periodista el aceptar cualquier forma de remuneración ilícita, directa o indirecta, y el promover intereses privados contrarios al bien común. El respeto a la propiedad intelectual, sobre todo absteniéndose de practicar el plagio, pertenece, por lo mismo, al comportamiento ético del periodista.

5. Acceso y participación del público.

El carácter de la profesión exige, por otra parte, que el periodista favorezca el acceso del público a la información y la participación del público en los "medios", lo cual incluye la obligación de la corrección o la rectificación y el derecho de respuesta.

6. Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre.

El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana -en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro-, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, son parte integrante de las normas profesionales del periodista.

7. Respeto del interés público.

Por lo mismo, las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de sus instituciones democráticas y de la moral pública.

8. Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas.

El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional; y respeta el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas político, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de manera que favorezca en todo la paz y la justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional. Incumbe al periodista, por ética profesional, el conocer las disposiciones existentes sobre ese tema y que están contenidas en las convenciones internacionales, declaraciones y resoluciones.

9. La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad enfrenta.

El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra toda forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentista, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, en particular el racismo y el apartheid, y le incita a resistir a la opresión de los regímenes tiránicos, a extirpar el colonialismo y el neocolonialismo, así como a las otras grandes plagas que afligen a la humanidad, tales como la miseria, la desnutrición o la enfermedad. Así, el periodista puede contribuir a eliminar la ignorancia y la incompreensión entre los pueblos, a hacer los ciudadanos de un país sensibles frente las

necesidades y deseos de los otros, a asegurar el respeto de los derechos y de la dignidad de todas las naciones, de todos los pueblos y de todos los individuos, sin distinción de raza, sexo, lengua, nacionalidad, religión o convicciones filosóficas.

10. Promoción de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación.

En el mundo contemporáneo, el periodista busca el establecimiento de nuevas relaciones internacionales en general y de un nuevo orden de la información en particular. Ese nuevo orden, concebido como parte integrante del nuevo orden económico internacional, se dirige hacia la descolonización y la democratización en el campo de la información y de la comunicación, tanto en los planos nacional como internacional, sobre la base de la coexistencia pacífica entre los pueblos, en el respeto pleno de su identidad cultural. El periodista tiene el deber particular de promover tal democratización de las relaciones internacionales en el campo de la información, notablemente salvaguardando y animando las relaciones pacíficas y amistosas entre los pueblos y los Estados.

1.6.2. Código de ética periodística del CPP

CAPÍTULO I.- NORMAS GENERALES

Art.1. Los periodistas están obligados a proceder en todos sus actos con honor, velando por la dignidad de su profesión, del medio y/o centro de trabajo en el cual laboran y de las personas e instituciones, ejerciendo con decoro. Para dignos de la libertad de expresión no hay que incurrir en el libertinaje. No existe libertad irrestricta de prensa, su límite natural es el derecho ajeno.

Art.2.- Los periodistas están moralmente obligados a cumplir las normas de este código de ética .Las infracciones serán objeto de denuncia, de oficio o a petición de parte. Las sanciones se aplicarán de acuerdo a lo estipulado en el capítulo VIII de este código.

CAPÍTULO II.- ACTOS CONTRA LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

Art.3.-Son actos contrarios a la ética que debe tener todo periodista respecto a la profesión.

- a) Incurrir en delito doloso que conlleve condena judicial.
- b) Utilizar intencionalmente documentos falsos.
- c) No guardar el secreto profesional.
- d) Servirse de material periodístico ajeno, sea inédito, confidencial o publicado.
- e) Ningún periodista debe de solicitar para sí u otro colega, ni para la orden, donación alguna, cualquiera que sea la razón que pueda invocarse. Todo beneficio social para los periodistas será de cargo y responsabilidad de la perspectiva comisión del colegio.
- f) Respetar y hacer respetar su condición de periodista .No publicar como noticia de interés público lo que por su naturaleza es material publicitario, salvo en las secciones que cada medio destine expresamente para ello y que el público pueda reconocer como tales.
- g) Quienes ejercen el periodismo asumen la obligación moral de consagrar su vida a él, respetándolo y enalteciéndolo, conscientes de que por su naturaleza, destino y riesgos, es la profesión más peligrosa del mundo.
- h) No utilizar jamás la profesión para obtener ventajas personales. No buscar provecho, merece gratitud y reconocimiento de parte de la sociedad.

- i) En el ejercicio periodístico ,no debe haber ninguna otra compensación que la íntima satisfacción personal y los emolumentos convenidos y pactados con la empresa y/o y los honorarios profesionales que provengan de servicios prestados sin que estos interfieran ni comprometan al medio de comunicación y/o entidad en que habitualmente se trabaje .
- j) El periodista tiene la facultad de acogerse a la cláusula de conciencia si la empresa o el medio en que trabaja cambiara de línea u orientación, con la que no coinciden, de acuerdo a su propia convicción o si le coactará o forzará de cualquier forma a escribir contra esa convicción personal.

CAPÍTULO III.-DEBERES PARA CON DIOS Y LA PATRIA

Art.4.- Independientemente de la profesión que profese el periodista está moralmente obligado a respetar a Dios .Igualmente debe respetar las creencias religiosas de las personas, aunque no las comparta.

Art.5.- Es un deber ético respetar y defender los intereses nacionales como bienes inalienables de la República Peruana, y guardar el debido respeto los símbolos patrios y a la memoria de nuestros héroes y próceres.

CAPÍTULO IV.- DEBERES PARA CON LOS COLEGAS

Art.6.- Los periodistas se obligan por este código de ética a:

- a) Respetar el derecho ajeno de autoría. Cumplir con citar las fuentes; no plagiar.
- b) Respetar la reputación de los colegas y no atentar nunca contra su honor.
- c) Brindar ayuda y amparo a los periodistas que sufran vejámenes en el ejercicio de la profesión, persecución por razón de sus ideas y opiniones,

exilio o carcelería por la misma causa y/o por motivos políticos y cualquier ataque físico en el cumplimiento de su trabajo periodístico.

d) Ser solidario con los colegas, no actuar egoístamente.

CAPÍTULO V.- DEBERES PARA CON LOS MEDIOS EMPRESAS Y OTROS CENTROS DE TRABAJO DONDE EJERCE COMO PERIODISTA

Art.7.- Son actos contrarios a la ética periodística:

- a) Revelar fuentes, datos referencias y asuntos de carácter reservado del centro de trabajo donde se labora como periodista.
- b) Pactar honorarios o haberes inferiores a los establecidos por la ley o la calidad profesional del trabajo periodístico, porque esto fomenta la competencia desleal en el mercado de trabajo y la posibilidad de trabajo de personas que fungen de periodistas a cambio de retribución económica disminuida o simbólica o de otra clase de compensación, como la figuración .Esto atenta contra la calidad del trabajo profesional y del prestigio del medio y/o empresa.

CAPÍTULO VI.- DEBERES PARA CON LA SOCIEDAD

Art.8.- Respetar el derecho de toda persona a su intimidad. No causar innecesariamente faltas morales ni lesionar a propósito la personalidad de nadie.

- a) El derecho a la información se ejerce sobre la base de la verdad que hay que buscar y comprobar para asegurarse que el público reciba la versión fidedigna de los hechos ,libre de la posición y de la opinión que pueda tener el periodista sobre ellos no manipular la noticia.

- b) Toda información ha de ser imparcial y ofrecida con la mayor objetividad posible. La opinión está reservada a las secciones destinadas a la orientación de los receptores.
- c) La difusión noticiosa no debe perturbar la moral, el orden ni la tranquilidad a que tienen derecho los receptores y el público en general.
- d) La información de los hechos trágicos, desagradables o que hieren los normales sentimientos, expresarla sin sensacionalismo y evitando toda clase de escándalo, recordar que la veracidad de lo que se informe exigen siempre, cuidar las formas. Y no olvidar que también diariamente ocurren hechos positivos que ayudan a vivir y enaltecer a la persona humana y a la sociedad. La prensa es el primer poder de los pueblos libres, usarlo con ética para servir debidamente a la sociedad.

CAPITULO VII.- DEBERES DE LAS EMPRESAS EDITORAS

Art.9.- Acoger el derecho de quien se considere afectado por alguna publicación o difusión, en cualquier forma o medio de manifestar su respuesta, aclaración o rectificación, según sea el caso invocado por el o los titulares de tal derecho, sin esperar la acción notarial y/o judicial que fuere pertinente.

Art.10.- Diferenciar lo estrictamente periodístico de lo publicitario. No recibir remuneración alguna por informaciones periodísticas. Y que sea claramente reconocible por el receptor la publicidad que por su forma sugere al público un contexto noticioso.

Art.11.- No obligar al periodista que trabaja en la empresa editorial, medio de comunicación social, institución o entidad alguna como tal a escribir, fotografiar o destacar lo que es moralmente lesivo a la persona, como la pornografía. La violencia, el delito, el suicidio y todo cuanto desde el punto de vista ético puedan contrariar el deber y la finalidad social de la empresa.

CAPITULO VIII.- DE LAS MEDIDAS DISCIPLINARIAS

Art.12.- El colegio, mediante su respectivo Tribunal de Honor Departamental, sancionará en primera instancia, disciplinariamente a los miembros que en el ejercicio de la profesión periodística y al juramento prestado al incorporarse a la orden.

Art.13.- El colegio puede aplicar a sus miembros, de acuerdo a la gravedad de la infracción, las siguientes medidas.

- a) Amonestación, que puede ser pública o privada.
- b) Suspensión como miembro de la orden hasta por un máximo de seis meses.
- c) Separación definitiva o por tiempo indefinido, por falta grave calificada por el Tribunal de Honor.

1.6.3. Principios rectores del Grupo El Comercio

El Grupo El Comercio fue fundado en 1996, el cual en el 2012 publica su tercera edición de los Principios rectores del Grupo El Comercio, este libro se ha innovado y quienes pertenecen a esta empresa deberán cumplir con ética y profesionalismo.

A. DE LOS VALORES

1. LA INDEPENDENCIA

Solo un comportamiento editorial independiente otorga al medio la autoridad necesaria para orientar a la comunidad.

- i. **La independencia** representa el factor primordial para alcanzar la veracidad y, por ende, la credibilidad. Solo cumpliendo esta exigencia, los lectores aceptarán las informaciones y criterios orientadores que se difundan.
- ii. Los medios y periodistas del Grupo actúan con total **independencia de los distintos poderes e intereses**, sean políticos, económicos, militares, religiosos, societarios o de cualquier índole.
- iii. **La independencia del periodista ante sí mismo** y, en consecuencia, el dejar de lado las inclinaciones personales, es la más difícil de mantener y, por lo tanto, la que más atención debe merecernos.
- iv. Esta exigencia se traslada al plantel de periodistas en la forma de **incompatibilidades** con actividades de tipo personal, laboral, social, económico, político y de cualquier otra índole que puedan desempeñar fuera del medio y que puedan afectar su independencia, como los cargos públicos; se exceptúa la docencia. Los periodistas y funcionarios del Grupo que opinen en otros medios de información pueden hacerlo solo en representación del medio al que pertenecen, lo que deberá quedar claro para la audiencia. Los medios detallan en sus libros de estilo o equivalentes las incompatibilidades que le aplican.
- v. En resguardo de su independencia, los directores periodísticos deben abstenerse de aceptar citaciones de autoridades políticas a sus respectivos despachos. Se exceptúan los casos de convocatorias gremiales en las que deberán representar al medio. De presentarse situaciones que merezcan otras excepciones, los directores periodísticos deben evaluarlas con tino.

vi. Los periodistas solo aceptan invitaciones a viajes cuando estas se den dentro de las siguientes circunstancias:

- Que el viaje ofrezca posibilidades informativas.
- Que la invitación llegue a nombre del medio.
- Que el director periodístico, o quien este delegue, pueda decidir quién viaja.
- Que no exista exigencia de publicación alguna a cambio del viaje.

2. LA VERACIDAD

La búsqueda de la veracidad y el mantenimiento de la credibilidad son exigencias supremas de los medios del grupo. de ello depende su vigencia como el grupo informativo de referencia.

- i. En la **búsqueda de la veracidad**, los periodistas del Grupo El Comercio nunca deben detenerse en el empeño de alcanzar el máximo rigor y equidad: rigor para recoger los hechos de acuerdo a como sucedieron y equidad para atender los diferentes puntos de vista, especialmente el del denunciado.
- ii. La veracidad de la información debe permitir a la audiencia obtener elementos de juicio que la lleven a **formarse una opinión acorde con la realidad**.
- iii. Un elemento fundamental de la veracidad es la **firmeza**. Gracias a esta –y al coraje que implica– el periodista no vacilará cuando deba asumir las consecuencias de decir la verdad. La falta de firmeza resulta la gran aliada de la mentira o de la media verdad.
- iv. La **credibilidad** del medio parte de la convicción de veracidad que la audiencia perciba en las informaciones. Por ello, no se las debe sacar de su contexto o sesgarlas ni aun para satisfacer los intereses o deseos

de la audiencia. Menos aún se puede caer en el desatino de hacerlo en beneficio del medio, ya sea para mostrar hechos de una manera tal que se acerquen a su línea editorial o en función de objetivos de mercadeo o empresariales.

- v. Los periodistas del Grupo El Comercio solo difunden informaciones **que estén debidamente comprobadas**. Constituyen excepción aquellos casos en los que, luego de una profunda evaluación ética y atendiendo a la necesidad de cumplir la misión informativa, los niveles de mando correspondientes llegan a la conclusión de que, a pesar de la falta de confirmación, no difundir el hecho ocasionará un eventual perjuicio a la ciudadanía. La falta de comprobación debe ser señalada en la propia información.
- vi. Desde el punto de vista corporativo, la exigencia de veracidad se fundamenta, además, en que la **credibilidad del Grupo se irradia desde todos sus medios**, por lo que la mala actuación de uno contagiara a todos.

3. EL ENTRETENIMIENTO, LA CULTURA Y EL ESPÍRITU

Proporcionar entretenimiento y cultura es un servicio que los medios del grupo prestan a los ciudadanos en procura de mejorar su calidad de vida.

- i. El Grupo El Comercio propugna difundir **informaciones que entretengan y eleven el horizonte cultural y espiritual** de su audiencia.
- ii. El concepto de **entretener se asume como intrínseco a todas las informaciones**. Por más complejo o profundo que sea el tema, una información bien desarrollada no tiene por qué dejar de ser entretenida.

iii. El Grupo entiende el término **cultura informativa** desde dos acepciones:

- La amplia: la entiende dentro del cumplimiento de las misiones orientadoras e informativas dirigidas a nutrir al ciudadano con informaciones de toda índole, encaminadas a satisfacer su intelecto y a elevar su nivel de conocimiento en los temas que sean de su interés.

- La especializada: referida a la difusión de informaciones centradas en temas eminentemente culturales y artísticos. Suelen ser publicadas en secciones y productos especializados.

iv. El Grupo El Comercio conceptúa la **información en el campo espiritual** como un apoyo al fortalecimiento del ser humano en su mundo interior. Entiende lo espiritual-religioso desde un criterio ecuménico.

4. LA INNOVACIÓN

El grupo el comercio alienta la innovación periodística como un requisito indispensable para mantener su liderazgo en el mercado.

i. Para **alentar la actitud innovadora** de sus trabajadores el Grupo El Comercio reconoce y premia sus esfuerzos. No se desalienta incluso ante los proyectos que no llegaran a ser exitosos.

ii. El Grupo entiende que para innovar se requiere antes que nada **conocer a su audiencia y anunciantes.**

- iv. El Grupo es abierto a **difundir sus logros innovadores**. Se exceptúan los casos en que se podrían poner en riesgo las actividades estratégicas y aquellos otros que puedan surgir de restricciones legales o contractuales.

5. EL SERVICIO

El grupo el comercio parte del convencimiento de que solo si prioriza el servicio a su audiencia y anunciantes mantendrá el liderazgo en el futuro. para ello se dirige a todos los niveles socioeconómicos dentro de una cobertura de alcance nacional.

Los medios también pueden servirse entre sí, dentro de las políticas de sinergia que el grupo impulse y sin que esto implique perder independencia.

- i. Consistente con atender la cultura informativa de la audiencia, el Grupo **sirve a todos los niveles socioeconómicos**. Dependiendo del perfil de cada medio, pondrá énfasis en uno u otro.

- ii. El Grupo El Comercio entiende el concepto de **servicio periodístico** básicamente desde tres frentes:

- Primero, atendiendo a su audiencia en sus requerimientos de cultura informativa.
- Segundo, difundiendo informaciones útiles que le solucionen a su audiencia problemas concretos de la vida diaria. El concepto de utilidad debe estar inmerso en las informaciones publicadas en las diferentes secciones de los medios y no circunscrito a aquellas áreas dedicadas a un tipo específico de servicio informativo.

- Tercero, propugnando que el medio y el periodista se acerquen a su audiencia. Por ello, el Grupo El Comercio favorece la organización de actividades en las que periodistas y ciudadanos participen conjuntamente.

iii. El Grupo El Comercio entiende el concepto de **servicio al anunciante** desde los siguientes frentes:

- Proporcionando una vía de comunicación prestigiosa que le permita difundir su información comercial de manera eficiente, honesta, veraz y rentable.
- Estudiando y analizando sus necesidades para así poder ofrecerle la mejor opción comercial.
- Ofreciendo la más amplia gama de opciones publicitarias, ya sea de manera individual o en conjunto, en los diferentes medios del Grupo.

iv. **La sinergia o servicio entre medios** se da especialmente en dos áreas:

- La primera consiste en compartir informaciones sin que ello melle su independencia.
- La segunda implica el apoyo mutuo en la promoción de los productos informativos del Grupo, tarea que está a cargo de la Gerencia de la Unidad de Negocio. Se parte del entendimiento de que los directores periodísticos comprenden la importancia de intercambiar este tipo de informaciones promocionales, pero sin dejar de anteponer el criterio de interés para su audiencia y su autonomía informativa. Por ello, la Gerencia de la Unidad de Negocio debe proponer informaciones que sean noticia.

6. LA INFORMACIÓN PUBLICITARIA Y LOS VALORES

La publicidad también es información, si bien de carácter comercial. Dentro de este marco, su veracidad es fundamental para cumplir la visión y misión del grupo.

i. El Grupo El Comercio parte de la base de que la información publicitaria es un **servicio tan valioso para el usuario como la noticiosa**. Por ello, en lo que apliquen, rigen para la información publicitaria los presentes Principios Rectores.

ii. Obedeciendo la misión de ofrecer un eficaz servicio, las oficinas comerciales deben **tener una idea precisa de las necesidades de sus anunciantes**. Esta es una exigencia fundamental para permitirle difundir su información comercial en forma eficiente, honesta, veraz y rentable.

iii. La forma como la información publicitaria se presenta a la audiencia debe ser diferente **a la de la información noticiosa**, de tal manera que a la audiencia le quede totalmente claro qué tipo de información recibe.

iv. En consideración a que los medios del Grupo subsisten gracias a la calidad de los contenidos que difunden, **la publicidad no puede interferir con la calidad del producto informativo ni con los derechos de la audiencia**. De darse el caso, el director periodístico, o quien este delegue, puede retirar la pieza publicitaria, potestad que debe ser ejercida con la necesaria medida.

v. Por razones éticas y de responsabilidad legal, los directores periodísticos de los medios, o aquellos en quienes estos deleguen, deben, en cada caso, decidir sobre la difusión de toda aquella **publicidad que contenga comunicados** u otra información que pueda ir en contra de estos Principios Rectores. Cada medio establece el respectivo procedimiento de consultas en coordinación con el área de comercialización.

vi. Los directores periodísticos, sus **editores y periodistas apoyan al área de comercialización**. Lo hacen de manera especial en lo que compete a lograr la mejor presentación y eficiencia de la publicidad. El apoyo no implica intervenir en la gestión de venta, sesgar contenidos a pedido del área comercial, ni acción alguna que distancie al medio de su línea editorial.

B. DE LA LÍNEA EDITORIAL

7. LA DEFENSA DE LA DEMOCRACIA

Los medios del grupo mantienen una línea editorial comprometida con la defensa de la democracia y, consecuentemente, con la vigencia del estado de derecho. Profesan un pluralismo informativo. Propenden a la institucionalización del estado, a la descentralización del país y a la integración internacional.

i. Durante su **historia**, el Grupo El Comercio ha sido testigo de excepción de las más amargas experiencias antidemocráticas y sus nefastas consecuencias históricas para el país.

ii. Ha podido comprobar que, de los sistemas políticos conocidos basados en la libertad del individuo, solo **la democracia** puede asegurar el desarrollo sostenido y la consecuente calidad de vida.

iii. Se tiene conciencia, por las comprobaciones históricas, de que es fácil para un país, incluyendo la prensa, dejarse obnubilar por las **soluciones políticas facilistas** –los golpes de Estado son el ejemplo emblemático–. Sin embargo, estos facilismos suelen implicar la transgresión de principios democráticos y el consecuente quiebre del Estado de derecho. Cuando alguien ha optado por el atajo, este ha significado resquebrajar casi inexorablemente los cimientos mismos de la democracia con consecuencias, a la larga o a la corta, negativas para el ciudadano. Por ello, el Grupo se opone a todo tipo de alteración, acomodo o interpretación maliciosa que justifique la transgresión de la institucionalidad democrática.

iv. De acuerdo con su **espíritu pluralista**, el Grupo El Comercio informa sobre todas las tendencias políticas. Se exceptúan las que propugnan la violencia y la ruptura del Estado de derecho para el cumplimiento de sus fines. Solo el director periodístico puede, en aras de la misión informativa, autorizar las excepciones. (Ver La misión informativa, Principio Rector 8, La defensa de los derechos humanos, ii, iii).

v. El Grupo respalda el **fortalecimiento de las instituciones**, base de toda democracia sólida.

vi. Propugna la **descentralización** en cuanto esta procura el desarrollo de los ciudadanos de todo el país. Por ello, atiende las preocupaciones y necesidades informativas de las regiones.

vii. En el plano internacional, y consciente del actual proceso de globalización, impulsa la sana **integración** de los pueblos, especialmente la de los miembros de la comunidad iberoamericana.

8. LA DEFENSA DE LOS DERECHOS HUMANOS

Los medios del grupo defienden los derechos humanos, la convivencia pacífica entre los pueblos y la igualdad entre los hombres.

i. El Grupo vela por **la vigencia de la Declaración Universal de los Derechos Humanos** y las demás normas inspiradas en ella. Por consiguiente, defiende a quienes ven sus derechos vulnerados o amenazados.

ii. Es partidario de una **cultura de paz** y de la consecuente solución pacífica de las diferencias entre los pueblos. Sin embargo, no deja de propugnar la más enérgica y legítima defensa cuando la seguridad del país se ve amenazada por una agresión armada.

iii. El Grupo reacciona ante hechos que atentan contra **la igualdad de las personas y los derechos de las minorías**. Se opone así a cualquier tipo de segregación, ya sea de raza, sexo, política, religión, económica, etcétera.

9. LA DEFENSA DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Los medios del grupo no cejan en la defensa de la libertad de expresión y de prensa. La entienden desde tres escenarios distintos: como el derecho que defiende todos los demás derechos; como el derecho de los ciudadanos a dar y recibir información y opiniones; y como el marco

que permite a los medios ejercer su función periodística. El grupo propugna y defiende también el eficiente y completo acceso a la información pública.

i. El Grupo El Comercio entiende que la lucha por la libertad de expresión no es solo en beneficio de la prensa. Lo es, prioritariamente, en **provecho de todos los ciudadanos**. Por ello no cesa en defenderla.

ii. El Grupo tiene muy claro que, así como se debe exigir el derecho a la libertad de prensa, también se tienen que **cumplir los deberes** hacia quienes nos otorgan ese derecho: los ciudadanos.

iii. El libre **acceso a la información pública** es también un derecho que el periodista debe ejercer y hacer cumplir con energía. Este se basa en el precepto de que la información pública pertenece a los ciudadanos y no a los funcionarios públicos. La información pública debe ser de fácil acceso y ofrecida de manera completa y gratuitamente o a un costo razonable. Por su parte, el periodista debe ser igualmente respetuoso de mantener la reserva en las ocasiones en que está de por medio la real seguridad del Estado o de los ciudadanos, así como otras razones admisibles.

iv. Observante del **artículo 19** de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y como firmante e impulsor de la **Declaración de Chapultepec** de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) —el gran marco de la libertad de prensa en nuestro continente—, el Grupo El Comercio recoge en estos Principios Rectores el espíritu de lo expresado en esas normas.

v. En el **aspecto gremial**, el Grupo El Comercio unifica su defensa de la libertad de prensa con la lucha que hacen la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y el Consejo de la Prensa Peruana, de los cuales es miembro fundador. Colabora también con las asociaciones nacionales y mundiales que protegen esta libertad, y participa en muchas de ellas.

vi. El Grupo El Comercio respeta y defiende el derecho a la libre **empresa informativa**.

vii. En el campo laboral, el Grupo El Comercio se opone a la **colegiación obligatoria** del periodista, pues, por obligatoria, restringe el derecho a la libertad de expresión.

10. LA DEFENSA DE LA CALIDAD DE VIDA

Los medios del grupo buscan la calidad de vida de los ciudadanos. Para ello orientan a la comunidad hacia la práctica de los deberes y derechos y la consecuente observancia de los valores cívicos. Impulsan también la estabilidad del núcleo familiar y la preservación del medio ambiente. Aplican editorialmente la política informativa del buen gobierno.

i. La **calidad de vida** es un criterio subjetivo en su definición, pero muy concreto en su percepción: dentro de sus naturales aspiraciones humanas toda persona desea un mejor nivel de vida. Por ello los medios del Grupo colaboran editorialmente para que dichas aspiraciones sean alcanzadas tanto en los aspectos materiales como espirituales.

ii. Los medios del Grupo **orientan a los ciudadanos a que exijan sus derechos** con la misma firmeza con que deben cumplir sus deberes para con los demás. En consecuencia, el grupo critica editorialmente el incumplimiento de los deberes por parte de los ciudadanos, y lo hace con mayor énfasis si se trata de autoridades.

iii. El Grupo orienta a la comunidad hacia el **cultivo de los valores cívicos**, especialmente los que propugnan la libertad, la verdad, la honradez, la igualdad, el respeto por las buenas costumbres y el servicio a los demás.

iv. Dentro de esta preocupación por mejorar la calidad de vida, el Grupo **defiende a la familia**, esencia de la sociedad.

v. Con respecto a la preservación del **medio ambiente**, el Grupo parte del principio de que la naturaleza está para ser usada, pero no dañada. Dentro de ese marco, denuncia los abusos contra el medio ambiente, pero también eventuales excesos de ciertos grupos ambientalistas.

vi. Entiende y aplica la política del **buen gobierno** como la orientación que los medios deben dar a las autoridades de todo tipo y de cuyas decisiones y acciones depende la calidad de vida de los ciudadanos. Ello no significa de manera alguna tener que apoyar editorialmente a los gobiernos de turno. Sí implica criticar a las autoridades cuando actúen incorrectamente y denunciarlas cuando cometan actos ilícitos o inmorales.

C. DE LOS PERIODISTAS Y SUS MEDIOS

11. LA RESPONSABILIDAD PERIODÍSTICA

Ejercer un periodismo responsable empieza por cumplir estos principios rectores. el periodista que produce una información es responsable de ella ante sí mismo, su medio y la comunidad a la que sirve. la equidad informativa se complementa con la regla de oro: ponerse en el caso del sujeto sobre el que se informa. los periodistas y medios deben estar atentos a la constante amenaza de la autocensura. el grupo respeta el 'off the record' y los embargos informativos.

i. Editar un medio informativo, cualquiera sea su modo de distribución, es una de las misiones humanas que más **responsabilidad** requiere, ya que nos arrogamos el derecho de difundir qué informaciones debe recibir el ciudadano. Para ello el periodista tendrá en cuenta la oportunidad, jerarquía e intensidad con que se da la información, la frecuencia con que se reitera y la elección del material periodístico al desarrollar la nota informativa. Estas son exigencias que los periodistas tendrán en cuenta para cubrir los distintos ángulos de la noticia. Este principio cobra aun mayor trascendencia cuando se trata de una investigación o denuncia periodística.

ii. La responsabilidad periodística se desempeña en el marco de la Visión, Misión y Valores del Grupo.

iii. Para que el complejo mecanismo de premio o sanción pública funcione y los medios del Grupo estén permanentemente entre los **premiados** con la aceptación de la ciudadanía, es imprescindible que cada periodista ponga en práctica estos Principios Rectores.

iv. **El periodista es el primer responsable** de la información que prepara. Sin embargo, ello no exime de responsabilidad a toda la línea de editores encargados de supervisarla y mejorarla.

v. El mecanismo de la responsabilidad periodística se complementa con el cumplimiento de la **Regla de Oro**: antes de difundirse una denuncia o información conflictiva, en cualquiera de sus grados, el periodista debe ponerse en el caso del sujeto sobre el que se informa. Hará entonces su mayor esfuerzo para establecer, desde esa otra óptica, tanto el rigor o equidad de la información así como determinar si al implicado se le está limitando alguna legítima prerrogativa. De esta manera se garantiza a la audiencia un alto margen de certeza de contar con una información justa y equitativa.

vi. En la búsqueda de la responsabilidad, la **autocensura**, cualquiera sea su origen, se presenta como una de las peores amenazas al cabal cumplimiento de la profesión periodística. El controlarla empieza por una labor de introspección que, como tal, debe ser enfrentada por el propio periodista. Los medios del Grupo deben estar atentos a controlar las razones externas que motiven la autocensura, así como a no generar situaciones internas que la provoquen. El periodista no debe confundir la autocensura con el acatamiento de las normas internas del medio.

vii. Dentro de la política de la responsabilidad periodística, los periodistas del Grupo El Comercio son respetuosos del '**off the record**' y los **embargos informativos**. De abusar de estas muestras de confianza que otorgan las fuentes, serán los medios, a la larga, los más grandes perjudicados.

viii. El periodista está obligado a guardar el secreto profesional y la confidencialidad de todos los aspectos inherentes a su vinculación con el Grupo.

ix. En el ejercicio de su función, el periodista representa y personifica al medio. Por tal motivo y en atención a estos Principios Rectores, cuida su imagen personal ante la exposición pública.

x. Los colaboradores no periodistas, por su parte, no pueden estar ajenos a los aspectos referidos a la práctica y los valores periodísticos y deberán hacerlos suyos en lo que les corresponda.

xi. Pocas frases han logrado captar la esencia de la responsabilidad periodística como la que nos legó un insigne periodista peruano, quien fue director periodístico de El Comercio, **Luis Miró Quesada de la Guerra**: “El periodismo, según como se ejerza, puede ser la más noble de las profesiones o el más vil de los oficios”.

12. LA AUTONOMÍA INFORMATIVA

Los directores periodísticos de los medios del grupo gozan de autonomía para aplicar su línea editorial y consecuentemente decidir sobre lo que se difunde en su medio. sus decisiones se deben enmarcar en estos principios rectores. los periodistas tienen autonomía informativa dentro de la coherencia editorial y el manejo de informaciones conflictivas. no se someten ante quienes pretenden interferir en sus labores.

i. Los directores periodísticos del Grupo El Comercio cuentan con **autonomía** para plantear, aplicar y desarrollar la línea editorial del medio. Esto implica la correspondiente autonomía para decidir qué

informar en sus medios. Solo así pueden ofrecer líneas informativas originales y de interés para su audiencia. Esta autonomía debe ser ejercida dentro del cumplimiento de los Principios Rectores.

ii. No puede haber, en consecuencia, un **compromiso** asumido por cualquier estamento de la organización o accionistas que restrinja u obligue a la Dirección respecto de lo que debe o no difundir.

iii. El director periodístico es responsable de que su plantel de periodistas mantenga la **coherencia editorial**, entendida como los lineamientos informativos que la audiencia reconoce como propios de ese medio y que generalmente comparte. Y es que solo entendiendo al medio, la audiencia se comprometerá con su línea editorial y se vinculará a largo a plazo con él. La coherencia editorial se enmarca en tres niveles:

- Los valores del medio.
- Los Principios Rectores normados por el Grupo.
- La línea editorial establecida por el director periodístico del medio.

iv. En casos de denuncias u otro tipo de **informaciones conflictivas** –que en situaciones extremas puedan afectar, a criterio del director periodístico, la gobernabilidad del país, el orden democrático, las instituciones tutelares o al propio medio– el director periodístico citará al Consejo Consultivo Editorial en busca de un amplio espacio que le permita tomar la decisión con prudencia, perspectiva y coherencia.

v. Los periodistas del grupo gozan de autonomía informativa respecto de la propia organización, de quienes la componen y de sus anunciantes. Esta **autonomía se enmarca dentro del cumplimiento de los Principios Rectores, la coherencia editorial del medio y el manejo de temas conflictivos**. En esa perspectiva, el periodista no debe sorprenderse si su información, que a consideración del director periodístico, o quien este delegue, pudiese afectar alguno de estos criterios, es recortada, pospuesta o no difundida.

vi. En los casos en que el cumplimiento de alguna comisión periodística frente al periodista a un **conflicto de conciencia**, puede solicitar a su superior jerárquico que se le releve del encargo. Si su solicitud no es aceptada, puede apelar al director periodístico o a quien este delegue. Similar procedimiento se aplica a las solicitudes de los periodistas para abordar determinados temas que no se enmarquen dentro de la coherencia editorial, y que puedan haber sido rechazadas.

vii. Los periodistas del Grupo El Comercio no se someten ante quien pretende interferir en sus labores desde fuera de la línea normal de mando. De darse el caso de **interferencias internas o externas**, el periodista asume como primera medida la de no aceptar lo exigido. Seguidamente pone el hecho en conocimiento de su superior. El director periodístico del medio tomará las medidas para evitar que se repita.

viii. Los directores periodísticos deberán ceñirse a las **políticas administrativas** que señala la empresa.

ix. Los **gerentes de la Unidad de Negocio** –o quienes cumplan sus funciones– participan y actúan en las decisiones relacionadas con el cumplimiento de los objetivos del medio. No intervienen en la aplicación de la línea editorial.

13. EL USO RESPONSABLE DEL PODER

El poder que otorga ser periodista del grupo el comercio debe ser usado exclusivamente en beneficio del ciudadano, nunca en provecho propio.

i. Cada vez que un ciudadano se informa y orienta a través de un medio, le otorga poder al periodista y al medio. Este poder se potencia además por la calidad y cantidad de su audiencia.

ii. El **poder –aquel dirigido a hacer el bien– es indispensable** para que la prensa pueda cumplir con su misión. Solo contando con poder suficiente se puede estar en condición de enfrentar otros poderes: los formales (políticos, económicos, religiosos, etcétera) y los ilegales (mafias, narcotráfico, terrorismo, entre otros).

iii. **El poder obnubila** con facilidad, por lo que el periodista y el medio deben ser capaces de manejarlo a favor del ciudadano y no en beneficio propio.

iv. Hay que tener muy claro que el **abuso del poder** ocasiona indefectiblemente que la audiencia rechace al medio y al periodista, retirándole el poder que antes le confirió.

14. EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY

La ley debe ser cumplida. los medios del grupo no difunden informaciones que hayan sido obtenidas por sus periodistas quebrantando este precepto.

i. El periodista del Grupo El Comercio debe ser un fiel **cumplidor de la ley** no solo en su vida profesional, sino también en la privada.

ii. Si terceras personas se acercaran con **información obtenida de manera ilegal**, el director periodístico del medio decidirá su difusión. Para ello deberá, primero, haber alcanzado el convencimiento de que es veraz sobre la base de una investigación diligente, responsable y documentada para referencias posteriores de ser requeridas; segundo, que exista la convicción absoluta de que no haya sido manipulada, alterada o descontextualizada; tercero, que en ella quede plena y fehacientemente acreditada la comisión de un delito. La información difundida hará explícita referencia a la forma en que fue puesta a disposición u obtenida por el medio y se protegerá el anonimato de la fuente. Es responsabilidad del director periodístico hacer uso responsable de este principio.

iii. Se exceptúan de cumplimiento las normas promulgadas con el fin de restringir la libertad de prensa. En los casos necesarios, hace incluso pública su **rebeldía**.

15. LA OBJETIVIDAD Y LA SUBJETIVIDAD

Ante el reto de procurar la objetividad, el periodista debe buscar el rigor; frente a la subjetividad, la convicción.

i. En la **búsqueda de la objetividad** informativa el periodista del Grupo El Comercio aporta todos los autocontroles a su alcance que lo lleven a neutralizar las subjetividades propias de su naturaleza humana.

ii. El periodista que se enfrenta a una **información subjetiva** debe analizar a fondo y con honestidad e independencia de criterio todos los aspectos que rodean el hecho. Solo propone su publicación si luego de este profundo análisis ético alcanza la convicción de que la hipótesis que sustenta es, a su entender, válida.

iii. La audiencia debe quedar en la posición de **distinguir, con total claridad, una información objetiva de otra subjetiva**. Para ello, deben determinarse con precisión las distintas formas de presentar una y otra. En las informaciones en profundidad, como en las crónicas, el periodista debe abstenerse de opinar. En casos muy especiales debidamente consultados con su editor podrá usar los distintos tipos de piezas diseñadas para informaciones de opinión.

16. LA PRIVACIDAD Y LA INTIMIDAD

El buen uso periodístico del derecho a la privacidad y la intimidad es prueba de un periodismo maduro y justo. se requiere de un exhaustivo análisis y recto juicio para la aplicación o no de las excepciones.

i. El **manejo de lo privado** –relativo a su entorno más cercano– y **de lo íntimo** –propio de la vida interior del individuo– es uno de los más complejos y sutiles temas que se enfrenta en un medio. Y es que la doctrina sobre el particular queda supeditada irremediabilmente a que cada situación suele constituir un caso aislado. Por ello, es

fundamental que el periodista del Grupo El Comercio esté plenamente compenetrado con las normas legales y principios éticos y doctrinarios que reglamentan la privacidad y la intimidad a fin de estar capacitado para aplicar las excepciones, aspecto clave para sortear los conflictos.

ii. El manejo periodístico del **tema se sustenta en dos aspectos:**

- La norma: los ciudadanos tienen derecho a la privacidad y a la intimidad.
- La excepción: se aplica para las personas públicas; a más exposición pública del personaje, menos vida privada y hasta íntima.

iii. La **excepción** al derecho a la privacidad y a la intimidad se sustenta en que los ciudadanos tienen también la potestad de conocer los aspectos más recónditos del personaje público a quien le ofrendan sentimientos tan propios como, por ejemplo, su exaltación –en el caso de deportistas– o sublimación –en el caso de los artistas–. Similar potestad se aplica sobre los políticos, a quienes los ciudadanos transfieren el derecho de tomar decisiones sobre su futuro.

iv. **Los menores y discapacitados** sujetos a curatela reciben una especial protección. No se hacen públicos, por ejemplo, fotografías ni ningún dato que pueda llevar a su identificación, incluyendo sus iniciales o la zona donde viven.

17. LAS FUENTES

El periodista del grupo el comercio cuida y respeta sus fuentes. es responsable por la calidad y veracidad de la información que le ofrecen. Defiende su anonimato en los casos en que se le exija revelar la identidad de una fuente.

i. El periodista se basa en gran medida en **las fuentes** para brindar un producto informativo de calidad. A más fuentes y pertinencia de ellas, mayor rigor y calidad de la información.

ii. Las personas que proporcionan información lo hacen en la confianza de que el medio del Grupo hará un buen uso de ella. De ahí que sea justo y también práctico que sus declaraciones sean **fielmente consignadas**.

iii. Aquellas fuentes que proporcionan información de buena voluntad y bajo la promesa de que su nombre no se divulgue deben contar con la seguridad de que se respetará su anonimato. Sin embargo, esta es una práctica que debe ser restringida al mínimo, pues no dar a conocer a la fuente le resta credibilidad a la información.

iv. Si mantener el anonimato de la fuente le implica al periodista **hacer frente a los tribunales**, el medio le facilitará asesoría legal.

v. El periodista del Grupo El Comercio debe estar alerta ante algunas **malas fuentes** que, por intereses propios, pretendan mal informar, manipular o desinformar, dando información supuestamente privilegiada pero que es falsa o sesgada. En estos casos no aplica el principio de respeto al anonimato.

vi. El periodista del Grupo El Comercio es el **primer responsable** por la calidad de la información que la fuente le proporciona.

18. LA RECTIFICACIÓN Y LA RÉPLICA

Lo peor del error es no enmendarlo. En el caso de la difusión de datos inexactos, los medios del grupo se rectifican oportunamente. En el caso de solicitud de réplicas, el director periodístico del medio decide la pertinencia de su difusión.

i. Mucho daño podemos hacer cuando cometemos un error. Por ello, la primera actitud del periodista responsable debe ser la de, por **iniciativa propia**, enmendar el dato mal consignado.

ii. **No debe confundirse la rectificación con la réplica.** La primera corrige un dato equivocadamente consignado, la segunda se refiere al pedido de publicar una opinión divergente a la ya difundida. Frente a ellas se adoptan las siguientes políticas:

- La rectificación: en caso de que se reciba un pedido de corregir un dato inexactamente consignado, los medios del Grupo tienen como política rectificarse. Cada medio consignará en su Libro de Estilo la mecánica de rectificación.

- La réplica: en este caso, en que no hay obligación legal ni eventualmente ética, el director periodístico del medio decide la conveniencia o no de su difusión. Se basa para ello en el principio del pluralismo informativo y en el interés o importancia que la réplica pueda tener para cumplir la misión de orientar e informar.

iii. Los medios del Grupo que se han acogido a la **jurisdicción del Tribunal de Ética** del Consejo de la Prensa Peruana se atiene a las resoluciones sobre rectificaciones que este emita.

D. DE LA OPERACIÓN

19. EL NEGOCIO

Los periodistas del grupo el comercio no pueden estar ajenos a los aspectos del negocio que permiten que el medio se difunda y que la empresa tenga éxito.

i. Como señala la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), dentro de las exigencias para que un medio informativo se mantenga independiente está la de ser **rentable**.

ii. Los periodistas del Grupo El Comercio, y en especial sus editores y directores periodísticos, deben **involucrarse en los objetivos administrativos o empresariales que se les asignen**.

iii. Debe quedar claro que el presente Principio Rector se refiere solo a aspectos operativos y **no implica subordinación alguna de los contenidos informativos**.

20. EL CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS RECTORES

Los principios rectores y los consecuentes libros de estilo son de cumplimiento obligatorio para los periodistas del grupo el comercio (diarios, tanto en sus versiones impresas como electrónicas, revistas y otras publicaciones que se editan usando el pie de imprenta o marca de cualquiera de los medios existentes) y, en lo que corresponda, para todos los que participan directa o indirectamente en la elaboración de los productos informativos.

i. El cumplimiento de lo que se señala en estos Principios Rectores es **obligatorio** para los periodistas del medio y de aquellos que, sin

ser periodistas, participan directa o indirectamente desde otras áreas en la elaboración de los productos informativos. Su cumplimiento alcanza también a los colaboradores, en lo que les aplique.

ii. No todo lo que el periodista debe cumplir está escrito en estos principios. Por tanto, para lo no enunciado priman **el criterio, el profesionalismo y la ética**. No se arguya pues, como disculpa fácil para incumplir una obligación, que esta no se encuentra explícitamente señalada en los Principios Rectores o en los consecuentes libros de estilo.

iii. Los **libros de estilo** de los distintos medios de la agrupación estarán necesariamente precedidos de estos Principios Rectores de alcance grupal.

iv. **El Comité Corporativo** tiene la responsabilidad de velar por el cumplimiento de estos Principios Rectores.

v. En casos excepcionales, **cuando los medios han sido aludidos como Grupo** o los preceptos que estos Principios Rectores propugnan han sido o están en peligro de ser agredidos, el Comité Corporativo puede coordinar con los directores periodísticos de los medios los argumentos editoriales para ser esgrimidos grupalmente. En estos casos especiales y acorde con el principio de autonomía informativa, cada director periodístico decide la forma de difundir la información de acuerdo con la coherencia informativa y manejo de temas conflictivos de su medio.

vi. En los casos en que el periodista, habiendo actuado dentro de lo señalado por los Principios Rectores, es denunciado judicialmente, la empresa asume su **defensa legal**.

II. MATERIALES Y PROCEDIMIENTO

2.1. MATERIAL

2.1.1. Población

La población está conformada por los diarios de El comercio y Trome durante el periodo diciembre 2016–mayo 2017, teniendo una totalidad de 364 diarios.

2.1.2. Muestra

Para el estudio se ha creído conveniente aplicar la fórmula de tamaño de muestra, a continuación, la fórmula.

Como es una población grande finita se utiliza esta fórmula.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Estadístico que prueba al 95% de confianza

P: Probabilidad de éxito (0.5)

Q: Probabilidad de fracaso (0.5)

E: Máximo error permisible (0.05)

Reemplazando los valores tenemos:

$$N = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 364}{0.05^2 * (364 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = \frac{349.44}{1.8675}$$

$$N = 187.116 \text{ (diarios)} \sim 188$$

La muestra de este estudio esta conforma por 188 diarios.

El muestreo que se aplicará será el estratificado, dónde cada estrado representa el diario analizado, cuya fórmula es:

$$n_h = \frac{N_h * n}{N}$$

Dónde:

$$n = 188$$

$$N = 364$$

N_h = población estratificada

n_h = muestra estratificada

Estrato	N_h	N	N	n_h
El Comercio	182	188	364	94
Trome	182	188	364	94

La muestra de este estudio está conformada por 188, de la cual se analizarán 94 del diario El Comercio y 94 del diario Trome.

a) Criterios de Inclusión

- Notas Policiales dentro del periodo diciembre 2016- mayo2017.
- Todas las ediciones de lunes a sábado.
- Notas policiales de primera plana.
- Noticias nacionales.

b) Criterios de Exclusión

- Ediciones dominicales.
- Notas internacionales.
- Notas que no sean policiales.

2.1.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La presente investigación está inmersa dentro de la investigación cuantitativa y es un estudio descriptivo porque se observó y se recogió datos sobre el cumplimiento de los principios deontológicos del periodista en las notas policiales el diario El Comercio y Trome.

2.1.3.1. Técnica

La técnica que se utilizó en el presente estudio de investigación es la guía de observación sistemática. Esta técnica consta de un proceso en

cual se observó y se recogió datos de cada nota policial y se evaluó de acuerdo a indicadores establecidos.

2.1.3.2. Instrumento

En la presente investigación se utilizó como instrumento de recolección de datos la lista de cotejo. Este instrumento tiene como objetivo registrar la ausencia o presencia de los principios deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio y El Trome. Dicho instrumento fue validado por 03 expertos para la recolección de datos de los aspectos: Verdad (4 ítems), Equidad e imparcialidad (3 ítems), Responsabilidad (3 ítems), Respeto a la humanidad (4 ítems), Independencia (2 ítems) e Intimidad y privacidad (2 ítems).

El detalle de los aspectos en la lista de cotejo es:

ASPECTOS	ITEMS	CATEGORIA	CÓDIGO
Verdad	1,2,3,4,	Si cumple	01
		No cumple	00
Equidad e Imparcialidad	5,6,7	Si cumple	01
		No cumple	00
Responsabilidad	8,9,10	Si cumple	01
		No cumple	00
Respeto a la humanidad	11,12,13,14	Si cumple	01
		No cumple	00
Independencia	15,16	Si cumple	01
		No cumple	00

Intimidad y	17,18	Si cumple	01
Privacidad		No cumple	00

Para establecer la puntuación de la escala total, se suman las puntuaciones en cada uno de los aspectos. La interpretación de los resultados se llevó a cabo en base a la valoración de la siguiente manera:

PUNTAJE	CATEGORÍA
00 a 05	Bajo
06 a 12	Medio
13 a 18	Alto

Al elaborar la lista de cotejos se va a dividir en los siguientes aspectos: Verdad, equidad e imparcialidad, responsabilidad, respeto a la humanidad e independencia.

Para la validación y confiabilidad del instrumento de recolección de datos se realizó por juicio de expertos que ascendió a un total de 03 jueces (ver ficha 5).

2.2. PROCEDIMIENTOS

2.2.1. Diseño de contrastación

El tipo de investigación es descriptivo longitudinal, ya que se busca conocer el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos de los diarios El Comercio y Trome en las notas policiales en un periodo de 6 meses (diciembre 2016-mayo 2017).

$$M_1 \rightarrow O_1 \rightarrow O_2 \rightarrow \dots \rightarrow O_i$$

$$M_2 \rightarrow O_1 \rightarrow O_2 \rightarrow \dots \rightarrow O_i$$

Dónde:

M: Diarios El Comercio y Trome

Ti: periodo de tiempo

Oi: Observación de los principios deontológicos por mes

Primero se estableció la población para luego escoger la muestra, se aplicó el instrumento a 94 diarios de El Comercio y 94 diarios del Trome; estos datos recogidos fueron sistematizados por el software IBMSPPS.

2.2.2. Procesamiento y análisis de datos

Una vez aplicada la lista de cotejo, los datos obtenidos fueron ingresados en una hoja de cálculo de Microsoft 2016, para la elaboración y análisis descriptivo de la base de datos. Luego se utilizó el software IBM SPSS Statistics versión 24 como soporte para el procesamiento de los datos.

Los resultados del nivel de cumplimiento de los principios deontológicos de los diarios El Comercio y Trome se representaron en tablas simples y de doble

entrada, mostrando la distribución numérica y porcentual de las variables de estudio según los objetivos propuesto.

2.2.3. Tratamiento estadístico

- **Estadística descriptiva:**

La estadística descriptiva se dedicó a analizar y representar los datos a través de cuadros y gráficos.

- **Prueba de Normalidad de Kolgomorv Smirnov:**

Esta prueba se utiliza para contrastar la hipótesis nula de que dos muestras independientes de tamaños n_1 y n_2 proceden de la misma población.

El estadístico de prueba es:

$$D_{n_1, n_2} = \max |F_{n_1}(x) - F_{n_2}(x)|$$

La prueba de normalidad nos ayudó a determinar el tipo de prueba estadística que se utilizará: paramétrica o no paramétrica.

- **Prueba t de Student:**

Es una prueba paramétrica que permite evaluar si dos conjuntos de datos proceden de distribuciones con medias de población igual. Se debe evaluar si las varianzas de las muestras son iguales o desiguales.

La prueba t de Student se utilizó para contrastar si existe diferencia significativa entre los principios deontológicos en los diarios El Comercio y Trome.

- **Prueba U de Mann Whitney:**

Es una prueba no paramétrica que evalúa si la hipótesis nula del contraste es que las dos muestras, de tamaño n_1 y n_2 , respectivamente, proceden de poblaciones continuas idénticas. El estadístico de prueba U de Mann-Whitney se construye a partir de la suma de rangos de una de las muestras, R_i , elegida arbitrariamente:

$$U_i = n_1 n_2 + \frac{n_i(n_i + 1)}{2} - R_i \quad \text{donde } i = 1, 2$$

El estadístico de prueba es el valor Z:

$$Z = \frac{U - \mu_U}{\sigma_U}$$

La prueba U de Mann Whitney se utilizó para contrastar si existe diferencia significativa entre los principios deontológicos en los diarios El Comercio y El Trome.

- **Prueba H de Kruskal-Wallis:**

Este contraste permite decidir si puede aceptarse la hipótesis de que K muestras independientes proceden de la misma población o de poblaciones idénticas con la misma mediana. El único supuesto necesario es que las distribuciones subyacentes de las variables sean continuas y que éstas hayan sido medidas por lo menos en una escala ordinal.

El estadístico de prueba es:

$$H = \frac{12}{n(n+1)} \sum_{j=1}^k \frac{R_j^2}{n_j} - 3(n+1)$$

La prueba H de Mann Whitney se utilizó para contrastar si existe diferencia significativa entre los principios deontológicos durante los meses de diciembre del 2016 a mayo del 2017 en los diarios El Comercio y Trome.

III. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1.1. Resultados de la lista de cotejos para determinar el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos.

TABLA N° 01:

Nivel de cumplimiento de los principios Deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

	Trome		El Comercio	
	fi	%	Fi	%
Bajo	5	5.3	0	0.0
Medio	85	90.4	77	81.9
Alto	4	4.3	17	18.1
Total	94	100.0	94	100.0

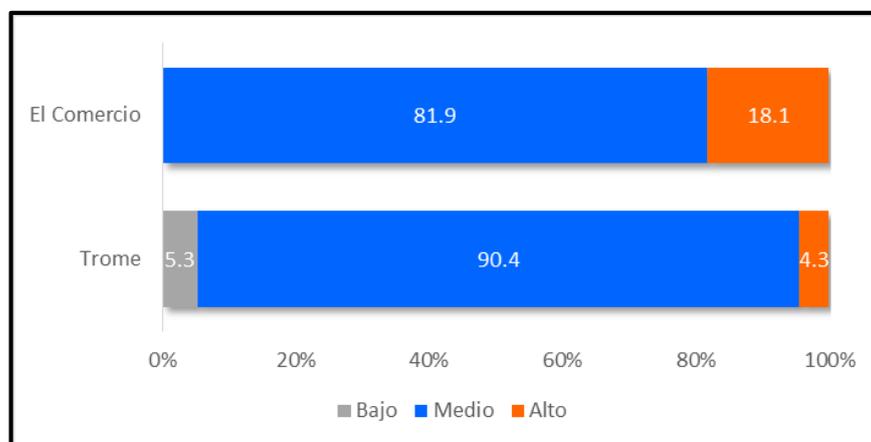


FIGURA 1: Nivel de cumplimiento de los principios Deontológicos en las Noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

Resumen: La figura 1 revela que el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las notas policiales es mayor en el diario El Comercio con un nivel medio con tendencia a un nivel alto.

3.1.2. Resultados de la lista de cotejos para determinar el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos mensual.

TABLA N° 02:

Nivel de cumplimiento mensual de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio.

	12		1		2		3		4		5	
	Diciembre		Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo	
	fi	%	fi	%	Fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Medio	12	75.0	13	86.7	14	93.3	12	75.0	12	75.0	14	87.5
Alto	4	25.0	2	13.3	1	6.7	4	25.0	4	25.0	2	12.5
Total	16	100.0	15	100.0	15	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

TABLA N° 03:

Nivel de cumplimiento mensual de los principios deontológicos en las noticias policiales del diario Trome.

	12		1		2		3		4		5	
	Diciembre		Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	1	6.3	0	0.0	1	6.7	2	12.5	1	6.3	0	0.0
Medio	15	93.8	15	100.0	14	93.3	13	81.3	14	87.5	14	87.5
Alto	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	6.3	1	6.3	2	12.5
Total	16	100.0	15	100.0	15	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

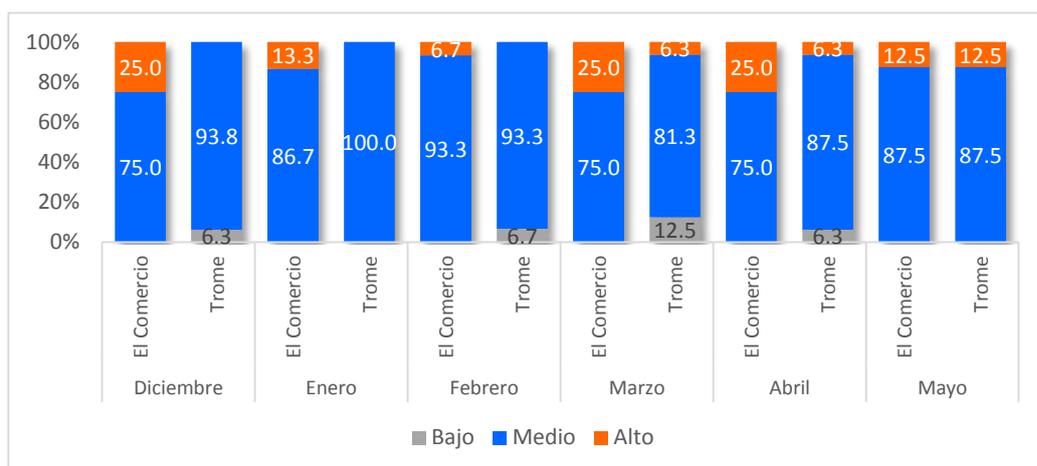


FIGURA 2: Nivel de cumplimiento mensual de los principios deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

RESUMEN: La figura 2 revela que el nivel de cumplimiento mensual de los principios deontológicos en las notas policiales es en su totalidad mayor en el diario El Comercio teniendo un porcentaje destacado de nivel medio en el mes de febrero con un 93.3 %, mientras que Trome en el mes de marzo presenta un menor cumplimiento con un nivel bajo de 12.5.%.

3.1.3 Resultados de la lista de cotejo para identificar los principios deontológicos que cumplen con más frecuencia.

TABLA N°04:

Nivel de cumplimiento mensual de los principios deontológicos que se cumplen con más frecuencia en las noticias policiales del diario El Comercio.

	Verdad		Equidad e imparcialidad		Responsabilidad		Respeto a la humanidad		Independencia		Intimidad y privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	0	0.0	0	0.0	32	34.0	0	0.0	0	0.0	2	2.1
Medio	0	0.0	58	61.7	62	66.0	0	0.0	92	97.9	90	95.7
Alto	94	100.0	36	38.3	0	0.0	94	100.0	2	2.1	2	2.1
Total	94	100.0	94	100.0	94	100.0	94	100.0	94	100.0	94	100.0

TABLA N° 05:

Nivel de cumplimiento mensual de los principios deontológicos que cumplen con más frecuencia en las noticias policiales del diario Trome.

	Verdad		Equidad e imparcialidad		Responsabilidad		Respeto a la humanidad		Independencia		Intimidad y privacidad	
	fi	%	fi	%	Fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	20	21.3	9	9.6	40	42.6	1	1.1	16	17.0	9	9.6
Medio	30	31.9	65	69.1	54	57.4	22	23.4	73	77.7	81	86.2
Alto	44	46.8	20	21.3	0	0.0	71	75.5	5	5.3	4	4.3
Total	94	100.0	94	100.0	94	100.0	94	100.0	94	100.0	94	100.0

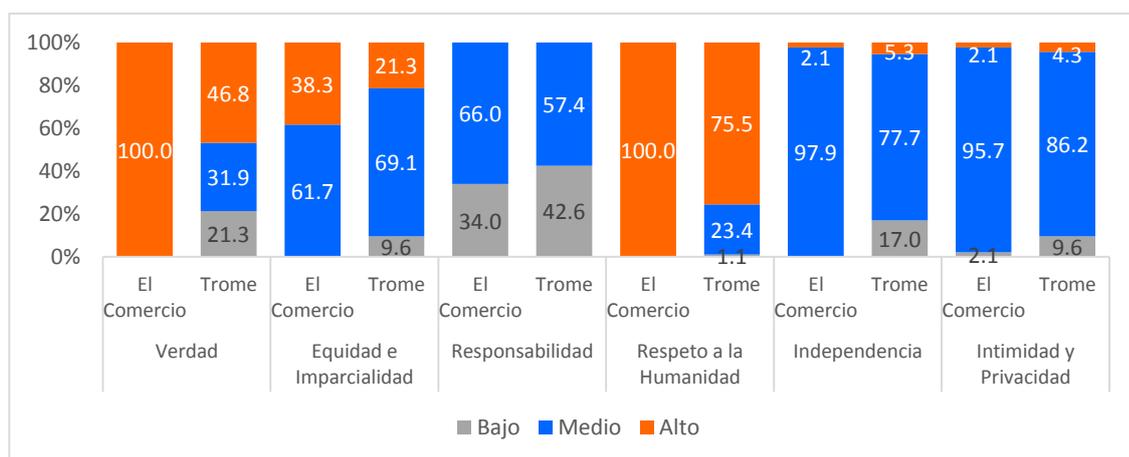


FIGURA 3: Nivel de cumplimiento mensual de los principios Deontológicos en las noticias policiales de los diarios Comercio y Trome.

RESUMEN: La figura 3 revela el principio deontológico que se cumple con mayor frecuencia durante el periodo diciembre del 2016 a mayo 2017 en el diario El Comercio es la verdad y respeto a la humanidad en un nivel alto (100%), mientras que en Trome el principio deontológico que se cumple con mayor frecuencia es intimidad y privacidad con un nivel medio (86.2%) e independencia (77.7%).

3.1.4 Resultados de la lista de cotejo para precisar el nivel de cumplimiento del principio de veracidad, equidad e imparcialidad, respeto a la humanidad, independencia e intimidad y privacidad.

TABLA N° 06:

Nivel de cumplimiento en el mes de diciembre del 2016 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	%
Bajo	0	0.0	0	0.0	5	31.3	0	0.0	0	0.0	2	12.5
Medio	0	0.0	8	50.0	11	68.8	0	0.0	16	100.0	14	87.5
Alto	16	100.0	8	50.0	0	0.0	16	100.0	0	0.0	0	0.0
Total	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

TABLA N° 07:

Nivel de cumplimiento en el mes de diciembre del 2016 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario Trome.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	6	37.5	1	6.3	8	50.0	0	0.0	0	0.0	1	6.3
Medio	3	18.8	11	68.8	8	50.0	3	18.8	16	100.0	15	93.8
Alto	7	43.8	4	25.0	0	0.0	13	81.3	0	0.0	0	0.0
Total	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

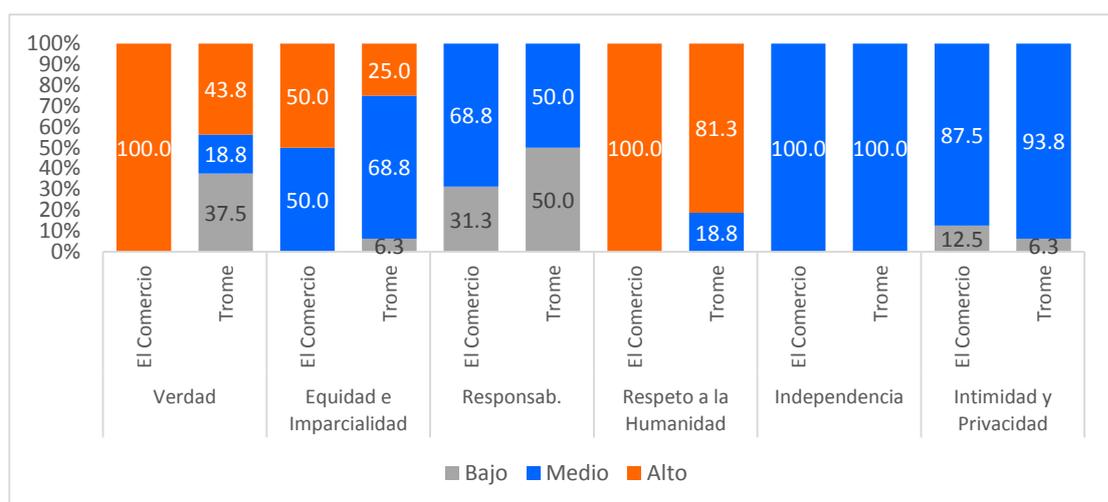


FIGURA 4.- Nivel de cumplimiento en el mes de diciembre del 2016 de los aspectos de los principios Deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

Resumen: La figura 4 revela que el nivel de cumplimiento de los aspectos de los principios deontológicos en las notas policiales es mayor en el diario El Comercio con un nivel alto en verdad y respeto a la humanidad (100%) y un nivel bajo en intimidad y privacidad (12.5%); mientras Trome tiene un nivel medio en independencia y un nivel bajo en responsabilidad (50%).

TABLA N° 08:

Nivel de cumplimiento en el mes de enero del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	2	13.3	0	0.0	9	60.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Medio	7	46.7	11	73.3	6	40.0	6	40.0	15	100.0	15	100.0
Alto	6	40.0	4	26.7	0	0.0	9	60.0	0	0.0	0	0.0
Total	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0

TABLA N° 09:

Nivel de cumplimiento en el mes de enero del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario Trome.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	0	0.0	0	0.0	7	46.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Medio	0	0.0	14	93.3	8	53.3	0	0.0	15	100.0	15	100.0
Alto	15	100.0	1	6.7	0	0.0	15	100.0	0	0.0	0	0.0
Total	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0

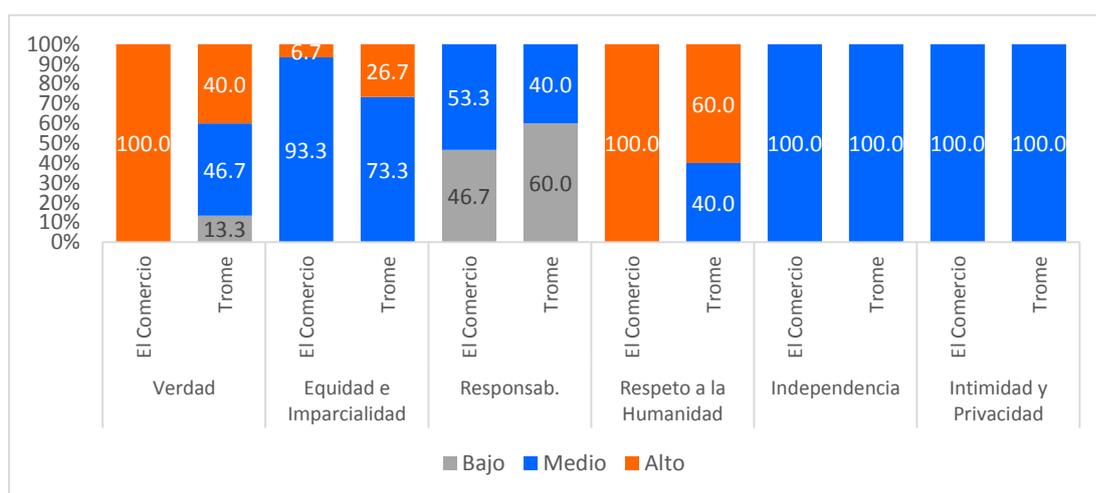


Figura 5.- Nivel de cumplimiento en el mes de enero del 2017 de los aspectos de los principios Deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

Resumen: La figura 5 revela que el cumplimiento del aspecto responsabilidad en el mes de Enero en ambos diarios tiene un nivel bajo con un (46.7%) el diario El Comercio, mientras que el diario Trome un 60%.

TABLA N° 10:

Nivel de cumplimiento en el mes de febrero del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	%
Bajo	0	0.0	0	0.0	8	53.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Medio	0	0.0	11	73.3	7	46.7	0	0.0	15	100.0	15	100.0
Alto	15	100.0	4	26.7	0	0.0	15	100.0	0	0.0	0	0.0
Total	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0

TABLA N° 11:

Nivel de cumplimiento en el mes de febrero del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario Trome.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	1	6.7	3	20.0	8	53.3	0	0.0	6	40.0	3	20.0
Medio	7	46.7	9	60.0	7	46.7	5	33.3	9	60.0	12	80.0
Alto	7	46.7	3	20.0	0	0.0	10	66.7	0	0.0	0	0.0
Total	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0	15	100.0

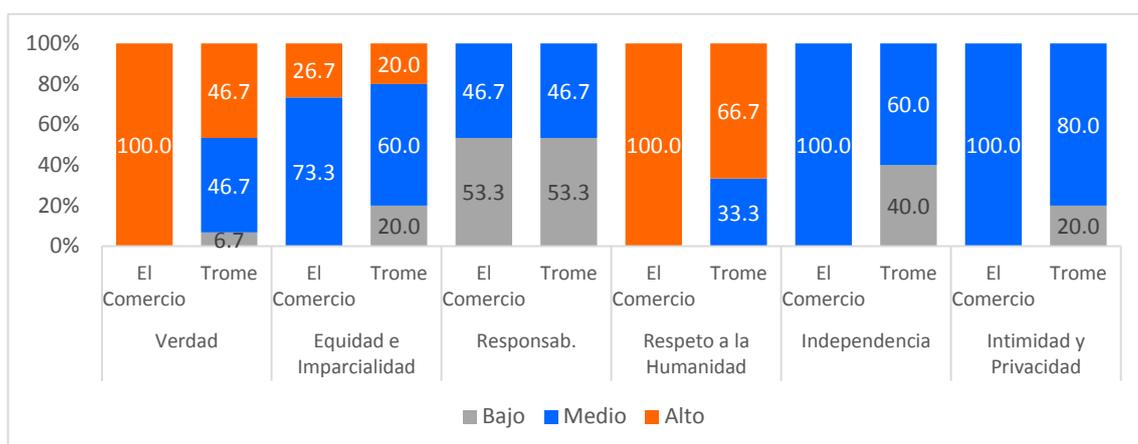


Figura 6.- Nivel de cumplimiento en el mes de febrero del 2017 de los aspectos de los principios Deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

Resumen: La figura 6 revela que en el mes de febrero el aspecto de responsabilidad tiene en ambos diarios un nivel bajo de (53.3%); mientras que en el aspecto de respeto a la humanidad el diario El Comercio tiene un nivel alto (100%) y Trome un nivel medio (80%).

TABLA N° 12:

Nivel de cumplimiento en el mes de marzo del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fí	%	fí	%	fí	%	fí	%	fí	%	fí	%
Bajo	0	0.0	0	0.0	3	18.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Medio	0	0.0	6	37.5	13	81.3	0	0.0	15	93.8	15	93.8
Alto	16	100.0	10	62.5	0	0.0	16	100.0	1	6.3	1	6.3
Total	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

TABLA N° 13:

Nivel de cumplimiento en el mes de marzo del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario Trome.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	%
Bajo	3	18.8	3	18.8	3	18.8	1	6.3	7	43.8	2	12.5
Medio	1	6.3	6	37.5	13	81.3	5	31.3	9	56.3	12	75.0
Alto	12	75.0	7	43.8	0	0.0	10	62.5	0	0.0	2	12.5
Total	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

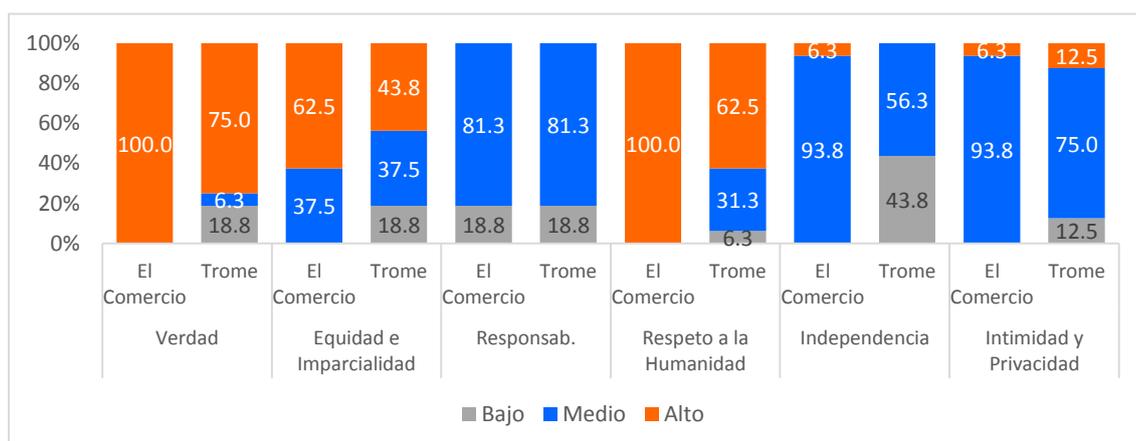


Figura 7.- Nivel de cumplimiento en el mes de marzo del 2017 de los aspectos de los principios Deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

Resumen: La figura 7 revela que el nivel de cumplimiento de los aspectos en el mes de Marzo en el diario El Comercio es alto en verdad y respeto a la humanidad (100 %); mientras en Trome tiene un nivel bajo en independencia (43.8 %).

TABLA N° 14:

Nivel de cumplimiento en el mes de abril del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	%
Bajo	0	0.0	0	0.0	4	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Medio	0	0.0	0.0	0.0	12	75.0	0	0.0	15	93.8	15	93.8
Alto	16	100.0	5	31.3	0	0.0	16	100.0	1	6.3	1	6.3
Total	16	100.0	5	31.3	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

TABLA N° 15:

Nivel de cumplimiento en el mes de abril del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario Trome.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	5	31.3	1	6.3	6	37.5	0	0.0	2	12.5	3	18.8
Medio	8	50.0	14	87.5	10	62.5	3	18.8	11	68.8	13	81.3
Alto	3	18.8	1	6.3	0	0.0	13	81.3	3	18.8	0	0.0
Total	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

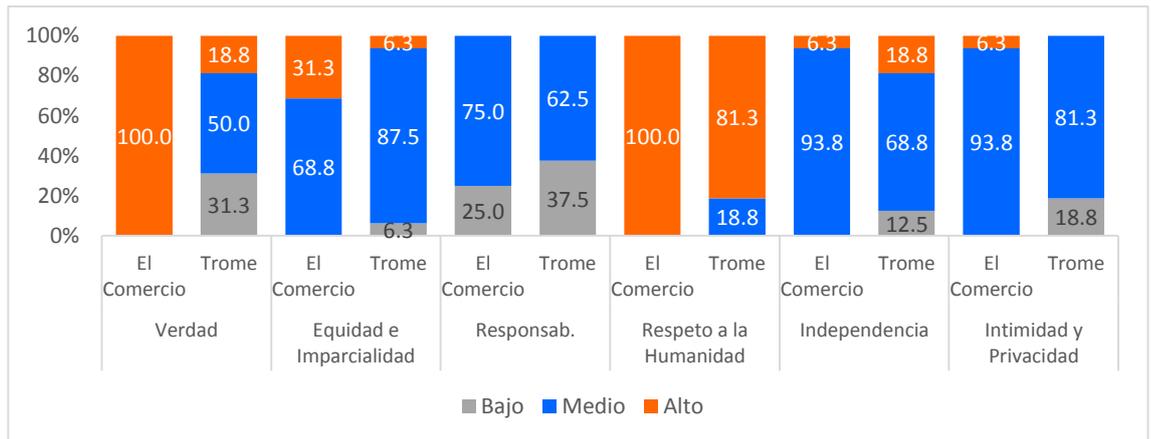


Figura 8.- Nivel de cumplimiento en el mes de abril del 2017 de los aspectos de los principios Deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

Resumen: La figura 8 revela que el nivel de cumplimiento de los aspectos en el mes de Abril en el diario El Comercio es alto en verdad, equidad-imparcialidad y respeto a la humanidad (100%); mientras en Trome tiene un nivel bajo en responsabilidad (37.5%) y un nivel alto en respeto a la humanidad (81.3%).

TABLA N° 16:

Nivel de cumplimiento en el mes de mayo del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	0	0.0	0	0.0	5	31.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Medio	0	0.0	8	50.0	11	68.8	0	0.0	16	100.0	16	100.0
Alto	16	100.0	8	50.0	0	0.0	16	100.0	0	0.0	0	0.0
Total	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

TABLA N°17:

Nivel de cumplimiento en el mes de mayo del 2017 de los principios Deontológicos en las noticias policiales del diario Trome.

	Verdad		Equidad e Imparcialidad		Responsab.		Respeto a la Humanidad		Independencia		Intimidad y Privacidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	3	18.8	1	6.3	6	37.5	0	0.0	1	6.3	0	0.0
Medio	4	25.0	14	87.5	10	62.5	0	0.0	13	81.3	14	87.5
Alto	9	56.3	1	6.3	0	0.0	16	100.0	2	12.5	2	12.5
Total	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0	16	100.0

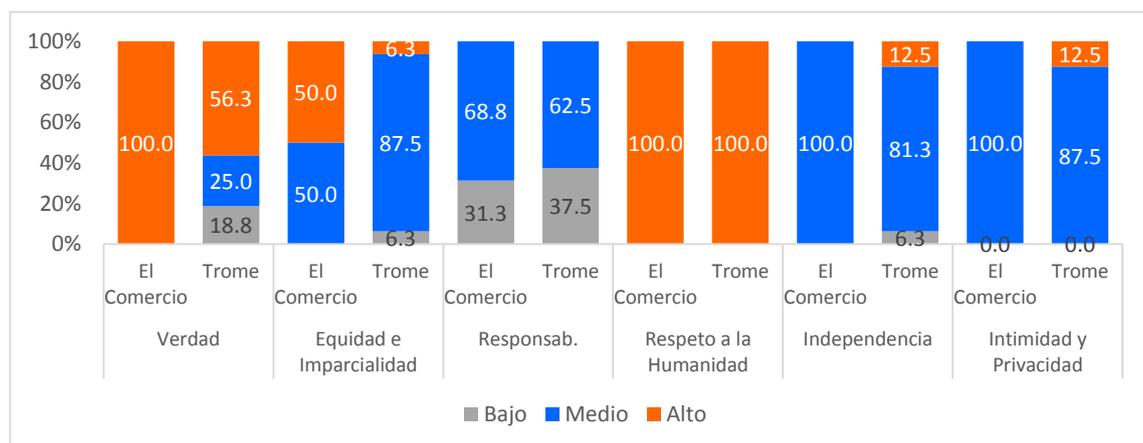


Figura 9.- Nivel de cumplimiento en el mes de mayo del 2017 de los aspectos de los principios Deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome.

Resumen: La figura 8 revela que el nivel de cumplimiento de los aspectos en el mes de Mayo en el diario El Comercio y Trome es alto en respeto a la humanidad (100%); mientras que en el principio de responsabilidad tiene un nivel bajo El Comercio (31.3%) y Trome (37.5%).

IV. INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En relación con el objetivo general: “Determinar el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las noticias policiales de los diarios El Comercio y Trome, diciembre 2016- mayo 2017 en Trujillo”, tanto en la prueba Krustall wallis y como en nuestros tablas y figuras (01) de resultados se considera que en el diario El Comercio existe diferencia significativa, mientras que en Trome no existe diferencia en los principios deontológicos.

El nivel se determinó aplicando la prueba krustall Wallis el efecto de los meses. En el diario El Comercio el valor estadístico utilizado 11.6 y el valor de significancia es 0.040 (menor a 0.05) por lo que se concluye que existe diferencia significativa durando en los meses diciembre2016-mayo 2017. En el diario Trome el valor estadístico utilizado es 9.6 y el valor significativo es 0.087 (mayor a 0.05) por lo que no existe diferencia significativa en los principios deontológicos durante los meses diciembre 2016-mayo 2017.

En la tabla N°1 se observa que el nivel de ambos diarios es medio, si bien el diario Trome tiene un nivel medio con 90.4% tiene una tendencia a un nivel bajo con 5.3% mientras; El Comercio tiene un nivel medio con 81.9 % este tiene una tendencia a un nivel alto con 18.1%.

De manera general los datos evidencian que El Comercio es el que cumple en mayor medida con los principios deontológicos con un nivel medio y alto, lo que cual se explica en el manejo de la información veraz, contrastada y amparada en fuentes. Porfirio (2011) señala sobre el código deontológico: “Es de la constelación de criterios y principios o normas y reglas que de forma explícita y sistematizada un grupo profesional se compromete a respetar y seguir en sus comportamientos como tales profesionales”.

El cumplimiento de estos principios repercute positivamente en la imagen que tiene El Comercio en la colectividad. Este medio es, según la Cámara de Comercio de Lima (2013) “el diario que acapara las preferencias de lectura del público”.

En esa misma línea, el hallazgo de Jaramillo (2016) pondera la importancia del cumplimiento de los códigos deontológicos en diarios impresos. “La mayoría de los ciudadanos encuestados (...) consideran importante la inclusión de valores como el respeto, verdad, ética y moral en los contenidos” (Jaramillo, 2016).

En esa línea, Restrepo (2014) afirma que el único periodismo que sobrevivirá es el ético, que es el que no se limita a contar el hecho, sino que lo explica; no se limita a excitar la vista y el oído de la gente, sino que estimula la inteligencia y, sobre todo, la responsabilidad de la gente con la sociedad.

Los resultados encontrados respecto al diario Trome determinan que cumple los principios deontológicos en un nivel medio, con tendencia al bajo. Este hallazgo coincide, en parte, con la conclusión de Roda y Rojo (2012): “Los códigos deontológicos no son respetados, como así deberían, por los profesionales”.

Con respecto al objetivo específico número uno “Comparar el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las notas policiales de los diarios El Comercio y Trome mensual”, el nivel se determinó en la prueba de U de Mann Whitney, en donde los valores de significancia en cada una de las comparaciones fueron menores a 0.05, por lo que se concluye que existen diferencias significativas en el diario El Comercio y Trome en los meses: diciembre 2016 y enero, febrero, marzo y abril 2017.

En contraste, el valor de significancia de la prueba fue mayor a 0.05 en el mes de mayo del 2017, por lo que se concluye que solo en dicho mes los principios deontológicos en los diarios El Comercio y Trome no presentaron diferencias significativas.

En la tabla N°02 se observa que en el diario El comercio el nivel de cumplimientos es medio con tendencia a alto en los meses diciembre (75% / 25%), enero (86.7% / 13.3%), mientras que en la tabla N°03 se observa que en el diario Trome el nivel de cumplimiento es medio con tendencia bajo en diciembre (93.8% /6.3%) y enero un nivel medio (100%).

De manera general, los porcentajes evidencian que el diario El Comercio durante el periodo diciembre 2016-mayo 2017 sus niveles son mayores a comparación del diario el Trome.

Aznar (2015) La existencia de un código deontológico requiere que se den al menos dos requisitos obvios. El primero, la capacidad cultural de codificar normas de conducta, el segundo la existencia de una actividad profesional que se plantee las normas morales propias de esta actividad”.

En relación al objetivo específico número dos “Identificar los principios deontológicos que cumplen con más frecuencia las notas periodísticas policiales del diario El Comercio y Trome diciembre 2016-mayo 2017”.

En tabla N°04 se observa que en el periodo diciembre 2016-abril 2017, el diario El Comercio tiene un nivel alto en los principios de verdad (100%) y respeto a la humanidad (100%).

En este sentido, los datos permiten identificar algunas situaciones claves que el profesional debe cumplir, como ser minucioso y riguroso con los datos, y muy responsable en la forma de estructurarlos y publicarlos.

En cuanto al principio de veracidad, Norbert, B. (2014) expresa que “el primer deber del periodismo es dar cuenta de los hechos de actualidad de manera veraz y mediante datos que se puedan verificar”

En la tabla N°05 se observa que durante ese mismo periodo el diario Trome tiene un nivel medio en los principios de intimidad y privacidad (86.2%), independencia (77.7%) y un nivel alto en respeto a la humanidad (75.5%).

Esto concuerda con lo que afirma la Unesco (1993), en su Código Internacional de Ética del Periodista en el principio N° 6; “Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre. El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana -en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro-, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, son parte integrante de las normas profesionales del periodista”.

De manera general, los porcentajes evidencian que los diarios El Comercio y Trome permiten identificar que solo cumplen un principio casi similar independencia con un nivel medio. Mientras tanto que el mes de Mayo el principio que se cumple en nivel bajo es responsabilidad en El Comercio (34%) y Trome (42.6%).

Estos resultados fueron porque en el mes de Mayo los periódicos publicaron mucha información acompañadas de imágenes de una noticia que impacto y que no hubo humanidad del medio por tener cuidado al momento de publicar una noticia.

En relación al objetivo específico número tres “Contrastar el nivel de cumplimiento del principio de veracidad, equidad e imparcialidad, responsabilidad, respeto a la humanidad, independencia e intimidad y privacidad en los diarios El Comercio y Trome” este nivel se determinó aplicando la prueba U de Man Whitney, en donde aprecia que en las dimensiones Verdad, Equidad e imparcialidad, Respeto a la humanidad e Independencia los valores de significancia según la prueba U de Mann Whitney en cada una de las comparaciones fueron menores a 0.05, por lo que se concluyen que existen diferencias significativas en los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio en dichas dimensiones. En contraste, el valor de significancia de la prueba fue mayor a 0.05 en las dimensiones Responsabilidad e Intimidad y privacidad, por lo que se concluye que sólo dichas dimensiones los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio no presentaron diferencias significativas.

En la tabla N°04 y N°05 se observa que el nivel de cumplimiento en el principio de veracidad es alto en El comercio (100%) y Trome (46.8%) ; en el principio de equidad e imparcialidad el nivel de cumplimiento es medio en El Comercio (69.1%) y en Trome (61%); en el principio de respeto a la humanidad tienen un nivel alto en El comercio (100%) y en Trome (75.5%); en el principio de independencia tienen un nivel medio en El Comercio (97.9%) y en Trome (77.7%) ; en el principio de responsabilidad el nivel de cumplimiento es bajo en El Comercio (34.8%) y en Trome (42.6%) e intimidad y privacidad tiene un nivel medio en El Comercio (95.7%) y en Trome (86.2%).

De manera general, los porcentajes evidencian que los diarios El Comercio en su mayoría cumplen los principios deontológicos con un nivel medio y alto y en Trome los porcentajes permiten identificar que cumplen con los principios en menores porcentajes y niveles.

Es importante destacar que el profesional de periodismo debe tener conocimiento de los códigos deontológicos y debe acatar y cumplir los mismos. Córdova (2013) afirma que la deontología halla su sustento fundamental y natural en la elaboración de códigos deontológicos que son utilizados por las profesionales como guía o advertencia para la conducta en situaciones específicas.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. El nivel de cumplimiento de los principios deontológicos en las noticias policiales del diario El Comercio y de Trome es medio. Sin embargo, se evidencia que El Comercio presenta una tendencia al nivel alto; mientras que Trome presenta una tendencia al nivel bajo.
2. El nivel de cumplimiento mensual de los principios deontológicos en las noticias policiales durante el periodo diciembre 2016- mayo 2017 se demostró que El Comercio mantiene sus niveles medio con tendencia a alto , mientras que en Trome sus niveles cambian mensualmente.
3. Los principios deontológicos que se cumplen con mayor frecuencia durante el periodo diciembre2016-mayo2017 en El Comercio es de nivel alto en cuanto al principio de veracidad y respeto a la humanidad; mientras que el diario el Trome en promedio un nivel medio es el de intimidad y privacidad e independencia, así mismo se demuestra que el principio que menos se cumple en el diario El Comercio y Trome es la responsabilidad.
4. El nivel de cumplimiento en el periodo de diciembre 2016-mayo2017 del principio verdad es de nivel alto en El Comercio y sus niveles varían en diario el Trome; en el principio de Equidad e imparcialidad El Comercio mantiene niveles medio y alto a comparación de Trome en la cual sus niveles son bajo, medio y alto; en el principio de Responsabilidad presentan niveles bajo y medio en El Comercio y Trome; en el principio de respeto a la humanidad es de nivel alto en el diario El Comercio y un nivel bajo, medio y alto en Trome; en el principio de independencia el Comercio presenta niveles medio y alto a comparación de Trome que exhibe niveles bajo, medio y alto; en el principio de intimidad y privacidad El Comercio exterioriza nivel medio y alto a excepción del mes de diciembre que presenta un nivel bajo y medio, en contra parte Trome manifiesta niveles bajo, medio y alto.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Promover que la Universidad Privada Antenor Orrego establezca convenios con las empresas editoras regionales para capacitar a los periodistas a fin de elevar el nivel de cumplimiento de los principios deontológicos.
2. La Universidad Privada Antenor Orrego debería implementar en los programas académicos la enseñanza y la práctica de la deontología periodística.
3. Los gremios y empresas deberían establecer premiaciones con el objetivo de estimular el periodismo de calidad y el cumplimiento de los principios deontológicos.

**VI. REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS**

6.1. Referencias

- Ames, M. (2016). El ejercicio periodístico y la deontología profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú, en el año 2014 (tesis de licenciatura). Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú. Recuperado de http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/54/Stefany_Ames_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayestaran et al (2012). Queremos saber. Cómo y por qué la crisis del periodismo nos afecta a todos. [versión Google Books]. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=UUK9rSxtlw8C&pg=PT17&dq=ryszard+kapu%C5%9Bci%C5%84ski+libros&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwixuNOK9M3UAhVCNiYKHW66CiMQ6wEIPTAF#v=onepage&q=Ryszard%20Kapu%C5%9Bci%C5%84ski%2C&f=false>
- Aznar, H. (2015) Comunicación responsable. La autorregulación de los medios. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=8eVsNfXE7OEC&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=twopage&q&f=false>
- Aznar, H. (2014) “Los códigos éticos del periodismo y la responsabilidad de los profesionales. Recuperado de <http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6936/1/Los%20C%C3%B3digos%20%C3%89ticos%20del%20Periodismo%20y%20la%20Responsabilidad%20de%20los%20Profesionales.pdf>
- Berrocal, M. & Gil, I. (Marzo del 2007). La importancia de la fotografía en el mundo del periodismo. X Jornadas de Fotoperiodismo, edición y diseño en prensa de la Universidad CEU San Pablo. España

Cebrian, E y Mirón, M. (2013) Áreas del Periodismo. España. Comunicación Social S.C.

Córdoba, E. (2013). Deontología Profesional. Recuperado de <http://www.profesiones.org/var/plain/storage/original/application/b24d9efa0862ca4b8954db556eb323cd.pdf>

Cobo, J. (2001). Ética profesional en ciencias humanas y sociales. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=nihRDQ4WHeoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

El Comercio (2013) El diario y la web de El Comercio son los medios preferidos por los ejecutivos. Recuperado de <http://archivo.elcomercio.pe/economia/ejecutivos/diario-web-comercio-son-medios-preferidos-ejecutivos-noticia-1663148>

Derieux, E. (1983). Cuestiones Ético-Jurídicas de la Información. España: Universidad de Navarra.

Desantes, J. (1973). El autocontrol de la actividad informativa. Madrid: Edicusa.

Estreymadoro, J. (2005). Sobre la verdad en el Periodismo. Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Freund, G. (2001). La Fotografía como documento social. Recuperado de <http://www.umla.edu.mx/PlataformaDigital/Apuntes%20de%20Alumnos/Comunicacion/2015%20FOTOGRAFIA/17%20FOTOGRAFIA.pdf>

Grupo El Comercio (2012) Principios rectores del Grupo El Comercio.
Recuperado de <http://elcomercio.e3.pe/66/doc/0/0/5/4/3/543961.pdf>

Jaramillo, D. (2016). Estudio de la observancia de los códigos deontológicos de los diarios impresos de la ciudad de Loja (crónica, la hora y la centinela), durante el primer semestre del año 2015 (tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Loja. Ecuador. Recuperado de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/14942/1/DARWIN%20VINICIO%20JARAMILLO%20JIM%C3%89NEZ.pdf>

Jiménez, E. (2015). La enseñanza universitaria de la ética y deontología periodística y los desafíos morales de los informadores, encuentros y desencuentros entre la academia y la profesión en la transición al espacio europeo de educación superior (tesis doctoral) Universidad Ramon Llull, Barcelona, España. Recuperado de file:///C:/Users/Home/Downloads/Tesi_doctoral_Eva_Jimenez.pdf

Ledesma, J. G. de la M. (1986). *Deontología Laboral*. México D.F. Progreso.

Martini, Stella (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Argentina: Norma.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2016). Código de los niños y adolescentes. Recuperado de http://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgna/Codigo_Ninos_Adoltescentes.pdf

Mora, W. (2010,18 de Setiembre) Periodismo Policial. Hoy Digital. Recuperado 15 de Junio del 2017, de <http://hoy.com.do/periodismo-policial/>.

Norbert, B. (2014) Ética del periodismo. La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=J5YDhPs1vD0C&pg=PA87&dq=VERACIDAD+EN+EL+PERIODISMO&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true

Porfirio, B. (2011, 15 de julio - diciembre). Códigos de deontología periodística: análisis comparativo. Revista de Ciencias Sociales y Humanas. Recuperado de <http://uni.ups.edu.ec/documents/1781427/1884570/1Inv15.pdf>

Quesada, M. (2007). Periodismo de Sucesos. Madrid: Edicusa.

Restrepo, J. (2014). El Tiempo. Colombia. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14588780>

Rivera, A. (2006) Análisis de la cobertura y tratamiento de noticias policiales en noticieros de televisión. El caso de los noticieros centrales de Chilevisión y Canal 13 (Julio-Agosto de 2005), Tesis para optar al título de Periodista y Licenciado en Comunicación Social, Valdivia, Universidad Austral de Chile. Recuperado de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/ffa658a/doc/ffa658a.pdf>

Roda, C. y Rojo, P. (2012). Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo (tesis doctoral) Universidad de Murcia, España. Recuperado de <file:///C:/Users/Home/Downloads/TESIS%20DOCTORAL.pdf>

Rodriguez, R. (2016) Las Fuentes Informativas en el periodismo de sucesos. Análisis en la prensa escrita. Revista Correspondencias y Análisis. Recuperado de <http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/v6/pe/las-fuentes-informativas-en-el-periodismo.pdf>

Schmuhl, R. (1985). Las responsabilidades del periodismo. Barcelona. España: Mitre.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (1983). Principios internacionales de ética profesional en periodismo. Recuperado de http://www.editorialdigitaltecdemonterrey.com/materialadicional/p002/cap1/el_unesco.pdf

Villanueva, E. (2002). Deontología informativa: códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo. México: Universidad Iberoamericana. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=E_3LnIDtdTwC&printsec=frontcover&dq=villanueva+deontologia+informativa&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=twopage&q&f=true

VII. ANEXOS

ANEXO N°01: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍAS, ASPECTO Y/O DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	FORMAS DE RESPUESTA
Nivel de cumplimiento de los principios deontológicos	El código deontológico es un conjunto de principios éticos, las cuales deben ser respetados y acatados por los profesionales.	Principios éticos del periodismo.	Veracidad	El medio emplea fuentes.	SI NO
				El medio contrasta las fuentes.	SI NO
				El relato de los hechos se basa en fuentes	SI NO
				Ofrece opinión claramente diferenciada del relato de los hechos	SI NO
			La equidad y la imparcialidad	El medio equilibra los temas y puntos de vista.	SI NO

				<p>El periodista realiza especulaciones basadas en evidencias</p> <p>El medio evalúa visiones opuestas</p>	<p>SI NO</p> <p>SI NO</p>
			Responsabilidad	<p>El medio se abstiene de revelar las fuentes de información</p> <p>El medio presenta información justa y equitativa</p> <p>El medio práctica la rectificación o aclaración de información errónea.</p>	<p>SI NO</p> <p>SI NO</p> <p>SI NO</p>

			Respeto a la humanidad	<p>El medio respeta y defienden los intereses de la población</p> <p>El medio respeta a las víctimas y deudos.</p> <p>Protege la identidad de los menores de edad.</p> <p>Las noticias poseen imágenes ofensivas.</p>	<p>SI NO</p> <p>SI NO</p> <p>SI NO</p> <p>SI NO</p>
			Independencia	<p>El medio no defiende intereses de un personaje</p> <p>El medio insiste en casos que involucran al periodista o al medio.</p>	<p>SI NO</p> <p>SI NO</p>

			Intimidad y privacidad	El periodista respeta la intimidad de los involucrados.	SI NO
				Nombra culpables o sospechosos cuando una investigación se encuentra en trámite.	SI NO

ANEXO N°02: LISTA DE COTEJO



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

LISTA DE COTEJO

Nombre de la publicación:				
Título de la noticia:				
Página:			Fecha:	
N°	ITEMS	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
	VERACIDAD			
01	El medio emplea fuentes.			
02	El medio contrasta las fuentes			
03	El relato de los hechos se basa en fuentes			
04	Ofrece opinión claramente diferenciada del relato de los hechos			
	EQUIDAD Y IMPARCIALIDAD			
05	El medio equilibra los temas y puntos de vista.			
06	El medio realiza especulaciones basadas en evidencias			
07	El medio evalúa visiones opuestas			
	RESPONSABILIDAD			
08	El medio se abstiene a revelar fuentes de información			
09	El medio presenta información justa y equitativa			

10	El medio práctica la rectificación o aclaración de información errónea.			
	RESPECTO A LA HUMANIDAD			
11	El medio respeta y defiende los intereses de la población			
12	El medio respeta a las víctimas y deudos			
13	Protege la identidad de los menores de edad			
14	Las noticias carecen de imágenes ofensivas.			
	INDEPENDENCIA			
15	El medio no defiende intereses de un personaje			
16	El medio insiste en casos que involucran al periodista o al medio.			
	INTIMIDAD Y PRIVACIDAD			
17	El medio respeta la intimidad de los involucrados			
18	Nombra culpables o sospechosos cuando una investigación se encuentra en trámite.			

ANEXO N°03: VALIDACIÓN DE EXPERTOS (FOTOGRAFIAS)

INDICACIONES:

Lea cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes opciones de respuesta (en el Anexo N° 1) y júzgueles utilizando los criterios consignados en el siguiente cuadro:

ITEM	Congruencia		Claridad		Tendenciosidad		Observaciones y/o recomendaciones
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	/		/			/	
2	/		/			/	
3	/		/			/	
4	/		/			/	
5	/		/			/	
6	/		/			/	
7	/		/			/	
8	/		/			/	
9	/			X	X	/	
10	/						
11	/		/			/	
12	/		/			/	

13			especifico +		
14			empu		
15			/		
16			no va		X
17			/		
18			/		/
19			/		/

Evaluado por:

Nombres y apellidos:

Alberto Pinillos Josep

Profesión:

comerci mil

Firma

[Handwritten signature]

Fecha:

7/7/17

INDICACIONES:

Lea cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes opciones de respuesta (en el Anexo N° 1) y júzuelos utilizando los criterios consignados en el siguiente cuadro:

ÍTEM	Congruencia		Claridad		Tendenciosidad		Observaciones y/o recomendaciones
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1	✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		
4	✓			✓	✓		
5	✓		✓		✓		
6	✓			✓	✓		
7	✓			✓	✓		
8	✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		

13	✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		
15		✓		✓	✓		
16		✓		✓		✓	
17							Mejorar el enunciado.
18							Mejorar el enunciado
19		✓		✓		✓	

Evaluado por:

Nombres y apellidos: Juan Jose Bringeres Cespedes

Profesión: Comunicador Social. Firma

Fecha: 07/07/2017.

INDICACIONES:

Lea cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes opciones de respuesta (en el Anexo N° 1) y juzgue los utilizando los criterios consignados en el siguiente cuadro:

ÍTEM	Congruencia		Claridad		Tendenciosidad		Observaciones y/o recomendaciones
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1							
2		X					Corrección atributo negativo por positivo
3		X					"
4							
5		X					"
6							
7							Mejora el enunciado
8							"
9							"
10							
11							
12							

13		X					Cambiar atributo negativo por positivo.
14							
15							
16		X					"
17							
18							
19							

Evaluado por:

Nombres y apellidos: Ricardo Samuel Vega Leyva

Profesión: Comunitario Social Firma 

Fecha: 6/07/2017

ANEXO N° 04: PRUEBAS

A continuación vamos a utilizar la prueba de Kolgomorov Smirnov para determinar la normalidad de los datos y según ello determinar el tipo de prueba: paramétricas (t de student) o no paramétricas (Wilcoxon, Friedman, U de Mann Whitney y Krustall Wallis) que se utilizaría.

TABLA 8

Prueba de Normalidad de Kolgomorov - Smirnov según los puntajes de la lista de cotejo de los Diarios El Comercio y Trome.

Diarios	Z de K-S	Sig.	
Trome	0.116	,003	**
El Comercio	0.179	,000	**

Fuente: Resultados obtenidos en el software IBM SPSS Statistics v. 24

Elaboración: Propia

Ho: Existe normalidad

H1: No existe normalidad

() No significativa: $p > 0.05$

(*) Significativa: $p \leq 0.05$

(**) Altamente Significativa: $p \leq 0.01$

Resumen: En el caso de los puntajes de los diarios El Comercio y Trome según la lista de cotejo, se tiene que presentan un nivel de significancia menor a 0.05, esto quiere decir que se rechaza la normalidad por lo que la prueba que se utilizaría Man Whitney para dos grupos (diarios) y Krustal Wallis para más de dos grupos (meses).

TABLA 9

Prueba U de Mann Whitney para contrastar el efecto de los meses en el cumplimiento de los principios deontológicos de los Diarios Trome.y El Comercio

Diario	Promedio
Trome	9.3
El Comercio	11.3
Estadístico	2017.5
Z	-6.5
Significancia	0.000

Fuente: Resultados obtenidos en el software IBM SPSS Statistics v. 24

Elaboración: Propia

Ho: $t_i = 0$

H1: Algún $t_i \neq 0$

() No significativa: $p > 0.05$

(*) Significativa: $p \leq 0.05$

(**) Altamente Significativa: $p \leq 0.01$

Resume: Se observa que los rangos promedios para el diario Trome (9.3) es menor a El Comercio (11.3), el valor de la prueba U de Mann Whitney es 2017.5 y el valor de significancia es 0.000 (menor a 0.05) por lo que se concluye existe diferencia altamente significativa en los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio.

Para analizar el efecto de los principios dentológicos en el tiempo, se trabajó con la prueba Krustall Wallis:

TABLA 10

Prueba de Krustall Wallis para contrastar el efecto de los meses en el cumplimiento de los principios deontológicos - según Diarios Trome y Comercio.

Diario	Trome	El Comercio
Mes	Promedio	Promedio
Diciembre	9.0	11.4
Enero	9.2	11.0
Febrero	8.7	10.5
Marzo	9.4	12.1
Abril	9.1	11.5
Mayo	10.6	11.5
Estadístico	9.6	11.6
g.l.	5	5
Significancia	0.087	0.040

Fuente: Resultados obtenidos en el software IBM SPSS Statistics v. 24

Elaboración: Propia

Ho: $t_i = 0$

H1: Algún $t_i \neq 0$

() No significativa: $p > 0.05$

(*) Significativa: $p \leq 0.05$

(**) Altamente Significativa: $p \leq 0.01$

Resumen: Para el diario Trome se aprecia que el valor del estadístico utilizado en dicha prueba es 9.6 y el valor de significancia es 0.087 (mayor a 0.05) por lo que se concluye que no existe diferencia significativa en los principios dentológicos durante los meses de diciembre del 2016 a mayo del 2017 en el diario Trome.

Para el diario El Comercio se aprecia que el valor del estadístico utilizado en dicha prueba es 11.6 y el valor de significancia es 0.040 (menor a 0.05) por lo que se concluye que existe diferencia significativa en los principios dentológicos durante los meses de diciembre del 2016 a mayo del 2017 en el diario El Comercio.

A continuación, se analizará el puntaje de los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio por mes:

TABLA 11

Prueba U de Mann Whitney para contrastar el efecto de los meses en el cumplimiento de los principios deontológicos - según Diarios Trome y Comercio.

Mes	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Diario	Promedio	Promedio	Promedio	Promedio	Promedio	Promedio
Trome	9.0	9.2	8.7	9.4	9.1	10.6
El Comercio	11.4	11.0	10.5	12.1	11.5	11.5
Estadístico	45.5	59.0	49.5	49.5	36.0	93.5
Z	-3.1	-2.3	-2.7	-3.1	-3.5	-1.3
Significancia	0.00	0.02	0.01	0.00	0.00	0.18

Fuente: Resultados obtenidos en el software IBM SPSS Statistics v. 24

Elaboración: Propia

Ho: $t_i = 0$

H1: Algún $t_i \neq 0$

() No significativa: $p > 0.05$

(*) Significativa: $p \leq 0.05$

(**) Altamente Significativa: $p \leq 0.01$

Resumen: Se aprecia que en los meses de diciembre del 2016 a abril del 2017 los valores de significancia según la prueba U de Mann Whitney en cada una de las comparaciones fueron menores a 0.05, por lo que se concluyen que existen diferencias significativas en los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio en los meses: diciembre del 2016 y enero, febrero, marzo y abril del 2017.

En contraste, el valor de significancia de la prueba fue mayor a 0.05 en el mes de mayo del 2017, por lo que se concluye que sólo en dicho los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio no presentaron diferencias significativas.

TABLA 12

Prueba U de Mann Whitney para contrastar el efecto de las dimensiones losde los principios deontológicos - según Diarios Trome y Comercio.

Dimensión	Verdad	Equidad e Imparcialidad	Responsab.	Respeto a la Humanidad	Independ.	Intimidad y Privacidad
Diario	Media	Media	Media	Media	Media	Media
Trome	2.2	1.7	0.7	2.6	0.9	0.9
El Comercio	3.0	2.2	0.7	3.1	1.0	1.0
Estadístico	2353.0	3055.0	4105.0	2875.5	3823.0	4188.0
Z	-6.8	-3.9	-0.9	-6.0	-2.8	-1.2
Significancia	0.00	0.00	0.35	0.00	0.01	0.22

Fuente: Resultados obtenidos en el software IBM SPSS Statistics v. 24

Elaboración: Propia

Ho: $t_i = 0$

H1: Algún $t_i \neq 0$

() No significativa: $p > 0.05$

(*) Significativa: $p \leq 0.05$

(**) Altamente Significativa: $p \leq 0.01$

A continuación se analizará el puntaje de los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio por mes: se aprecia que en las dimensiones Verdad, Equidad e imparcialidad, Respeto a la humanidad e Independencia los valores de significancia según la prueba U de Mann Whitney en cada una de las comparaciones fueron menores a 0.05, por lo que se concluyen que existen diferencias significativas en los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio en dichas dimensiones. En contraste, el valor de significancia de la prueba fue mayor a 0.05 en las dimensiones Responsabilidad e Intimidad y privacidad, por lo que se concluye que sólo dichas dimensiones los principios deontológicos de los diarios Trome y El Comercio no presentaron diferencias significativas.