



Facultad Ciencias de Comunicación

Trabajo de Investigación

**“Uso de plataformas digitales para la creación de contenidos periodísticos en los medios televisivos tradicionales”**

*Caso programa ‘El Dominical’ de Panamericana Televisión*

De la Cruz Rojas, Zamira Consuelo

Larios Alvarado, Josefinne

Para obtener el Grado Académico de Bachiller en

**Ciencias de la Comunicación**

Asesores: Carlos Prado Morales

Alberto Velit Romero

Lima, 15 de diciembre del 2018

## RESUMEN

La siguiente investigación tiene el objetivo principal de analizar el uso de plataformas digitales (redes sociales, las cámaras de seguridad y las páginas web institucionales) como fuentes para la creación de noticias en medios televisivos, que contribuyen en la programación y emisión de los noticieros, específicamente en “El Dominical”.

Para este proyecto se utilizará tres metodologías: la observación del contenido periodístico de “El Dominical”, la realización de un Focus Group y las entrevistas a especialistas en la producción de programas informativos, incluyendo a la directora responsable del programa a investigar.

Los resultados obtenidos en este estudio demuestran que para el caso del programa El Dominical, los materiales audiovisuales obtenidos en plataformas digitales son importantes para la creación de sus contenidos periodísticos, pues más de la cuarta parte de las notas informativas que presentan durante su emisión son recogidas de estos medios y utilizadas sin edición alguna para completar su programación. Una de las conclusiones que hemos podido conseguir a través de este resultado es que el plan estratégico que presenta este noticiero cuenta con un bajo presupuesto, por lo cual esta facilidad de conseguir material audiovisual por las plataformas digitales se ajusta a su realidad de inversión.

Finalmente, el trabajo cuenta con tres partes: en la primera, se planteará el tema de investigación, el problema que se encontró para iniciar este proyecto, los objetivos a demostrarse y la justificación para empezar este estudio. En segunda instancia, se explicará los antecedentes en estudios similares al presente, así como las teorías que apoyaron esta investigación, las cuales son: la teoría de plataforma digital, la teoría de contenidos periodísticos y la teoría de medios tradicionales masivos. En la tercera parte, describe la metodología utilizada para obtener los resultados, los análisis de estos y las conclusiones con recomendaciones.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a nuestros padres que apostaron por nuestra educación y son testigos de nuestras amanecidas, nuestro cansancio y nuestro esfuerzo por finalizar esta carrera. También, se lo dedicamos a nuestros maestros, amigos y respectivas parejas, que siempre nos apoyaron y guiaron para obtener los conocimientos aprendidos, las experiencias adquiridas y la estabilidad emocional que toda persona necesita para seguir creciendo como profesional. Finalmente, a todos aquellos que en algún momento no confiaron en nuestra capacidad y en la determinación para concluir los estudios. A todos ellos, va dedicada esta tesis.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a nuestros padres y familiares por la paciencia que nos han tenido, a nuestra universidad por ofrecernos la oportunidad de ser profesionales, a nuestros maestros por compartir sus conocimientos con nosotras y prepararnos para la vida profesional, a nuestros amigos que han contribuido en nuestras prácticas educativas y a nuestros compañeros de la vida por apoyarnos emocionalmente en todo el recorrido de nuestra carrera profesional. Muchas gracias, por todo.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

(Grado Académico de Bachiller)

Por el presente documento, Josefinne Larios Alvarado, identificado/a con DNI N° 43658872, egresada de la carrera de Ciencias de la Comunicación, informo que he elaborado el Trabajo de Investigación denominado “Uso de plataformas digitales para la creación de contenidos periodísticos en los medios televisivos tradicionales, caso el programa ‘El Dominical’ de Panamericana Televisión”, para optar por el Grado Académico de Bachiller en la carrera de Periodismo y Producción Audiovisual, declaro que este trabajo ha sido desarrollado íntegramente por el/los autor/es que lo suscribe/n y afirmo que no existe plagio de ninguna naturaleza. Así mismo, dejo constancia de que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no se ha asumido como propias las ideas vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos como en Internet. También, afirmamos que somos responsables solidarios de todo su contenido y asumimos, como autoras, las consecuencias ante cualquier falta, error u omisión de referencias en el documento. Sabemos que este compromiso de autenticidad y no plagio puede tener connotaciones éticas y legales. Por ello, en caso de incumplimiento de esta declaración, nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas que dictamine la Universidad Tecnológica del Perú.

Lima, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

.....

Josefinne Larios Alvarado

DNI: 43658872

## ÍNDICE DE TABLA DE CONTENIDOS

1. RESUMEN	2
2. DEDICATORIA	3
3. AGRADECIMIENTO	4
4. DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	5
5. ÍNDICE DE TABLA DE CONTENIDOS	6
6. INTRODUCCIÓN	8
6.1. Tema	8
6.2. Planteamiento del problema	9
6.3. Objetivos	10
6.2.1. Objetivos principales	10
6.2.2. Objetivos específicos	10
6.4. Justificación	10
7. LITERATURA Y TEORÍA SOBRE EL TEMA	11
7.1. Antecedentes	11
7.2. Bases teóricas	13
7.2.1. Teoría de medios tradicionales masivos como la televisión	13
7.2.2. Teoría de contenidos periodísticos	14
7.2.3. Teoría de plataformas digitales	16
8. METODOLOGÍA	18
8.1. Método de observación	18
8.2. Focus Group	18

8.3. Entrevistas a profundidad	19
9. RESULTADOS	20
9.1. Análisis de la observación	20
9.2. Análisis del Focus Group	21
9.3. Análisis de las entrevistas.	23
9.3.1. Entrevista a Víctor Navarrete	23
9.3.2. Entrevista a Ericka Chang	24
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	26
11. PROPUESTA PROFESIONAL	27
11.1. Creación audiovisual	27
11.2. Guion Técnico	27
11.3. Escaleta	28
12.. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	32
13. BIBLIOGRAFÍAS	34
14. ANEXOS	37
14.1. Glosario	37
14.2. Imágenes de apoyo del método de observación	38
14.3. Cuadros de cotejos	41
14.4. Transcripción del Focus Group	45
14.5. Transcripción de la entrevista a Víctor Navarrete	49
14.6. Transcripción de la entrevista a Ericka Chang	52
14.7. Ficha de tarea de investigación	

# INTRODUCCIÓN

## TEMA

La aparición del internet en la humanidad marcó diversos cambios en las sociedades del presente siglo y algunas profesiones han sido más afectadas que otras, siendo el área de las comunicaciones, una de las que ha sufrido un mayor impacto, pues ha generado que profesiones como el periodismo y audiovisuales se adapten al ingreso de las plataformas digitales, a nivel de estructuración y producción de contenidos.

Estas variaciones han creado nuevas formas de periodismo, así como una generación de periodistas diferentes a los tradicionales, como lo menciona Cerviño Queiroz (2013), en su trabajo “El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas”, donde recalca que los medios sociales han pasado a formar parte del desarrollo periodístico de los profesionales en comunicación. Por lo cual, en la actualidad, se conoce que algunos medios tienen personal específico conectado las 24 horas al día para buscar tendencias en los ‘*social networks*’.

El libre acceso al internet y la creación de nuevos medios de comunicación, ha generado una necesidad global de conseguir mayor información, obligando a los programas informativos de los medios televisivos a la reestructuración de sus contenidos periodísticos, y de este modo mantener o incrementar su audiencia, como es el caso de “El Dominical” de Panamericana Televisión.

Por ello, esta investigación informará sobre el uso de las plataformas digitales para la creación de los contenidos periodísticos en los medios televisivos tradicionales, enfocado en la programación que cada domingo ofrece el programa “El Dominical” del canal Panamericana Televisión, que presenta varios de sus notas informativas con material compartidos por ciudadanos, autoridades y empresas, a través del internet.

En conclusión, esta investigación tiene como principal propósito la reafirmación del uso de plataformas digitales para crear contenidos periodísticos en los medios televisivos tradicionales, basándonos en las pautas desarrolladas



durante la emisión del programa “El Dominical”, el cual se analizará, reconocerá y profundizará para obtener los resultados de este proyecto.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La televisión, uno de los medios masivos más fundamentales en décadas atrás, ha ido evolucionando con el tiempo, atribuyéndole a las noticias una de sus principales características, la inmediatez; sin embargo, en la actualidad, esta propiedad es superada por otro medio denominado internet, cuyas ventajas son el rápido acceso de las personas a través de diferentes dispositivos y la interacción global que mantiene a la sociedad informada de lo que está pasando fuera de las limitaciones de sus territorios.

Sin embargo, esta propiedad, que facilita el acceso a la información, ha generado un nuevo problema relacionado con la veracidad y la creación de contenidos periodísticos, porque los formatos que se comparten en las plataformas digitales, en muchos casos, no pasan por la evaluación periodística correcta debido a la necesidad de compartir la noticia primero de algunos programas informativos. Por ello, la pregunta a resolver sería ¿cómo está afectando el uso de plataformas digitales en la creación de noticias de los medios televisivos tradicionales? Porque, al parecer, esta conectividad global ha facilitado la producción de las noticias, como se observa en diferentes medios de comunicación.

Con la masificación del Internet y las redes sociales se ha generado un cambio en la producción de los contenidos audiovisuales de los noticieros, desde la selección de los temas que abordarán las noticias, el contacto con las fuentes periodísticas y la labor del reportero de televisión, hasta la elaboración de la pauta y la retroalimentación generada en el entorno virtual de las redes sociales, como reafirma Morales Blanco (2016), en su trabajo de investigación “El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión”, donde dice que la producción de los noticieros de televisión se nutre por el contacto con las fuentes, que también han cambiado gracias al uso de plataformas virtuales.

Esta influencia del internet y sus diversas plataformas para obtener información inmediata, ha sido una dificultad difícil de superar por los diferentes medios

televisivos encargados de las noticias. A pesar, de que se conoce que no todo lo que circula en la web es siempre la verdad, ocasionando un nuevo factor para que el periodista siempre esté alerta con la información que piensa entregar al televidente. Por ello, mediante esta investigación analizaremos el uso de las plataformas virtuales en los contenidos periodísticos y así responder si es ventajoso o no para el plan estratégico del programa 'El Dominical'.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general:**

- Analizar el uso de plataformas digitales como fuentes para la creación de noticias en medios televisivos.

### **Objetivos específicos:**

- Examinar los contenidos periodísticos del programa "El Dominical" relacionados con materiales audiovisuales de plataformas digitales.
- Reconocer la importancia de las plataformas digitales en la construcción de notas informativas de "El Dominical".
- Profundizar en la estrategia periodística del programa "El Dominical" para equilibrar el contenido entre notas propias y uso de plataformas digitales, emitidas cada domingo.

## **JUSTIFICACIÓN**

La falta de información sobre este tema, en trabajos previos relacionados a la televisión peruana y las plataformas digitales, motivó este trabajo, ya que como futuros comunicadores estamos propensos a enfrentar esta problemática dentro del desarrollo de la profesión, sobre todo porque la inmediatez se está convirtiendo en aliado y enemigo a la vez de la labor periodística, la cual se podría ver más afectada con el crecimiento de la tecnología y la necesidad de las nuevas generaciones de tener todo a su alcance a través de un pequeño dispositivo digital, como son los celulares en la actualidad.

## LITERATURA Y TEORÍA SOBRE EL TEMA

### ANTECEDENTES

**Morales, E. (2016) El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión (NACIONAL – LIMA)**

Los medios de comunicación han sufrido un gran cambio desde la aparición de los archivos multimedia compartidos por internet y utilizados como herramientas de interactividad innata. Esta necesidad de adaptarse ha generado que los profesionales de esta área modifiquen su rutina productiva, siendo la prensa la que ha registrado mayores adaptaciones, pues al periodismo televisivo se le ha sumado la participación de los usuarios y la obtención de fuentes periodísticas en las redes sociales que cuestiona la labor de los medios de comunicación tradicionales.

Sin embargo, esto no ha cambiado las bases profesionales que debe seguir todo periodista, como es buscar, seleccionar, valorar, construir y difundir las noticias, cualesquiera fueran sus fuentes, pues estas son las responsables de la credibilidad y el peso informativo de un noticiero televisivo.

Esta influencia de las redes sociales en los noticieros ha conllevado que algunos políticos, periodistas y personas de la farándula empiecen a manejar cuentas propias en redes como Facebook, Twitter e Instagram, facilitando el contacto de la prensa con sus fuentes y cargando de inmediatez e interactividad al medio de comunicación.

La creación de informes para un noticiero sigue el proceso normal de búsqueda y selección de noticias, solo que ahora utilizan las redes sociales para monitorear temáticas, encontrar denuncias y contactar personalidades que contribuyan a aclarar ciertos hechos. Asimismo, los usuarios de la social media pueden contactarse con los periodistas para brindar datos o hasta valorar las noticias y propagar sus opiniones.

**La Rosa, A. (2016) Los medios sociales en el ejercicio del periodismo (NACIONAL – LIMA)**

Los medios de comunicación siempre relacionan la comunicación con la tecnología y la sociedad, como se ha demostrado en la historia, por eso, se ha notado en las últimas décadas del siglo XX y en el siglo XXI esta relación ha ido creciendo exponencialmente, desarrollando nuevos medios de comunicación masiva que se reflejan en diversas plataformas.

Este avance tecnológico ha transformado los tiempos, el procesamiento de datos y las rutinas de la profesión periodística, acercando a los usuarios de los noticieros, a tal punto de ser generadores de contenidos propios.

El internet ha impactado en los medios tradicionales, viabilizando los logros de modos de interacción inexistentes años atrás. Asimismo, estos medios sociales han revolucionado la comunicación cotidiana entre humanos, llegando incluso a desarrollar una dependencia de estar siempre conectado a otras personas, de forma similar el ámbito periodístico también sufrió este impacto, pues estas páginas sociales se convirtieron en herramientas que han influenciado en los contenidos periodísticos.

**Robles, J. (2015) Las redes sociales y la nueva tendencia de comunicación (NACIONAL – LIMA)**

Uno de los elementos más fundamentales para el proceso de la comunicación es el internet, quien ha dado origen a un nuevo personaje denominado prosumidor, pues producen información dentro de las redes sociales.

Este protagonista a veces es considerado como una amenaza para el periodismo, pero en realidad se ha convertido en un aliado de los profesionales de la noticia, ya que ayudan a captar la información de todos lados al momento de un hecho que por tiempo o distancia no se pueda cubrir, además, gracias a las plataformas digitales, ahora los comunicadores pueden interactuar de forma directa con los lectores y responder todas sus dudas, así como recibir sus quejas o comentarios agresivos. Por lo cual, los medios de comunicación también crean cuentas en redes sociales, ya que los hábitos de las personas han cambiado,

pues en su mayoría ya no buscan las noticias sino esperan que lleguen a ellos, mientras realizan otras actividades.

## **BASES TEÓRICAS**

Para el desarrollo de esta investigación se ha considerado tres bases teóricas relacionadas con los medios tradicionales masivos como la televisión, los contenidos periodísticos y las plataformas digitales.

### **TEORÍA DE MEDIOS TRADICIONALES MASIVOS COMO LA TELEVISIÓN**

Existen diferentes maneras de comunicación que facilitan a una persona estar en contacto con el mundo de su alrededor, siendo los medios tradicionales masivos, como la prensa escrita, radio y televisión, los más influyentes en el mundo, ya que permiten a las grandes masas estar en contacto con las informaciones más relevantes.

El principal objetivo de estos medios masivos es reducir el tiempo invertido en la comunicación, porque se encargan de enviar, al mismo tiempo, información valiosa a una determinada población, consiguiendo un alto margen de respuesta instantánea de los receptores del mensaje.

Sin embargo, con la creación del internet, estos medios tradicionales masivos tuvieron que adaptarse a esta tecnología, para evitar el riesgo de desaparecer de la evolución humana, como lo sustenta Franco de Prado (2016), a través de un análisis teórico, sobre lo que realizado cada 'mass media' tradicional para adaptarse a este nuevo entorno digital:

- **Prensa escrita:** Este medio fue el primero en aparecer en la historia de la humanidad, pero también ha sido el que ha tenido que evolucionar más en el área digital, ya que, la presencia del internet, les obligó a algunos periódicos a crearse una página web o aplicativo adaptables a diferentes dispositivos digitales, donde las noticias deben ser contadas de forma sencilla y rápida, así como, estar en constante cambio de información durante todo el día y mantener la conexión con sus lectores.

- **Radio:** Es el campo que menos cambios radicales ha experimentado, ya que la mayor exigencia para este medio, desde que apareció el internet, es el crear contenidos en formato digital, como los podcasts, para poder informar en vivo sobre algún hecho y, de este modo, potenciar la audiencia de forma online; sin embargo, esta adecuación no ha mermado la confianza del público, sino por el contrario ha permitido que los oyentes puedan comentar la información recibida, en tiempo real.
- **Televisión:** Los contenidos televisivos es otro sector que no ha sufrido una convergencia sustancial hacia lo digital, pues ha mantenido un funcionamiento homogéneo, a pesar de la masificación del internet, el cual ha sido aprovechado como una oportunidad para potenciar la audiencia en forma online, sobre todo si se interactúa con las redes sociales, que se han transformado en fuente de información y de temas para el periodista, como se puede observar en las noticias de última hora, en los seguimientos a ciertos acontecimientos o en las imágenes de interés público compartidas por los propios televidentes.

El uso de plataformas digitales y la inserción de nuevos hábitos de consumo favorecen la supervivencia de los medios tradicionales masivos, ya que, a través de las redes sociales, son herramientas de comunicación y de difusión de contenidos para elevar los valores en la audiencia.

### **TEORÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS**

La revolución tecnológica implicó que los contenidos de medios primigenios se adaptaran a las plataformas digitales, por lo que la teoría periodística se enfocó en identificar, categorizar y describir las nuevas características del periodismo, como la interactividad, multimedialidad, hipertextualidad y actualización constante, que convergen en una propiedad básica de la globalización, la eliminación de los límites entre los diferentes medios de comunicación, capacidades profesionales, formatos y estrategia de producción, según Domingo, D. et. al. (2009).

Analizando estos nuevos indicadores del periodismo digital se intentará determinar la calidad de los contenidos periodístico y la adaptación de los

mismos al ambiente digital, similar al que propone Aguirre, C. et. al. (2014), quien define estos marcadores de la siguiente manera:

- **Agenda Informativa:** Los contenidos en los cibermedios, normalmente se homogeneizan por las tendencias, según Odriozola (2014), y, al parecer, los temas con mayor prioridad forman parte de las coberturas periodísticas. Sin embargo, este proceso, para McCombs (2004), limita la visión del periodista a un pequeño entorno donde se puede recoger información. El establecimiento de la agenda setting se determina por la extensión de la comunicación de masas y se deriva de contenidos concretos basados en un conjunto tradicional de normas profesionales.
- **Profundidad en el manejo de la información y documentación:** Este indicador mide el manejo de fuentes de información y documentación, que componen un aspecto esencial de la actividad periodística, la influencia y el condicionamiento del proceso de producción de las noticias y del resto de productos informativos (García Santamaría, 2010). Sin embargo, las fuentes oficiales son las que dominan el espacio mediático, ya que los actores políticos siempre se esfuerzan para controlar e influenciar la información periodística (Casero, 2009).
- **Diversificación en el uso de géneros periodísticos:** Las modalidades estilísticas propios del periodismo dan origen a los géneros periodísticos y son adoptadas de acuerdo a los mensajes informativos de actualidad con la finalidad de alcanzar los objetivos propios del periodismo (Martínez, 2004). Estos géneros informan los hechos y estilizan el lenguaje periodístico, siendo la noticia, el género informativo por excelencia. El uso de una diversidad de géneros en un medio de comunicación para narrar una noticia es lo que determinará un periodismo de calidad.
- **Multimedialidad:** Esta característica es el resultado de una reconfiguración del periodismo y su público, trasladado a un nuevo ambiente digital que presenta una nueva lógica (Deuze, 2004). La incorporación de contenidos multimedia en las noticias es una innovación que causa mayor satisfacción en los lectores que las noticias únicamente textuales, según la investigación de Joao Canavilhas (2007).

- **Interactividad:** El más grande diferenciador entre el periodismo digital y los medios tradicionales es esta característica, que permite al usuario construir su propio texto y ampliar las posibilidades de lectura múltiple de las noticias. Con La finalidad de esquematizar esta propiedad, Jensen (1998) la tipificó en: a. Interactividad de transmisión; b. Interactividad conversacional; c. Interactividad de consulta; d. Interactividad de registro.
- **Hipertextualidad:** El ciberperiodismo presenta este recurso con un sistema discursivo lleno de convenciones retóricas y estilísticas que muestran diferentes archivos textuales, audiovisuales, visuales, sonoras y gráficas ejemplando las posibilidades expresivas de este nuevo género. Su objetivo es romper con lo tradicional de los textos periodísticos y construir maneras poco convencionales para abordar los contenidos.

### **TEORÍA DE PLATAFORMAS DIGITALES**

Las plataformas digitales son parte de un fenómeno social, que acorta la proximidad entre un periodista y sus fuentes de información, ya que, con el acceso al internet, los alcances a las fuentes han incrementado considerablemente. Asimismo, estos nuevos medios comunicacionales han adoptado características de inmediatez e interactividad, como se reporta cada vez que una agencia de noticias lanza su información de último minuto, a través de sus redes sociales, teniendo una respuesta instantánea de otros periodistas y/o usuarios conectados a la red de la agencia, quienes podrán responder y expresar sus opiniones con respecto a la noticia publicada.

Según Herrera, E (2011), este proceso de emisión-recepción y retroalimentación dura unos cortos minutos, que se propalaran dependiendo de la red social utilizado y del contenido que se desea publicar. Un breve enunciado podría remitir al lector a otro texto, a una fotografía o a un vídeo, cuyo enunciado invita al receptor a interactuar con respuestas, retuits o 'likes', debido a la propia naturaleza de las plataformas virtuales.

Estas nuevas herramientas comunicativas están ligadas a la interacción y los usos de estos canales para intercambiar datos han obtenido una mayor importancia en el periodismo televisivo y la producción de noticias en el formato



audiovisual: desde el criterio de selección de noticias y la búsqueda de las mismas, hasta el proceso de investigación periodística y cobertura informativa por parte de los reporteros de televisión y su contacto directo con las fuentes.

## **METODOLOGÍA**

### **TIPO**

Con la finalidad de cumplir los objetivos del presente trabajo, se utilizó la investigación aplicada, porque se busca demostrar las teorías y los principios trabajados anteriormente en la creación de contenidos del programa “El Dominical”.

### **NIVEL**

La investigación es cualitativa porque se basará en el análisis y la valoración de futuros comunicadores y de especialistas en el tema de estudio, quienes describirán las características de cada variable tomada para este trabajo, como: plataforma digital, contenido periodístico y medios televisivos tradicionales.

### **DISEÑO**

En cuanto al diseño de este trabajo es no experimental, porque las variables utilizadas no serán manipuladas para contrastar el resultado que se busca obtener a través de la investigación.

### **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

Para la realización de esta investigación se utilizaron tres técnicas y cada una de ellas con herramientas diferentes, pero similares objetivos:

#### **OBSERVACIÓN**

Esta técnica consiste en realizar una tabla con preguntas que cotejen y contribuyan a demostrar el objetivo de nuestra investigación, por lo cual se analizará los contenidos periodísticos de cuatro programas completos, referentes a todo el mes de octubre del presente año. Las preguntas que contribuirán al desarrollo de este método se encuentran adjuntadas en el Anexo 10.4. del presente trabajo y serán realizadas a cada programación observada.

#### **FOCUS GROUP**

Esta técnica fue dirigida a estudiantes de la carrera de Ciencia de la Comunicación que cursan los últimos ciclos, a quienes se les reunió por

aproximadamente una hora, para recoger la información que ayude a esta investigación. Este proceso fue grabado (audio y video) y su transcripción se presentará en el Anexo (10.5)

- **Objetivo General:**

Demostrar el consumo de plataformas digitales en el desarrollo de contenidos periodísticos de los medios televisivos tradicionales.

- **Objetivos específicos:**

1. Demostrar la influencia del uso de plataforma digitales para desarrollar un programa periodístico.
2. Verificar si el uso de la plataforma digital es ventajoso para los periodistas.
3. Establecer la frecuencia del uso de plataformas digitales dentro de un medio televisivo tradicional.

- **Target:**

Jóvenes estudiantes de ciencias de la comunicación

- **Edad:**

20 a 25 años.

- **Preguntas de Focus:**

Se realizó una serie de preguntas con referencia al tema de investigación, para corroborar si nuestra observación es correcta y conseguir los objetivos propuestos en el presente trabajo.

### **ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD:**

Se entrevistó a dos especialistas en producción de noticieros, el profesor Víctor Navarrete Pinto, editor general de América Noticias y la productora Ericka Chang, responsable del programa “El Dominical”. Ellos se sometieron a una sesión de preguntas abiertas, que ayudaron a resolver la problemática planteada en esta investigación.

Las respuestas de las dos entrevistas están adjuntas en el Anexo 10.6. y el Anexo 10.7.

## RESULTADOS ENCONTRADOS

### ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN

El programa “El Dominical” presenta, cada domingo, de 8am a 10am, 25 notas periodísticas de tipo: local, nacional e internacional. Además, emiten un En Vivo en toda la programación y un bloque de deportes.

Con referencia al contenido audiovisual de las notas informativas se pudo observar que:

- Cerca de 10 notas del dominical utiliza material de plataforma virtual de redes sociales, vídeo de vigilancia y/o páginas web, como se puede observar en todas las imágenes del anexo “Imágenes de apoyo de resultados”.
- Los contenidos periodísticos que presentan material digital, no contienen imágenes propias ni tomas de apoyo que ayuden a mejorar el contenido, ya que las capturas de pantallas que se muestran en el anexo de “Imágenes de apoyo de resultados”, eran todo el contenido visual de la nota informativa.
- Las noticias que contienen material digital son obtenidas de vídeos de YouTube, para cubrir noticias internacionales; también, se observa vídeos de Facebook y WhatsApp, en noticias locales o policiales, así como, imágenes de Twitter, cámaras de vigilancia o páginas web para la creación de sus notas informativas, como se demuestra en las imágenes 1, 2, 3 y 5 que son obtenidas de WhatsApp o Facebook y la imagen 4 es capturada de video vigilancia.
- Las fuentes de los materiales digitales emitidos durante el programa, normalmente son citados, aunque en varios casos solo nombran la red social de origen y no el nombre del que compartió la imagen original, ya que en la internet es más complicado conocer el verdadero origen de un material audiovisual.
- Los contenidos audiovisuales del noticiero no presentan recreaciones, ni animaciones que contribuyan con la narración de la noticia; tampoco se registra imágenes reeditadas, excepto el desenfoque de fondos en vídeos verticales grabados con celular, que se muestran en todas las fotos que están dentro del anexo “Imágenes de apoyo de resultados”.

- Con referencia al trabajo propio, El Dominical presenta cerca de 2 informes especiales, donde se observa stand up de sus reporteros, un enlace En Vivo cada domingo y, una entrevista En Vivo, cada mes.

## **ANÁLISIS DE FOCUS GROUP**

### **Pregunta 1: ¿Consideras que las plataformas digitales influyen en los contenidos periodísticos de los medios televisivos tradicionales?**

En totalidad, las personas entrevistadas consideran que las plataformas digitales si influyen en los contenidos periodísticos de la televisión tradicional. Como en los casos del WhatsApp, Facebook, Twitter, etc. Sin embargo, es parte de la labor periodística investigar que estos archivos compartidos no formen parte de los “fakes” ni se conviertan en únicos contenidos para un programa televisivo tradicional.

### **Pregunta 2: ¿Cree usted que los contenidos periodísticos han cambiado desde que apareció las plataformas digitales?, ¿Cuáles son esos cambios?**

Nuestros entrevistados sostienen que ahora se utilizan extractos de vídeos que comparten los ciudadanos y lo transforman en una noticia, aprovechando el uso de un Smartphone y de la curiosidad de algunas personas en convertirse en un reportero. Esto conlleva a que los profesionales de la noticia ya no cumplan con su trabajo y se cree una nueva empleabilidad al ciudadano común. Siendo también un cambio en el modo de las declaraciones de los políticos, quienes a veces prefieren no hablar con la prensa, pero dan sus opiniones a través de las redes sociales, por lo que los medios televisivos utilizan capturas de estas publicaciones como parte de sus contenidos audiovisuales. Además, resultan ser más rápidas y concisas.

### **Pregunta 3: ¿Qué tipos de formatos de plataformas digitales haz visto que utilizan los medios televisivos tradicionales para desarrollar sus contenidos periodísticos?**

La gran mayoría señaló que las plataformas digitales que más se utiliza en los medios televisivos tradicionales es el YouTube, porque son fáciles de descargar, son totalmente gratuitas a diferencia de una página web. Un ejemplo del uso de

la plataforma de YouTube es cuando tratan de hacer notas internacionales y utilizando estas imágenes como un collage que terminan transformándose en noticia. Además, están las declaraciones en Twitter o en Instagram, sobre todo cuando quieren convertir una noticia en popular o un vídeo en viral.

**Pregunta 4: ¿Consideras que las plataformas digitales pueden ser ventajosas o no para un periodista televisivo?, ¿Por qué?**

Las plataformas digitales son ventajosas para el periodismo porque facilita el trabajo del reportero, quien ya no tendrá que salir a buscar la noticia porque los materiales para sus contenidos audiovisuales son compartidos por los medios virtuales. Esta propiedad acorta el tiempo de producir una noticia y contribuye, también, con la información internacional a través de plataformas como el YouTube, según los entrevistados.

**Pregunta 5: ¿Qué desventajas podrían generar el uso de plataformas digitales en los medios televisivos tradicionales?**

Para los entrevistados la principal desventaja que se puede generar en el uso de plataformas digitales es la probabilidad de viralizar las noticias falsas, también conocidas como “fakes”; cayendo en un error cada vez más común en los noticieros denominado “patinada”, ya que el medio televisivo estaría entregando información al televidente.

Además, también han resaltado que los usos de materiales audiovisuales compartidos en las plataformas digitales presentan la característica de ser bajos en calidad visual, pero, a pesar de ello, algunos canales utilizan estos archivos como parte de sus contenidos periodísticos.

**Pregunta 6: ¿Qué tan seguido ha visto usted el uso de plataformas digitales dentro de un contenido periodístico en un medio televisivo?**

Todos los entrevistados mencionaron que los materiales digitales, sobre todo los provenientes del Twitter son utilizados en diferentes contenidos periodísticos casi a diario y de manera constante, incluso estos productos son bases de opiniones y análisis que complementan la noticia.

**Pregunta 7: ¿Cree usted que el uso de plataformas digitales puede ser considerado como una fuente veraz?,¿Por qué?**

Para nuestro grupo objetivo del Focus Group, las plataformas digitales pueden ser considerados fuente veraz, dependiendo de su procedencia, ya que en la actualidad la mayoría de las autoridades nacionales y políticas utilizan este medio para dar sus declaraciones, sin embargo, por ser un medio poco seguro, a veces es necesario tomar las precauciones como periodista y corroborar la información antes de divulgarla; en algunos casos se ha registrado que los materiales digitales compartidos no tienen la perspectiva correcta y pueden convertirse en un mal entendido.

**ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS:**

**Entrevista a Víctor Navarrete (Productor de América Televisión)**

1. La creación de las plataformas digitales ha permitido que los periodistas sean más inmediatos al momento de emitir una noticia, equilibrando la desventaja que tenía con la radio, por la inmediatez. Transmitir la noticia en tiempo real ha permitido que luego en la edición central se elabore algo más profundo.
2. Los equipos salen a cubrir la cobertura durante el día, recabando información sobre los hechos de actualidad, sin embargo, algunos datos que los periodistas recopilan son enviados a la base (sala de edición), para luego adaptarlas con materiales tanto para plataforma digital como para el noticiero del medio día.
3. Definitivamente, los contenidos periodísticos han cambiado desde que aparecieron las plataformas digitales, ya que antes las personas tenían que esperar el horario que el canal le establecía para ver las noticias, pero las plataformas digitales entregan estos contenidos en cualquier momento y lugar, manteniéndonos informados de manera real. Un ejemplo es el noticiero digital “América TV GO”, que no solo ofrece noticia a tiempo real, sino que también permite ver los noticieros que las personas no pudieron seguir.
4. La inmediatez es una ventaja, pero también resulta ser una desventaja, pues el querer sacar una noticia antes que la competencia, nos ha traído caídas fuertes, por brindar una información que no fue corroborada en su momento;

como paso en el caso de la selfie tomada por las mujeres policías que acompañaban a Keiko Fujimori, esta imagen fue difundido por muchos noticieros, pero horas más tarde se descubrió que era trucada. Cabe recordar que, la no corroboración de una información es una falta a la ética periodística y puede convertirse en delito si indicas a personas culpables cuando no lo son.

5. América Televisión tienen su proyecto AMERICA TV GO, como parte de su plataforma digital; asimismo, ATV (canal 9), también trabaja de una manera correcta sus contenidos digitales. Sin embargo, el que más se resalta entre todos los canales es Latina (canal 2), porque es el mejor preparado, aunque le falta afinar algunos detalles en sus plataformas digitales.

6. Siempre es bueno tener en cuenta, que los ciudadanos no son personas preparadas académicamente en la comunicación, por lo que darle cabida genera un fenómeno donde se trata de hacer periodismo con el público, es decir, el público interactúa con el periodista, a través de los números de WhatsApp donde las personas envían sus videos, lo cual es un grave error donde muchas veces hemos patinado feo. Por eso se considera que todo contenido periodístico debe ser administrado y corroborado hasta el último detalle por los periodistas, porque somos nosotros los especialistas en la comunicación.

### **Entrevista a Ericka Chang**

1. Las plataformas digitales sí y no influyen en los contenidos periodísticos, porque a través de nuestras redes sociales o plataformas digitales llegan una serie de videos que los periodistas utilizamos, pero nuestro trabajo es verificar si eso es verdadero o falso. Es decir, es un medio conveniente, pero a su vez desventajoso porque te hace perder tiempo en investigar a profundidad si el material compartido es real.

2. Los contenidos periodísticos sí han cambiado muchísimo desde que aparecieron las plataformas digitales, porque gracias a los contenidos de las plataformas nos enteramos de más cosas que pasan en nuestro país y en nuestra ciudad. Antes los periodistas nos abastecíamos con las llamadas por teléfono, el monitoreo de los policías y bomberos. Pero ahora tenemos casos más sociales como “Los



vecinos sin límites” (programa manejado por WhatsApp), donde llegan las quejas de los comerciantes ambulantes.

**3.** En El Dominical utilizamos mucho las imágenes y videos de YouTube. Después de ser corroborando con una persona encargada para no tropezar y estar seguros que la noticia es real.

**4.** La mayor ventaja de las plataformas digitales es la inmediatez, que ayuda en casos como desastres naturales ya sea en el Perú o internacionalmente, ya que las mismas personas que se encuentran en la zona afectada comparten imágenes o videos. Hasta que una agencia se dé una vuelta y envié los videos nosotros ya tenemos muchos videos de trasmisión y en tiempo real.

**5.** La gran desventaja que genera con las plataformas digitales es simplemente verificar si el contenido a publicarse es totalmente real.

**6.** Utilizamos las plataformas digitales más para notas internacionales y temas locales, porque las denuncias nos vienen mediante el WhatsApp inmediatamente y con ellos cubrimos las notas de madrugada.

## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN**

Cuando hablamos sobre medios televisivos tradicionales ligados a la información se nos viene a la mente, los noticieros que día a día vemos en los canales televisivos, que según lo que sustenta Franco de Prado (2016), se han tenido que adaptar a la tecnología para seguir en el mercado y no correr el riesgo de desaparecer. Esta adaptación ha generado cambios y estos han sido detallados por los especialistas de la comunicación Víctor Navarrete y Ericka Chang, quienes afirman que el periodismo televisivo se ha transformado desde que aparecieron las plataformas digitales, cual fuera el formato del noticiero.

El mismo fenómeno lo registra los contenidos periodísticos, quienes también han obtenido nuevas características con el ingreso de las plataformas digitales, como son la interactividad, multimedialidad, hipertextualidad y actualización constante, según Domingo, D. et. al. (2009). Características que se pueden observar en cada una de las notas del programa El Dominical y su modelo de informar las noticias.

## **PRODUCTO COMUNICACIONAL**

### **CREACIÓN AUDIOVISUAL:**

Esta investigación presentará un producto comunicacional que complemente el desarrollo de nuestra tesis y se basa en un material audiovisual del género reportaje, mediante el cual se explicará con imágenes y audios el proceso realizado para la obtención de los resultados y sus conclusiones.

### **GUION TÉCNICO DE REPORTAJE**

#### **TEMA:**

- “Plataformas digitales en contenidos periodísticos televisivos”

#### **ENFOQUE:**

- El análisis del uso de plataformas digitales como fuentes periodísticas.

#### **FUENTES:**

- Propias

#### **ENTREVISTAS:**

- Ericka Chang – productora del “Dominical”
- Víctor Navarrete- periodista televisivo de “América Noticias”
- Patricia Pinto-productora de “24 horas”

#### **ESQUEMA VISUAL:**

- Plano busco de entrevistas
- Plano general de salas de redacción
- Videos de archivos de notas periodísticas

**ESCALETA:**

	TEXTO	TIEMPO
LOCUCIÓN	<p>Desde el nacimiento del internet en el mundo, hemos podido ver el gran cambio, aporte, facilidad y rapidez que ha generado en la vida de las personas y sobre todo en el rubro de los periodistas.</p> <p>Fue que en un abrir y cerrar de ojos los medios televisivos tradicionales, fueron obligados a adaptarse al cambio para no quedar en la historia.</p> <p>Panamericana Televisión lleva años informando en la televisión peruana con sus diversos programas, como se vive cada domingo en “El dominical” a cargo de Ericka Chang por estos últimos años.</p>	00'20 min
Ericka Chang (BYTE)	<p>Definitivamente el internet ha transformado el modo de comunicación e información de los medios televisivos tradicionales. Al comienzo fue difícil encontrar la manera de no bajar la audiencia pero hemos encontrado muchas formas de mantenernos al aire.</p>	00'40 min
	<p>Durante la semana, Ericka trabaja reuniendo las noticias que pasan en</p>	00'40 min

LOCUCIÓN	la semana y revisa los contenidos que comparten los ciudadanos al canal. Sin embargo, muchas veces han tropezado en compartir información sin una investigación previa.	
Ericka Chang( Byte)	Todos los centros informativos cuentan hoy en día con diferentes plataformas donde los ciudadanos comparten videos, audios, etc; que pueden llegar hacer o cubrir toda una nota en un noticiero, pero nos hemos ido de cara cuando lo trasmitido no es la información correcta. Entonces ahí empieza los problemas, que nosotros como periodistas no podemos dejar pasar.	00,20min
LOCUCIÓN	Entonces podemos preguntarnos ¿Los periodistas pueden afectar su imagen ante la aceptación y exceso de uso de los contenidos compartidos por los ciudadanos?	00'17 min
Ericka Chang( Byte)	Por supuesto, pero como parar con la información, en nuestro caso no contamos con muchos recursos para poder cubrir las notas durante la semana que puedan llenar nuestra pauta. Pero trabajamos bajo una investigación profunda con los	00'26 min

	contenidos que ponemos cada domingo.	
LOCUCIÓN	<p>Es responsabilidad de un periodista tener los puntos de la información revisada bajo lupa y no dejar pasar ningún error.</p> <p>Existe un sin fin de formas para poder llevar la información a cada momento como es el caso de América noticias, que cuenta con un aplicativo donde se cargan los programas completos.</p>	00'20  Min
Víctor Navarrete(Byte)	Nosotros hemos encontrado la mejor manera de no dejar pasar ninguna información y para aquellas personas que no tiene la oportunidad de ver las noticias contamos con América TVGO, que es un aplicativo almacenador de todo lo que ocurre durante el día. Están los reportajes, los programas, videos en vivo de algún hecho. Todo mantener informado a la población.	00'30
LOCUCIÓN	Cuanto es el porcentaje de los contenidos compartidos en plataformas virtuales utilizado cada domingo en “ El Dominical”?	00'20
Ericka Chang( Byte)	Del 100% de notas periodísticas un 70% es seleccionado para el	00'46

	Dominical y normalmente lo descargamos de YouTube.	
LOCUCIÓN	¿Entonces en donde queda la labor de los periodistas en el “Dominical”?	00’10 min
Víctor Navarrete	En mi opinión, considero que estas nuevas opciones nos está atrasando en el sentido de que ya no sentimos la necesidad de estar pendiente de un teléfono o mirando la Tv, ya que ahora solo teniendo el celular activo te llegan miles de veces.	0045’ min
LOCUCIÓN	Llegará el momento en donde el periodista, junto al comunicador, irán de la mano.  Día d día nacen nuevas tecnologías y aplicativos que está revolucionando el mundo. Creeremos transmitir eso.	00’20 min

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Los contenidos periodísticos de los noticieros presentan material audiovisual extraídos de plataformas virtuales, como Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube o páginas web institucionales. Para el caso del programa El Dominical, más del 50% de su programación contiene estos materiales, marcando la importancia que ha conseguido el uso de las diferentes plataformas digitales para la creación de notas informativas en los medios televisivos tradicionales, pues la mayor parte de estos contenidos son archivos compartidos por los mismos televidentes.
- La producción de los contenidos audiovisuales del noticiero El Dominical se nutre de los materiales compartidos por las plataformas digitales, que son enviados al WhatsApp del programa o por los vídeos tendencias que circulan en las redes sociales, los cuales ahora se han convertido en fuentes primarias de una nota informativa, gracias al desarrollo de la tecnología y la globalización, facilitando el trabajo de los periodistas en la misión de salir a las calles a obtener un hecho novedoso.
- En la actualidad la lucha constante por las primicias se ha transformado en la necesidad de contar una noticia con inmediatez, un factor que le ha entregado una importancia sustancial a las plataformas digitales, porque son los medios más utilizados para construir notas informativas más rápidas, aunque esto no signifique una buena calidad en producción ni edición; como se ha visto en algunos casos, donde por falta de investigación se han registrado “patinadas” periodísticas, debido a que un gran número de periodistas hacen noticia desde su computadora en vez de salir al campo a realizar sus propias averiguaciones.
- El programa El Dominical presenta una estrategia periodística que se adecua a su presupuesto de producción, la cual no le permite conseguir material humano capacitado propio para el programa, sin embargo, su productora ha optado por un plan estratégico que los mantiene al aire a



pesar de las dificultades de conseguir televidentes a la hora en que emiten su señal. Esta estrategia presenta una pauta periodística similar a un noticiero diario, detallado en el análisis del método de observación, donde se recolecta las noticias obtenidas de madrugada durante el fin de semana (viernes y sábado), así como las que tuvieron mayor reconocimiento en la semana. Además, su equipo de trabajo siempre está siguiendo las noticias de la semana, así como las noticias compartidas por los otros dominicales en el mismo horario de su emisión. En cuanto a su contenido de plataforma digital, es más común ver esos materiales para noticias internacionales y notas curiosas, así como las relacionadas con denuncias de televidentes o nuevos productos en lanzamiento, los cuales forman parte de sus noticias En Vivo y sus entrevistas en el set televisivo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, C. & Bernal, J. (2014). Contenidos periodísticos digitales: hacia un modelo de medición de calidad. *ComHumanitas*, v. 5, n. 1, pp. 75-90.
- Augusto, J., Cachay, S., Cortés, A. & Yuasa, G. (2012). Plan Estratégico de la Televisión en el Perú. (Tesis de maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Canavilhas, J. (2007). Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la [www.Salamanca, Colvilha, Portugal: Livros LabCom](http://www.Salamanca, Colvilha, Portugal: Livros LabCom).
- Casero, A. (2009). El control político de la información periodística. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 64, 2009, año 12, pp. 354- 356.
- Cuentas, S. (2003). Programas periodísticos televisivos y su impacto en la democracia peruana: caso de los canales 2 y 4 durante el proceso electoral 2000. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, Volume 5, Number 2, 2004, pp. 139-152.
- Ferrer, R. (2013). Las implicancias de ser un canal de todos los peruanos: La construcción de agenda en TV Perú desde la perspectiva de sus funcionarios públicos, sus periodistas y los ciudadanos del distrito rural de Maras (Cusco). (Tesis de pregrado) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Franco, J. (2016). Medios de comunicación tradicionales en el nuevo entorno digital. (Tesis de pregrado) Universidad de León, España.
- García, J. (2010). Crisis del periodismo de fuentes. Las prácticas del periodismo en España en el accidente de Spanair. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 516-537.
- Herrero, E. (2011). El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, año XIV, n. 117E, pp. 1113-1128.

- Karbaum, G. (2017). La producción de los noticieros de televisión y la hibridación de los géneros audiovisuales. *Boletín del Centro de Investigación de la Creatividad UCAL*, n. 3.
- Macalupú, P. (2016). Canales de noticias en el Perú. Analizando la información y la investigación. *Correspondencias & Análisis*, n. 6, pp. 163-183.
- Martínez Albertos, J. (2004). Aproximación a la teoría de los Géneros Periodísticos. En Serrano, J.F. & Cantavella, J. (Coords.). Redacción para periodistas: informar e interpretar. Barcelona: Ariel.
- Mas, L. (2011). Modelo superestructural de la noticia en Televisión. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 17, n. 1, pp. 95-116.
- Masip, P., Díaz, J., Domingo, D., Micó, J. & Salaverría, R. (2010) Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El profesional de la información*, v. 19, n. 6, noviembre-diciembre 2010, pp. 568-576.
- McCombs, M. (2004). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Buenos Aires: Paidós.
- Morales, E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. *Correspondencias & Análisis*, n. 6, pp. 141-161.
- Morales, F. (2014). Análisis del tratamiento informativo en noticias de televisión. Estudio de caso de la huelga de profesores en España y Perú. *Correspondencias & Análisis*, n. 4, pp. 191-214
- Morales, F. (2012). Estructura y sentido de la noticia televisiva: parámetros para la construcción y el análisis del mensaje en el entorno audiovisual. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 18, n. 2, pp. 805-821
- Odriozola J. & Llorca, G. (2014) The Homogeneity process in the online media agenda. A comparative analysis of Spanish and Foreign online media. *Comunicación y Sociedad*, vol. 27, n. 3, pp.19-41

Prada, J. (2010). Impacto de los noticieros televisivos de señal abierta en los estudiantes de nivel secundario de 14 a 18 años de la Institución Educativa José Granda del distrito de san Martín de Porres. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

Rodrigo, M. (1989). La construcción de la noticia. Barcelona, España: Ediciones Paidós.

Toussaint, F. (2017). Televisión pública en América Latina: su transición a la era digital. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. 62, n. 229, pp. 223-242.

Vivas, F. (2001). En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana. Lima, Perú: Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima.

## ANEXO

### GLOSARIO

**AGENDA SETTING:** Los medios tradicionales son los que seleccionan los temas de más importancia y que influyan en el público.

**CIBERMEDIOS:** La radio, televisión y prensa escrita han tenido que adaptarse a los diferentes modos de informar utilizando el ciberespacio y tiempo.

**CIBERPERIODISMO:** Es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al internet.

**CUADRO DE COTEJOS:** Instrumento utilizado para identificar el comportamiento con respecto a actitudes, habilidades y destrezas en el desarrollo de las notas informativas.

**DISPOSITIVO DIGITAL:** Es un sistema digital que permite almacenar, transmitir y procesar materiales digitales. En la actualidad los medios periodísticos lo utilizan para sus enlaces en vivo o entrevistas para radio.

**FUENTES DIGITALES:** Son documentos que de una forma u otra difunden los conocimientos propios de un área. (edad, sexo, salud y arte).

**GÉNEROS PERIODÍSTICOS:** Consiste en un estilo reciente de información, aparecido en el siglo XIX, caracterizado por su fuente de difusión: los medios modernos y la prensa escrita.

**HIPERTEXTUALIZACIÓN:** El concepto de extender la información de forma cuasi infinita es lo que nos atrae y a lo que nos hemos acostumbrado.

**INMEDIATEZ:** Es cualidad de algo inmediato, pero en algunas ocasiones puede resultar algo grave para los periodistas, ya que al no corroborar la información a profundidad podemos adelantar información “falsa” que dejaría con mala imagen a los comunicadores.

**PROSUMER:** Es aquella persona que consume una marca y genera interacción o interactividad en el blog de la empresa.

PATINADA: En el ámbito periodístico es cometer un error o una indiscreción por no haber corroborado correctamente las fuentes.

PERIODISMO: Es la acción de recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa de la actualidad.

PIRÁMIDE INVERTIDA: Expresión utilizada en el mundo del periodismo para narrar hechos en forma decreciente común en los diferentes géneros periodísticos.

VERAZ: Acción de decir la verdad, ante todo. En el periodismo significa recoger e informar la realidad tal y como es.

## IMÁGENES DE APOYO DEL MÉTODO DE OBSERVACIÓN

Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3



Imagen 4



Imagen 5





## CUADROS DE COTEJO

28 de octubre

Preguntas	Sí	No
¿Más de cinco notas informativas utilizan fuentes digitales durante el programa?	X	
¿Más del 50% de cada nota es material digital?	X	
¿Utilizan vídeos de YouTube para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan vídeos de Facebook o WhatsApp para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan publicaciones de Twitter para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan vídeos de cámaras de seguridad para su contenido periodístico?	X	
¿Mencionan las fuentes de donde consiguen su material digital?	X	
¿Utilizan recreaciones para sus notas informativas?		X
¿Utilizan animaciones para sus notas informativas?		X
¿El material que utilizan es reeditado?		X
¿Utilizan reportaje e informe especial durante su programación?	X	
¿Realizan entrevistas en vivo durante la programación?	X	
¿Realizan enlaces en vivo durante la programación?	X	
¿Realizan stand up durante la programación?	X	

21 de octubre

<b>Preguntas</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
¿Más de cinco notas informativas utilizan fuentes digitales durante el programa?	X	
¿Más del 50% de cada nota es material digital?	X	
¿Utilizan vídeos de YouTube para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan vídeos de Facebook o WhatsApp para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan publicaciones de Twitter para su contenido periodístico?		X
¿Utilizan vídeos de cámaras de seguridad para su contenido periodístico?	X	
¿Mencionan las fuentes de donde consiguen su material digital?	X	
¿Utilizan recreaciones para sus notas informativas?		X
¿Utilizan animaciones para sus notas informativas?		X
¿El material que utilizan es reeditado?	X	
¿Utilizan reportaje e informe especial durante su programación?	X	
¿Realizan entrevistas en vivo durante la programación?	X	
¿Realizan enlaces en vivo durante la programación?		X
¿Realizan stand up durante la programación?	X	

14 de octubre

<b>Preguntas</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
¿Más de cinco notas informativas utilizan fuentes digitales durante el programa?	X	
¿Más del 50% de cada nota es material digital?	X	
¿Utilizan vídeos de YouTube para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan vídeos de Facebook o WhatsApp para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan publicaciones de Twitter para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan vídeos de cámaras de seguridad para su contenido periodístico?	X	
¿Mencionan las fuentes de donde consiguen su material digital?	X	
¿Utilizan recreaciones para sus notas informativas?		X
¿Utilizan animaciones para sus notas informativas?		X
¿El material que utilizan es reeditado?		X
¿Utilizan reportaje e informe especial durante su programación?	X	
¿Realizan entrevistas en vivo durante la programación?		X
¿Realizan enlaces en vivo durante la programación?	X	
¿Realizan stand up durante la programación?	X	

7 de octubre

<b>Preguntas</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
¿Más de cinco notas informativas utilizan fuentes digitales durante el programa?	X	
¿Más del 50% de cada nota es material digital?	X	
¿Utilizan vídeos de YouTube para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan vídeos de Facebook o WhatsApp para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan publicaciones de Twitter para su contenido periodístico?	X	
¿Utilizan vídeos de cámaras de seguridad para su contenido periodístico?	X	
¿Mencionan las fuentes de donde consiguen su material digital?	X	
¿Utilizan recreaciones para sus notas informativas?		X
¿Utilizan animaciones para sus notas informativas?		X
¿El material que utilizan es reeditado?		X
¿Utilizan reportaje e informe especial durante su programación?	X	
¿Realizan entrevistas en vivo durante la programación?	X	
¿Realizan enlaces en vivo durante la programación?	X	
¿Realizan stand up durante la programación?	X	

## **TRANSCRIPCIÓN DEL FOCUS GROUP**

### **Pregunta 1: ¿Consideras que las plataformas digitales influyen en los contenidos periodísticos de los medios televisivos tradicionales?**

EVELYN: Sí, porque ahora los ciudadanos envían información a través de las plataformas digitales a los canales. Un ejemplo es el WhatsApp que es una plataforma muy fácil para comunicarte con los medios televisivos y poder hacer una denuncia o enviar un aviso de lo que está pasando en tu comunidad.

ANGIE: Sí, muchas veces utilizan las publicaciones que comparten las entidades públicas a través de las redes sociales como parte de la información que quieren brindar, donde incluso se utiliza estos post como parte del material audiovisual.

GERALDINE: Sí, incluso en las noticias de entretenimiento se ve notas relacionadas con artistas, challenge de moda y hasta de los YouTuber's que terminan formando parte de los contenidos televisivos.

DANIEL: Sí, también podemos encontrar noticias sobre gadgets que en algunos casos terminan siendo 'fake', pero como son realizados por animación llaman la atención y hasta logran ser tendencia, por lo cual los medios televisivos los utilizan como parte de sus contenidos sin haber investigado previamente.

SAMANTHA: Sí, por ejemplo, en el caso de El Dominical los contenidos de las plataformas digitales son compartidos en sus noticieros manejando menos contenido propio, pero debe ser porque las noticias son del instante o son cortas.

RAFAEL: Sí, pues son contenidos utilizados por un tema relacionado a la velocidad, donde los reporteros no llegan al instante y para agilizar el trabajo obtienen esta información de las redes sociales que es más fácil descargarlos y obtener las imágenes que ayuden en una nota informativa, hasta incluso en un En Vivo.

### **Pregunta 2: ¿Cree usted que los contenidos periodísticos han cambiado desde que apareció las plataformas digitales? ¿Cuáles son esos cambios?**

EVELYN: Sí han cambiado, porque ahora utilizan extractos de los vídeos que comparten los ciudadanos y lo transforman en una noticia, aprovechando el uso

de un Smartphone y de la curiosidad de algunas personas en convertirse en un reportero. Esto conlleva a que los profesionales de la noticia ya no cumplan con su trabajo y se cree una nueva empleabilidad al ciudadano común.

GERALDINE: Otro modo dónde se ha visto este cambio, es en las declaraciones de los políticos, quienes a veces prefieren no hablar con la prensa, pero dan sus opiniones a través de las redes sociales, por lo que los medios televisivos utilizan capturas de estas publicaciones como parte de sus contenidos audiovisuales.

DANIEL: Estoy de acuerdo que existe un cambio en los contenidos periodísticos. Por ejemplo, durante la carrera para elecciones municipales, los medios transmitieron las acciones de los que lideraban este proceso; sin embargo, los que tenían poca aprobación, como Belmont, utilizaron el Facebook como herramienta para un enlace en vivo, que fue compartido en sus plataformas audiovisuales.

ANGIE: Han cambiado, porque ahora las noticias son más concisas, más rápidas y más pequeñas, ya que las personas se aburren rápido al ver una noticia tan larga.

SAMANTHA: Además, los mismos medios de comunicación crean su propio WhatsApp para que el ciudadano pueda compartir y utilizar este canal como intermediario para conseguir información.

RAFAEL: Concuerdo en que ahora la noticia es instantánea, pero también más breve y concisa, porque las personas se aburren cuando las noticias son extensas, como lo era años atrás, pues antes los detalles eran muy importantes.

**Pregunta 3: ¿Qué tipos de formatos de plataformas digitales has visto que utilizan los medios televisivos tradicionales para desarrollar sus contenidos periodísticos?**

DANIEL: YouTube, la mayoría de las notas informáticas las consigue de esta plataforma porque son fáciles de descargar, a diferencia de una página web.

RAFAEL: YouTube, porque es una plataforma gratuita, ya que a veces hay personas que graban un vídeo con su celular y quieren vender ese vídeo, pero en YouTube, en algunas ocasiones puedes conseguirlo gratis.

ANGIE: YouTube y redes sociales como Facebook, pues ambos son plataformas de fácil descarga, convirtiendo estos vídeos en noticia.

EVELYN: Un ejemplo del uso de la plataforma de YouTube es cuando tratan de hacer notas internacionales y utilizando estas imágenes como un collage que terminan transformándose en noticia.

GERALDINE: Además están las declaraciones en Twitter o en Instagram, sobre todo cuando quieren convertir una noticia en popular o un vídeo en viral.

**Pregunta 4: ¿Consideras que las plataformas digitales pueden ser ventajosos o no para un periodista televisivo?, ¿Por qué?**

DANIEL: Sí es ventajoso, porque facilita el trabajo de un reportero y le evita tener que salir a conseguir la noticia, ya que en las plataformas puede obtener el material que necesita para hacer su contenido audiovisual. Así también, ahorra en tiempo.

GERALDINE: También ayuda en la realización de noticias internacionales, pues los ciudadanos de todo el mundo suben esta información a YouTube y así se consigue una nota.

RAFAEL: Debe ser utilizado como una ayuda.

**Pregunta 5: ¿Qué desventajas podrían generar el uso de plataformas digitales en los medios televisivos tradicionales?**

EVELYN: Se pueden viralizar noticias falsas, pueden creer que son reales porque los noticieros los postean.

SAMANTHA: Claro, pueden crear la confusión.

GERALDINE: Los periodistas no hacen su propio trabajo, porque si hay una noticia nacional y ellos pueden cubrirlo, sería ilógico que agarren un trabajo de otro.

ANGIE: La baja calidad de las imágenes que se comparten en las noticias porque, a veces, proyectan vídeos muy pixelados.

RAFAEL: Depende de la magnitud de la noticia, porque, aunque los medios virtuales faciliten una noticia lo más pronto posible, los periodistas están obligados a ir a esas regiones para registrarlas.

**Pregunta 6: ¿Qué tan seguido ha visto usted el uso de plataformas digitales dentro de un contenido periodístico en un medio televisivo?**

ANGIE: A diario, siempre vemos post de Twitter, donde a veces toda la información se basa en el mensaje y algunas personas tratan de analizar palabra por palabra.

RAFAEL: Es constante, más el Twitter es lo que veo que utilizan.

GERALDINE: Muchas veces se puede ver el Twitter y las opiniones de otra persona como parte de la nota periodística.

**Pregunta 7: ¿Cree usted que el uso de plataformas digitales puede ser considerado como una fuente veraz?,¿Por qué?**

EVELYN: Depende de las fuentes, por ejemplo, si un congresista sube una declaración sí se puede considerar como una fuente, pero como está en redes sociales, a veces se puede dudar.

DANIEL: Las cuentas de los políticos se pueden hackear y publicar cualquier cosa y entraríamos en la duda de que esta declaración es cierta o no.

GERALDINE: Los ciudadanos también, a veces, tienen su propia perspectiva e interpretar como un robo lo que podría significar un mal entendido, lo peor que graban comentando sin conocer los hechos.

RAFAEL: El ejemplo de la escasez de agua en tiempo de huaycos, también es un ejemplo en que no siempre se puede confiar en lo que dicen las redes sociales.



## **TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A VÍCTOR NAVARRETE**

### **1. ¿Qué tan importante se han vuelto las plataformas digitales para la creación de contenidos periodísticos?**

La creación de las plataformas digitales ha permitido por ejemplo que nosotros seamos más inmediatos al momento de emitir una noticia, antes la televisión estaba en cierta desventaja con la radio, por la inmediatez. Pero digamos que ahora con las plataformas digitales nos hemos equiparado con la radio e incluso la radio también está sujeta a las plataformas digitales. Desde el punto de vista inmediato, transmitir la noticia en tiempo real ha permitido que luego en la edición central se elabore algo más profundo.

### **2. Las plataformas están influenciando mucho en los contenidos periodísticos?, se dice que las periodistas ya no salen mucho a las calles y solo captan los videos de las plataformas digitales.**

En América televisión y debo imaginar que otros canales ocurre lo mismo, los equipos salen a cubrir la cobertura y durante el día están recabando información sobre un hecho. Sin embargo, algunos datos que los periodistas ya han recopilado los envían a la base, y bien sirven para la plataforma digital o al noticiero del medio día.

### **3. Entonces, ¿considera que los contenidos periodísticos han cambiado desde que aparecieron las plataformas digitales?**

Sí, definitivamente, antes las personas tenían que esperar el horario que el canal le establecía para ver las noticias. Si tenías tiempo al medio día, prendías tu tv o sino esperabas el noticiero de la noche. Pero ahora con las plataformas digitales en cualquier momento y lugar podemos ingresar a la web para estar informado de manera real de lo que está sucediendo e incluso en América televisión tiene un noticiero digital, que lo encontramos en “América TV GO”, lo cual permite ver los noticieros que las personas por muchos motivos no llegaron a ver.

#### **4. ¿Qué desventajas se puede encontrar con el uso de plataformas digitales para un medio televisivo?**

Te hablaba de la inmediatez como una ventaja, pero también resulta ser una desventaja, pues el hecho de que uno quiera sacar la noticia antes que la competencia, nos ha traído caídas fuertes, a veces el brindar una información que no está corroborada del todo es jugársela. Existen muchos casos como: el selfie de las mujeres policías con Keiko Fujimori que fue difundido por muchos noticieros, pero horas más tarde se descubriría que era trucada por algún usuario. Otro caso, es el del chifero que supuestamente mataba a perros a raíz de un video difundido en las redes sociales y generó un escándalo en las personas, pero tiempo después se descubrió que era falso. Entonces, la no corroboración de una información es una falta a la ética periodística sino también puede cometer delitos por estarse indicando a personas culpables cuando no la tienen.

#### **5. De los diversos programas que existe a nivel nacional, ¿Cuál de todos los programas periodísticos usted considera que utiliza más plataformas digitales para la creación de sus contenidos?**

América Televisión, está muy entusiasmado con su proyecto AMERICA TV GO, donde encontramos los diversos programas que presenta y noticieros. Actualmente, América Televisión, está realizando un buen trabajo con respecto a plataformas digitales.

Así mismo, se encuentra ATV (canal 9), también trabaja de una manera correcta sus contenidos digitales. Sin embargo, debo resaltar a Latina (canal 2), respecto a los noticieros que trasmite por señal abierta es el mejor preparado, pero todavía le falta afinar algunos detalles en sus plataformas digitales.

#### **6. Como periodistas, ¿Cuáles serían las bases que nosotros deberíamos modificar en los recursos para que sean útiles en nuestros contenidos?**

El hecho de dar cabida a los ciudadanos, a una persona que no tiene una preparación académica como lo tienen los comunicadores, esto se da por un fenómeno que no es reciente sino viene de años atrás y trata de hacer periodismo con el público, es decir, el público interactúa con el periodista, por

ejemplo, tenemos un número de WhatsApp donde las personas envían sus videos y considero que es un grave error donde muchas veces hemos patinado feo, como te mencionaba anteriormente, por tener la intención de querer sacar la primicia sin haber hecho una corroboración. Entonces considero que todo contenido periodístico debe ser administrado y corroborado hasta el último detalle por los periodistas, porque somos nosotros los especialistas en comunicación y sabemos todos los parámetros para que una información salga al aire y no dejar al público que sea socio o cómplice de las noticias que se emitan. Si bien es cierto no sabemos hasta cuándo será, pero como van las cosas me parece que algo irresponsable de nuestra parte.

## **TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A ERICKA CHANG**

### **1. ¿Consideras que las plataformas digitales influyen en los contenidos periodísticos de los medios televisivos tradicionales?**

Sí y no influyen, porque a través de nuestras redes sociales o plataformas digitales llegan una serie de videos que los periodistas utilizamos, pero nuestro trabajo es verificar si eso es verdadero o falso. Convendría, sí, pero se perdería tiempo en investigar a profundidad si el video es real.

### **2. ¿Cree usted que los contenidos periodísticos han cambiado desde que apareció las plataformas digitales?, ¿Cuáles son esos cambios?**

Sí han cambiado muchísimo, porque gracias a los contenidos de las plataformas nos enteramos de más cosas que pasan en nuestro país y en nuestra ciudad. Antes los periodistas nos abastecíamos con las llamadas por teléfono, el monitoreo de los policías y bomberos. Pero ahora tenemos casos más sociales como “Los vecinos sin límites”, donde llegan las quejas de los comerciantes ambulantes.

### **3. ¿En el caso del “Dominical” qué tipo de formatos de plataformas digitales utilizan para poder crear los contenidos periodísticos?**

En nuestro programa donde utilizamos mucho las imágenes y videos de YouTube. Después de ser corroborando con una persona encargada para no tropezar y estar seguros que la noticia es real.

### **4. ¿Qué ventajas traen estas plataformas digitales para la realización de contenidos periodísticos y porqué serían consideradas como ventajas?**

La inmediatez, por ejemplo, cuando ocurre un terremoto o un desastre natural ya sea en el Perú o internacionalmente, uno puede capturar imágenes o videos de personas que realizan transmisiones en vivo, es la gran ventaja y todos los medios lo hacen.

Hasta que una agencia se dé una vuelta y envíe los videos nosotros ya tenemos muchos videos de transmisión y en tiempo real. Por ejemplo: hoy ocurre un

temblor y uno al ponerlo en YouTube de inmediato salen los videos de lo ocurrido.

**5. ¿Qué desventajas se genera con las plataformas digitales en la realización de contenidos periodísticos?**

La gran desventaja es simplemente verificar si el contenido a publicarse es totalmente real.

**6. En el caso del dominical. ¿Qué tan frecuente utilizan las plataformas digitales para la creación de sus contenidos?**

Lo utilizamos más para notas internacionales y temas locales, porque las denuncias nos vienen mediante el WhatsApp inmediatamente y con ellos cubrimos las notas de madrugada.

**7. En un día normal, ¿cuántas notas son propias y cuántas extraídas de las plataformas digitales?**

Normalmente realizamos 32 notas en nuestro programa y son entre 6 a 7 notas con contenido de nuestras plataformas digitales y 29 propias.

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CURSO TALLER DE INVESTIGACION

INDICACIONES PARA LA PRESENTACION DEL TRABAJO DE INVESTIGACION

(GRADO BACHILLER)

Las partes fundamentales del trabajo de investigación son las siguientes:

- 1.-Carátula (ver anexo en guía del egresado)
  - 2.-Resumen (no más de 300 palabras en las que se debe sintetizar el contenido del estudio, objetivo, metodología empleada, principales resultados y conclusiones.
  - 3.-Página dedicatoria
  - 4.-Pagina de agradecimiento
  - 5.-Declaración de originalidad del trabajo de investigación (ver anexo guía del egresado)
  - 6.-Índice de tabla de contenidos
  - 7.-Introducción (tema, planteamiento del problema, y redacción de objetivos)
  - 8.-Literatura y teoría sobre el tema (antecedentes y bases teóricas redactadas como un artículo, paper)
  - 9.-Metodología empleada (Instrumentos, nivel, diseño, tipo, participantes (APA)
  - 10.-Resultados encontrados
  - 11.-Análisis y discusión
  - 12.-Propuesta profesional(solución) expresada por ejemplo en un story, boceto, plan estratégico, otros.
  - 13.-Conclusiones y recomendaciones
  - 14 Bibliografía
- Anexo 1 Glosario
- Anexo 2 Ficha de tarea de investigación
- Anexo 3 opcional, lo que se considere necesario e importante sobre la investigación del trabajo.