

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**LAS FUENTES DE INFORMACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE
LAS NOTICIAS Y CREACIÓN DE CONTENIDO DEL PERIODISMO
DIGITAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIO
PROGRAMAS DEL PERÚ Y DIARIO LÍBERO**



PRESENTADO POR
JOSE CARLOS PUENTE ARNAO NEYRA

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO 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**

**LAS FUENTES DE INFORMACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE LAS
NOTICIAS Y CREACIÓN DE CONTENIDO DEL PERIODISMO DIGITAL
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIO PROGRAMAS DEL
PERÚ Y DIARIO LÍBERO**

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

PRESENTADO POR:

JOSE CARLOS PUENTE ARNAO NEYRA

LIMA, PERÚ

2024

DEDICATORIA

Con amor a mi familia,
que sin su apoyo incondicional en mi educación,
nada de esto sería posible.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por brindarme el apoyo
durante toda mi etapa académica.

A mi alma mater por otorgarme los conocimientos
para rendir con excelencia el presente trabajo.

Finalmente, a Dios, por conservarme con bienestar
para seguir adelante día a día.

ÍNDICE

REPORTE DE SIMILITUD	v
INTRODUCCIÓN	vi
CAPITULO I: CONTEXTO LABORAL Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS	9
1.1 El periodismo digital.....	9
1.2 Fuentes de información	12
1.2.1 Fuentes oficiales	12
1.2.1.1 Fuentes institucionales	12
1.2.2 Fuentes no oficiales	12
1.2.2.1 Protagonistas: testigos, autores y víctimas.....	13
1.2.2.2 Fuentes primarias	14
1.2.2.3 Fuentes secundarias.....	14
1.2.2.4 Fuentes digitales de información	14
1.3 Motores de búsqueda	15
1.3.1 Periodismo Web.....	16
1.3.1.1 Características del periodismo web	17
1.3.2 Redes sociales.....	17
1.3.2.1 Redes sociales como fuentes de información en Perú	18
1.3.2.1.1 Twitter	19
1.3.2.1.2 Facebook.....	20
1.3.2.1.3 Instagram.....	21
1.3.2.1.4 TikTok	22
1.4 Creación de contenido audiovisual en el periodismo.....	23
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL	25
2.1 Experiencia Profesional	25
2.1.1 Nombre de las instituciones y actividades realizadas	25
2.1.2 Radio Programas del Perú.....	25
2.1.2.1 Cargos y funciones del bachiller en Radio Programas del Perú	26
2.1.3 Diario Líbero	31
2.1.3.1 Cargos y funciones del bachiller en Diario Líbero.....	33
CAPITULO III: LOGROS Y APRENDIZAJES	36
CONCLUSIONES Y REFLEXIONES	40
REFERENCIAS	42
ANEXOS	47

REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

REPORTE - LAS FUENTES DE INFORMACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE LAS NOTICIAS Y CREACIÓN DE CONTENIDO DEL

AUTOR

JOSE CARLOS PUENTE ARNAO NEYRA

RECuento de palabras

11033 Words

RECuento de caracteres

61667 Characters

RECuento de páginas

51 Pages

Tamaño del archivo

5.0MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 7, 2024 4:06 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 7, 2024 4:07 PM GMT-5

● 12% de similitud general

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

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

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

INTRODUCCIÓN

El periodismo, ha evolucionado a lo largo de los años y esto se debe a la aparición de tecnologías emergentes que han impactado en la forma en la que ejercemos la profesión. Las innovaciones en este campo han requerido del desarrollo de un nuevo lenguaje a una nueva sociedad digital. Sin embargo, más allá de las fortalezas que hemos adquirido en esta nueva era, existen también amenazas que impactan negativamente en la imagen de diferentes medios de comunicación.

La problemática se centra en el uso de las fuentes con las que los periodistas tratan la información para luego publicarla en las diversas plataformas del medio. En el periodismo deportivo, tanto las fuentes físicas como digitales pueden brindar datos o información errónea de un hecho. Estas fuentes pueden ser testimoniales, como declaraciones de los protagonistas y/o testigos de un hecho, o documentales como libros, diarios, revistas, enciclopedias, manuales, folletos, así como publicaciones en redes sociales o sitios de internet.

Es por ello que el valor de la fuente se ve contrastado en la legitimidad que le aporta a la producción periodística, y son estas las que permiten el proceso de construcción de una noticia, ya sea nacional o internacional. En ese sentido, la veracidad de la nota y credibilidad de la prensa reposa en contrastar la información con fuentes confiables. De esta manera, pueden reforzar un lazo de confianza entre el medio y su público.

A lo largo de estos años, como periodista, he podido aplicar el uso de las fuentes de información para tratar las noticias de acontecimiento nacional e internacional. Mi primera experiencia la tuve en Radio Programas del Perú, reconocida cadena de radio peruana, como productor y redactor web en el área de deportes.

El exhaustivo trabajo de investigación, como redactor, para informar siempre con la veracidad, iba de la mano con el apoyo en las fuentes de información digital a las que estaba adherido. Diferentes hechos deportivos retumbaban

las redes sociales día a día y era mi labor contrastar la información en las diversas páginas de internet o plataformas digitales para publicarlas en el sitio web.

En cuanto a mi cargo de productor, me encontraba en la obligación de investigar acontecimientos deportivos impactantes, sobre todo de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019, pero a su vez reposaba esos hechos en fuentes fidedignas y creíbles para su difusión en la emisora.

Posterior a esa primera experiencia, de la mano con colegas, recurrimos a crear nuestro propio blog de deportivo “Red del Gol”, en el que en apenas 6 meses superamos los 20 mil seguidores, gracias a la destaca labor de investigación que se hacía a diario para llevarle a nuestro público las mejores noticias nacionales e internaciones sobre el balompié.

Luego de ello, tuve la gran oportunidad de pertenecer a uno de los medios de comunicación más importantes del país, Diario Líbero, donde me desempeñé en el cargo de creador de contenido y *storyteller* para las redes sociales del medio. Mi tarea no era solo contar los acontecimientos del deporte nacional e internacional, sino también indagar en hechos históricos que tengan relevancia para impactar en el público.

De esta manera, recurría a fuentes confiables que me asegurasen la veracidad de los hechos. Es así, que logramos un gran alcance en las plataformas de Facebook, Youtube e Instagram, superando las estadísticas que se habían registrado en años anteriores.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, generó en mí, desde los primeros ciclos, el interés por siempre comunicar de manera responsable. La ética y moral que mi alma máter impregnó en mí, me ayudó a desempeñarme con éxito en cada medio en el que tuve la oportunidad de ejercer la profesión.

Es por ello la elección del título del presente trabajo, ya que a lo largo de estos años he podido darme cuenta que, al estar la información al alcance de todos, un profesional de la comunicación social, debe velar por la construcción de

noticias y contenido responsable, en el que prime la verdad y transparencia de los hechos.

CAPITULO I: CONTEXTO LABORAL Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 El periodismo digital

La práctica del periodismo a través de medios digitales ha evolucionado la manera de informar las noticias en todo el mundo. Como indicaron Ruiz y Callejo (2004), que “en apenas unos años las TIC (Tecnología de la información y la comunicación) han revolucionado los métodos tradicionales de publicación y difusión de la información y han ampliado las posibilidades de realizar actividades a distancia”.

Los medios de comunicación están sometidos en llevar la información al usuario a través de todos los conductos posibles y al alcance de todos. Es por ello que para Ana Zalcborg (2001) la aparición de la web ha permitido que existan los enlaces que dirigen al lector de manera rápida e instantánea a informarse sobre los hechos y con libre acceso, y de esta manera el internet sea una fuente de consulta estratégica para transmitir y recuperar datos (p.169).

Al hablar de periodismo digital hablamos de ciberperiodismo, que es más que nada periodismo en internet. Lograr adaptarse a esta nueva era periodística no es un camino fácil, ya que lleva consigo aspectos importantes a tener en cuenta para no caer en el uso incorrecto de la información a tratar.

Teniendo en cuenta ello, es importante saber cuáles son las formas erróneas de hacer ciberperiodismo. “Ciberperiodismo no es reproducir en un soporte digital materiales de naturaleza informativa que ya han sido publicados previamente en un soporte analógico y que, por tanto, carecen de la actualidad necesaria en los mensajes ciberperiodísticos (Santiago Tejedor, 2009, p.16)

Por lo tanto, si el periodista recurre al uso adecuado de los métodos para hacer ciberperiodismo llevará consigo un trabajo fructífero que beneficiará al medio para llevar una noticia veraz y con inmediatez. A propósito Santiago Tejedor (2009), asegura que “el ciberperiodista no es un experto en tecnología, pero sí posee una constante y creciente curiosidad por conocer lo que ésta posibilita en su quehacer profesional” (p.17).

Ante la llegada de estos nuevos medios de hacer periodismo es necesario conocer las características del periodismo digital:

- **Multimedia:** Combina texto, imágenes, video y audio para crear contenidos más ricos y atractivos.
- **Interactividad:** Permite la participación activa de los lectores a través de comentarios, encuestas, y redes sociales.
- **Actualización Continua:** La información se puede actualizar en tiempo real, lo que permite una cobertura más inmediata de las noticias.
- **Accesibilidad:** Los contenidos están disponibles en cualquier momento y lugar, siempre que haya una conexión a internet.
- **Hipertextualidad:** Uso de enlaces para proporcionar contexto, fuentes adicionales y explorar temas relacionados.
- **Personalización:** Los usuarios pueden personalizar su experiencia, seleccionando los temas que les interesan más.

Si el ciberperiodismo es la actividad que realiza el profesional encargado de buscar y difundir información, el ciberespacio es el conducto por donde se filtran estos hechos. Qué mejor definición de este último concepto de la de Lucia Santaella, quien asegura que ciberespacio es todo el espacio

informativo multidimensional que permite al usuario no solo acceder a la información, sino también manipularla, transformarla e intercambiar sus flujos codificados, siempre y cuando el usuario se mantenga en la red para navegar en ella (Santaella, 2004, p.45).

El periodismo digital no solo ha llegado para transformar los medios tradicionales de manera temporal sino para permanecer en ellos y mejorar la calidad de difusión de noticias. Xosé Lopez (2005) lo asegura cuando dice que:

Los aspectos desfavorables de la actual evolución resultan evidentes, pero no es menos cierto que los cibermedios tienen futuro y están construyendo una nueva retórica periodística. Existe una gran coincidencia en el ámbito académico a la hora de asegurar que el futuro próximo será que tengamos en la red de redes unos productos periodísticos innovadores que integren cada vez más tipos de información y con mayor capacidad de participación efectiva y de personalización. (pp. 51-52)

Sosteniendo la posición de que el ciberperiodismo seguirá cambiando la metodología de informar, existen ya algunas tendencias emergentes como la utilización de la Inteligencia Artificial para la automatización de noticias y personalización de contenidos. La Realidad Virtual y Realidad Aumentada que permiten que el consumidor se transporte al lugar de los hechos también está garantizado, asumiendo que:

Además de la tecnología, existen factores narrativos que pueden favorecer la sensación de presencia, como por ejemplo la inclusión del usuario como personaje del relato y su representación a través de un avatar, la posibilidad de interacción con elementos y personajes y su influencia en el desarrollo de los hechos narrados o la noticia (Domínguez-Martín, 2015).

1.2 Fuentes de información

Vivimos en una era donde la información está al alcance de un solo *click*, y por ende es necesario que el periodista gestione y seleccione las fuentes con mucho criterio y cuidado para salvaguardar la integridad periodística. Para Manuel López (1995) el periodista no recurre a crear una noticia, sino que respalda la información obtenida, a través de la investigación, en testigos que han presenciado los hechos, ya que el periodista pocas veces contempla los acontecimientos. (p. 29)

1.2.1 Fuentes oficiales

Existen casos donde el periodista va a tener la facilidad de acceder a las fuentes oficiales. Tal como asegura Rodríguez, (2016) las fuentes oficiales derivan de las autoridades del Estado o de una institución, así como también provienen organismos gubernamentales o de una institución pública o privada. La manera en la que difunden su información es a través de comunicados de prensa, portavoces autorizados y ruedas de prensa. (p. 201)

1.2.1.1 Fuentes institucionales

Hay fuentes que pueden ser percibidas como más fiables que otras, y las institucionales es una de ellas, ya que debido a su carácter oficial y la responsabilidad pública que tienen, generan confianza tanto para el periodista como para el usuario. Además, promedian datos que no siempre están disponibles en fuentes individuales. Asimismo, para Eduardo Aller (2010) estas son fuentes que llegan del poder, directamente del ente financiero, político y religioso y que tienen como objetivo recaer en los medios informativos. (p. 34)

1.2.2 Fuentes no oficiales

Por otro lado, habrá situaciones donde el periodista va a tener que recurrir a reunir datos de fuentes no oficiales, donde existirá un trabajo de investigación mucho más profundo. Incluso se corre el riesgo de obtener información no verídica, por ende, entrará a tallar el buen trabajo

profesional del periodista. Rodríguez (2016), lo detalla cuando explica que:

Son aquellas en las que no media un intermediario oficial para acceder a la información. Por tanto, no tienen su origen en una institución o autoridad gubernamental. No representan los intereses de un gobierno o una institución, sino los de las personas afectadas (directa o indirectamente) por los sucesos. Son los contactos propios que tienen y se trabajan los reporteros especializados. Comprenden tanto los testimonios directos o las fuentes primarias (autores, víctimas, testigos presenciales o policías que suministran datos de manera extraoficial), como las informaciones obtenidas de personas próximas a los protagonistas de los sucesos (familiares, amigos, conocidos o vecinos). También se incluyen los datos recabados de la observación directa (el periodista acude al lugar de los hechos y, a través de la comprobación e investigación, extrae información que complementa la principal) y las versiones de expertos. (p. 208)

1.2.2.1 Protagonistas: testigos, autores y víctimas

A pesar de que las fuentes oficiales le brindan al periodista datos transparentes, los protagonistas de los acontecimientos también tienen una incidencia pertinente e importante, ya que otorgan información de primera mano y detalles específicos. Además, al haber sido víctimas o testigos proporcionan datos desconocidos que tienen más exactitud. “Las declaraciones de los protagonistas, las imágenes captadas por los fotógrafos, los detalles sobre cómo han ocurrido los hechos según la versión de la víctima o del autor tienen un elevado interés informativo” (Rodríguez, 2016, p. 211).

Más allá del factor beneficio que pueden tener las fuentes para con el periodista, estas se clasifican en tres tipos, y es necesario entenderlas para que el tratamiento de la información sea el adecuado.

1.2.2.2 Fuentes primarias

Es de suma importancia para la inmediatez de la noticia que las fuentes primarias abastezcan al periodista de información sobre los acontecimientos del caso, pues logran proporcionar información directa y no mediada sobre los hechos. Así como afirmó Romanos de Tiratel (1996), que “las fuentes primarias contienen información original, producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa. Son fuentes destinadas a comunicar los resultados del conocimiento y de la creación” (p. 16).

1.2.2.3 Fuentes secundarias

A través de este método no se va a conseguir información de primera mano, sino que los datos obtenidos se basan en interpretaciones, análisis o síntesis de las fuentes primarias. De igual manera es muy útil, ya que se puede contextualizar y profundizar en un hecho ofreciendo una perspectiva adicional. Así, las fuentes secundarias obtienen datos reorganizados y sintetizados, y están proyectadas para simplificar y optimizar el acceso a las fuentes primarias y a sus argumentos. (Romanos de Tiratel, 1996)

1.2.2.4 Fuentes digitales de información

Los medios de comunicación no solo han tenido que aprender a adaptarse a la nueva era digital para llevar la información a su público, sino también saber gestionar el uso de los datos previamente publicados en sus plataformas. A la par de los medios digitales para difundir información surgieron las fuentes digitales como herramientas y plataformas en línea para acceder a una amplia gama de contenidos de manera rápida.

Por ende, cuando se trata de buscar información, Hernández (2014) sostiene que “los buscadores, navegadores y sitios son los comúnmente utilizados por la población del país y la juventud, aunque más diversificados en cuanto a navegadores, buscadores, páginas consultadas o redes sociales a las cuales están adscritos/as” (p.449).

Así como nos hemos podido dar cuenta que, gracias al libre acceso a la información, millones de personas están al alcance de la búsqueda de datos, el periodista debe ser muy cauteloso al momento de navegar por los medios digitales para contrastar la información con las fuentes. La población hoy en día no solo tiene la disponibilidad de ver contenido, sino también de editarlo y hasta difundirlo, lo que trae consigo una alta demanda de datos erróneos y no fiables para el medio.

Es evidente, también, que ante la gran cantidad de información que circula en la web, surjan diversos problemas como la veracidad, fiabilidad y relevancia de la información; ya que, aunque, internet sea un repositorio mundial de información eso no la hace en definitiva un transmisor de conocimiento. (Bustos & Feltrero, 2005)

Conociendo los beneficios y riesgos que pueden generar las fuentes digitales de información, es de suma importancia conocer las diversas técnicas innovadoras de búsqueda de datos a las que está atado el periodista para recopilar contenido, contrastarlo y difundirlo al usuario.

1.3 Motores de búsqueda

Los motores de búsqueda son herramientas en línea que permiten a los usuarios encontrar información en la web mediante la introducción de palabras clave o frases. Estos motores utilizan algoritmos para rastrear, indexar y clasificar páginas web, obteniendo resultados relevantes en función de la consulta del usuario.

Los Motores de búsquedas son un conjunto de bases de datos que contienen información sobre cientos de miles de páginas de Internet, que se clasifican por distintos niveles de categorías y subcategorías, facilitando el proceso de localización. Cada dirección almacenada tiene asociada una serie de palabras clave, las que nos permitan llegar hasta el objetivo. (Guzmán, 2011, p. 2)

Existen varios motores de búsqueda que han logrado posicionarse en el internet con el pasar de los años, como Yahoo, Bing, Safari, pero no hay

duda que Google es el más utilizado a nivel mundial debido a su velocidad y precisión en la entrega de resultados. Así mismo, Prat (2016) asegura que Google es la primera opción de búsqueda desde hace muchos años en diferentes escalas, además que logra casi dos millones de búsquedas al día y posee trillones de accesos.

Si bien es cierto que Google cumple con varias de las expectativas para los periodistas a la hora de buscar y contrastar información, también tiene sus desventajas.

Los buscadores, en su totalidad, poseen excesiva cantidad de información, por lo que esta no está organizada por el tipo de contenido ni filtrada o clasificada por su rigor o fiabilidad. Esto genera que las búsquedas se dificulten, ya que al estar mezclada todo tipo de información, al momento de seleccionar ciertos datos verídicos se va a necesitar un alto grado de conocimiento, tiempo y estrategias claras de búsqueda. (Martinez, 2016)

1.3.1 Periodismo Web

Referirnos a motores de búsqueda, incluye dentro las páginas web. En el periodismo, esta modalidad ha permitido ofertar grandes servicios de información para el usuario. Los medios de comunicación se han innovado con el pasar de los años, y tener una página web para ellos, además de indispensable, es sinónimo de imagen de calidad periodística. Por otro lado, esto ha permitido que los propios periodistas de un medio recurran a buscar información y contrastarla con las páginas web de otros medios locales o internacionales.

Armañanzas et al. (1996) ya predecían la innovación tecnológica en el periodismo al sostener que:

Con la renovación tecnológica, el periodista del diario sobre papel ha tenido que modificar sus hábitos de trabajo al asumir responsabilidades y funciones que antes no eran suyas: corrección y producción de textos, diagramación, acceso a bancos de datos para textos y fotos,

entre otros cometidos. Estos cambios, a los que ha tenido que ir adaptándose, han sido un paso intermedio para lo que el nuevo periodista, el 'periodista electrónico', si se nos permite llamarle así al que tiene que trabajar en contacto con las redes telemáticas, empieza a asumir al enfrentarse ante un nuevo medio. Al igual que el medio electrónico (cuyo futuro aún desconocemos), la figura del nuevo profesional está por crearse; los periodistas tendrán que aprender a trabajar para un sistema multimedia porque van a recibir y emitir información de diferente modo. (p. 46)

1.3.1.1 Características del periodismo web

El periodismo web se divide en tres características esenciales, que están basadas en los principios de la plataforma de internet.

- Hipertextualidad: ... recurso de maquetación que nos permite desplazarnos de forma no lineal por la publicación, elegir caminos de acceso a posibles bloques dentro de contenidos concretos y profundizar en determinados aspectos de esos contenidos, sin salir de la aplicación (app) en la que nos encontramos. (Alonso del Barrio, 2021, p. 442)
- Multimedia: Angulo (2016) sostiene que “la multimedialidad se define como la integración, en una misma unidad discursiva, de información de varios tipos, 56Henry Aníbal Angulo Serrano tales como textos, imágenes, videos, sonidos, animaciones e, incluso, bases de datos o programas ejecutables” (pp.56 - 57).
- Interactividad: En el trato de la interactividad, los medios de comunicación tendrán que esforzarse por potenciar el uso de los recursos digitales que tienen a disposición, para así generar un buen contenido que permita interacción entre medios y lectores. (Corona & Navarro, 2017)

1.3.2 Redes sociales

Con el pasar de los años, la tecnología, de la mano con la globalización, ha permitido que las brechas de comunicación se hagan cada vez más

angostas entre una persona y otra. Ello, ha llevado consigo que el factor social en el mundo genere más interacción entre los individuos, y los medios más importantes para que la interactividad se fortalezca son las redes sociales. Como menciona Peña et al. (2008)

Las redes sociales que se conforman desde las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), pueden definirse como una estructura social que, apoyada con los recursos de la web, permite las relaciones entre personas, grupos y organizaciones bajo uno o varios objetivos en común; establecimiento de contacto con personas conocidas y con nuevas personas, apoyo emocional, compañía social, ayuda material y de servicio. La participación de las personas mediante una identidad digital, en este tipo de redes, proporciona un espacio para experimentar colaboración, construcción, intercambio, socialización, aprendizaje, cooperación, diversión, autonomía, entre otras. (p.175)

Más allá de que las redes sociales han transformado el estilo de vida de las personas y sean parte del día a día para la comunicación entre sí, estas también se han potenciado como herramientas de búsqueda de información constante, rápida y libre. Por lo que su uso no solo es de manera personal sino profesional, como una fuente significativa de acceso a contenidos en esta era digital.

1.3.2.1 Redes sociales como fuentes de información en Perú

Gracias al crecimiento insostenible del uso de las redes sociales, los periodistas se han visto sometidos a la práctica constante con esta herramienta para investigar, contrastar y difundir información. Los medios de comunicación saben hoy en día que es indispensable contar con todas las redes y plataformas posibles para llegar al usuario y tener presencia en cada lugar del mundo. Fowler-Watt y Allan (2013) señalan que hoy en día es importante reiterar un enfoque formulado hace unos años atrás en donde se aclaraba que las redes sociales abarcan un desafío para los medios de comunicación y a la vez ofrecen nuevas oportunidades.

Sabemos que en nuestro país el desarrollo de la tecnología no va al mismo nivel que el de otros países de primer mundo, esto motiva a que los medios de comunicación vean como un desafío grande el tratamiento correcto de las redes sociales. La idea no es solamente brindarle al periodista las herramientas, sino capacitarlos en un proceso de aprendizaje continuo para que conozcan cada funcionamiento de las redes y hagan un uso eficiente y eficaz.

Yezers'ka y Zeta (2016) afirman que el periodismo digital en Perú ha mostrado un crecimiento continuo desde sus inicios, aunque los primeros veinte años representaron una etapa de reorganización, adaptación a la nueva realidad digital y transformación de los procesos de producción de noticias y la interacción con las audiencias.

Además, en los últimos años se ha podido conocer el incremento de usuarios para las diversas redes sociales. Arellano Marketing (2016) lo contrasta cuando asegura que:

El 53% de la población urbana del Perú hace uso del internet, de estos el 99% de los usuarios ha creado una cuenta en una red social y el 65% utiliza entre tres a seis redes; dentro de los usuarios de internet la red con más aceptación y que lleva el liderazgo de preferencia es Facebook con el 99%, tiene 18 millones de usuarios en el país, más de 9 millones hacen uso de YouTube y 7 millones de twitter.

1.3.2.1.1 Twitter

Twitter comenzó como un servicio de envío de mensajes de texto desde teléfonos móviles, hasta su lanzamiento en 2006 como una plataforma basada en internet. Desde el principio, los usuarios podían compartir sus actividades y recibir actualizaciones de amigos mediante mensajes de texto. A medida que el volumen de *tweets* creció, se desarrollaron términos como *retweet* para reenviar el *tweet* de otro usuario y *hashtag* para marcar el tema relacionado con el *tweet*.

A pesar de que Facebook ha logrado posicionarse con la mayor cantidad de usuarios, Twitter es vista como la plataforma principal para el trabajo periodístico y la más relevante para los periodistas en América Latina. Esta red social desempeña un papel crucial en el proceso de generación de noticias, particularmente en contextos donde los medios están controlados, son inaccesibles o carecen de credibilidad (Saldaña et al., 2016).

Twitter proporciona información de manera breve e instantánea, compartida con los seguidores en un sistema diseñado para la distribución viral. Según Hermida y Mellado (2020), esta red actúa más como un centro de tránsito que como un destino final, ya que los usuarios son redirigidos a sitios de terceros a través de enlaces.

Los periodistas optan por usar Twitter debido a la velocidad con la que se pueden difundir informaciones, lo que facilita la publicación de noticias de última hora a un menor esfuerzo y tiempo. (Armstrong & Gao, 2010; García-de-Torres et al., 2011).

1.3.2.1.2 Facebook

En tanto, Facebook, aunque posee todas las herramientas necesarias para un buen periodismo digital, como escribir sin límite de caracteres, insertar hipertextos y añadir audios y videos, no se cataloga como una plataforma periodística como Twitter. Facebook se utiliza más de manera personal que profesional, predominando el contacto entre amigos, y los contenidos compartidos no están directamente relacionados con informaciones periodísticas. Sin embargo, la fortaleza de Facebook para los periodistas está en el poder de viralización de la red y en la comunidad de lectores que se puede formar.

Según Vaidhyanathan (2018), Facebook actúa como una herramienta que genera placer. "Facebook nos atrae, nos engancha, nos anima a declarar nuestras afiliaciones, nos divide y rastrea cada una de las interacciones a

lo largo del camino. El sistema de vigilancia de Facebook es parte de su sistema de placer” (p. 51).

Es así que Facebook, si bien no es una red social de fuerte uso por los periodistas, brinda una llegada con mucho más alcance en los consumidores. Esto se debe a que, según los datos obtenidos por INEI, el mayor porcentaje de uso de internet ha incrementado desde 2023 en las personas mayores de 60 años, y son estos los que prefieren Facebook como su herramienta para informarse y actualizarse.

1.3.2.1.3 Instagram

Instagram es una herramienta de la era digital que se creó para su uso social, interactivo y de entretenimiento entre usuarios. El conocimiento de los propios medios de comunicación sobre la masividad de contactos en esta red social, generó que Instagram también se convierta en una máquina potente para difundir información periodística. Además, que las actualizaciones de publicación como los *reels* han permitido que los centros periodísticos encuentren una manera innovadora de llegar a su público.

Según González (2018), Instagram modifica los modelos de comunicación al superar las barreras lingüísticas, geográficas y de mercado mediante sus innovadoras y originales tendencias, consolidándose como la plataforma ideal para promocionar un medio o una imagen personal.

Instagram es una red social que llega más por los ojos, quiere decir que impacta de manera visual en el usuario. Esto da por consecuencia que los medios de comunicación hagan un trabajo más elaborado al momento de diseñar gráficamente una noticia.

Además, para Panal (2017) Otra ventaja que ofrece Instagram es la posibilidad de la descripción en las fotografías. Esto resulta útil para cuentas periodísticas que deseen compartir noticias, crónicas o previas. A

pesar de ello, no se debe olvidar que su enfoque principal sigue siendo la fotografía.

1.3.2.1.4 TikTok

Otra de las redes sociales que nació como entretenimiento fue Tiktok, que con un sistema novedoso ha logrado posicionarse como una de las plataformas más populares a nivel mundial. Al igual que Facebook, Twitter e Instagram, esta herramienta también tiene un alto grado de interactividad, multimedialidad e inmediatez, por lo que los medios de comunicación han visto otro camino hacia el futuro en esta interesante aplicación.

Tiktok fue lanzado en 2016, pero recién a partir de 2020 inició su apogeo en la era digital. Según una investigación de El Peruano (2021) sobre el crecimiento de las redes sociales durante la cuarentena, realizada por el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicación es (Osiptel), se reveló que TikTok fue una de las aplicaciones con mayor consumo y tráfico, alcanzando el 19.52% durante la pandemia.

TikTok se ha transformado en un sistema innovador que ha apresado el interés y la imaginación de millones de usuarios en el mundo, demostrando ser una herramienta para la creatividad e inspiración de su audiencia. Esto subraya la relevancia de esta red social y su capacidad para innovar en tendencias, ofreciendo una amplia variedad de temas que facilitan la viralización de contenidos y una mayor conexión con su público objetivo (Rodríguez, 2020).

Torres Martín y Villena Alarcón (2020) destacan que la característica distintiva de TikTok es su diversidad, ya que permite un manejo más eficiente del algoritmo en la plataforma, optimizando el tipo de contenido que los usuarios desean consumir o producir para alcanzar un mayor éxito.

1.4 Creación de contenido audiovisual en el periodismo

Si hablamos de medios de comunicación hoy en día, la primera relación que se genera en las personas es con la tecnología y digitalización de contenidos. La conversión de medios tradicionales a digitales ha generado un impacto positivo en la sociedad. Gracias a esta nueva era, las empresas periodísticas se han sumergido en el mundo de las redes sociales, pero no ha sido suficiente para ellas el solo hecho de redactar noticias junto a una imagen y publicarlas en sus plataformas o páginas web, sino también que han recurrido en poner énfasis a la creación de contenido audiovisual para impresionar a los usuarios. En la misma línea Rigo (2020) añade que

La creación de videos propios, con edición de imagen y música despertó la creatividad de las audiencias, los llevó a un lugar de recuerdos de escenas de ficciones emblemáticas, canciones que marcaron una etapa de la vida. Todo este escenario posibilita la identificación de las audiencias con el contenido creado invitando a la participación y realización de un nuevo contenido o réplica del mismo. (p.3)

Muchas veces el periodista suele desempeñarse en una sola área, ya sea porque sus habilidades solo están destinadas para cumplir con ciertas funciones específicas. Sin embargo, hoy en día, su labor debe ser polifuncional, esto ante la gran avalancha de la era digital, donde el medio de comunicación necesita que el periodista cumpla varios roles para plasmarlas en las diferentes plataformas y llegar a diversos públicos.

Así como los periodistas han podido beneficiarse de la tecnología para innovar en el periodismo, esta nueva era digital ha modificado también el comportamiento del ciudadano de a pie, quien no solo se volvió un consumidor de noticias sino un productor de ellas. A este sujeto se le denominó prosumidor, ya que no solo indaga en la web y en las redes, sino que es protagonista en ellas difundiendo información y cumpliendo un rol de “periodista” pero sin ser uno. Esto es determinante puesto que:

...A la vez, las redes sociales (RR. SS.), producto de la evolución de Internet, se están constituyendo en ámbitos desde donde se promueve la realización y difusión de contenidos. Es decir, los relatos han ampliado sus horizontes discursivos y generan nuevas conductas de consumo y realización, en donde la figura de prosumidor se convierte en un protagonista más de la dinámica audiovisual. Es un actor que consume y genera contenidos, que ha encontrado en Internet un espacio de difusión horizontal, global y segmentada de acuerdo con los gustos de aquellos que desean verlos. (Karbaum, 2018, p.27)

A su vez, estos prosumidores deben ser bastante cuidadosos al momento de usar sus redes para difundir contenido, puesto que, debido a su nula profesionalidad y formación en la rama corren el peligro de llevar *fakenews* al público receptor.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

2.1 Experiencia Profesional

2.1.1 Nombre de las instituciones y actividades realizadas

En mi experiencia profesional desarrollé mis actividades en dos prestigiosos medios de comunicación nacional, Radio Programas del Perú y Diario Líbero, cumpliendo las funciones de redactor y creador de contenido audiovisual, respectivamente. En ambas empresas me desempeñé en el área deportiva y formando parte de la era del periodismo digital.

2.1.2 Radio Programas del Perú

La conocida cadena de radio peruana fue fundada en 1963 por el empresario Manuel Delgado Parker, quien falleció en septiembre de 2019 a los 83 años. Radio Programas del Perú, conocida por sus siglas RPP, es una de las emisoras más sintonizadas de nuestro país, además que ha logrado tener un gran alcance de cobertura en cada rincón del Perú.

La emisora, propiedad del Grupo RPP Noticias, emitía en sus inicios programación de radioteatros y radionovelas, pero con el pasar de los años fue innovando hasta llegar a ser una emisora de noticias. Este papel periodístico le permitió consolidarse dentro de los medios de comunicación como la radio más escuchada del país.

La convergencia del medio llegó en 1996 con el lanzamiento de su propio sitio Web, un portal multimedia. Asimismo, en 2015 se renovó, convirtiéndose en una plataforma digital moderna, ágil, con mayor cobertura, y que hasta el día de hoy ha sabido impactar a su público fidelizándolos año tras año. Además, en 2011 se creó RPP TV, un canal de televisión exclusivo de noticias.

Sus logros, sin duda, han sido muy notables, además de su convergencia, es el medio de comunicación de mayor preferencia en el Perú debido a su inmediatez y veracidad en las noticias a través de todos los canales de información en los que se desenvuelve. Por otro lado, RPP Noticias siempre se ha caracterizado por ser un medio innovador, como claro ejemplo está el ser pionero en lanzamientos de productos de audio y podcast, difundiendo información de primera mano y calidad.

Radio Programas del Perú, gracias al esfuerzo de todos sus trabajadores que han pasado por la empresa, desde sus inicios, se ha ubicado constantemente en el primer puesto de los medios más confiables del país. Una muestra de ello es el estudio que realizó Digital New Report 2023 del instituto Reuters. Según este informe, RPP Noticias logró el 53% en el ranking de marcas más confiables en el Perú. No solo ello sino que, debido a su óptima adaptación al periodismo digital, es el medio online más visitado por el usuario, con un ingreso mínimo de tres veces por semana.

2.1.2.1 Cargos y funciones del bachiller en Radio Programas del Perú

Durante mi estadía en la emisora nacional Radio Programas del Perú, tuve la gran oportunidad de cumplir con dos cargos indispensables para la funcionalidad del medio. El primero de ellos fue el de Productor de Deportes, bajo la jefatura de José Poicón Guevara. El rol cumplido fue esencial, sobretodo, para la emisión de noticias sobre la Copa América 2019, Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019, además de acontecimientos sobre fútbol nacional e internacional.

Previo a que las noticias sean difundidas por la emisora, tenía que cumplir con ciertas etapas cruciales, que un periodista debe tener en cuenta, para asegurar la veracidad y relevancia de la información:

- Selección del tema: Escoger un tema relevante y noticioso, que sea a su vez actúa y de interés público para generar un impacto en el oyente.
- Investigación preliminar: Recolectar datos esenciales sobre el tema a través de una investigación profunda.
- Planificación: Darle un enfoque a la noticia que sea determinante para la atracción del público.
- Verificación de la información: Comprobar la veracidad de los datos obtenidos a través de fuentes de información confiables.
- Revisión: Asegurar que la información se encuentre óptima para su difusión.
- Publicación: Entregarle la nota al locutor encargado de difundir la noticia para los oyentes de la emisora.

La edición de la Copa América 2019, que se desarrolló del 14 de junio al 7 de julio, fue un éxito total, la Selección Peruana logró ser finalista en aquella oportunidad al mostrar un gran rendimiento de inicio a fin del torneo. Esto ocasionó que la emisora obtenga un gran índice de oyentes a lo largo del campeonato, por ende, la intensidad de mi trabajo fue cada vez más contundente.

La difusión de las noticias sobre la Copa América debía tener un orden, para ello manejaba una pauta de las horas y en qué programas debían emitirse los acontecimientos. Radio Programas del Perú contaba con 10 programas que se emitían desde las 5 de la madrugada hasta la media noche. En cada uno de ellos había un bloque especializado en deportes, donde tenía que difundirse las noticias más importantes del momento, destacando a como de lugar la competencia futbolística del continente.

Fútbol Como Cancha es hasta el día de hoy el programa central deportivo de Radio Programas del Perú. A pesar de que se llevaba a cabo bajo los productores Senior que tenían más tiempo en la radio, como asistente de

producción me encargaba de que la emisión se distribuya de acuerdo a la pauta, y que tanto los spots como las notas sean difundidas.

En el periodismo existen los acontecimientos del momento, esos hechos inesperados que alertan al medio, pero que por más que sorprenda al periodista no debe incidir en errores. En ese sentido, cuando surgía alguna noticia repentina, entraba a jugar mi efectividad, eficacia e inmediatez para crear la nota y que sea emitida rápidamente en un programa de la emisora.

Las notas de las que me encargaba se emitían en la mañana y tarde, para luego dejarle la posta al productor de la tarde-noche. La programación de RPP los fines de semana era distinta. Aunque también se producían 10 programas los sábados y domingos, en estos días las notas solo se emitían en tres: Ampliación de Noticias, Fútbol Como Cancha y Rotativa del Aire (noche).

Además del trabajo de investigación de información de notas, también cumplía un rol importante en las emisiones de los spots publicitarios de la Copa América. Estos spots pagados tenían una pauta fija de programación, por lo que habían horas establecidas para su radiodifusión, Como productor, estaba en la obligación de llevar un registro si los anuncios eran emitidos en su horario.

A su vez, si los auspiciadores solicitaban nuevos anuncios, me encargaba de que estos sean locutados correctamente por la voz oficial de los comerciales, y que posteriormente sean ejecutados en los bloques respectivos.

Otra de las funciones que asumí durante la Copa América fue la de comunicarme con los reporteros que habían sido enviados a Brasil y enlazar vía microondas su cobertura de los hechos que se daban en el torneo, ya sea para la llegada de la Selección Peruana a los estadios, el recibimiento de los hinchas en cada ciudad, declaraciones de jugadores o hinchas, o algún dato de interés sobre la 'blanquirroja'.

Mientras iba obteniendo más conocimiento y desarrollando mejor mis habilidades, fui tomando la posta como productor en ciertas transmisiones de partidos de Copa América y Liga 1. El cargo de productor me abrió la puerta

para cumplir uno de mis sueños, comentar un partido de fútbol como reportero de cancha. Tuve la gran oportunidad de realizarlo en tres ocasiones para las transmisiones de los encuentros del torneo peruano. Sin duda que me dejó una gran experiencia en mi carrera profesional.

Posterior a esta etapa, me trasladaron al área de redacción, donde tuve que pasar por ciertas pruebas previas para tomar el cargo. Mi llegada fue a la par del inicio de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019. Este evento generó bastante expectativa, no solo porque se iba a realizar en nuestro territorio, sino que los deportistas nacionales llegaban con grandes probabilidades de subirse al podio.

Pasar de un puesto de producción a uno de redacción, donde iba a tener mi primera experiencia cumpliendo esa función, fue un gran desafío para mí. Inmiscuirme en el periodismo digital de manera profesional trabajando para un gran medio fue al comienzo tedioso, pero no complicado. El funcionamiento de las páginas web, usar SEO, palabras clave, hipervínculos, título, bajada, lead, etc.; eran fundamentos claves que conocía gracias a la enseñanza que me otorgó la universidad. Sin embargo, siempre hay cosas que pulir, y logré hacerlas en esa etapa.

Bajo la tutela de Marith Aguilar, me desarrollé como redactor por seis meses. Durante todo ese tiempo cubrí las participaciones de los deportistas peruanos en los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019, redacté notas informativas sobre el acontecer del fútbol nacional e internacional, hice los famosos 'minuto a minuto' de los encuentros que tenían más alcance en la web, la previa de los partidos de fútbol, y los análisis post duelos también eran mi deber cubrirlos.

En los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos que se realizaron en nuestra ciudad, tuve el privilegio de informar desde su inauguración hasta la clausura. En los diferentes juegos que se desarrollaron, fui testigo del gran desempeño que mostraron los deportistas nacionales en las diversas disciplinas.

En el surf, el deporte de peso para los peruanos donde hemos logrado dejar la bandera en alto, las actuaciones de Daniella Rosas y Lucca Mesinas fueron sobresalientes, ya que ambos deportistas obtuvieron la presea de oro. Además, en Stand Up Paddle Vania Torres y Itzel Delgado también se subieron al podio consiguiendo el primer lugar en sus categorías.

La siempre destacada Alexandra Grande nos volvió a dar alegrías al coronarse campeona en la categoría 61 kg de karate. Asimismo, en atletismo, Gladys Tejeda, Kimberly García y Christian Pacheco destacaron en la maratón, ambos ganando medallas de oro. Tejeda también rompió el récord panamericano en esta disciplina.

Así como ellos, otros peruanos también sobresalieron en sus respectivas disciplinas, dándole al Perú un total de 39 medallas, 11 de oro, 7 de plata y 21 de bronce. Todas las participaciones las seguimos desde el minuto cero, generando una alta demanda de visitas en la plataforma.

Por otro lado, los Juegos Parapanamericanos también tuvieron un evento sobresaliente, donde nuestros para-atletas tuvieron una destacada actuación. Su rendimiento permitió que Perú finalice el torneo con 15 medallas, repartidas en 5 de oro, 3 de plata y 7 de bronce.

Más allá del buen rendimiento que dejaron todos los deportistas nacionales, la cobertura del evento permitió que se despierte un interés en el público por todas las disciplinas, además que se le de visibilidad a la buena infraestructura de los coliseos y estadios, dando a conocer que tenemos con qué para organizar un mega torneo deportivo.

A la par y posterior a los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019 cubrí también fútbol nacional e internacional. Cada redactor del área tenía programado, todas las semanas, diferentes partidos de la Liga 1, Premier League, LaLiga, Bundesliga y Ligue 1.

Me encargaba de redactar la previa del encuentro, que detallaba la fecha, hora y lugar de la disputa, además de canales en dónde se iba a transmitir. Luego,

redactaba el 'en vivo' o 'minuto a minuto' del partido seleccionado, y posterior a ello tenía que hacer un análisis de cómo se desarrolló el encuentro.

En el día a día también surgían acontecimientos deportivos, de los cuáles tenía que estar al tanto para difundir la noticia con inmediatez y efectividad. Como por ejemplo el retorno de Paolo Guerrero a las canchas tras cumplir su sanción que le impuso el TAS, y que mejor que su vuelta se dio con gol para Internacional de Porto Alegre por las semifinales del Campeonato Gaúcho.

El implemento del VAR a la Liga 1 también fue la novedad del año, se dio en la final del campeonato entre Alianza Lima y Binacional, su uso tuvo muchas críticas y otros comentarios a favor, esto generó gran polémica y declaraciones de futbolistas profesionales, las cuales difundí para la web.

La designación de Perú como sede del Mundial Sub 17 2021 fue otro de los golpes que dimos en el fútbol como anfitrión del torneo, esto generó repercusión en los medios, por lo que mantuve actualizada la información sobre la noticia. Sin embargo, la historia posterior ya es conocida, ya que debido al COVID-19 este campeonato tuvo que ser cancelado.

La experiencia en Radio Programas del Perú me permitió fortalecer mi conocimiento y amplificar mis habilidades en el periodismo, tuve el agrado de conocer a grandes profesionales que me ayudaron durante mi estadía para potenciar mi trabajo. No obstante dejé el medio, y unos meses después comencé una nueva etapa en Diario Líbero.

2.1.3 Diario Líbero

Diario Líbero es un medio de comunicación especializado en deportes, con particularidad en fútbol. Es propiedad del Grupo La República Publicaciones y fue fundado el 5 de junio de 1995. Desde su creación, ha circulado a lo largo de nuestro país informando sobre eventos deportivos nacionales e internacionales, entre partidos de fútbol, resultados, fichajes y otras noticias. Líbero comenzó como un medio impreso, que destacó rápidamente en el lector gracias a su diseño moderno y uso de color, lo que lo diferenciaba de la competencia. Años después, con la llegada de la era digital, el diario supo

adaptarse a los cambios y se modernizó con nuevas funciones para el lector navegante en internet.

A la actualidad produce y difunde contenido multimedia, como videos de resúmenes de partidos, entrevistas y programas deportivos. Esto hace que mantenga una presencia activa en las redes sociales, en donde interactúa constantemente con su audiencia. Además, opera a través de una página web que se actualiza con noticias y artículos. El diario permite que la información la tengas a primera mano y al instante gracias a la aplicación móvil que ofrece para facilitar el acceso a su contenido.

Otro de los aspectos en los que ha destacado Diario Líbero es por las entrevistas exclusivas que realiza con jugadores, entrenadores y personajes del balompié. Del mismo modo, publica reportajes especiales sobre temas de interés. Exige una amplia cobertura de fútbol, ya que sigue de cerca torneos importantes como la Copa Libertadores, Copa Sudamericana, Champions League, Copa América y mundiales; siempre sobresaliendo por brindar análisis profundos sobre el rendimiento de los equipos y jugadores.

Líbero ha sabido consolidarse como uno de los diarios deportivos más importantes y con mayor circulación en el país, reconocido siempre por su rigor periodístico y trabajo exhaustivo en la búsqueda de la información. Sus logros se han basado en su innovación, cobertura e interacción con el público.

Los nuevos cambios en el periodismo no fueron un obstáculo, ya que implementó satisfactoriamente estrategias digitales, que le permitieron conectarse a los nuevos hábitos de consumo de noticias. Este gran esfuerzo le ha permitido que su página web y aplicación móvil tenga un alto promedio de visitas y usuarios activos. Gracias a los profesionales que potencia el medio, Líbero ha podido ser partícipe de distintas acreditaciones para cubrir eventos deportivos internacionales de gran dimensión. Justamente el último gran torneo que cubrió el diario, fue el Mundial de Qatar 2022, en donde se difundió una amplia información sobre el mega evento deportivo, lo que permitió que su plataforma digital obtenga un alto índice de visitas.

No hay que dejar de lado que Líbero también fomenta la cultura deportiva, publicando información no solo sobre el acontecer del fútbol, sino de otras disciplinas en las que los deportistas peruanos destacan.

2.1.3.1 Cargos y funciones del bachiller en Diario Líbero

Mi permanencia en Diario Líbero se basó en dos cargos. Primero como creador de contenido audiovisual y luego como planner. En primera instancia, mi función estuvo frente a cámaras para las plataformas y redes del medio, era parte de la imagen del diario en la sección deportes, ya que semanalmente hacía grabaciones.

Las grabaciones consistían en relatos sobre diferentes acontecimientos futbolísticos, ya sean datos curiosos, mejores y peores momentos que dejaron los exfutbolistas, la vida de los diferentes *cracks* del fútbol, mejores disputas en la historia del fútbol, exjugadores peruanos que brillaron en el extranjero, etc. Me grababan una vez a la semana, y en ese día locutaba de 6 a 7 historias diferentes. Dentro de los relatos, no podían faltar los del Mundial Qatar 2022, la 'fiebre' del evento estaba cerca y eso generaba mayor interacción.

Sin embargo, tenía un trabajo polifuncional, ya que no solo relataba los hechos, sino que me encargaba de la pre producción al construir también las pautas de grabación, siguiendo los pasos del periodismo para un buen trato de información:

- **Búsqueda de la información:** Buscar temas relevantes que podrían impactar en el público.
- **Investigación de la información:** Rescatar los datos más importantes que tengan un impacto en el público.
- **Contrastar la información:** Verificar que los datos obtenidos sean verídicos, a través de las fuentes digitales.
- **Redacción:** Construía la pauta con una buena redacción entendible para la lectura.
- **Grabación:** Luego de pasar el filtro por el jefe de la sección llegaba el momento de hacer el relato.

Posterior a ello, el equipo de edición se dedicaba a crear el arte con los videos. Una vez que los editores terminaban su trabajo, el contenido pasaba por una revisión final para luego publicarlo en las plataformas del diario. Yo me encargaba de la publicación, en Youtube y Facebook.

En la actualidad, TikTok es una red social que ha incrementado sus vistas en las que el usuario no solo se entretiene sino también se informa. El método de informar en redes también se innovó, y los medios de comunicación no podían ser ajeno a ello. Ahora no solo basta con colocar un vídeo con texto, sino que pararse frente a la cámara de tu celular y contar los acontecimientos sobre un hecho sumado a unas imágenes de fondo es otra estrategia para llegar al usuario, ya que hace el contenido más interactivo y dinámico. Ese fue el estilo que apliqué en la cuenta de TikTok de Líbero para crear contenido semanalmente sobre diferentes sucesos del fútbol nacional e internacional.

Además de esas funciones, también me mantenía al tanto de las noticias más importantes del día, de las cuáles escogía la de mayor impacto para crear contenido digital. Seleccionaba la noticia y buscaba piezas gráficas visuales y audiovisuales al respecto, luego redactaba un guion sobre los hechos para hacer la locución respectiva. Una vez culminados estos pasos, juntaba todo y lo editaba en base a cierta cantidad de tiempo estratégico para que su repercusión tenga efectividad en las plataformas.

En el fútbol, uno de los hechos que genera mayor impresión en el hincha o aficionado es la polémica, ya sea dentro o fuera de las canchas. Este factor lo tomamos como una ventaja para aumentar las vistas de nuestros contenidos. El método al cual recurrimos en el Líbero fue al de escoger las declaraciones más polémicas que brindaban los hinchas tras la culminación de un encuentro.

Así como el triunfo de un equipo genera felicidad y comentarios positivos, la derrota produce enfado, y este enfado engendra declaraciones fuera de lugar que son consideradas polémicas. Estos comentarios de los hinchas, ya sean de alegría, amargura, tristeza u otra emoción, gestaron una gran repercusión en nuestras plataformas de Youtube y Facebook. Mi tarea consistía en

escoger las reacciones más controversiales posibles y editarlas todas en un solo vídeo. Las declaraciones de los hinchas llegaban a mí, gracias a mis colegas reporteros que, una vez finalizado un partido de fútbol, se acercaban a los fanáticos para robarles los mejores comentarios, elegía los más polémicos, y tras la edición los publicaba en Youtube y Facebook.

Esta estrategia nos ayudó a aumentar nuestras vistas y seguidores en ambas plataformas, por lo que se optó como algo recurrente tras la culminación de un partido importante, ya sea de Liga 1, Copa Libertadores, Copa Sudamericana o Eliminatorias rumbo a Qatar 2022. Dentro de estos torneos, las reacciones que más éxito tuvieron, permitiendo que Líbero lidere las redes sociales a diferencia de otros medios, fueron las de los hinchas de la Selección Peruana antes y después de cada partido eliminatorio, y más aún cuando la 'bicolor' quedó fuera del Mundial, el enojo y tristeza fue desbordante. Otras reacciones impactantes fueron las de los hinchas del club Melgar de Arequipa, que avanzó hasta las semifinales de la Copa Sudamericana de aquel año 2022 y quedó eliminado ante Independiente del Valle. No podían faltar las reacciones de los hinchas de Alianza Lima y Universitario de Deportes, que cuando sus equipos caían derrotados ellos también perdían la cabeza y dejaban frases icónicas.

Ante la salida de mi jefe directo, me responsabilice en su función y también como *planner* estratégico de redes sociales. Sin embargo, en ningún momento abandoné el puesto de creador de contenido, por lo que cumplí con ambos cargos hasta el último día de mi estadía en el diario.

CAPITULO III: LOGROS Y APRENDIZAJES

Es un agrado para mí, hasta el día de hoy, haber aprendido y logrado tanto en Radio Programas del Perú como en Diario Líbero. Amplié mis horizontes, tuve grandes y nuevas experiencias, asumí responsabilidades importantes y hasta ascendí de cargo, todo ello me ha llevado a cumplir ciertas metas y tener méritos en mi trabajo.

Tanto como productor y redactor en Radio Programas del Perú aprendí a gestionar mejor los tiempos de trabajo, siendo capaz de manejar múltiples tareas y proyectos en simultáneo. También obtuve conocimientos de marketing al entender cómo promocionar programas de radio y aumentar la audiencia a través de diversas plataformas y estrategias.

A su vez, amplifiqué mis aptitudes para trabajar efectivamente con los demás equipos de producción, locutores y reporteros de amplia trayectoria y otros colaboradores de la empresa. Aprendí a ser más creativo e innovador para brindar contenido atractivo y original en los segmentos deportivos. Logré adaptarme a los distintos cambios improvisados que surgen día a día en la industria de la radiodifusión debido a las noticias emergentes. También pude ser capaz de realizar un trabajo profundo de investigación para difundir información relevante, precisa y de interés para el público.

En esa misma línea, la ética es un factor indispensable para el buen desarrollo de un periodista, por lo que comprendí esta importancia siguiendo algunos aspectos claves para una producción de contenido efectiva.

- Veracidad: El redactor debe verificar los hechos antes de que sean difundidos, evitando así rumores o *fakenews*.
- Imparcialidad: Las noticias deben presentar un contenido imparcial sin favorecer a algún grupo o individuo.
- Privacidad: No difundir noticias que atenten contra la integridad de las personas o sin su conocimiento
- Transparencia: No ocultar ningún tipo de información para no dejar entrever que hay alguna relación entre el medio y cierto individuo o grupo de personas.

Estas enseñanzas que adopté me permitieron conseguir ciertos logros como haber producido bloques deportivos que obtuvieron gran audiencia, gestioné enlaces eficaces con los reporteros que se encontraban en Brasil por la Copa América para que se haga una difusión efectiva en la emisora. Además, me dieron la potestad de ampliar la red de contactos de la radio al comunicarme con distintos futbolistas profesionales y entrenadores para las entrevistas que se hacían en los segmentos deportivos. Logré producir todos los programas deportivos completos de los fines de semana con una transmisión de tres horas consecutivas, generando un aumento significativo en la audiencia.

En la redacción logré publicar artículos que se volvieron virales, atrayendo lectores a la web y propagando interacciones significativas. Aporté a una optimización SEO exitosa al establecer significativamente el posicionamiento de las notas en los motores de búsqueda. Hice notas deportivas que aumentaron el tráfico web y que también se fidelizaron con la audiencia, ya que, de acuerdo a las estadísticas, los lectores entraron más de una vez para leer la nota aumentando la tasa de retención y el tiempo de permanencia en el sitio.

Fui parte del equipo que mantuvo constantemente informado a los lectores sobre los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019, evento en el cual lideramos el tráfico web con notas de contenido de calidad. Sin dejar de lado las transmisiones en vivo que se hacían en la web, y que en su mayoría tenían gran acogida y éxito.

Diario Líbero también fortaleció mi conocimiento periodístico. Gracias a las funciones que cumplí, conocí todos los métodos posibles del manejo de herramientas multimedia para la creación de contenido. Aumenté mi creatividad al aprender nuevas formas de edición de audio y vídeo, al igual que pude mejorar la calidad de narrativa visual para la presentación del contenido periodístico. Llevé a cabo un aprendizaje de análisis de datos para crear material de acuerdo a la información cuantitativa y cualitativa que obtenía.

Colaboré eficazmente con otros periodistas profesionales como redactores, editores y reporteros experimentados para producir contenido sólido y eficaz. Por otro lado, desarrollé estrategias efectivas para interactuar con la audiencia y construir una relación de confianza. Supe tener buena presencia frente a cámaras al manejar una locución fluida y gesticulaciones que me permitieron llegar e impactar en el público.

Facebook y YouTube se convirtieron en mis aliados, aproveché las fortalezas de ambas plataformas para maximizar el alcance de los contenidos de las notas y las transmisiones en vivo. Para hacer efectivo el uso de estas redes seguí estrategias de SEO para optimizar el rendimiento de los vídeos publicados, y me basé en algunas técnicas importantes.

- Utilizar palabras clave: Los términos más populares suelen tener más alcance y atraer más a la audiencia.
- Utilizar un buen título: El título seleccionado debe ser el más cercano a una búsqueda del usuario.
- Uso de *tags*: Es esencial para reconocer los asuntos de un contenido y aumentar la visibilidad de este.

- Descripciones interesantes: Escribir una descripción que llame la atención y brinde información sobre qué trata el vídeo publicado.
- Transcripciones y subtítulos de los vídeos: Transcribir la información que se dice en el vídeo, puede ser automática o manual.
- *Engagement*: Responder comentarios y respuestas de los seguidores para generar fidelidad e interactividad con ellos.

Estas funciones que cumplí lograron que el diario aumente 20 mil seguidores más en su plataforma de YouTube. En Facebook y TikTok también se obtuvo un aumento considerado de seguidores. Pude participar en la cobertura de eventos deportivos importantes, tanto delante y detrás de cámaras, como las Eliminatorias rumbo a Qatar 2022 y la exitosa participación del club Melgar de Arequipa en la Copa Sudamericana. Esto generó que el diario se haga presente en todas sus plataformas y redes sociales para aumentar el *engagement*.

Realicé entrevistas exclusivas con futbolistas profesionales, las cuales incrementaron las visualizaciones y la interacción con los aficionados al deporte. Además, una gran cantidad de vídeos sobre las reacciones de los hinchas se hicieron virales en todas las redes sociales.

El desempeño que tuve me permitió ascender de cargo al tomar el mando del equipo de redes cuando el jefe directo renunció. Esto suscitó que tenga mayores responsabilidades, las cuales efectué con el profesionalismo aprendido.

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES

La Universidad de San Martín de Porres me brindó una enseñanza de alta calidad educativa y también inculcó en mí, valores esenciales para ser un buen profesional, ya que si de periodismo se trata, ambos aspectos van de la mano. Esto es esencial en la especialidad, porque un periodista debe conocer a la perfección sobre los principios de la ética y moral, y llevarla en práctica durante su labor diaria.

De acuerdo a lo mencionado, la formación periodística que me dio mi casa de estudios fue primordial para plasmarla durante mi etapa en ambos medios de comunicación, haciendo un uso correcto de las fuentes de información para difundir noticias verídicas, impactantes y de calidad. Además, la investigación a profundidad es otra de las tareas indispensables en búsqueda de la verdad, aptitud que gracias a la educación obtenida pude desarrollar para emitir hechos reales.

Durante mi carrera universitaria aprendí también a emplear los distintos recursos del periodismo digital, como el manejo de las redes sociales y plataformas, preparación que me ayudó a desempeñarme en los cargos que ocupé. Asimismo, el éxito de un periodista se encuentra en su polifuncionalidad, por lo que no solo cumplí roles detrás de una computadora, sino también frente a las cámaras, reflejando el conocimiento de saber expresarme para brindarle al usuario una información clara y concisa.

Habilidades instruidas en la USMP como una buena redacción, locución y conducción, me abrieron las puertas a poder desenvolverme en un medio web de prestigio a nivel nacional e internacional, a comentar un partido de fútbol

en una de las radios más escuchadas del país y de ser la imagen digital de uno de los diarios más vistos y leídos del Perú.

En esa misma línea, es crucial para mí destacar la capacidad de liderazgo que la Universidad de San Martín de Porres me enseñó, porque estar al mando de un equipo requiere de un alto nivel de responsabilidad, la cual pude aplicar en mi función como jefe.

Por último, llego a la conclusión que el conocimiento que mi casa de estudios impregnó en mí, me llevó a alcanzar distintos logros y sueños que tuve desde mis inicios. Además, que las relaciones sociales que tuve durante mi etapa universitaria me permitieron ampliar mi red de contactos a futuro, lo cual me benefició para entablar comunicación con distintos periodistas de éxito, aspecto crucial para crecer en la profesión.

REFERENCIAS

- Ruiz M., Callejo L., González E., Fernández M. (2004). Las TICs: un reto para nuevos aprendizajes. Narcea, S.A. de ediciones.
<https://www.casadellibro.com/libro-las-tic-un-reto-para-nuevos-aprendizajes/9788427714601/980123>
- Zalcborg, A. (2001). El ciberperiodismo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (19), 169-184.
- Tejedor, S. (2009). *Ciberperiodismo: Libro de estilo para ciberperiodistas*. Editorial ITLA. <https://hchr.org.mx/puntal/wp/wp-content/uploads/2020/06/libro-ciberperiodismo-completo.pdf>
- Santaella, L. (2004). *Navegando en el Ciberespacio: el perfil cognitivo del lector inmersivo*. Editorial Paulus Editora.
<https://es.scribd.com/document/263935791/SANTAELLA-Lucia-Navegar-no-ciberespacio-O-perfil-cognitivo-do-leitor-imersivo-pdf>
- López, X. (2005). El periodismo cultiva sus señas de identidad. *Ámbitos. Revista andaluza de comunicación*. 14 (13), 51-52.
<https://www.redalyc.org/pdf/168/16801403.pdf>
- Domínguez-Martín, Eva. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. *El profesional de la información*, 24(4), 414-423.

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2015.jul.08/20707>

- López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias*. Ediciones Paidós Ibérica.
<https://books.google.com.pr/books?id=D3bk4dakYsAC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- Rodríguez, M. (2016). Las fuentes informativas en el periodismo de sucesos. *Correspondencias y Análisis*, 6 (6), 198-218.
<file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Dialnet-LasFuentesInformativasEnElPeriodismoDeSucesosAnali-6068700.pdf>

- Aller, E. (2012, mayo). *La verdad periodística y las fuentes de información*. [Sesión de Congreso]. Congreso de Periodismo y Medios de Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, La Plata.

- Romanos de Tiratel, S. (1996). *Guía de fuentes de información especializadas: humanidades y ciencias sociales*. EB Publicaciones

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill/Interamericana Editores.
<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

- Prat, M. (2016). Google y otros buscadores. *Posicionamiento Web: estrategias de SEO*, 4, 15-19.

- Martínez, L. (2016). *¿Cómo buscar y usar información?: Guía para estudiantes universitarios*. Universidad de Cantabria, Fondo Editorial.
http://eprints.rclis.org/29934/7/Como_buscar_usar_informacion_2016.pdf

- Armañanzas, E., Díaz, J., & Meso, K. (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Ariel Comunicación.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=226000>

- Alonso del Barrio, E. (2021). Hipertextualidad, multimedialidad y bidireccionalidad en los soportes lógicos para dispositivos móviles: una revisión crítica. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 437-447. [Vista de Hipertextualidad, multimedialidad y bidireccionalidad en los soportes lógicos para dispositivos móviles: una revisión crítica \(ucm.es\)](#)
- Angulo, H. (2016). Periodismo Multimedia: el diseño multimedia en el periodismo digital boliviano. *Punto Cero*, 21(32), 52-75. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v21n32/v21n32a04.pdf>
- Navarro, E., & Corona, J. (2017). El desafío de la interactividad: la participación de los usuarios en la redefinición del periodismo. *Razón y Palabra*, 21(1), 373-394. [Vista de El desafío de la interactividad: la participación de los usuarios en la redefinición del periodismo \(revistarazonypalabra.org\)](#)
- Peña, K., Pérez, M., & Rondón, E. (2010). Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 9(16), 173-205. <https://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/33627/articulo9.pdf;jsessionid=42E3ED00D48BF1159D391C32397861EF?sequence=1>
- Fowler-Watt, K., & Allan, S. (2013). *Periodismo: nuevos retos*. Centro de Periodismo y Comunicación. https://www.researchgate.net/publication/263853821_Journalism_New_Challenges
- Yezers'ka, L., & Zeta, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Editorial Planeta. <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/479/>
- Bocado, E. (2018). *Uso de las redes sociales como fuente de información para las redacciones periodísticas de la prensa escrita de Arequipa, Arequipa - Perú 2018 [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]*. Repositorio de tesis UCSM.

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/af965214-7449-48b0-b061-8244cfe2166d/content>

- Saldaña, M., Higgins Joyce, V. de M., Schmitz Weiss, A., & Alves, R. C. (2016). Sharing the Stage. *Journalism Practice*, 11(4), 396–416.
<http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1151818>
- Hermida, A., & Mellado, C. (2020). Dimensions of Social Media Logics: Mapping Forms of Journalistic Norms and Practices on Twitter and Instagram. *Digital Journalism*, 8(7), 1–21.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1805779>
- Armstrong, C., & Gao, F. (2010). Now Tweet This: How News Organizations Use Twitter. *Electronic News*, 4(4), 218-235.
<https://doi.org/10.1177/1931243110389457>
- García-de-Torres, E., Yezers’Ka, L., Rost, A., Calderín, M., Edo, C., Rojano, M., Said-Hung, E., Jerónimo, P., Arcila-Calderón, C., Serrano-Tellería, A., Sánchez-Badillo, J., & Corredoira, L. (2011). Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos. *Profesional De La Información*, 20(6), 611–620.
<https://doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02>
- Vaidhyathan, S. (2018). *Antisocial media: How Facebook disconnects us and undermines democracy*. Oxford University Press.
<https://academic.oup.com/book/41381>
- González, P. (2018). *Instagram, ¡mucho más que fotos!*. Anaya Multimedia.
- Panal, & Díaz, R. (2022). *Instagram y la calidad de la información*. Universidad de Lima.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/16008/Diaz-Orihuela_Instagram-Calidad-Informacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- El Peruano. (2021, 27 de febrero). “Uso de WhatsApp, YouTube y Tik Tok creció en redes fijas durante primera semana de cuarentena”. *El Peruano*.
<https://www.elperuano.pe/noticia/116121-uso-de-whatsappyoutube-y-tik-tok-crecio-en-redes-fijas-durante-primera-semana-de-cuarentena>

- Rodríguez, M. (2020). El potencial comunicativo y comercial de TikTok. *Universidad Camilo José Cela. Sek Education Group*. [El potencial comunicativo y comercial de TikTok - Comunidad UCJC](#)

- Torres-Martín, J., & Villena-Alarcón, E. (2021). *Nuevas narrativas en redes sociales: el caso de TikTok*. Universidad de Málaga. <https://hdl.handle.net/10630/20372>

- Rigo, M. (2020). Ficciones en los tiempos de TIK TOK. La nueva normalidad en tiempos de pandemia. Marisa Rigo. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 6 (2), 1-8. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/123837/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Karbaum, G. (2018). *Periodismo y transmedia: narrativa, redes y contenidos*. Universidad de Ciencias y Artes de América Latina. <https://hdl.handle.net/20.500.12637/269>

ANEXOS

[¡HINCHAS PERUANOS ARMAN LA FIESTA EN BARCELONA! - YouTube](#)



¡HINCHAS PERUANOS ARMAN LA FIESTA EN BARCELONA!

821 vistas · hace 2 años

Libero

La Selección Peruana arribó esta mañana en Barcelona, e inmediatamente se dirigieron al hotel de concentración, donde ...

<https://www.youtube.com/watch?v=M8e6PwUN46A>



Qatar 2022: LAS ESTRELLAS QUE SE PERDERÁN EL MUNDIAL

111 vistas · hace 2 años

Libero

El Mundial Qatar 2022 reunirá a los mejores futbolistas del mundo, sin embargo, hay algunos que se perderán la gran cita ...

9 momentos: Mohamed Salah Egipto | Zlatan Ibrahimovic Suecia | Erling Haaland Noruega | Autumwong Gambia ...

<https://www.youtube.com/watch?v=ZvuWkzDqkz0>



Perú vs Australia | REACCIONES de los HINCHAS PERUANOS
175 k vistas · hace 2 años

Libero

Los casi 32 millones de habitantes peruanos sufrieron la derrota de la Selección Peruana y reaccionaron con lágrimas en el...

https://www.youtube.com/watch?v=LLBq92FP_MM



REACCIONES DE LOS HINCHAS DE ALIANZA LIMA TRAS LA VICTORIA ANTE AYACUCHO
4.2 k vistas · hace 2 años

Libero

Alianza Lima se impuso 2-0 ante Ayacucho por la fecha 16 de la Liga 1. La hinchada en Marate se vivió el momento con los goles de...

<https://www.youtube.com/watch?v=YNOOrzHHxBY>



QATAR 2022: las SELECCIONES más CARAS del mundial que quizás NO CONOCÍAS

9.7 k vistas · hace 2 años

Libero

Qatar 2022 es uno de los mundiales más esperados de los últimos tiempos. Cristiano Ronaldo y Lionel Messi tendrán una última...

11 capítulos: introducción | La selección más cara | Segunda selección más cara | Tercera selección más cara | ...

<https://www.youtube.com/watch?v=G5w1ISiypw>



SELECCIÓN PERUANA | El día que PERÚ HUMILLÓ a HITLER

21 k vistas · hace 1 año

Libero

La Selección Peruana compitió en aquellos Juegos Olímpicos que se disputaron entre el 2 y 13 de agosto de 1936, y contó con...

<https://www.youtube.com/watch?v=sit43WpnVwk>



MELGAR vs INTER D(3) - 0(1) | HINCHAS REACCIONAN a la CLASIFICACIÓN en la COPA SUDAMERICANA 2022 🇵🇪
17 vistas · hace 1 año

Libero

Hinchas de Melgar experimentan la emoción en Arequipa y confían en que el equipo pueda llegar a la final de la Copa...

<https://www.youtube.com/watch?v=q8s2MasdaN0>



QATAR 2022: estos son los GOLEADORES en la historia de los Mundiales
1.5K vistas · hace 1 año

Libero

A poco del inicio del Qatar 2022, Libero te recuerda cuáles son, hasta el momento, los máximos goleadores de la cña deportiva...

<https://rpp.pe/futbol/futbol-mundial/barcelona-carles-puyol-y-gerard-pique-recordaron-el-sextete-de-barza-ahora-ganas-la-liga-y-copa-y-parece-poco-noticia-1237093>

Fútbol · Fútbol Mundial

Puyol y Piqué recordaron el sextete de Barcelona: "Ahora ganas la Liga y Copa, y parece poco"



Puyol y Piqué recordaron el sextete de Barcelona: "Ahora ganas la Liga y Copa, y parece poco" (Fuente: RCB)



Redacción RPP
30 de Diciembre del 2019 9:08 PM Actualizado el 22 de Diciembre del 2020 9:08 PM

El exfutbolista **Carles Puyol** y el actual defensa de **Barcelona** **Gerard Piqué**, fueron partícipes del recordado sextete azulgrana.



Lo último en Fútbol Mundial

Partidos de hoy, martes 2 julio del 2024: revisa la programación de Copa América y Eurocopa
por Erick Chavez

¿Para qué te trabajó Ansuari del Torero FC protagonizó inusado bloopers en la MLS (VIDEO)

por Fernando Chuguitanqui

¿Dónde el Puskás de una vez? Brian White anotó un golazo en la MLS: un sombrerito con el taco (VIDEO)

por Fernando Chuguitanqui

¿Te vas a quedar así? Adversaria reveló qué le dijo a Zambreno tras pelear con Benedetto en Boca

por Diego Figueroa Linares

<https://rpp.pe/multideportes/panamericanos/lima-2019-rosbil-quillen-gano-la-medalla-de-plata-en-1500-metros-en-para-atletismo-en-los-juegos-parapanamericanos-noticia-1216800>

Multideportes Panamericanos

¡Se cobró su revancha! Rosbil Guillen ganó la primera medalla de oro para Perú en Lima 2019



ROSBI GUILLÉN OBTUVO LA PRIMERA MEDALLA DE ORO EN PANAMERICANOS DE LIMAS 2019








 23 de Agosto del 2019 6:48 PM Actualizado el 23 de Agosto del 2019 7:23 PM

El para atleta peruano **Rosbil Guillen** obtuvo el primer puesto y le dio la primera medalla de oro al Perú en los **Juegos Parapanamericanos Lima 2019**.



Lo último en Panamericanos
 Presidente de Panam Sports resultó elección de Lima como sede de los Juegos Parapanamericanos 2027: 'La política y la...
 por Sandra Lobo

Juegos Parapanamericanos 2027, se espera duplicar la cantidad de atletas de Lima 2019
 por David Hernández

Alberto Valenzuela y Carlos Meléndez afirman que el Proyecto Legado fue clave para que Lima sea sede de los Parapanamericanos 2027
 por Sergio Espinoza

Así iniciaron la prensa internacional tras el anuncio de Lima como sede de los Juegos Parapanamericanos 2027
 por Freddy Chisari

<https://rpp.pe/multideportes/panamericanos/lima-2019-la-primera-pedida-de-mano-en-los-juegos-parapanamericanos-chile-noticia-1216015>

¡Romántico momento! La primera pedida de mano en los Juegos Parapanamericanos Lima 2019








 23 de Agosto del 2019 6:38 PM Actualizado el 23 de Agosto del 2019 7:17 PM

La Ceremonia de Inauguración de los **Juegos Parapanamericanos** se disfruta en el Estadio Nacional. El evento cuenta con grandes artistas musicales peruanos que harán bailar al público presente.



Lo último en Panamericanos
 Presidente de Panam Sports resultó elección de Lima como sede de los Juegos Parapanamericanos 2027: 'La política y la...
 por Sandra Lobo

Juegos Parapanamericanos 2027, se espera duplicar la cantidad de atletas de Lima 2019
 por David Hernández

Alberto Valenzuela y Carlos Meléndez afirman que el Proyecto Legado fue clave para que Lima sea sede de los Parapanamericanos 2027
 por Sergio Espinoza

Así iniciaron la prensa internacional tras el anuncio de Lima como sede de los Juegos Parapanamericanos 2027
 por Freddy Chisari

Los Mery Rojas criticó al Gobierno por no entregar departamento a metalistas de Santiago 2023: 'La provincia Balsearte no...
 por Pedro Luis Ramos Martínez

<https://rpp.pe/multideportes/panamericanos/lima-2019-john-trebejo-oliver-del-castillo-y-carlos-lam-asi-fue-la-presentacion-de-los-peruanos-en-karate-por-la-medalla-de-plata-en-los-jugos-panamericanos-noticia-1213627>

Multideportes - Panamericanos

¡Gigantes! Así fue la presentación de los peruanos que ganaron la medalla de oro en Karate en los Juegos Panamericanos



Por: Felipe Cruz, Benigno y Lina Lora Rivas RPP

8 de Agosto del 2019 1:12 PM Actualizado el 8 de Agosto del 2019 1:17 PM

Los deportistas peruanos John Trebejo, Oliver Del Castillo y Carlos Lam consiguieron la octava preseña dorada para el Perú y la número 30 en el medallero general de los [Juegos Panamericanos Lima 2019](#).

Lo último en Panamericanos

Presidente de Panam Sports recibió alabanzas de Lima como sede de los Juegos Panamericanos 2019. "La política y los..."
Por Sandra Lora

Juegos Panamericanos 2019: se espera duplicar la cantidad de turistas de Lima 2019
Por Gerardo Hernandez

Alberto Uchisaca y Carlos Revilla se aferraron por el Proyecto Legado fue clave para que Lima sea sede de los Panamericanos 2019
Por Sergio Espinoza

¿Se convocará la primera internacional tras el anuncio de Lima como sede de los Juegos Panamericanos 2019?
Por Freddy Chabero

Los Mory Rojas vivirá el día de mañana por no entregar departamento a inmobiliarias de Santiago 2019. "La presencia Boliviana..."

<https://rpp.pe/multideportes/panamericanos/lima-2019-diego-elias-espero-llegar-a-ser-el-federer-del-squash-algun-dia-noticia-1213096>

Multideportes - Panamericanos

Diego Elías, campeón panamericano: "Espero llegar a ser el Federer del squash algún día"



Diego Elías fue el campeón mundial por el Perú en el 2014 y 2017. Fuente: Agencia RPP

8 de Agosto del 2019 9:52 PM Actualizado el 8 de Agosto del 2019 10:07 PM

El deportista nacional de squash, [Diego Elías](#), que ganó la medalla de oro en los [Juegos Panamericanos Lima 2019](#) conversó con [RPP Noticias](#) después de su gloriosa participación.

Lo último en Panamericanos

Presidente de Panam Sports recibió alabanzas de Lima como sede de los Juegos Panamericanos 2019. "La política y los..."
Por Sandra Lora

Juegos Panamericanos 2019: se espera duplicar la cantidad de turistas de Lima 2019
Por Gerardo Hernandez

Alberto Uchisaca y Carlos Revilla se aferraron por el Proyecto Legado fue clave para que Lima sea sede de los Panamericanos 2019
Por Sergio Espinoza

¿Se convocará la primera internacional tras el anuncio de Lima como sede de los Juegos Panamericanos 2019?
Por Freddy Chabero