

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**EL PROCESO DE VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL
PERIODISMO CIUDADANO EN AMÉRICA NOTICIAS DEL AÑO
2021 AL 2023**



**PRESENTADO POR
ALEJANDRA SOLANGE MIÑANO ANGELES**

**ASESOR
RAUL ERNESTO CASTRO PEREYRA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2024



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EL PROCESO DE VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL PERIODISMO
CIUDADANO EN AMÉRICA NOTICIAS DEL AÑO 2021 AL 2023

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTADO POR:

ALEJANDRA SOLANGE MIÑANO ANGELES

ASESOR:

RAUL ERNESTO CASTRO PEREYRA

LIMA, PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mi abuela Lily, quien es el pilar de mi vida
y a mi abuelo Héctor, quien siempre confió en
mí y ahora desde el cielo guía mis pasos.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres y a mi mellizo, por su cariño y apoyo incondicional.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE	iv
REPORTE DE SIMILITUD	vi
INTRODUCCIÓN	vii
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. Teorías relacionadas de la comunicación.....	10
1.1.1. Agenda Setting	10
1.1.2. Gatekeeping	11
1.1.3. Teoría de la comunicación alternativa para el cambio social.....	14
1.2. Bases conceptuales.....	16
1.2.1. Periodismo Ciudadano.....	16
1.2.2. Agenda informativa	18
1.2.3. Noticia.....	18
1.2.4. Rutina periodística	22
1.2.5. Redes sociales	24
1.2.6. Fake News.....	25
1.2.7. Desórdenes informativos	26
1.2.8. Pauta informativa.....	27
1.2.9. Prensa	28

1.2.10. Línea editorial	29
CAPÍTULO II DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL.....	31
2.1. Mis inicios como reportera	31
2.2. Noticias Locales.....	32
2.2.1. Nueva planta de oxígeno en la Panamericana Sur.....	33
2.2.2. Robo en posta médica de Chorrillos.....	34
2.2.3. Asalto en Surco	35
2.2.4. Muerto en exteriores del estadio nacional	37
2.2.5. Caída de un huaico en Cieneguilla	40
2.2.6. Caso Gabriela Sevilla: Mujer que fingió embarazo y secuestro.....	42
CAPÍTULO III DISCUSIÓN	45
CONCLUSIONES.....	47
REFERENCIAS.....	49
ANEXOS	54

REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

Reporte_de_similitud_minano-angeles-tsf
-final-2024-pdf-2_1713303763.pdf

AUTOR

LEJANDRA SOLANGE MIÑANO
ANGELES

RECuento DE PALABRAS

13178 Words

RECuento DE CARACTERES

68277 Characters

RECuento DE PÁGINAS

63 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.4MB

FECHA DE ENTREGA

May 14, 2024 5:15 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 14, 2024 5:17 PM GMT-5

- 12% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

- Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



Magister Raúl Castro Pereyra

Resumen

INTRODUCCIÓN

Un ciudadano que graba con su celular un incendio registrado en su vecindario y publica ese video en redes sociales es una persona que, siendo consciente o no, está haciendo “periodismo ciudadano”. Este concepto, para muchos autores, es raro o hasta incorrecto pues periodista es aquel que ha terminado sus estudios de comunicaciones y ejerce la profesión como tal, sin embargo, no se debe negar que este fenómeno existe y que en los medios de comunicación ya se incluye (desde hace varios años) la información proporcionada por un ciudadano.

Dan Gillmor, es considerado el padre del periodismo ciudadano y podría decirse que fue el primero en acuñar el término y argumentarlo. Él explicaba en su libro “We the media: Grassroots Journalism by the people, for the people” que:

La capacidad de cualquiera para hacer noticias dará nueva voz a las personas que se han sentido sin voz y cuyas palabras necesitamos escuchar. Los periodistas ciudadanos nos están mostrando a todos nosotros, nuevas formas de noticias, de hablar y de aprender. (p.18)

Un video grabado por un ciudadano, sin duda, puede ser parte de un informe que va a emitirse en un noticiero, una de las fotos que haya tomado se puede colocar junto a un texto que se publicará en un diario y hasta uno de sus reportes hablados puede reproducirse en una radio.

Existe una práctica desde la sociedad de querer involucrarse en la agenda de los medios informativos, sobre todo en un momento en que existe mayor acceso a las tecnologías, y a las redes sociales. El término “periodismo ciudadano” ya se ha popularizado, no obstante, no es correcto considerar los datos de una persona de a

pie como un hecho noticioso publicable. La responsabilidad de los medios de comunicación es validar la información que recibe mediante procesos profesionales.

Las personas que cuentan con un equipo móvil, una computadora, una laptop o una Tablet comparten contenido en sus cuentas de Twitter, Facebook o cualquier portal web que puede ser visto y considerado por algún jefe de información de algún medio; o, el mismo usuario, quien ya tiene conocimiento que su noticiero favorito brinda a los televidentes un número de WhatsApp, envía el archivo que posee a dicho contacto pues cree que le interesaría a cualquier empresa periodística.

Espiritusanto y Gonzalo (2011) señalan que: “la posibilidad de que los ciudadanos puedan informarse unos a otros a gran escala se da a partir de la democratización de las tecnologías y la puesta en marcha de los conceptos de ‘participación’ y ‘colaboración en red’” (p.3). Los ciudadanos buscan ser cada vez más partícipes del accionar periodístico, tienen la necesidad de crear contenido y que este se emita a nivel nacional o hasta internacional y para ello utilizan las redes sociales, pero también pueden buscar ser parte de un programa periodístico contándole a un reportero lo que ha sufrido o presenciado. Ya han dejado solo de consumir para también producir. Son prosumers.

Según Rosental Alves, director del Knight Center for Journalism in The America y profesor de periodismo en la Universidad de Texas en esta sociedad una misma persona produce y consume contenido. Antes se limitaban solo a recibir y ahora hay demasiada información distribuida en internet y no necesariamente es un profesional quien la brinda. Por eso, la labor periodística sigue estando por encima ya que los expertos en la materia son los únicos que pueden considerar un suceso como noticia tras validar la información.

Sifuentes (2018) nos recuerda que las bases de la credibilidad del periodista y de la empresa donde trabaja es la de verificar, constatar y analizar todas las fuentes antes de difundir un hecho.

Uno de los medios de comunicación que toma en cuenta todo lo mencionado antes, es América Televisión en donde laboro desde febrero del 2021.

Mi trabajo de suficiencia profesional lleva el nombre: “El proceso de la validación de la información del periodismo ciudadano en América Noticias del año 2021 al 2023” porque pretendo dar a conocer cómo América Noticias filtra la información que recibe de un periodista ciudadano, y cómo decide colocarla dentro de la pauta de sus noticieros.

Por ello, el fin de mi investigación es alentar a los medios de comunicación a regirse de un protocolo y establecer reglas al momento de recibir una información ya que los datos provenientes del llamado periodismo ciudadano deben entenderse solo como una primera pista, mas no como una verdad que permita construir un producto periodístico.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Teorías relacionadas de la comunicación

1.1.1. Agenda Setting

Los medios de comunicación escogen temas que van a tratar en el día, en la semana o hasta en el mes tomando en cuenta la preferencia del público al que se dirige. A eso se le llama la agenda informativa y la teoría de la Agenda Setting es precisa para entenderla. Aguado (2004) dice que McCombs y Shaw también la conocen como la teoría de la canalización de la agenda temática y explica que esta:

Constituye quizá el referente más significativo de esta etapa: la influencia de los medios no reside en determinar qué piensan los públicos, sino en determinar sobre qué temas piensan u opinan los públicos, es decir, en determinar la agenda social de los temas relevantes. (p.179)

Ahora bien, Lazarsfeld comienza a estudiarla en el año 1962. En ese entonces, “establecía que la gente se deja influenciar por los vecinos que previamente habían tenido contacto con los medios”. (Avila, 2018, p.17).

En la agenda informativa de América Noticias esto se ve claramente reflejado pues la misma no se basa solo en la coyuntura, sino en lo que prefiere ver su público objetivo en la pantalla, que en este caso en “Primera Edición” y “Edición Central” son las amas de casa de NSE D y E; y en la “Edición Mediodía” son las amas de casa de NSE C. Por lo tanto, los reporteros cubrimos hechos cercanos a estas personas,

llámese un accidente de tránsito, un fenómeno natural como un temblor o un asalto en un vecindario. Estas ciudadanas se identifican con los noticieros si es que ven en él algo con lo que se enfrentan diariamente o que les ha podido pasar a ellas o a sus pares y para que haya audiencia, el profesional debe darles lo que esperan.

Ávila vuelve a nombrar a McCombs y Shaw, pero cita a Fernández y Galguera, para señalar que “decidieron orientarse a este estudio y comprobaron que los medios no nos dicen como pensar, pero sí en qué debemos pensar, (...) los medios de comunicación definen qué es noticia y lo que es relevante para la comunidad” (p.17).

Por eso mismo, los periodistas de América Televisión no hacen público todo lo que reciben a través del WhatsApp “Alerta Noticias” (998131696) sino lo que sea más acorde a lo que buscan estas mujeres.

1.1.2. Gatekeeping

Es también conocida como la teoría de la selección informativa. Tras las investigaciones de Lewin y Lazarsfeld y posteriores estudios de autores como McLean y Mc Nelly, el concepto de “gatekeeper” o sencillamente portero

Alude al comunicador y, por extensión, al medio de comunicación, como filtro que selecciona y deja pasar determinados acontecimientos, ideas o elementos de la vida social y bloquea o minimiza otros, configurando así un cuadro sesgado, pero necesariamente resumido de la complejidad social. En realidad, aunque el concepto de gatekeeper se plantea originariamente en referencia al redactor jefe del periódico, pronto las investigaciones constatan que prácticamente cada fase del proceso comunicativo, desde la producción hasta la recepción, supone un proceso de selección y filtrado. (Aguado, 2004, p.176)

Valbuena citado por Vílchez (2022) resalta la función de un director para discernir entre la amplia lista de temas que le han proporcionado los jefes de informaciones. “Es decir, solo podemos comprender su decisión dentro del marco más amplio de la situación en la que elige. Además, lo hace en condiciones de incertidumbre y riesgo” (p.14).

Los directores periodísticos de los noticieros de América Noticias son quienes se encargan de elaborar la parrilla de información para los programas. Ellos revisan todos los informes que ya están listos para salir al aire y escogen cuáles van a utilizar y en qué orden de importancia. Por ejemplo, a principios del año 2021 cuando en Lima y diferentes regiones se dispuso la inmovilización social obligatoria o “toque de queda” en el marco de la pandemia del COVID-19, las noticias que iban en el primer bloque eran sobre el aumento de casos de contagio, la falta de camas UCI, los problemas para conseguir balones de oxígeno, etcétera. Muchos, usando sus celulares, captaban las largas cosas para pruebas de descarté o para adquirir balones de oxígeno en diferentes puntos y esas imágenes los reporteros las incluían en sus informes. La mitad del noticiero (si no era todo) era ocupado por notas relacionadas al coronavirus pues en ese momento era lo más importante.

Los informes políticos estuvieron en primer lugar en el periodo de las elecciones que se llevaron a cabo el mismo año. En julio, tras la victoria del expresidente Pedro Castillo, las marchas contra el gobierno también fueron parte de la pauta. En el 2023, tras el frustrado golpe de estado y la proclamación de Dina Boluarte como nueva mandataria, las protestas fueron constantes y, muchas veces, fueron presentadas como abridoras de los noticieros.

En América Noticias, los temas informativos están divididos de la siguiente manera: Política, Policial, Local, Nacional e Internacional. Cuando no hay temas coyunturales tan marcados para tratar, el director periodístico mayormente inicia el programa con notas policiales y locales, seguidas de las políticas, nacionales e internacionales.

Pero el director periodístico no elige de acuerdo con su criterio o parecer, él se basa en los principios rectores del canal. Cuando los trabajadores inician labores en el canal, reciben un manual en el que se resumen estos principios. Ahí como primer punto se tiene a la veracidad. Se menciona, entre tantas cosas, que no se difundirán informaciones sobre las que no se haga una debida diligencia de confirmación y que, la rapidez en la difusión no prevalecerá sobre los principios de veracidad y rigurosidad.

En tercer lugar, se encuentra la independencia y autonomía periodística. La independencia (se lee en el texto) es la base de la credibilidad. Respetando la veracidad y la defensa de principios y valores y actuando dentro del marco de la línea editorial que define y fija la empresa, los colaboradores y periodistas actúan con total independencia y autonomía de poderes e intereses externos, así como de agendas propias e incompatibilidades profesionales, evitando siempre los conflictos de interés. Quienes trabajen en América Noticias también se abstendrán de difundir opiniones personales.

Lo explicado antes rige tanto para el entorno digital como para todas las plataformas y redes de difusión de contenidos.

Como quinto lugar está la responsabilidad y manejo de fuentes. Se respeta el “off the record”, los embargos informativos y se evita la autocensura.

En el punto 6 se habla del respeto a la privacidad e intimidad: siempre primará el interés público en nuestras informaciones, respetando el derecho a ambas y cumpliendo estrictamente las leyes sobre la materia. Los periodistas de canal 4 son respetuosos de los límites de la vida privada de las personas; sin embargo, deben ser capaces de hacer un balance entre lo privado y lo público, cuando este pasa a ser un tema de interés general para la sociedad.

En el principio número 7, se explica que el director periodístico, o quien designe, tiene decisión sobre las condiciones de emisión de avisos con comunicados o mensajes de contenido político o ideológico que puedan confundirse con nuestra información periodística, porque se aclara que la publicidad es también información, sin embargo, no puede interferir con la calidad del producto informativo ni con los derechos de la audiencia.

El último postulado señala que la compañía parte del convencimiento de que solo si prioriza el servicio a su audiencia y anunciantes, mantendrá el liderazgo y para ello se dirige a todos los niveles socioeconómicos dentro de una cobertura de alcance nacional.

América Noticias selecciona su información como la teoría “gatekeeping”: considerando o desechando informaciones, haciéndolas pasar por diferentes filtros y respetando siempre los principios rectores.

1.1.3. Teoría de la comunicación alternativa para el cambio social

Lo que estudia esta teoría es la evolución que han tenido los medios en los últimos tiempos al dejar de estancarse en lo tradicional donde no se consideraba tanto a la audiencia para ahora hacerla parte de su desarrollo asegurando así el

seguimiento y fidelidad de sus oyentes, lectores o espectadores. Loza (2019) dice que el enfoque de esta teoría va hacia un nuevo sistema dominado por la tecnología donde además la audiencia se convierte en un elemento importante en la interacción con los medios.

Nace como un movimiento a finales del siglo XX como una manera de protesta ante el dominio del sistema capitalista imperante. Representa una nueva forma de entender este sistema donde el papel y el rol de los individuos. dentro de la sociedad no solo son esenciales sino necesarios como una forma democrática dentro del ámbito de las comunicaciones y de la sociedad. (pp. 26 – 27)

Loza se centra en los aportes de los autores que estudiaron esta teoría como Corrales, Hernández, Barranquero y Saéz, quienes resaltan el cambio y reconocimiento social:

Corrales y Hernández (2009) sostienen que “La comunicación alternativa es una respuesta no autoritaria a la voluntad de cambio social gracias a ella conocemos la voz de los actores sociales: hombres y mujeres que viven, piensan y sienten y que buscan ser escuchados” (p. 1). Así vemos que la participación es un eje fundamental. También, afirman que su fin es el servicio.

De acuerdo con mi experiencia, cuando un usuario envía una foto o video de algo que es relevante como un robo, me dirijo al lugar de los hechos, entrevisto a los agraviados y si en caso hubiera testigos, también recojo sus declaraciones. En determinado momento, los entrevistados pueden hacer un pedido a las autoridades.

El análisis de Barranquero y Saéz (2010) refuerza lo relatado porque creen que “los espacios que se brinda a las personas significan una oportunidad de ser

reconocidos como parte importante de los cambios necesarios poco valorados por los medios tradicionales” (p.27).

Loza, a su vez, determina que esta postura también es planteada por Lewis, quien citado por esta autora indica que: “La participación en la gestión y en la producción de medios de comunicación consiste en actividades que da a los usuarios la posibilidad de expresar su opinión”. (p.27).

Así, el ciudadano, al no solamente ser consultado o interrogado sobre algo que, a mí, como periodista, me interesa saber, sino que puede exteriorizar alguna demanda como la exigencia de un mayor patrullaje policial y de serenazgo por sus calles donde el índice delincuencia es alto, adquiere agencia en la noticia.

1.2. Bases conceptuales

1.2.1. Periodismo Ciudadano

Conocido también como reporterismo ciudadano, periodismo 3.0, periodismo de calle, periodismo participativo, periodismo público, periodismo democrático, periodismo cívico, entre otros; este fenómeno se produce por la significativa participación de los ciudadanos en las organizaciones de la sociedad, como es el caso de los medios de comunicación y son las distintas herramientas tecnológicas las que, precisamente, hacen posible esta colaboración.

Bowman y Willis (2005) indican que se trata de un grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de conectar y analizar información para que dicha participación proporcione un contenido que necesita la democracia.

Por su parte, Gillmor (2004) dice que “es el cambio de la condición del público, desde ser un lector o receptor a ser un participante de una gran conversación social emergente”.

Dentro de la sociedad de la información es, según Sverdrup (2007):

La consecuencia de una dinámica social que impulsa a la participación; es insatisfacción ante los medios; y finalmente es consecuencia de la sociedad de la información, en la medida en que este modelo de desarrollo proporciona la tecnología necesaria e implanta un nuevo tipo de comunicación. (p.65)

Barria (2016), además, explica el origen del fenómeno de la siguiente forma:

En ese afán de poder contar al entorno lo que está sucediendo de forma instantánea alrededor del barrio, ciudad, país o mundo donde los contactos son conocidos y por algún tipo de afinidad pasan a formar parte de la vida privada, surge el periodismo ciudadano. (p. 253)

Un elemento importante dentro de la razón de ser del periodismo ciudadano es el empoderamiento tecnológico y en toda organización, actualmente, el uso de las redes sociales es vital por lo que las empresas periodísticas no son ajenas a ello.

Para Quiroz (2016) el periodismo “al hacer uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, cumple con su labor de transmitir información a cualquier territorio del mundo.” (p. 115). Complementando ello, Barria (2016) establece que: “La llegada de los teléfonos inteligentes fue creando en las personas la capacidad de poder contar historias y sentirse informantes para su entorno, con un poder que sólo las redes sociales pueden conseguir”. (p.252).

1.2.2. Agenda informativa

En un medio de comunicación lo que marca la agenda, principalmente, es la coyuntura y en segundo lugar también está todo aquel hecho que llame bastante la atención, como un caso policial, alguna declaración polémica de un personaje político u otra situación que implique buscarle diferentes ángulos a un hecho llegando a veces a elaborar hasta más de una nota periodística sobre el tema.

Zunino (2019) cita a varios autores para explicar esto:

Las agendas mediáticas (McCombs y Shaw, 1972) son el resultado de intensos procesos productivos de selección, omisión y jerarquización (Roberts, 2005) que se dan en las redacciones (Tuchman, 1978), a partir de los cuales los medios de comunicación estructuran una propuesta temática otorgando relevancia “implica visibilidad” y recuerdo de la información. Para lograr esto los medios cuentan con la ubicación de la noticia, mayor tamaño, la disposición de la información con respecto a otras o una mayor frecuencia de cobertura del tema. (p.4)

1.2.3. Noticia

Todo hecho actual, nuevo e interesante que es dado a conocer por un periodista es una noticia pues ha reconocido en él las características esenciales para catalogarla como tal. Puede que un caso llame la atención, pero no necesariamente amerita que sea publicado.

Fontcuberta (1980) en su libro “Estructura de la noticia periodística” cita a varios autores que definen “noticia”, como a Charnley, quien dice que es la “información corriente de los sucesos del día puesta al alcance del público” y que:

La noticia no es la muerte de un dictador o la elección de un presidente, o la suspensión de un partido de fútbol; es el relato que el periodista hace de la muerte, de la votación o del defecto que ha interrumpido una cuenta regresiva en Cabo Kennedy. (p.9)

Para reforzar esta premisa, Fontcuberta toma las palabras de Herráiz y las coloca en la misma página para profundizar en la profesión de los comunicadores asegurando que “noticia es lo que los periodistas creen que interesa a los lectores. Por lo tanto, noticia es lo que les interesa a los periodistas”.

Por ello, además de considerar las ya conocidas “5W”: qué, quién, cuándo, dónde y por qué; es importante que el periodista le dé el tratamiento adecuado a la información para así saber llegar a su audiencia.

1.2.3.1 Actualidad

Esta primera característica se refiere a lo novedoso. Una noticia no puede ser desfasada y no puede basarse en algo que ya se conoce (por lo menos no sin contar algo nuevo). Si un acontecimiento no se ha visto, es impresionante y altamente coyuntural, ahí encontramos una noticia.

Para que una información sea noticia requiere la conjunción de tres factores: que sea inmediata, que sea reciente y que circule. Es decir, que acabe de

producirse (o que se acabe de descubrir), que se publique o que se dé a conocer en el mínimo espacio de tiempo posible y que ese conocimiento circule entre un público amplio y masivo. (Fontcuberta, 1980, p.13)

Aquí se resalta el hecho de que la noticia es nombrada como tal porque lo expuesto no solo ha ocurrido recientemente, sino que se ha emitido a la brevedad posible.

1.2.3.2. Proximidad

Si el receptor de un medio de comunicación reconoce en el contenido que este último le da una situación cercana a él o a sus semejantes, que ha podido pasarle a él, a sus familiares o amigos se va a sentir identificado. La noticia influye en él, le genera una opinión y si logra provocarle alguna emoción, aún mejor. Fontcuberta también se refiere a esto y explica que:

Muchas noticias de interés humano empiezan con un *lid* que recoge una frase, una descripción o cualquier tipo de elemento que arrastre al lector a sumergirse en el relato y vivirlo desde adentro. La noticia de interés humano busca sobre todo la subjetividad del lector, su emotividad. (...) Los hechos deben hablar por sí solos. La habilidad del periodista estriba en ordenarlos de tal manera que provoquen un impacto en el lector. (p.145)

1.2.3.3 Veracidad

Las informaciones que van a difundirse en los medios no deben ser falsas ni manipuladas. Los hechos tienen que mostrarse tal cual son y si se requiere de dos o

más partes para contar una historia, es necesario conseguirlas y contar todas para poder elaborar una nota periodística.

El código de Dakota del Sur no deja lugar a dudas: “La piedra fundamental de la profesión de periodista es la verdad”, y el código americano “Sigma Delta Chi”: La verdad es nuestra meta suprema. La objetividad en la información de noticias es otra meta, que sirve como emblema de un profesional experimentado. (Blázquez, 2000, p. 180)

Queda claro que una información no puede manipularse para convertirse en noticia, pero sí puede verse reforzada y ahí las fuentes juegan un papel importante. Fontcuberta (1980) resume ello de la siguiente forma:

La atribución da más veracidad a la noticia. El lector suele contemplarla como una garantía de la fidelidad de los hechos. Melvin Mencher afirma que la atribución debe utilizarse para:

- a. Dar fuerza y credibilidad al material informativo
- b. Cuando se ofrecen opiniones o puntos de vistas distintos o enfrentados
- c. En caso de que el periodista no esté del todo seguro de la exactitud de la información
- d. Cuando se han hecho públicas conclusiones o declaraciones en torno a un tema

1.2.3.4. Interés público

No todo hecho inusual o novedoso puede ser de interés público, y sin este último peldaño no se puede realizar un informe.

Tal como señala Mar de Fontcuberta (1999): “Parece claro que actualmente las noticias que despiertan más interés son las noticias que explican historias sobre vidas de las personas, las que tradicionalmente se denominaban “de interés humano” porque provocaba una respuesta emocional.” (p.69).

En pocas palabras, si le interesa al periodista también le interesa a su público, porque el profesional ya conoce a su audiencia, le va a contar lo sucedido como ellos esperan y desean. Con eso, además se genera un beneficio mutuo.

1.2.4. Rutina periodística

Para que un hecho se convierta en noticia no solo necesita ser actual, de interés público o real. Las empresas periodísticas diariamente reciben información de diferentes fuentes, pero no todo llega a publicarse. El profesional además de tener la capacidad de reconocer un dato como verdadero o falso, define su importancia y si se trata de un hecho que merece ser conocido públicamente. Medina y León (2022) explican que: “El no corroborar las fuentes de la forma correcta y dejarse llevar tan solo de una visión de lo sucedido genera sesgos de información, y estos a su vez son el detonante de la propagación de las noticias falsas” (p.88).

Entonces, es fundamental que se tome en cuenta todas las fuentes de información, sin embargo, no todo sirve y eso solo se demostrará cuando el periodista realice un correcto proceso de validación de la información.

1.2.4.1 Verificación

Este primer elemento se basa netamente en la comprobación. Si a una mesa de información llega el video de un hombre ingresando a una casa tras forcejear la

puerta y lo sindicaron como ladrón, es necesario ir hasta el inmueble y saber si eso fue lo que exactamente ocurrió. Para López et al., citado por Medina y León:

La comprobación de la información es el desarrollo de justificación de datos testificados que sean puntuales en antecedentes originales donde refieren que: La verificación de datos es un método muy fundamental en las empresas informativas, es la responsable de que la institución no caiga en temas de acusaciones de desinformación que desmerezcan a muchos medios.

1.2.4.2. Constatación

Ahora, tras verificar la información de la fuente, que, guiándonos del objeto de estudio, sería un periodista ciudadano, tenemos que constatarla y esto se puede lograr con otras pruebas, como una denuncia policial. Si continuamos con el ejemplo del video de un sujeto entrando a la fuerza a una vivienda, con la acusación escrita en papel por parte de los dueños de esta, es decir los agraviados, se podría hablar, efectivamente de un robo y de un presunto ladrón. “A medida que aumenta la cantidad de información en internet, es necesario comprobar la veracidad de la información, para no caer en noticias falsas generadas por la desinformación que llega inclusive a confundir y fomentar equivocaciones”. (Medina y León, 2022, p.90). Con esto, no solo evitamos que la empresa periodística se vea envuelta en algún problema si es que alguien (la persona en mención sindicada como delincuente) decide enviar una carta notarial a la misma, pues lo que ha hecho el medio es sencillamente exponer una realidad que se está investigando policialmente sin estar a favor o en contra de algún involucrando ni señalando a nadie como autor de un delito.

1.2.4.3. Análisis

Este podría ser considerado el último paso para que un informe periodístico se logre y la decisión la tomaría en principio el reportero al que le han asignado esa comisión. Como bien el código internacional de ética periodística de la UNESCO (1983) lo dice:

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.

Esto quiere decir que, basándose en su criterio, experiencia y, sobre todo, ética, el profesional decidirá si finalmente divulga o no determinado hecho porque además está en juego su nombre y credibilidad.

1.2.5. Redes sociales

Se originan en la web, específicamente en la blogosfera. Son nuevos ambientes comunicativos a donde se puede ingresar de manera fácil y gratuita usando el internet. Son llamadas también "... el embrión de las ilimitadas posibilidades existentes en la red para lograr la democratización de los saberes y poderes por ahora en manos de las elites." (Fernández-Armendáriz, 2013, p. 40). Estas pueden ser distintos blogs, plataformas de medios; y los más conocidos: Facebook, Twitter, Instagram y más.

Complementando ello, Barria (2016) cita a Barnes, Cerrito & Levi (1998) quienes definen una red social como una colección de relaciones interpersonales o sociales entre individuos, las que se desarrollan dentro de grupos sociales. (p.252).

1.2.6. Fake News

Lo contrario, entonces, de la veracidad es la falsedad y aquí vamos a adentrarnos en este gran problema llamado “fake news”. Las noticias falsas se elaboran y se exponen con la clara intención de formar ideas equivocadas en las personas. Estas actualmente abundan en internet por lo que cualquiera puede acceder a ellas sin ningún filtro y llegar a creer todo lo que leen. Amorós (2018) lo explica de la siguiente manera: “Son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar como noticias con el objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero” (párr. 7).

Por ejemplo, en diciembre del 2015 “Una periodista de The Sun se inventó que viajó como refugiada a Siria y que consiguió viajar desde Turquía a París en seis días, saltándose todo tipo de controles. Muchos medios mundiales le creyeron” (Lisa Institute, 2023).

Si retrocedemos más años, al 2008 en iReport de la CNN, un periodista ciudadano hizo pública su mentira sobre el estado de salud de Steve Jobs. iReport era el espacio donde la audiencia podía participar, y aunque aclaraban que eran noticias sin editar, las críticas no se hicieron esperar.

Sin duda, vivimos tiempos inmediatos. Y en esta época (en el mundo de la información) parece importar más ser los primeros que los más certeros. Y las redes sociales fomentan ello. (Amorós, 2018, párr. 1).

Las fake news son el peor dolor de cabeza de los medios pues a diferencia de los comunicadores profesionales, los usuarios no buscan informar a masas con la verdad, sino obtener más “views” y “reproducciones” por una información engañosa que han creado con un fin determinado.

1.2.7. Desórdenes informativos

El avance tecnológico también ha generado que la desinformación sea más grande. “Los desórdenes informativos están interrelacionados entre sí y dependen de forma necesaria de las tecnologías post internet, lo que ha modificado la naturaleza misma de la comunicación interpersonal colectiva”. (Del Fresno García, 2019, p.2).

Las fake news vienen a ser un tipo de desorden informativo, sin embargo, no es la única forma de desinformar. Un hecho puede no ser totalmente falso, pero sí alterado.

La expansión ha sido tanta que dichos desórdenes se han llegado a dividir: “la guerra contra la ciencia desde el ámbito corporativo”, para referirse a campañas sistemáticas de desprestigio a través de las relaciones públicas, publicidad, etc ; “la crisis de los medios de comunicación nacionales y locales post internet”, que explica cómo las empresas dieron espacio a cualquiera para defender su posición y que si no lo hacían podían acusarlos de parciales; “la crisis de los expertos y los avances en psicología” , que tiene su soporte en los sesgos cognitivos y si cualquier acontecimiento se basa netamente en lo emocional las decisiones tomadas por diferentes grupos no necesariamente serán las correctas (lo que ya se conoce como posverdad); y “lo que ha provocado un cambio en la forma de entender el poder en el siglo XXI” porque más que la verdad, puede importar quién la dice, cómo la dice y qué

tan alejado o cercano esté de la realidad por la sencilla razón de que se acomoda a un punto de vista (hechos alternativos).

1.2.8. Pauta informativa

Así como las películas necesitan de un guion, los noticieros requieren de una pauta. Ahí se coloca el orden de los informes que se van a presentar en un programa periodístico. Esta estructura, mayormente, la elabora un director y/o productor y la hace acorde a las preferencias de sus públicos. Mar de Fontcuberta (1999) escribe en su artículo titulado “Pauta y calidad informativa” lo siguiente:

La pauta es el resultado final de un proceso por el cual un medio decide ofrecer unas determinadas informaciones a la opinión pública y eliminar otras. Ella es, en definitiva, la razón de su existencia; la que va a ser aceptada o rechazada por el público potencial y evaluada por la sociedad en conjunto. (p.64)

Dependiendo del medio sea radial, escrito, o televisivo también va a prepararse la pauta. Los periódicos, por ejemplo, se rigen a un determinado espacio por página por lo que solo podrían colocar la mejor imagen del tema del día y unas cuantas más secundarias de otros hechos, además de ser lo más concisos posibles para que el texto no abarque todas las hojas. En televisión, hay otros factores. Siguiendo lo dicho por Mar de Fotcuberta: “Hay una diferencia en concebir un noticiero de acuerdo con un determinado hilo conductor o modificar continuamente su contenido según los índices de audiencia o la comparación con el canal de la competencia. “(p.64).

1.2.9. Prensa

Muchas veces hemos escuchado de la “libertad de prensa” y a lo que se refiere esto es que, en un país democrático, como es el caso del Perú, todos tienen derecho a ser informados con la verdad, y son los periodistas los responsables de llevar a cabo eso.

Las noticias las podemos encontrar en un diario impreso o virtual, en televisión o en radio. Bowman y Willis (2005) aclaran que: “Los medios tradicionales son creados por entidades jerárquicas, construidas para el comercio. Su modelo de negocios y organización se concentra en la emisión y en la publicidad enfocada. Valoran el riguroso flujo del trabajo editorial, la rentabilidad y la integridad”. (p.13).

En los últimos años, se ha podido apreciar una crisis en los medios y según los dos autores antes mencionados esto en gran parte se ha dado por el avance tecnológico: “Muchos webloggers miran a los medios tradicionales como arrogantes, como un club exclusivo que pone la versión de sus propios intereses y su supervivencia económica por encima de la responsabilidad social de una prensa libre.” (p.13). En la otra cara de la moneda está Patricia Nigro (2018) quien dice que lo que hace que la gente siga confiando en la prensa es:

El prestigio adquirido por la trayectoria de sus periodistas, la frecuencia cuando un tema es tratado y seguido por el medio, la familiaridad porque se tocan temas cercanos a la audiencia, las rectificaciones porque es importante que los medios reconozcan que no son infalibles, los códigos de ética, entre otros. (p.59)

Ahora mismo, la prensa considera a los periodistas ciudadanos. Esa información que le llega de afuera pero que hace pública, única y exclusivamente, a

partir de una evaluación rigurosa. Como bien lo dice el periodista Argentino Tomas Eloy Martínez, citado por Nigro (2018): “El único patrimonio del periodista es su buen nombre y se debe recordar siempre que el periodismo, es, ante todo, un acto de servicio. Es ponerse en el lugar del otro, comprender lo otro. Y a veces, ser otro”. (p.60). Así, queda comprobado que a pesar de que de los años pasen y las empresas periodísticas evolucionen cada vez más, hay cosas que no cambian y la deontología de la profesión nos lo recuerda siempre.

1.2.10. Línea editorial

Es el concepto individual que tiene cada medio frente a una misma realidad, a lo que pasa a nuestro alrededor. En otras palabras: Es la posición que toma frente a una situación o una persona.

Así entonces, la línea editorial de un medio de comunicación es el extremo del iceberg que nos permite entender la construcción periodística y las razones del proceso de tematización; por qué publica determinados acontecimientos y desecha otros; qué entiende por correcto o incorrecto y por qué juzga o enarbola determinadas actitudes y/o comportamientos de agentes sociales. De esta manera, la ideología instituye actitudes de grupos sociales – institucionales y sustancia opiniones generales y compartidas acerca de determinados temas de relevancia social. (Arrueta, 2013, p. 201)

Los temas coyunturales como un caso de acoso en el congreso, la corrupción en el estado que puede involucrar a personajes públicos, un suicidio, entre otros; son tratados de diferentes formas en cada medio de comunicación. Cada uno toma una postura de lo que está pasando y eso lo refleja en el tratamiento que le da a la

información. Mientras algunos, por ejemplo, resaltarían la vinculación de un político en un acto de corrupción y van a recriminar su accionar, otros van a centrarse en contar el hecho en sí sin indignarse y un tercer grupo incluso podría hasta ignorar lo sucedido. La libertad de expresión en los medios de comunicación se ve reflejada en la línea editorial de cada uno. Así influyen en su audiencia y mueven masas. Así se trabajó antes, se trabaja ahora y probablemente, se trabaje en los próximos años.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

2.1. Mis inicios como reportera

En enero del 2021 empecé a trabajar en América Televisión, una cadena de televisión peruana con más de 63 años de transmisión sin interrupciones. Ingresé como practicante de reportera del servicio local de noticias de América Noticias y Canal N. Mi convenio concluyó en junio de ese mismo año, pues en esa fecha terminé la universidad.

Ya como egresada, en julio, la misma casa televisora me contrató oficialmente como reportera y hasta la actualidad laboro en ese puesto. He trabajado en pandemia, cubierto notas relacionadas al COVID – 19, también informé sobre marchas en contra del gobierno del expresidente Pedro Castillo, huaicos, entre otros temas de relevancia social, política y económica, lo cual revela la versatilidad de mi trabajo y la necesidad de conocer diversos temas para informar a la ciudadanía.

Cuando llegué al Canal 4, el coronavirus era el tema más importante en ese momento, al igual que en todos los medios. Y la virtualidad llegó de la mano del SARS-CoV-2. El tan conocido WhatsApp de “Alerta Noticias” (998131696) no dejaba de recibir mensajes y pude darme cuenta de que los periodistas ciudadanos, empezaban, tal vez, a ser más considerados. La cuarentena provocó en la población la necesidad de obtener más información, incluso se elevó el tiempo de consumo de medios de comunicación. Cubrir una pandemia requería de datos novedosos de parte

de los periodistas, pero sobre todo de investigar una enfermedad absolutamente nueva tanto para los comunicadores como para la audiencia.

Mi carrera se inició cubriendo un hecho del que no había antecedentes, no había periodistas para referenciar por lo que el desafío y el riesgo fue enorme.

2.2. Noticias Locales

El área en donde trabajo es en el servicio local de noticias de América Noticias. Los equipos de prensa son 17 aproximadamente. Hay 2 en la madrugada, 8 en la mañana y 7 en la tarde. Actualmente cubro los hechos noticiosos del tercer turno, el de la tarde. En ese horario, suelen asignarnos casos policiales, ya sea porque llegaron unos videos de cámara de videovigilancia al WhatsApp de un asalto en algún distrito de Lima o hay una presentación policial en alguna comisaría. En otras ocasiones, lo que corresponde hacer es el seguimiento de un hecho, es decir, si es que la noticia del día ya se conoce desde tempranas horas de la mañana se busca un nuevo ángulo para elaborar un informe relacionado a eso o en todo caso si ha salido un nuevo dato lo que queda es actualizar la nota, ya que a veces las personas pueden tener videos exclusivos, grabados por ellos mismos que nos son de mucha utilidad y aparecen horas después de un suceso ya conocido. En resumen, así puede vivirse un día trabajando en Prensa: con un tema ya marcado o en busca de temas policiales o sociales que sean atractivos para colocar en la pauta.

A continuación, presentaré seis comisiones puntuales que me tocó cubrir a manera de ejemplo.

2.2.1. Nueva planta de oxígeno en la Panamericana Sur

En febrero del año 2021, el jefe de Mesa de América Noticias del turno de la mañana, César Lengua, vio una publicación en Facebook que le llamó la atención. El texto decía: “Han inaugurado una nueva planta de oxígeno en la Carretera Panamericana Sur Km 25, ruta auxiliar. Pasar la voz a algún familiar que tengan, no hay mucha cola, recién tienen 3 días atendiendo.” Rápidamente me envió por mensaje de WhatsApp la captura de pantalla de ese post y me pidió que vaya al lugar para que constate la información.

En ese entonces, los peruanos padecían por conseguir balones de oxígeno y si era cierto lo que ese usuario escribió, se iba a contar una buena noticia.

2.2.1.1. Proceso de validación de la información del periodismo ciudadano en: Nueva planta de oxígeno en la Panamericana Sur

Al llegar con el equipo periodístico a la dirección que indicaba el usuario de Facebook, pudimos confirmar que efectivamente era un establecimiento donde funcionaba una planta de oxígeno, sin embargo, estaba cerrado. Tocamos la puerta, pero nadie atendió. A los minutos comenzaron a llegar familias con recetas médicas y copias de DNI en mano para solicitar este insumo. Luego de varios minutos, una persona abrió el portón y les informó que ya no había más balones.

Con ese dato, la noticia ya no era que se había inaugurado una nueva planta de oxígeno, sino que la escasez continuaba y la situación de los pacientes contagiados por covid-19 era cada vez más crítica.

De inmediato nos pusimos en marcha. Junto a mi camarógrafo nos acercamos a cada persona que aparecía en el lugar y recogíamos sus declaraciones. Todos

daban a conocer el momento difícil que venían atravesando sus seres queridos y lo complicado que era conseguir ese valioso elemento que significaba salvarle la vida a alguien.

Mientras los entrevistábamos, fuimos abordados por el encargado de dicho punto de venta que llevaba por nombre “Oxitesa”, quien confirmaba lo que para muchos era una mala noticia: Ya no tenían como abastecerse pues había una clara falta de oxígeno en medio de una segunda ola por el coronavirus. Con eso, ya se tenía un testimonio más y el informe quedaba completo.

Elaboré la nota y la misma se colocó en la pauta del noticiero de ese día. En esa oportunidad, logró salir al aire una información brindada por un ciudadano, o parte de ella, pues no era del todo cierta. Sí existía tal planta de oxígeno, pero no era nueva, ni tenía más balones. Con la ubicación que él proporcionó se pudo llegar al punto e indagar más para ratificar en el medio de comunicación donde trabajo que había una escasez latente de oxígeno y con los datos que obtuve, valía la pena dar a conocer lo que estaba pasando.

2.2.2. Robo en posta médica de Chorrillos

Siete meses después, en septiembre, un informante le escribe al jefe de mesa (César Lengua) para decirle que había escuchado de un supuesto robo en una posta médica de la urbanización Los Cedros en el distrito de Chorrillos. Incluso, le brindaron el nombre de este centro de salud el cual era “Los Inkas”.

Si se llegaba y se obtenían videos de cámaras de videovigilancia, además de las declaraciones de testigos o agraviados de este aparente hecho delictivo, ya se tenía un informe policial a la vista.

2.2.2.1. Proceso de validación de la información del periodismo ciudadano en: Robo en una posta médica de Chorrillos

Con el equipo periodístico (camarógrafo y auxiliar) pasamos varios minutos buscando la posta médica “Los Inkas”. Se utilizó aplicaciones de mapas para conductores para tratar de ubicarlo, se preguntó a los vecinos, transeúntes hasta que por fin se dio con el establecimiento.

Al descender de nuestra unidad, nos dimos con la sorpresa que estaban atendiendo con normalidad y desde ahí ya todo nos parecía extraño, pues si hubiese ocurrido un robo, tal vez, la atención se hubiese suspendido o habría policías recogiendo datos en el local.

En base a estas dudas, se continuó con la indagación e ingresamos al lugar para hablar con algún encargado. Los trabajadores negaron el hecho, señalaron que no había ocurrido ningún robo y dijeron que probablemente el dato era falso o nos habíamos confundido por lo que procedimos a retirarnos.

En esa oportunidad, no fue necesario ir más allá buscando grabaciones o preguntando a más personas. La fuente principal había desmentido todo por lo que se trataba de una noticia falsa o, mejor dicho, una información falsa. En esa oportunidad no se logró llevar a cabo ningún informe, pues ya sea por confusión, rumor o mentira, lo expuesto por el ciudadano no era cierto, por ende, no servía.

2.2.3. Asalto en Surco

Ya al año siguiente, en el 2022, en el mes de mayo, Giovanna Moreno, jefa de mesa del turno tarde y actual productora del noticiero central de América Noticias, vio en Twitter que una mujer publicó unos videos de un asalto. Un nuevo caso de

periodismo ciudadano, aparentemente. En el mismo tuit estaba escrita una dirección, por lo que ella me encargó que vaya al cruce de las calles Grimaldo Reátegui y Manuel Villarán en Surco. Además, me indicó que le avisara apenas llegara a dicho punto para saber si era posible realizar un enlace en vivo.

Para que eso pudiera suceder primero se habría tenido que haber verificado que el lugar al que llegué era el mismo que el que se veía en las imágenes de Twitter, luego buscar testigos, ver si conocían a los agraviados, si viven cerca ir a buscarlos o si no, por último, salir en vivo con quien me pueda reconfirmar lo sucedido y me cuente más sobre el hecho.

2.2.3.1. Proceso de validación de la información del periodismo ciudadano en: Asalto en Surco

Tras comparar el video que vimos en Twitter con el cruce de las calles Grimaldo Reátegui y Manuel Villarán en Surco (dirección proporcionada por la jefa de mesa guiándose del tuit) pudimos confirmar que sí era el mismo lugar. Ahí ya teníamos comprobado el sitio, pero aún faltaba validar si hubo o no un asalto. A partir de allí iniciamos un proceso de indagación y cruce de información.

El siguiente paso fue hallar testigos del hecho, cerciorarse si este era actual o se trataba de un video pasado pues en el video de la cámara de seguridad solo decía “viernes” pero no decía de qué mes ni de que año. Como pasaban muy pocos transeúntes, lo segundo que se hizo fue tocar puertas hasta que en un señor nos atendió, él dijo haberlo escuchado todo. Salió de su casa y nos concedió una entrevista. Comentó que su familiar oyó gritos y el sonido de arranque de una moto y

cuando se asomó a la ventana vio a unos jóvenes asustados. Coincidentemente, eso era lo que se veía en las imágenes publicadas en Twitter.

Solo de esa forma se pudo tener la constatación que se buscaba para que todo se haga público. Enseguida, se le preguntó al testigo si podía volver a relatar lo sucedido pero esta vez para un enlace en vivo pues era lo primero que se había acordado con la producción del canal. Él accedió gustoso y en tiempo real nos contó lo que él y sus familiares habían presenciado enriqueciendo así el vivo y posteriormente el informe que tuve que hacer, pues con esa declaración ya se pudo realizar un correcto trabajo.

Los televidentes al no solo ver un video de cámara de seguridad sino a una persona que bien podría ser su vecino o conocido declarando sobre lo que ha presenciado daría por hecho que el asalto si pasó y de paso, podría sentirse identificado. Al llegar a ese nivel se genera confianza en la audiencia y así el noticiero también se ve beneficiado.

2.2.4. Muerto en exteriores del estadio nacional

En noviembre de ese mismo año (2022) el nuevo jefe de Mesa del turno tarde, Martín Málaga, recibió la información de un ciudadano por Whatsapp. El mensaje decía lo siguiente: “Tiraron un cuerpo de un auto, debajo de la estación del metropolitano. Por el estadio nacional, está amarrado”.

A todas luces se trataba de un crimen. Al parecer, los presuntos homicidas habían arrojado el cadáver en los exteriores del estadio nacional en el Cercado de Lima e incluso lo dejaron maniatado.

Si todo lo que esta persona escribió era real se iba a informar sobre un caso que podía conmocionar a la población.

2.2.4.1. Proceso de validación de la información del periodismo ciudadano en: Muerto en exteriores del estadio nacional

Tras la información brindada por el primer filtro (el jefe de mesa), como equipo de prensa nos correspondía dirigirnos al estadio nacional. Tras dar varias vueltas, se logró divisar a unos serenos y policías. Bajamos del auto en donde nos trasladábamos y observamos que en la vía expresa, específicamente en la parte baja había un cadáver. Apenas se comprobó eso, lo que se hizo fue encender la cámara, el micrófono y hasta la mochila de transmisión (aparato que nos permite salir al aire desde cualquier lugar). Ya se tenía todo listo para salir en vivo.

Pero antes, se requería datos. Sin ellos un periodista simplemente no puede hacer nada. No puede malinformar o mentir por lo que es indispensable que tenga los datos reales y sobre todo que estos sean proporcionados por fuentes confiables.

Al dialogar con uno de los efectivos policiales, se conoció la primera hipótesis que los agentes manejaban: creían que se trataba de un suicidio. La supuesta víctima no tenía impactos de bala en el cuerpo, tampoco cortes y ni sus manos ni sus pies estaban atados. Además, de acuerdo con la información que ellos obtuvieron, un testigo aseguró haber visto al hombre, que yacía muerto en la pista, lanzarse del puente y minutos después siendo atropellado por un vehículo.

En ese momento, vino a mi mente el manual de estilo del canal en donde claramente exponen: “Se recomienda reducir la emisión de notas de suicidios salvo aquellos casos de relevancia social, política o de interés general, pero siempre bajo

tutela de la Dirección de Prensa y previo acuerdo del tratamiento de la información”. Así que lo siguiente que hice fue comunicarme con el director Periodístico de la Edición Central de América Noticias. Le detallé lo que había encontrado y le narré lo que el policía me contó. Sin dudar tanto, me ordenó salir del lugar. Todo hacía suponer que una persona se había quitado la vida y por ende, era algo que no se iba a cubrir.

Alguien había muerto, eso era cierto, pero no se tenía ningún indicio de que haya sido un asesinato, por el contrario, los pocos datos que se habían recogido lo hacían ver como un suicidio por lo que no se realizó ningún informe ni mucho menos un enlace en vivo. Todo ello por orden del director periodístico quien en ese momento estaba a cargo del área y tenía que decidir. Decisión que tomó no solo basándose en su parecer sino en normas: En el manual de estilo de la empresa, aquel que se tiene presente y se respeta en todo momento. Más allá de contar un hecho está la ética periodística y en este ejemplo queda demostrado pues por más que el dato proporcionado por el ciudadano haya sido cierto en cuanto a que había una persona muerta cerca al estadio nacional, la causa del deceso no era por un impacto de bala o alguna lesión por arma blanca por lo que se descartaba un crimen. Las primeras evidencias apuntaban a que era un suicidio y definitivamente eso no podía hacerse público ya que estaba en juego la salud mental. Como medio de comunicación, tenemos la responsabilidad de cuidar lo que mostramos porque no sabemos quién nos va a ver y de qué manera va a tomar lo que recibe.

2.2.5. Caída de un huaico en Cieneguilla

En febrero del año 2023, un ciudadano escribió al WhatsApp del canal informando sobre la caída de un huaico en Cieneguilla. Él, en realidad, era trabajador del área de seguridad ciudadana de dicho distrito. Envío algunos mensajes de voz (audios) explicando a detalle dónde había ocurrido el desastre y las consecuencias luego de haber estado en el sitio.

En ese entonces, se estaban empezando a reportar activaciones de quebradas e inundaciones en diferentes puntos de la capital y también al norte del país. Todo ello debido a la presencia del fenómeno del niño y posteriormente, el ciclón Yaku.

Si la información que esta persona que trabajaba en la municipalidad de Cieneguilla proporcionó era veraz, tal vez se trataba de la caída de un nuevo huaico después de mucho tiempo en esta zona de lima este y sin duda, era algo que tenía que darse a conocer.

2.2.5.1. Proceso de validación de la información del periodismo ciudadano en: Caída de un huaico en Cieneguilla

Casi tres horas después de recibir el mensaje de Jannette Gao (asistente de mesa de información), quien es la que revisa el WhatsApp Alerta Noticias y recepciona toda la información, llegamos a Cieneguilla. Fue muy complicado ubicar el sitio y cuando por fin logramos hacerlo no podíamos avanzar, había un camión detenido delante de nosotros y es que el deslizamiento de lodo y piedras se había llevado casi un metro y medio de una carretera ubicada en esta zona conocida como Las Tinajas, y eso impedía el pase.

De esa forma se pudo comprobar que efectivamente por la tarde había caído un huaico en dicho lugar. Ahora lo que se necesitaba era obtener más elementos para elaborar la nota.

Entrevistamos al conductor del vehículo pesado quien contó que llevaba en esa misma situación más de 30 minutos y no tenía otra opción más que esperar. Si es que la municipalidad o alguna autoridad competente no solucionaba lo de esta vía hasta la mañana siguiente, no le iba a quedar otra opción más que pasar la noche ahí. Con eso, por lo menos, ya se tenía un testimonio.

El área de prensa del municipio ya había adelantado que todo empezó desde las 4 de la tarde tras la activación de la quedaba Tinajas que nace en la parte alta, en los límites de los distritos de Cieneguilla, Olleros, Cochahuayco y Mariatana. También precisaron que ya varios trabajadores habían estado despejando este y otros puntos utilizando maquinaria pesada.

Al observar a nuestro alrededor, además, pudimos darnos cuenta de que este lugar estaba comprendido por un terreno baldío y una chacra. Solo había una vivienda cerca, por lo que no había daños ni heridos.

El problema era el tránsito. Este se vio dificultado y si caminar por aquí era muy difícil, avanzar con un vehículo era casi imposible.

Con toda esa información recopilada, ya estábamos preparados para realizar un informe o salir en vivo. Lo primero fue el enlace. Brevemente conté y grafiqué lo que había pasado y lo que habíamos encontrado, mostrando al camión varado. Al regresar al canal tuve que dejar mi informe redactado y luego mi locución. En esta ocasión, fue más tedioso demostrar el hecho pues por más de que haya sido real que ha caído un huaico después de mucho tiempo, se tenía que buscar la forma de que

los televidentes entiendan la magnitud de este evento, además de informar lo que ya pasó y podría pasar en las próximas horas.

2.2.6. Caso Gabriela Sevilla: Mujer que fingió embarazo y secuestro

¿Estuvo o no embarazada? Es la pregunta que más de uno se habrá formulado en algún momento sobre Gabriela Sevilla. La ciencia dice que no, ella, hasta sus últimas declaraciones dijo que sí.

En octubre del 2022, exactamente el jueves 20, la noticia del momento era la siguiente: Una mujer con 9 meses de gestación había desaparecido tras subirse a un taxi en plena labor de parto.

Todos los medios de comunicación informaban sobre ese caso. Todos los reporteros buscaban las declaraciones de sus familiares. Su madre fue la que salió al frente a contar que su hija nunca llegó a una clínica de San Borja luego de salir sola de su casa ubicada en Surco. Incluso había una foto que circulaba por todos los canales, y hasta por redes sociales, del supuesto taxista que la trasladó. Gabriela le envió esa imagen al que era su novio y los periodistas lo usaron como una prueba.

La policía no demoró en actuar. Los agentes especializados comenzaron con la búsqueda y empezaron a recoger todo tipo de evidencias que los ayude a dar con el paradero de esta mujer. Esa noche, el Perú entero durmió conmocionado.

A la mañana siguiente, surgió algo nuevo: Apareció Gabriela, pero sin su bebé y en el hospital militar. Ahora la duda que estaba expuesta en todos los noticieros era: ¿Dónde está Martina? Martina era el nombre que le había puesto Gabriela a su bebé.

La población continuaba en vilo informándose por todos los medios. La policía en algún momento llegó a decir que la mujer había aparecido policontusa, lo que hacía que cualquiera se imagine lo peor.

A las horas, la historia dio un giro de 360 grados. Los medios abrían su edición del mediodía con el siguiente anuncio: “El ministro del interior confirma que Gabriela Sevilla no estaba embarazada”. Le habían realizado varios exámenes y todo hacía indicar que no hubo dicho embarazo.

En medio de la controversia, se habló sobre un posible trastorno psicológico. Ya empezaban a emitirse comunicados de diferentes entidades como la del ministerio público que señalaba que el instituto de medicina legal había concluido que la joven reportada como desaparecida no presenta signos clínicos de gestación, parto reciente ni antiguo; aunque sí muestra lesiones traumáticas corporales recientes.

Con todo esto a la pregunta de si: “¿Estuvo o no embarazada? Ante la evidencia científica parece no haber debate.

2.2.6.1. El periodismo ciudadano y las fake news en el Caso Gabriela Sevilla

Los medios de comunicación tienen la obligación de recibir cualquier tipo de denuncia y evaluarla para luego hacerla pública, como fue el caso de la mamá de Gabriela Sevilla, quien denunció la desaparición de su hija. Ella salió a mostrar escasas pruebas y a los periodistas, en ese momento, parece que el sensacionalismo o la premura por tener la primicia les importó más que, indagar a profundidad. Todos se dejaron llevar por una sola versión y como lo que se había relatado era tan sorprendente no dudaron ni un segundo en hacerlo público. Más aún si es que en redes sociales eso ya era viral. Se podría decir que, en esa ocasión, todos los usuarios

que compartieron en sus perfiles el hecho o hablaron sobre él en sus cuentas cumplieron la función de un periodista ciudadano, pues quienes no tenían acceso a medios tradicionales, pero sí a digitales podían enterarse de lo que estaba ocurriendo a través de ellos.

Así, una fake new se convirtió en la noticia del momento. Esto, aunque no parezca hace que las personas crean menos en los medios y no necesariamente es culpa de los periodistas que la audiencia se sienta engañada sino el hecho en sí, sin embargo, sí es total responsabilidad del medio reconfirmar o negar una información solo si se tiene una prueba contundente.

Aunque lo que aparentemente puso fin a este caso fue que el ministerio público informó que iba a solicitar una evaluación psicológica como único conducto para ver si efectivamente la mujer padecía de un trastorno mental, o de lo contrario la iban a acusar por el delito contra la fe pública y falsedad genérica; creo que más de uno se sintió burlado.

Desde mi punto de vista, tratar el caso Gabriela Sevilla ha dejado como lección la recordación. Los periodistas no debemos olvidar que necesitamos comprobar la veracidad de una información. La declaración de una sola persona o una simple fotografía no significa nada si es que se quiere contar algo real y, sobre todo, creíble.

Asimismo, se debe indicar la fuente sin tener alguna posición sobre lo que dice o hace y, hablar y escribir siempre en condicional. Algo que tampoco se debe dejar de lado es la presunción de inocencia, sobre todo en las denuncias. Por más rating que se pueda obtener al contar un suceso o más increíble que pueda parecernos una situación, por la ética de cada uno, lo que pasó no se debería repetir.

CAPÍTULO III

DISCUSIÓN

Todo medio de comunicación, como lo explica la teoría de la Agenda Setting elige los temas que va a tratar en su empresa, va a resaltar algunos y va a dejar en planos inferiores a otros. Eso es lo que también hace América Noticias que tiene una clasificación establecida de temas y prioriza los que son de la preferencia de su público, como casos policiales, sociales o de coyuntura.

Diariamente a las empresas periodísticas llegan informaciones de ciudadanos que pueden o no salir al aire porque como ya se detalló en la teoría del gatekeeping, es el comunicador quien se encarga de considerar y desechar estos datos que alguien con un aparato tecnológico en mano, y tal vez con ningún tipo de conocimiento periodístico, ha proporcionado.

Varios de estos materiales pueden parecer verosímil, pero como ya se ha demostrado en los ejemplos presentados, es solo un periodista profesional quien puede determinar si la información es real y si sobre todo es de interés público.

Otro hecho que se ha podido comprobar es que los comunicadores se enfrentan constantemente a quienes difunden fake news. El propósito de sus pesadillas hechas personas, es, casi siempre, desinformar, confundir y manipular a los receptores para su conveniencia. Si hablamos de política, puede ser para favorecer a algún candidato y/o perjudicar a otro. En cambio, por su deontología periodística, el profesional busca la verdad. No desinforma, no confunde ni manipula, muestra los hechos tal cual son para que la audiencia tenga conocimiento de lo que está pasando en su entorno y que ella misma se genere una opinión.

Para subrayar lo que dice la teoría de la comunicación alternativa para el cambio social, los medios ya no se han detenido a dar sino también a recibir ya que actualmente aceptan la información que les llega y tras una validación, la hacen parte de la noticia. Otro aspecto importante es que ahora a muchos de los que ven noticieros ya no solo les basta con saber la verdad, ellos no solo quieren ver algo que es cierto sino algo creíble.

Por ejemplo, si a un reportero de un canal de televisión le llega el video de una cámara de videovigilancia de un asalto, él puede constatar fácilmente en qué lugar ha sido, pero sería aún mejor ubicar a una persona que haya visto el hecho delictivo y entrevistarla para que relate lo sucedido. Ahí, tendría una fuente que no solo fortalece su informe, sino que hace que el televidente hasta pueda identificarse con la nota pues eso también lo ha podido vivir él.

La duda, en tiempos donde las personas han perdido la credibilidad en los medios de comunicación (en la prensa para ser más precisos) ha obligado a los periodistas a ser aún más rigurosos al momento de indagar sobre un suceso, buscar datos que complementen la historia, no basarse solo en una versión y si es necesario hasta hablar con especialistas que complementen una información. Eso es lo que diferencia a un periodista de otro y de un ciudadano cualquiera: su excelencia en la elaboración y emisión de noticias.

CONCLUSIONES

El proceso de la validación de la información del periodismo ciudadano en América Noticias del año 2021 al 2023 ha permitido que la importancia que tiene la labor periodística en la sociedad no decaiga y, por el contrario, resalte. Que una empresa tan conocida como lo es América Televisión permita a sus noticieros innovar limitando el valor del reportero ciudadano, ha significado una evolución y mejora en el área de prensa del canal.

Pero no solo se trata de considerar por considerar este fenómeno llamado periodismo ciudadano dentro de los medios de comunicación sino de la correcta forma en la que se debe incluir. La información proporcionada por un civil debe ser verificada cuidadosa y cautelosamente por el profesional. Debe tomar en cuenta las características de la noticia para considerar un hecho como tal. Pasando esa etapa, lo segundo es buscar la verosimilitud. Como ya se ha enfatizado antes: No basta con que algo sea real, sino que sea creíble. En la actualidad es necesario que la audiencia se sienta identificada con lo que ve pues eso va a generar, además, fidelidad.

Nunca antes el “ver para creer” fue tan real. Y eso también incluye al periodista, quien debe dudar absolutamente de todo. Por más que reciba un dato, documentación o archivo multimedia sobre un hecho debe constatarlo siempre. Puede que lo que reciba sea desfasado, confuso o manipulado (lo que es peor), por eso se debe reconfirmar la hora en qué ocurrió, contrastar versiones, buscar otros ángulos del caso y todo aspecto necesario que enriquezca su labor. Solo así se ofrece un trabajo de calidad y eso, precisamente, es lo que hace destacable a un medio frente a otro.

Queda claro que decir la verdad no basta. Aunque eso es lo que aprendemos en las aulas de la universidad, que el periodista está obligado a decirla. Eso no quiere

decir que no sea correcta esa premisa, definitivamente lo es, pero lo que tal vez no se nos refuerza al ser estudiante es el ir más allá de eso. La teoría que se nos da por el concepto del periodismo, la deontología periodística, las 5 w y demás es solo una parte de todo lo que significa esta profesión. Conocer las definiciones, lo que dicen los diferentes autores sobre las teorías de la comunicación, la historia de la televisión, la radio y el periódico nos permite tener una amplia visión de lo que fueron y son actualmente los medios de comunicación. Y ya con ese conocimiento, se pasa a la práctica haciendo, por ejemplo: notas informativas, crónicas, reportajes, etc. El papel que cumple la Universidad de San Martín de Porres en la formación del periodista profesional es valioso y quizá con más aspectos prácticos sería mejor, sobre todo por la evolución constante en los medios, que si bien es cierto no han abandonado lo tradicional, priorizan muchas veces la habilidad en el campo y la forma en la que uno se adecúa a los cambios teniendo presente el criterio y la experiencia.

Las empresas periodísticas ya no compiten entre ellas, sino contra la ciudadanía, que refuta más y que además no se deja llevar solo por lo que ve sino por la emoción o el sentimiento que eso le genera.

En todo este flujo informativo está la oportunidad de los medios: de investigar más para dar más. Los profesionales nos enfrentamos todos los días contra cualquiera que tenga un celular en mano y haga contenido. Luchamos, claramente también, con que nos crean, por eso hacemos un trabajo diferente a lo que puede hacer una persona que graba y publica algo interesante. Nos hemos preparado para eso y lo que se quiere lograr es que con el pasar del tiempo haya un mínimo margen de error.

REFERENCIAS

- Aguado, M. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*.
[https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Amorós, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*.
https://books.google.com.pe/books?id=APakDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=fake+news&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=fake%20news&f=false
- Arrueta, C. (2013). La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas. El caso de un diario conservador de Jujuy (Argentina). *Revista Brasileira de História da Mídia*, 2(2), 199 – 212.
<https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/download/4120/2437>
- Avila, J. (2018). *Análisis de la agenda informativa de los programas dominicales Panorama y Cuarto Poder sobre la candidatura de Keiko Fujimori, antes y después de las elecciones generales en primera vuelta. Marzo – Abril 2016* [Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional – Universidad de San Martín de Porres
- Barria, R. (2016). Periodismo ciudadano en Paraguay: ¿Una nueva forma de poder?. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 2 (12), 251 - 265.
<http://scielo.iics.una.py/pdf/riics/v12n2/2226-4000-riics-12-02-00251.pdf>

Blázquez, N. (2000). *El desafío ético de la información.*

<https://books.google.com.pe/books?id=pfHRM9aWEtkC&pg=PA180&lpg=PA180&dq=La+piedra+fundamental+de+la+profesi%C3%B3n+de+periodista+es+la+verdad%E2%80%9D,+y+el+c%C3%B3digo+americano+%E2%80%9CSigma+Delta+Chi&source=bl&ots=a4aeXJ2IUU&sig=ACfU3U0GnmPaUz2KV0uH4e8xNIHFtYvg-g&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjlfmvppuBAxWdrJUCHXTxAJYQ6AF6BAgIEAM#v=onepage&q=La%20piedra%20fundamental%20de%20la%20profesi%C3%B3n%20de%20periodista%20es%20la%20verdad%E2%80%9D%2C%20y%20el%20c%C3%B3digo%20americano%20%E2%80%9CSigma%20Delta%20Chi&f=false>

Bowman, S. y Willis, C. (2005). *Nosotros, el medio.* Recuperado de

https://es.slideshare.net/espacio_publico/nosotros-el-medio-1598280

De Fontcuberta, M. (1999). Pauta y calidad informativa. *Cuadernos de información,*

(13), 61 – 69. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2938506.pdf>

Del Fresno García, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *El profesional de la información,*

28(3), 1 - 11.

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.may.02/43980>

Espiritusanto, O. y Gonzalo, P. (2011). *Periodismo ciudadano Evolución positiva de la comunicación.* [https://e-](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/21633/periodismo_ciudadano_2011.pdf)

[archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/21633/periodismo_ciudadano_2011.pdf](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/21633/periodismo_ciudadano_2011.pdf)

Fernández-Armendáriz, E. (2013). De las redes sociales al periodismo ciudadano y ciberdemocracia. *Anduli*, (12), 37 – 61.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4772226.pdf>

Fontcuberta, M. (1980). *Estructura de la noticia periodística.*

[https://www.academia.edu/36533937/Estructura de la noticia periodistica](https://www.academia.edu/36533937/Estructura_de_la_noticia_periodistica)
[M Fontcuberta libro](#)

Gillmor, D. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People.*

<https://books.google.com.pe/books?id=3GphEGopal0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Lisa Institute. (2023). Las 14 fake news más sorprendente de los últimos años.

<https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/fake-news-mas-sorprendentes>

Loza, M. (2019). *El aporte del reporterismo ciudadano en la agenda periodística de los medios de comunicación. Caso: LaRepublica.pe, 2019* [Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional – Universidad de San Martín de Porres

- Medina, G. y León, B. (2022). Fuentes periodísticas y verificación de la información en el Profe TV, de la parroquia Manglaralto. *Reicomunicar*, 5(10), 85 – 103. <https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/91/168>
- Nigro, P. (2018). Causas de la pérdida de confianza en la prensa y estrategias para su restablecimiento en un contexto de incertidumbre. *Hipertext.net*, (17), 54 – 63. <https://dx.doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i17.05>
- Quiroz, Y. (2016). El smartphone como herramienta del periodismo digital. *Cultura*, 30, 109-139. http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_30_el-smartphone-como-herramienta-del-periodismo-digital.pdf
- Sifuentes, S. (2018). La autorregulación en la post producción audiovisual del noticiero América Noticias Edición Central – América Televisión [Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio institucional – Universidad de San Martín de Porres
- Sverdrup, R. (2007). *El impacto social del periodismo ciudadano en el marco de la Sociedad de la Información: Londres 7 de julio de 2005. Un estudio de caso.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio institucional <http://132.248.9.195/pd2007/0615284/0615284.pdf>
- UNESCO. (1983). CÓDIGO INTERNACIONAL DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA. http://www.editorialdigitaltecdemonterrey.com/materialadicional/p002/cap1/el_unesco.pdf

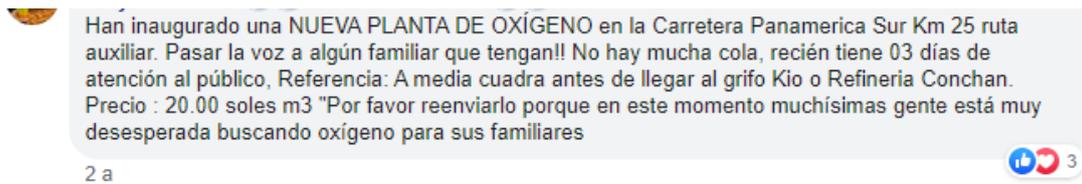
Vílchez, C. (2022). *Criterios periodísticos en la cobertura de noticias locales del diario Correo Lima, entre 2017 y 2020* [Trabajo de suficiencia profesional para optar el título de Licenciada, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional – Universidad de San Martín de Porres

Zunino, E. (2019). ¿Quién define la agenda? Las fuentes de información en la prensa digital argentina. *Comunicación y Sociedad*, 16 (e7394), 1 – 23.
<https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7394>

ANEXOS

Publicación de Facebook vista por jefe de mesa que sirvió para que posteriormente se realice un informe.

FECHA: 05/02/2021



Información enviada al WhatsApp del jefe de mesa que resultó siendo falsa.

FECHA: 16/09/2021



Enlace en vivo para canal N de un robo ocurrido en San Juan de Lurigancho.

FECHA: 24/11/2021



Informando desde Chilca sobre un crimen.

FECHA: 17/02/2022



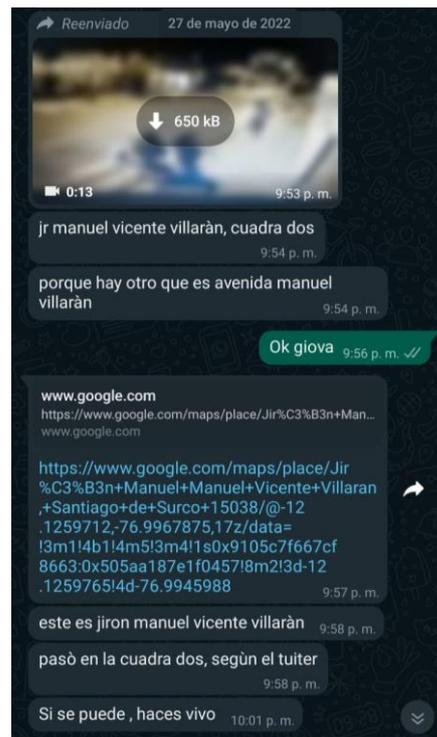
Cobertura en marcha contra el gobierno de Pedro Castillo.

FECHA: 05/04/2022



Tuit visto por jefa de mesa que sirvió para que posteriormente se realice un informe y un enlace en vivo.

FECHA: 27/05/2022

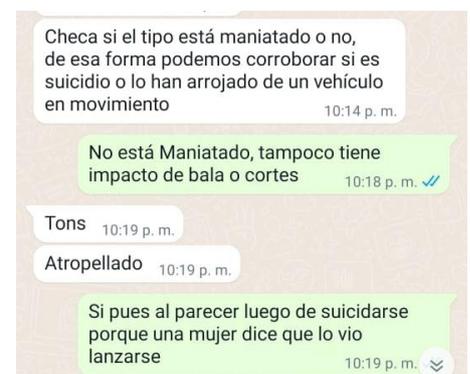


Entrevista al alcalde de Lima, Rafael López Aliaga (en ese entonces virtual burgomaestre). **FECHA: 03/10/2022**



Información enviada al WhatsApp del jefe de mesa que sirvió como dato pero que no tuvo como resultado un informe ya que, tomando en cuenta el Manual de estilo del canal, era un tema que no podíamos tratar.

FECHA: 07/11/2022



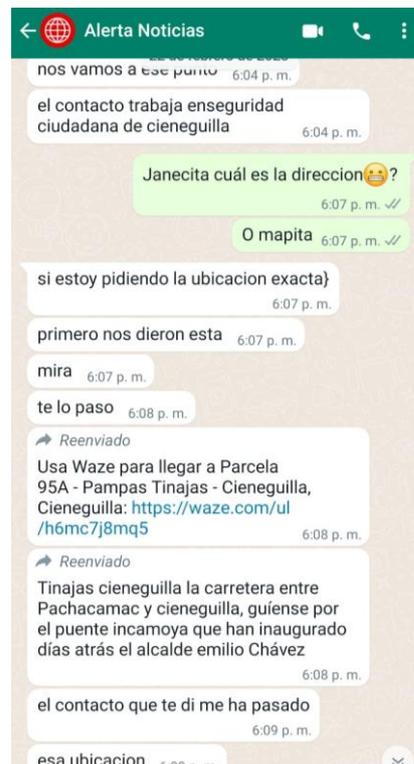
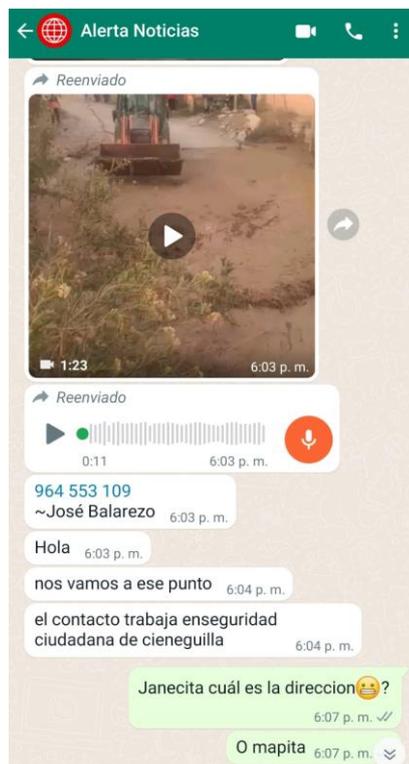
Parte de la cobertura de las marchas contra el gobierno de Dina Boluarte. En la imagen: mis compañeros reporteros, los conductores del noticiero y yo.

FECHA: 19/01/2023

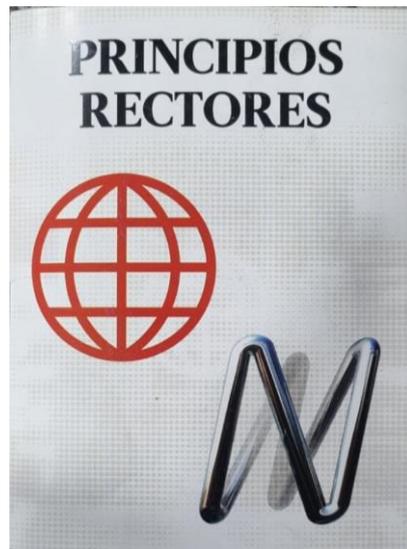


Un ciudadano escribió al Whatsapp del canal y con su información pudimos constatar el hecho, elaborar un informe y realizar un enlace en vivo.

FECHA: 22/02/2023



Principios rectores



Enlace de Reel publicado en Youtube

<https://youtu.be/PcCHr-y9Cw>

Manual de estilo de América Noticias

<https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/america-noticias-hace-publico-su-manual-estilo-n247186>

Contactos Profesionales

Fernando Velásquez – Director Periodístico de América Noticias Edición Central

Número: 998 133 792

Correo: fvelasquez@americatv.pe

Certificado de trabajo



CONSTANCIA DE TRABAJO

Lima, 25 de Abril 2024

A quien corresponda:

COMPAÑIA PERUANA DE RADIODIFUSION S.A. identificado con RUC Nro. 20100049008, mediante la presente deja constancia que el (la) Señor(ita/a) MIÑANO ANGELES ALEJANDRA SOLANGE, identificado(a) con DNI 73222282 labora en nuestra empresa desde el 7 de Julio 2021; desempeñando el cargo de REPORTERO - SLN.

Se expide la presente constancia a solicitud del (la) interesado(a) para los fines que estime conveniente.

Atentamente.

CIA. PERUANA DE RADIODIFUSIÓN S.A.

Katherine Otero Ovalle
Gerente de Gestión Humana

COMPAÑIA PERUANA DE
RADIODIFUSION S.A.

ENTREVISTAS A JEFES DE MESA DE AMÉRICA NOTICIAS.

PREGUNTAS:	1. ¿Cómo se filtra la información recibida por un periodista ciudadano?	2. ¿Qué tipo de información atienden y cuáles desechan?	3. ¿Qué criterios se toman en cuenta para asignar las comisiones?	4. ¿Qué aspectos de la línea editorial consideran al asignar una comisión?
César Lengua	Se le da peso a determinados casos como un hecho que esté sucediendo en ese instante, llámese un incendio de grandes magnitudes o un enfrentamiento, y se deja en segundo lugar a temas que pueden tomar tiempo como denuncias.	Se trata de no desechar nada, sencillamente no se le da la importancia en cuanto a nivel de cobertura.	Primero saber la distancia: dónde se ubican los equipos de prensa para enviarlos. Segundo, determinar si el tema amerita contar con dos o tres equipos en el lugar, como por ejemplo el incendio de Nicolini ocurrido en el año 2017 en el que se requirió varios de ellos.	La más importante es la credibilidad que debemos tener al momento de dar una información. En cuanto al tratamiento de la noticia, se puede coordinar con el reportero qué necesita hacer y qué no para la nota o el vivo.

<p>Giovanna Moreno (Actual productora de América Noticias Edición Central)</p>	<p>Si es que nos envían un video de un asalto ocurrido supuestamente en un centro comercial de nuestra capital, nos fijamos en la fecha, verificamos el lugar usando el internet, y enviamos al reportero a que constate el hecho, porque puede ser un dato falso o erróneo.</p>	<p>Analizamos todo, no desechamos una información por completo, excepto que sea un suicidio porque eso no es noticia para nosotros. A menos que se trate de un personaje importante como el presidente de la república, solo en esos casos, sí tenemos que informar.</p>	<p>Nos centramos en lo que en ese momento está afectando más al ciudadano, por ejemplo, una batalla campal en el centro de lima. Ahí, se debe enviar un equipo al instante. Para asignar las comisiones, se piensa también en la proximidad, aunque no se deja de lado nada porque tenemos corresponsales en diferentes puntos.</p>	<p>Tenemos que informar lo más cercano a la realidad. Hay ciertas cosas que, además, tenemos claras: Nosotros no podemos grabar a una persona si esta no lo permite, ni mucho menos, podemos sacar sus declaraciones usando cámara oculta. Si llamamos a alguien involucrado en un delito para tener su descargo le tenemos que decir que lo estamos grabando.</p>
---	--	--	---	--

ENTREVISTA A DIRECTOR PERIODÍSTICO DE AMÉRICA NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL

PREGUNTAS:	1. ¿Cómo escoge las notas que aparecen en el noticiero de la edición central y en qué orden?	2. ¿Qué papel desempeña el periodista ciudadano en la elaboración de los informes?	3. ¿Cuál es la línea editorial del canal?	4. ¿Cómo se determina el orden de importancia de las secciones al realizar la pauta?
Fernando Velásquez	Principalmente por el público que tenemos preferimos notas más visuales, más interesantes, que importantes.	Es importante, pero siempre hay que ser rigurosos a la hora de dar información, porque hay ocasiones en las que nos llegan Fake News.	Es fundamentalmente el respeto a la constitución. La constitución no avala un golpe de estado como lo hizo en su momento Pedro Castillo y tampoco avala la corrupción, entonces,	Lo que intentamos es que sea variada. Se comienza con lo que es mejor visualmente o con una buena historia. Seguido de lo que en ese momento puede ser importante para la sociedad como el

			cualquier denuncia de corrupción sobre algún político tiene que ser investigada, verificada y por supuesto emitida.	precio del limón. Luego algo del ámbito de espectáculo o internacional para finalmente ir a deportes.
--	--	--	---	---