

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

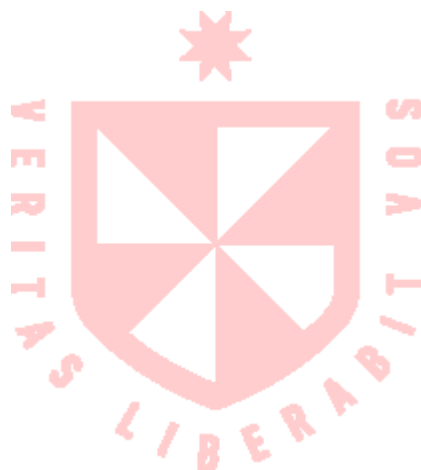
**PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN PERIODÍSTICA EN MEDIOS  
COMERCIALES Y ESTATALES**

PRESENTADO POR  
CECILIA ROXANA SOTO LENTI

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

LIMA, PERÚ

2024



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

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/>



**USMP**

UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN PERIODÍSTICA EN MEDIOS  
COMERCIALES Y ESTATALES**

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

**PRESENTADO POR  
CECILIA ROXANA SOTO LENTI**

**LIMA, PERÚ**

**2024**

## **DEDICATORIA**

A Dios, a mis padres, Juan Soto y Cecilia Lenti, que desde el cielo siguen guiando mi camino con su amor. A mi hijo Alonso Alvarado, mi fuerza e inspiración. Este logro es para ustedes, con todo mi corazón.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi alma mater, la Universidad de San Martín de Porres, por ofrecerme las herramientas que han sido fundamentales en mi crecimiento profesional como comunicadora.

De igual manera a todas las personas y medios que confiaron en mí. Cada experiencia me ha permitido crecer y aprender.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	i
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>ÍNDICE</b> .....	iv
<b>REPORTE DE SIMILITUD</b> .....	vi
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	vii
<b>CAPITULO I. CONTEXTO LABORAL Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b> .....	10
<b>1.1. Producción periodística</b> .....	10
1.1.1. <i>Características</i> .....	10
1.1.2. <i>Funciones y responsabilidades</i> .....	12
1.1.3. <i>Producción televisiva</i> .....	13
<b>1.2. Dirección periodística</b> .....	14
<b>1.3. La televisión comercial e institucional</b> .....	15
1.3.1. <i>Televisión comercial</i> .....	15
1.3.2. <i>Televisión institucional</i> .....	17
1.3.3. <i>Control y supervisión del medio</i> .....	18
1.3.4. <i>Pauta televisiva</i> .....	19
1.3.5. <i>Periodismo digital</i> .....	20
<b>1.4. Elementos y funciones del periodismo institucional</b> .....	21
1.4.1. <i>Medios de comunicación estatales</i> .....	21
1.4.2. <i>Educación y formación ciudadana</i> .....	24
1.4.3. <i>Participación ciudadana</i> .....	25

1.4.4. Rendición de cuentas y transparencia.....	26
1.4.5. Impacto y relevancia social.....	27
<b>1.5. Ejes de análisis .....</b>	<b>28</b>
1.5.1. La objetividad .....	28
1.5.2. Fuentes de información .....	30
1.5.3. La ética periodística.....	30
<b>CÁPITULO II DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL .....</b>	<b>32</b>
<b>2.1. Experiencia profesional.....</b>	<b>32</b>
2.1.1. Proyecto estreno en canal 9 ATV.....	32
2.1.2. Canal digital UCI TV Un canal inteligente.....	36
2.1.2.1. Promover la imparcialidad y objetividad .....	37
2.1.2.2. Verificación de fuentes. ....	38
2.1.2.3. Ética periodística. ....	39
2.1.3. Congreso de la República: Congreso TV .....	40
<b>CAPÍTULO III. LOGROS Y APRENDIZAJES .....</b>	<b>45</b>
<b>CONCLUSIONES Y REFLEXIONES .....</b>	<b>49</b>
<b>REFERENCIAS CONSULTADAS .....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>58</b>

# REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**Reporte - PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN PE  
RIODÍSTICA EN MEDIOS COMERCIALES  
Y ESTATALES**

AUTOR

**CECILIA ROXANA SOTO LENTI**

RECUENTO DE PALABRAS

**11991 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**69316 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**65 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**7.4MB**

FECHA DE ENTREGA

**Nov 19, 2024 9:07 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Nov 19, 2024 9:09 AM GMT-5**

## ● 3% de similitud general

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

- 3% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% 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 contexto de la especialidad en el ámbito televisivo, tanto a nivel nacional como internacional, enfrenta problemáticas complejas que impactan en la producción y dirección periodística. La creciente competencia con medios digitales, la necesidad de adaptarse a tecnologías emergentes y la presión por mantener la imparcialidad en un entorno mediático cada vez más polarizado constituyen desafíos significativos. Internacionalmente, el periodismo televisivo debe enfrentar la lucha contra la desinformación y preservar la ética profesional en un mercado globalizado. Estas problemáticas subrayan la necesidad de una integración efectiva de herramientas digitales y un compromiso renovado con los principios éticos del periodismo, lo que exige una constante evolución en las prácticas de producción y dirección periodística para satisfacer las demandas actuales del público y del entorno mediático.

Tomando este contexto como marco referencial, el presente trabajo ofrece una retrospectiva de más de dos décadas en mi trayectoria profesional en la televisión, donde he desempeñado roles como reportera radial, asistente, coordinadora, productora y directora en canales de señal abierta como Latina Televisión, Panamericana Televisión, RBC Televisión, ATV canal 9, así como en medios digitales como UCI TV, y en canales del Estado como Justicia TV y Congreso TV. Este análisis, fundamentado en mi experiencia, se centra en los logros y desafíos que han marcado mi desarrollo profesional, abordando la evolución de mis funciones, el liderazgo ejercido, las contribuciones realizadas y las soluciones propuestas, con el fin de ofrecer una orientación valiosa a futuros comunicadores.

Durante este tiempo, mi carrera ha avanzado significativamente gracias a mi trabajo en diversos canales, donde la producción y dirección de programas noticiosos han sido clave en mi desarrollo. Entre las experiencias más destacadas se encuentran la producción de 24 Horas Sabatino en Panamericana Televisión (2009), la dirección de Primera Noticia Fin de Semana en ATV (2011), la dirección de UCI Noticias canal digital (2018), y mi rol en el canal del Congreso de la República (2022), promoviendo la pluralidad y eficacia en la función legislativa. Estas experiencias reflejan no solo mi evolución profesional, sino también la adaptación a las demandas cambiantes de la televisión y el periodismo.

Además, este estudio aborda teóricamente conceptos clave que contextualizan el trabajo, tales como la producción y dirección periodística, las diferencias entre la televisión comercial e institucional, el papel del periodismo en la esfera digital, y principios fundamentales como la imparcialidad, el uso de fuentes confiables y la ética periodística. Estos conceptos son esenciales para comprender el marco en el cual se desarrolla la labor del periodista en la televisión actual.

Este trabajo busca demostrar la contribución del periodismo en la televisión, destacando la producción y dirección periodística como ejes fundamentales de la información. Los objetivos secundarios de este trabajo incluyen la identificación de tres pilares del periodismo: la imparcialidad, el uso de fuentes confiables y la ética en la producción y dirección periodística.

La justificación de este estudio radica en compartir mi experiencia en la dirección y producción televisiva para que futuras generaciones de comunicadores comprendan

las dinámicas prácticas, aplicaciones teóricas y principios éticos fundamentales en la producción y dirección periodística. Al proporcionar una visión detallada y crítica de mi trayectoria y de los desafíos actuales, se pretende ofrecer una base sólida para el desarrollo profesional de los comunicadores del futuro.

Mi paso por las aulas universitarias de mi Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología fue fundamental para mi desarrollo como comunicadora. Desde los primeros ciclos tuve la oportunidad de realizar prácticas en radio como reportera. Años más tarde, ya como productora y directora periodística, fue donde apliqué los fundamentos del periodismo aprendidos en la universidad. La formación académica me proporcionó las herramientas necesarias para tomar decisiones en la creación de contenidos informativos, así como para coordinar con equipos de trabajo y gestionar proyectos de una manera competente.

La universidad ha sido una base esencial para mi carrera, no solo en el aprendizaje de la producción de noticias y reportajes, sino también en el análisis y la investigación de manera ética y objetiva. Gracias a mi formación, he podido liderar equipos y afrontar desafíos con profesionalismo, siempre trabajando de manera colaborativa y comprometida a informar con la verdad.

## **CAPITULO I. CONTEXTO LABORAL Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

### **1.1. Producción periodística**

De acuerdo con Jaimes (2019), la producción periodística implica la preparación de informes para que puedan ser transmitidos en diferentes medios, lo que significa buscar imágenes, agendar entrevistas o encontrar situaciones relevantes para respaldar las investigaciones del periodista.

Según lo planteado por el autor citado, la producción periodística tiene la función de recopilar, investigar, redactar y difundir noticias a través de los medios de comunicación, todo esto para generar que el periodista que hace la nota esté respaldado por una investigación con datos corroborados, ya sea en formato digital, impreso, audiovisual o en otras plataformas informativas. Para cumplir con esta labor, es fundamental basarse en fuentes de información confiables y llevar a cabo una buena investigación periodística, imparcial y veraz. Además, el contenido debe presentar una redacción clara, sencilla, acompañada de una imagen audiovisual de calidad y una edición ágil, para así llegar a un público bien informado.

#### **1.1.1. Características**

Moreno (2003) señala que el periodismo en la televisión suele ser un trabajo muy tenso y con mucha responsabilidad, debido a que es importante elegir un mensaje correcto y redactar las noticias de una manera en la que el televidente pueda comprenderlas con un lenguaje sencillo, teniendo como principales características a la inmediatez, la objetividad y la ética.

El autor señala que el trabajo del periodismo en televisión es importante porque el periodista vive un estrés y presión, desde la conexión con la mesa de informaciones, donde se detecta la noticia, hasta el enfoque y todo el proceso que culmina con su emisión. El papel del productor, director y reportero es fundamental para transmitir al televidente los hechos de manera directa, objetiva y ética. Este enfoque asegura un contenido informativo de calidad y confianza, especialmente cuando las investigaciones de las notas incluyen datos precisos y se basan en documentos, fuentes y entrevistas, lo cual permite ofrecer una información profunda, equilibrada y libre de datos falsos, manteniendo así la credibilidad del medio para el cual trabajamos.

Hoy en día, la redacción de las notas para un noticiero debe ser clara, concisa y directa, ya que, con la presencia de las redes sociales, muchos medios transmiten su contenido por canales digitales. Por ello, contar una historia para el público requiere tiempos cortos, edición ágil, adaptándose a los formatos actuales de consumo.

De acuerdo con Tejedor (2008) la comunicación ha experimentado cambios que podrían afectar la recepción de los mensajes. Esta afirmación sobre los cambios en la comunicación sugiere que las transformaciones tecnológicas, sociales y culturales afectan a las personas al percibir y entender los mensajes. Es importante que el mensaje llegue bien a los distintos sectores de la sociedad para asegurar que se interprete correctamente y se transmita con veracidad, imparcialidad y claridad.

Con la llegada de la tecnología, los medios de comunicación han evolucionado en la producción periodística, dando énfasis a la ética y la objetividad en la creación de contenidos.

Esto nos lleva a la actualidad, donde la producción periodística con los avances tecnológicos ha sufrido cambios notables. La inmediatez en las redes sociales ha alcanzado un nivel muy alto, lo que exige al periodista verificar fuentes y garantizar la veracidad de lo publicado, ya que a menudo se enfrentan a personas no profesionales que difunden información sin verificar los hechos. Esto es un reto para los periodistas que se esfuerzan por mantener la ética de su contenido y tener a su audiencia informada.

En estos tiempos trabajamos con equipos reducidos, los llamados multiusos que tienen que hacer varias funciones, y este personal de televisión debe generar contenido para las múltiples plataformas, como la página web, Instagram, Facebook, YouTube y TikTok, creando videos cortos para captar la atención del público que consume información fácilmente desde un teléfono inteligente.

### **1.1.2. Funciones y responsabilidades**

Valencia (2014) señala que un productor de noticias se encarga del contenido y la estructura del programa que se emitirá al público, tratándose del primer filtro en la evaluación de las noticias, siendo así un apoyo en la elaboración del programa y la información que se brindará.

Desde mi experiencia como productora periodística, el papel del productor es clave en el proceso de creación de noticias. No solo se trata de ser el filtro al evaluar que noticias se emitirán, sino también de asegurar que el contenido sea relevante y esté estructurado de manera que capte la atención del público. El productor es el apoyo para todo equipo, garantizando que la información sea clara y coherente, coordinando con los

reporteros, editores y el director para que el programa final sea de calidad. Es un trabajo que va más allá de la selección de noticias; es darle forma al contenido para que cumpla con los estándares informativos del medio.

### **1.1.3. Producción televisiva**

La producción periodística se basa en el proceso de creación de contenido con la finalidad de ser transmitido en los medios, implicando investigación y recopilación de informaciones. Se menciona también que, en la actualidad, los mensajes comunicativos que se encuentran en las producciones televisivas y medios de comunicación conservan rasgos característicos del siglo pasado, por lo que se busca incorporar nuevas rutinas de producción (Hernández et al., 2016, p. 148).

Desde mi experiencia como productora y directora periodística, puedo decir que la producción de contenidos en la televisión implica mucho más que solo informar; es todo un proceso completo que abarca investigación, selección y presentación de las noticias de manera clara y accesible para la audiencia. Aunque algunas prácticas y enfoques periodísticos tradicionales siguen presentes, es fundamental adaptarnos a las nuevas dinámicas de producción para mantenernos activos en un entorno competitivo y con constantes cambios. Hoy en día, es imprescindible incorporar tecnologías y metodologías modernas para garantizar que el contenido sea no solo actual, sino también atractivo y comprensible para el público que consume información de múltiples plataformas.

## **1.2. Dirección periodística**

Un medio de comunicación cuenta con un director o equipo directivo de donde salen las estrategias editoriales, la toma de decisiones sobre qué noticias cubrir y cómo presentarlas a su público, entre otras tareas de suma importancia en un medio de comunicación televisivo. Este profesional se encarga de la supervisión y la elección del personal periodístico, de los recursos, presupuestos y de la garantía de la calidad y la ética en sus periodistas y en los productos difundidos a los públicos. Por tanto, deben tener el liderazgo y la capacidad de gestión necesarios para un medio de comunicación que cumpla con las exigencias de la profesión.

Para Rojas (2017) el director tiene como labor planificar de una manera creativa la información que verá el público, siendo el responsable de la calidad del contenido del programa. El director periodístico tiene dentro de sus funciones en un programa de noticias asegurar un contenido de buena calidad y credibilidad, que el equipo se maneje con ética y con contenido relevante para su audiencia; él decide qué noticias, reportajes y temas se cubrirán, manteniendo una línea editorial coherente, esto en coordinación con el equipo periodístico a su cargo (reporteros, redactores, productores), delegando responsabilidades y roles con su equipo. El director tiene que corroborar el contenido, garantizando objetividad y cumplimientos éticos. Debe manejar situaciones de crisis y tomar decisiones durante alguna cobertura periodística, emisión de noticiero y también mantener calma ante algún problema técnico, respondiendo de una manera adecuada.

De acuerdo con Valentin (2020), la dirección de un noticiero está sujeta a las responsabilidades del director. No solo determina la línea editorial o el enfoque de las



informaciones, sino también la financiación y las plataformas que transmitirán de forma más eficaz el contenido del proyecto. En los medios de comunicación, el director periodístico es quien decide cómo cubrir y presentar las noticias, asegurando que se siga la línea editorial del medio. Esto requiere liderazgo y trabajo en equipo, planificado con objetivos claros para ofrecer un contenido de calidad. La responsabilidad de mantener la ética en el noticiero recae en el director, quien supervisa el trabajo del equipo y se asegura de que la información con las imágenes difundidas sea adecuada, especialmente en las plataformas digitales.

En los medios estatales, el director periodístico debe estar preparado para manejar diversas crisis, respondiendo de forma coherente y rápida ante estas, ya sea a través de comunicados de prensa o con la salida de algún vocero que declare sobre la información difundida. Hoy en día, la dirección periodística también tiene que adaptarse a la era digital, sin dejar de lado la ética y la calidad del trabajo periodístico.

### **1.3. La televisión comercial e institucional**

#### ***1.3.1. Televisión comercial***

Cabero (2015) menciona que “la televisión comercial ha cambiado poco, y ha mantenido una estructura comunicacional unidireccional, lo que significa que no hay una participación directa de la audiencia” (p.15). Desde mi punto de vista, el autor señala que la televisión comercial sigue con la misma estructura pese a los avances de la tecnología. Para él, su mensaje sigue siendo el mismo y el contenido no influye en el espectador, a diferencia con los medios modernos, como las redes sociales, donde el usuario puede

ser parte de la información, comentando e interactuando de forma directa y al momento en que ocurre la noticia.

Parra (2006) expresa que la televisión comercial busca influir con imágenes que apelen a los instintos básicos de la mayoría de las personas, con el fin de generar ingresos económicos, ventas de patrocinios y contenido.

Desde mi experiencia en medios comerciales, puedo confirmar lo que Parra menciona. La televisión comercial efectivamente busca captar la atención del público apelando a contenidos visuales que generen emociones fuertes y respuestas inmediatas, ya que el objetivo es atraer patrocinadores y asegurar ingresos a través del rating. Sin embargo, también es posible mantener un equilibrio entre lo comercial y lo informativo, ofreciendo contenidos de calidad sin renunciar a los valores periodísticos.

En mi trayectoria profesional, he trabajado en un entorno competitivo y con presiones, pero siempre he tratado que los programas que se producían tengan un nivel ético y con información útil y relevante para la audiencia. Es un reto constante seleccionar los temas y el enfoque correcto, buscando no solo captar la atención del público, sino también contribuir a su formación y mantener la credibilidad del canal.

En la televisión comercial, tenemos ciertas regulaciones, ya que dependemos de la venta de espacios y la rentabilidad que nos brinda el rating; este mide la audiencia. Es necesario ofrecer una programación variada que incluya noticias, deportes, entretenimiento, farándula, concursos y realities shows, que sean del gusto del público para atraer la publicidad, siempre respetando el marco de la ética periodística en los

programas noticiosos. Actualmente también se incorpora tecnología en las distintas plataformas digitales. Se da la información a través del podcast, streaming o informaciones con vídeos cortos donde el espectador no tiene que ver o leer demasiado, pues en tres minutos se entera del hecho expandiendo el contenido periodístico a través de aplicaciones móviles.

Desde mi experiencia en medios comerciales, la labor periodística se ha manejado de manera objetiva. Las indicaciones relacionadas con la pauta publicitaria se coordinaban con el área comercial. Durante la época electoral, el medio desempeña un papel importante, muchas veces contribuye a la decisión del voto popular. Aunque existen intereses políticos por parte de los dueños del canal, los medios donde he trabajado no han exigido nada fuera del ámbito periodístico, y los comunicadores hemos tenido la libertad y responsabilidad, verificando siempre el contenido informativo con la producción.

### ***1.3.2. Televisión institucional***

Según Avalos (2022), en la televisión institucional se tiene el objetivo de crear contenidos que fortalezcan la imagen de una entidad del Estado y difundir la unidad de trabajo. Además, señala que los canales institucionales cuentan con un presupuesto más pequeño y están sujetos a la asignación al área de la que dependen los medios, normalmente una agencia de comunicación o imagen (p.48). Sostiene Ávalos (2022) que el propósito de la televisión institucional es mejorar la imagen de la institución del Estado y dar a conocer su labor de comunicación a la ciudadanía. Desde el aspecto económico,

estos canales dependen del presupuesto asignado al área de comunicación o imagen de la institución pública.

Trabajar noticias en un canal comercial implica seguir reglas básicas como la investigación, redacción, producción y la presentación de las notas con ética, asegurando un trabajo de calidad, además de capacitar continuamente al personal para adaptarse a las demandas tecnológicas, lo cual es fundamental en la actualidad para el éxito tanto del producto como del canal.

Cuando se trabaja en televisión institucional, la comunicación está dirigida internamente a quienes conforman la institución, pero su contenido es público y financiado por el Estado, sin generar ingresos publicitarios. La programación incluye informativos, educativos, históricos, documentales y con mensajes oficiales de la institución. Desde mi experiencia en canales del Estado, como los del Poder Judicial y el Congreso de la República, siempre he procurado informar objetivamente en la programación. En Congreso TV, se transmiten plenos, sesiones, comisiones; además se cuenta con una parrilla variada: los debates del Congreso se transmiten en su totalidad de manera imparcial, se tiene contenido educativo e histórico, sin sesgo político, dando cobertura neutral a todos los partidos políticos.

### ***1.3.3. Control y supervisión del medio***

Según Gutiérrez et al. (2010), el control de un medio de comunicación se basa en las medidas para regular y monitorear el contenido del mismo para asegurarnos que cumplan con ciertas medidas como la regulación del contenido donde no debemos

mostrar en su programación material violento, promoviendo un periodismo ético de calidad, este medio tiene la responsabilidad de ser transparentes, evitando las noticias falsas.

Desde mi experiencia en la televisión estatal, puedo interpretar a Gutiérrez (2010) enfocándome en el papel que desempeñan los medios estatales en la sociedad. Los canales institucionales, como Justicia TV y Congreso TV, no solo cumplen con la tarea de informar, sino que también actúan con transparencia y con la rendición de cuentas.

Con mi trabajo, he visto de cerca cómo la línea editorial de los medios estatales se ajusta a objetivos de interés público más que a intereses comerciales o ideológicos específicos. Al no depender de la publicidad ni de la presión de los dueños con agendas particulares, se logra una cobertura informativa más equilibrada y objetiva, brindando espacio para la supervisión y fiscalización de la actividad gubernamental. Esta independencia es esencial para mantener una democracia saludable, especialmente en momentos críticos donde la objetividad en la difusión de información es clave para la estabilidad institucional.

#### **1.3.4. Pauta televisiva**

Es la estructura, plan o guion que detalla el contenido de programas de televisión. En este detallamos las secuencias, segmentos, horarios, emisión, entrevistas, cortes de publicidad y todos los elementos que contienen un programa. Es una herramienta fundamental donde mantenemos un orden para el conductor (s) y todo el equipo que compone la producción del programa.

Morales (2016) menciona que la televisión, productores y directores se esfuerzan por crear un contenido informativo a través de conexiones con fuentes de noticias. Siendo un trabajo colaborativo en donde los periodistas deben seleccionar, indagar, evaluar, construir y difundir informaciones, basándose en la importancia de las fuentes.

Para Morales (2016), el trabajo del periodista en sus diferentes roles como productor, director o reportero juega un papel importante dentro de la comunicación, dependiendo del medio en el que labora. El trabajo en equipo es fundamental para mantener una línea coherente de información, donde todos estemos de acuerdo en la selección de la noticia. Esto incluye la estructura, la construcción del contenido y su difusión, siempre basándonos en fuentes confiables y verificando información de manera objetiva, de este modo, podemos ofrecer un producto confiable y así lograr un público fiel a nuestro contenido informativo.

### **1.3.5. *Periodismo digital***

Los medios de comunicación enfrentan un desafío importante debido a la transformación digital que ha alterado profundamente sus modelos, estructuras y paradigmas tradicionales (García-Avilés, 2015). Desde 1994 hasta 2020, el periodismo digital ha experimentado una expansión notable, aunque su crecimiento se ha moderado en años recientes. La popularización de Internet como “medio de medios” ha impulsado cambios en la tecnología, los formatos de contenido, las audiencias y los modelos de negocio (García-Avilés, 2015). El desarrollo de los medios digitales está estrechamente vinculado a factores como el aumento en el uso de teléfonos inteligentes y las

fluctuaciones económicas, como lo evidencian las pérdidas de empleo en el sector periodístico durante la crisis financiera (Martín, 2015).

En la actualidad, el periodismo digital se caracteriza por la rápida difusión de noticias a través de Internet y las redes sociales, basándose en la adaptación de los medios tradicionales a las plataformas digitales. Di Domenica (2018) destaca que casi todo el periodismo es digital en la actualidad, ya que los productos informativos se producen y consumen digitalmente mediante dispositivos electrónicos. El surgimiento de los primeros medios digitales en los años noventa marcó el inicio de una evolución que ha llevado al periodismo a un entorno caracterizado por la interacción en línea y la participación activa de las audiencias. En América Latina, Perú fue testigo del nacimiento de importantes medios digitales en 1995, como la revista Caretas y el diario El Comercio, que han evolucionado con el tiempo para adaptarse a las nuevas exigencias del entorno digital (Salaverría, 2016). Esta transformación ha dado lugar a medios nativos digitales que operan exclusivamente en la red y se adaptan con flexibilidad al cambio tecnológico, diferenciándose significativamente de los medios tradicionales que han migrado a plataformas digitales (García Avilés & González Esteban, 2013).

#### **1.4. Elementos y funciones del periodismo institucional**

##### **1.4.1. Medios de comunicación estatales**

Los medios de comunicación estatales cumplen un rol muy importante y es el difundir noticias relacionadas a poderes del Estado como los canales del Congreso de la República, Poder Judicial, en la actualidad el gobierno de turno y los diferentes ministerios de Perú informan desde sus plataformas informativas (redes sociales o

canales digitales) de manera transparente e imparcial, siempre con un fin de servir a la nación, de una manera objetiva, fortaleciendo la democracia con mejores oportunidades de trabajo para comunicadores y para que nuestra ciudadanía se informe.

De acuerdo con Avilés (2013) la llegada de los medios estatales ha servido a la población para tener una plataforma de comunicación objetiva cuya función es tener una visión general al acceso de información pública con pluralidad, ya que cuentan con espacios educativos, culturales, debates donde la ciudadanía puede participar, todo esto con mucha independencia y confianza para su público.

En cuanto a los medios estatales y su autonomía, considero desde mi experiencia, que sí deberían existir. Todos cumplen un rol informativo importante y deberían aspirar a ser competitivos, equipándose adecuadamente y estando a la vanguardia de la tecnología. Solo así podrán cumplir efectivamente su función como medios al servicio de todos los peruanos.

Según Bautista (2019) la principal característica de los medios del Estado es su dependencia administrativa y financiera del gobierno de turno, es decir, que su funcionamiento depende totalmente del Poder Ejecutivo. Para el autor, todo medio institucional depende directamente del financiamiento del Estado; ellos manejan toda la parte administrativa y el gobierno que está en función controla los recursos de estos medios estatales.

Cuando tuve la oportunidad de trabajar en el canal del Poder Judicial (Justicia TV) y en el Congreso de la República (Congreso TV), pude apreciar la independencia con la



que se trabaja en estos medios estatales. Si bien los recursos dependen del Estado, la toma de decisiones sobre el contenido y la transmisión del canal recae en las jefaturas de turno, manteniendo una postura imparcial y un enfoque profesional y ético. Los informes, programas y demás producciones en este tipo de medios destacan el trabajo institucional, así como aspectos históricos y culturales.

Trabajar en el canal del Congreso de la República es una contribución directa a la democracia, especialmente lo viví durante la cobertura de la caída del gobierno del expresidente Pedro Castillo. En un mensaje a la nación, Castillo anunció la disolución del Congreso y la instauración de un gobierno de emergencia, lo que muchos interpretaron como un intento de golpe de Estado. Fue una mañana tensa, y el canal del Congreso inició transmisión en vivo, declarando la medida inconstitucional y un atentado contra la democracia. Todas las bancadas se reunieron de inmediato y adelantaron la sesión del pleno.

En ese contexto se presentó una moción de vacancia presidencial, ya que las acciones de Castillo constituían una clara violación de la Constitución. La vacancia fue aprobada por mayoría, y el entonces presidente del Congreso, general José Williams Zapata, convocó a Dina Boluarte para asumir la presidencia del país. La juramentación se llevó a cabo rápidamente, lo que permitió estabilizar la situación y continuar trabajando por un país democrático. La cobertura periodística de ese día fue intensa y exigente, pero al final resultó gratificante, ya que tuve la oportunidad de experimentar el respeto al orden constitucional en un momento tan crucial.

### **1.4.2. Educación y formación ciudadana**

El medio estatal cumple con el compromiso de educar, promover valores, integridad, ética y honestidad y lo más importante es la participación y llegada de la ciudadanía. Los gestores de producción pueden participar en programas de diversos formatos como programas, encuestas, teniendo de esa manera una participación activa en los programas opinando y aportando ideas.

Es inevitable que la televisión no eduque. Los medios ejercen una influencia en los espectadores de manera inconsciente. Enseña incluso si no tiene una intención clara de hacerlo. Ya sea de manera positiva o negativa, el medio difunde conocimientos, principios y valores en el público, por más que este no tenga como su principal objetivo la educación (Ferres,1995). Los medios de comunicación no siempre buscan educar, pero dentro de su programación y el contenido que emiten van transmitiendo valores y conocimientos a su público, ya sea de forma atractiva para la audiencia o ineficaz.

Como productora y directora de noticieros, he observado que, a pesar de la creencia de que lo educativo no vende en la televisión comercial, siempre tratamos de incluirlo en los contenidos que producimos y transmitimos a nuestro público. A través de nuestros informes, buscamos mostrar valores y principios, ya que las personas que consumen nuestra programación; se alimentan, de manera inconsciente, de todo lo que ven, ya sea un impacto negativo o positivo.

Para Romano (2003) los medios de comunicación no sólo se encargan de informar y difundir noticias, también tienen el deber de formar a los ciudadanos y ampliar su

voluntad democrática y su conciencia crítica. Si consideramos que los medios de comunicación deben informar, educar y comunicar de manera clara a todos los ciudadanos, también tenemos la responsabilidad de fomentar una sociedad libre de pensamiento, donde la participación sea responsable y crítica. Como comunicadores, debemos asegurar que nuestro medio ofrezca contenidos culturales y tecnológicos, transmitiendo valores y garantizando la entrega de información real y confiable. Además, es fundamental presentar espacios y programas de análisis que expongan nuestros puntos de vista.

### **1.4.3. Participación ciudadana**

Los medios de prensa tienen la capacidad de beneficiarse de la comunicación interactiva para fomentar un periodismo comunitario y colaborativo. La interacción con los usuarios mejora la calidad informativa y aporta valor, aunque exige un enfoque profesional, verificación de hechos y pluralidad de perspectivas (Suárez-Villegas, 2015). Sin embargo, uno de los desafíos prominentes en la prensa digital es el anonimato, que frecuentemente facilita la impunidad en los comentarios en línea, contribuyendo a ataques y desinformación, y alterando la expresión pública legítima (Cardon, 2016). Esta dinámica ha sido explorada en diversos estudios científicos, tanto a nivel general como específico en el campo del periodismo (Rafeeq y Jiang, 2020).

Las plataformas digitales, incluidas las redes sociales y páginas web pertenecientes al periodismo televisivo, proporcionan nuevas oportunidades para que los medios amplifiquen su mensaje y mantengan un diálogo interactivo con sus audiencias (Irigaray et al., 2013). Los comentarios en línea funcionan como una versión moderna de

las tradicionales cartas al editor de la prensa impresa, facilitando la conexión entre lectores y periodistas (Mancera Rueda, 2011). Este formato participativo, que tiene sus raíces en el siglo XVIII en Inglaterra, continúa siendo una herramienta valiosa para fortalecer el vínculo entre medios y audiencia, aunque muchos periodistas no siempre aprovechan esta oportunidad (Lobato et al., 2011; Bergström y Wadbring, 2015).

En el contexto de los medios de comunicación estatales, la participación ciudadana juega un papel crucial. Estos medios deben reflejar los temas de interés nacional y la realidad del país, manejando la información que se genera diariamente. Según Orozco et al. (2016), el objetivo de los medios estatales es involucrar al público como un juez activo y crítico, encargado de supervisar la veracidad y objetividad del contenido. La participación ciudadana permite al público opinar y contribuir a debates públicos, asegurando que la información difundida refleje auténticamente el sentir de la ciudadanía.

#### ***1.4.4. Rendición de cuentas y transparencia***

Todos los medios de información tienen la responsabilidad de rendir cuentas y evidenciar transparencia en los contenidos emitidos. Los medios estatales, a través de sus cuentas de transparencia o redes sociales, informan al ciudadano el trabajo, los gastos y cómo se vienen desarrollando de forma transparente los procesos para la autenticidad de los hechos y del trabajo de producción periodística.

Teniendo en cuenta a Rodríguez (2017), “un medio de comunicación practica la transparencia cuando tiene disposición a corregir errores, a someterse al escrutinio

público respecto a las decisiones para publicar o dejar de hacerlo, y cuando explica cómo es su funcionamiento interno para producir noticias” (p.127). Siendo fundamental que un gobierno tenga apertura a la hora de contestar cuestionamientos y reconocer sus acciones.

#### **1.4.5. Impacto y relevancia social**

Los medios de comunicación del Estado cuentan con la aprobación y desaprobación de la ciudadanía, teniendo programas donde se ejercen opiniones, siendo canales que también dan a conocer la necesidad del pueblo y de qué manera mediante leyes se genera impacto en la ciudadanía.

Para Yanes (2007). Los medios de comunicación desempeñan una influencia y un rol importante en la política y en la opinión pública. Se han convertido en la fuente principal de información, donde se transmiten, analizan y establecen las agendas que generan temas del día. Las noticias se presentan utilizando distintos lenguajes y ángulos que pueden influir en la opinión e interpretación de los hechos.

En la actualidad, esto se evidencia durante las épocas electorales. Los medios, a través de sus mensajes, anuncios de campaña, debates electorales y entrevistas a los candidatos, persuaden al votante. Por lo tanto, las noticias presentadas en los medios son importantes para la ciudadanía, ya que abordan temas de interés nacional. Los debates desarrollados son públicos y nos permiten formar una opinión propia sobre de la actualidad política.

## **1.5. Ejes de análisis**

### **1.5.1. La objetividad**

Dentro de la preparación de un programa hay ciertos parámetros, y es presentar un producto imparcial donde podamos ofrecer una cobertura con hechos reales, donde de diferentes perspectivas mostremos objetividad para mantener credibilidad y confianza con nuestro contenido y ganar un público.

Según Reyna (2018) la objetividad es el estándar de excelencia en el periodismo. El cual consiste en un conjunto de normas y valores que caracterizan al periodismo de otras formas de comunicación. Si rescatamos la importancia de la objetividad que señala el autor, debemos decir que lo menciona como un aspecto importante del periodismo y que para él está considerado como una base fundamental de calidad al presentar la información de manera imparcial y precisa.

Si tomamos en cuenta que, para el periodismo, la objetividad es la base para realizar un informe periodístico claro y ético, de ahí nacen muchas premisas para armar un artículo o nota que se desarrollara en un noticiero. Esto se debe a que se trata de la presentación de los hechos de una manera imparcial, con evidencias verídicas y con un análisis equilibrado. La objetividad es fundamental para mantener la credibilidad del medio y la confianza del televidente.

Kossmann (2017) afirma que a diario pueden verse en la televisión slogans informativos, contenidos, reportajes y comentarios que carecen de la objetividad necesaria para poder transmitirse de una manera ética y profesional. Desde su forma de

ver, la autora menciona que los mensajes que vemos en televisión no son del todo objetivos, que muchos de ellos no son éticos y que podrían afectar la receptividad del público en cómo entiende y capta la información.

Desde mi experiencia en la producción de televisión, debo expresar que estoy de acuerdo con Kossmann (2017). En la actualidad, podemos ver cómo los medios de comunicación, en sus espacios de noticias y entrevistas, no transmiten de manera objetiva la esencia de la comunicación; muchas veces nos dejamos llevar por la necesidad de obtener más puntos de rating o con la presión de ser los primeros en dar la primicia, ya sea a través de las redes sociales o de nuestro televisivo. Esto provoca que nuestro contenido no siempre esté alineado con la imparcialidad que todo medio debe tener. Es fundamental estar comprometidos a ofrecer un trabajo ético y profesional, ya que esto afecta directamente el trabajo de la producción y la forma en que se percibe el contenido emitido, así como el impacto que puede tener con la audiencia.

Existen diversas referencias sobre la objetividad en el periodismo televisivo, pero para quienes trabajamos en medios de comunicación, esto significa informar de manera correcta, equilibrada, verificando las fuentes y asegurándonos de incluir las diferentes voces que complementen una información completa y veraz. Siempre debemos presentar los hechos tal como ocurrieron, evitando un lenguaje inapropiado, manteniéndonos neutrales y sin permitir que intereses personales influyan en nuestra cobertura.

### **1.5.2. Fuentes de información**

En el periodismo, la fuente de información puede ser un testigo presencial, un experto, un informe oficial, un documento filtrado de alguna fuente u otros, esta información resulta valiosa para la investigación y el reportaje. Puede ser un documento, persona, lugar o alguna cosa que proporcione datos, hechos, opiniones o detalles sobre un hecho en particular. Es muy importante verificar fuentes de información para garantizar una información objetiva para una buena presentación de la información.

Morales (2016) señala que “las fuentes periodísticas juegan un papel fundamental en la credibilidad y valor informativo en un noticiero, siendo importante en todas las etapas de su proceso de producción” (p.143). Siendo las que permiten verificar la veracidad de los hechos, ofrecer una perspectiva diferente al espectador y garantizar que el contenido sea imparcial, esto con el fin de generar confianza en el público y ofrecer los mejores productos informativos.

Pérez et al. (2015) sugieren que “los medios locales son el área donde las fuentes tienen un mayor impacto en el periodismo, porque requiere de fuentes de información directas” (p.102). Esto quiere decir que los periodistas lo utilizan en gran medida, teniendo las fuentes locales, recolectando información, opiniones y declaraciones de los acontecimientos.

### **1.5.3. La ética periodística**

La ética periodística es un pilar fundamental en la formación y práctica de los comunicadores, quienes deben priorizar los intereses comunes sobre los personales,



garantizando la imparcialidad y la transparencia en la presentación de la información (López, 2012). Este compromiso con la veracidad es esencial para el ejercicio del periodismo, que no solo se define por su función informativa, sino también por su responsabilidad social en relación con el derecho humano a la información (Real Rodríguez, 2018). A pesar de los avances tecnológicos, los principios éticos del periodismo deben mantenerse intactos, subordinando la tecnología y el comercio a la integridad informativa (Reigosa, 2010).

Ya sea en entornos analógicos o digitales, es crucial actualizar los principios éticos relacionados con la privacidad debido a la facilidad de recopilación y difusión de información en redes sociales y otras plataformas. Esto es necesario para fortalecer la credibilidad de los medios (Whitehouse, 2010). Además de los códigos deontológicos, los mecanismos como los consejos de prensa, los libros de estilo, y la figura del ombudsperson desempeñan un papel esencial en la concreción de la ética profesional. Estos mecanismos, instaurados por el propio colectivo periodístico, permiten una regulación interna que preserva la autonomía frente a posibles presiones externas del mercado o del Estado, asegurando así una responsabilidad efectiva hacia la sociedad (Haraszti, 2008).

## **CÁPITULO II DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL**

### **2.1. Experiencia profesional**

En mis años de experiencia profesional como productora y directora de noticias he podido asumir retos. En este capítulo paso a desarrollar algunos de los trabajos y desafíos profesionales que me tocó liderar y asumir con responsabilidad en el campo de la televisión comercial e institucional.

#### ***2.1.1. Proyecto estreno en canal 9 ATV***

A lo largo de los años enfrenté desafíos laborales significativos en mi carrera. Uno de los más importantes fue la creación del noticiero Primera Noticia Fin de Semana, un proyecto que me encargó ATV, y que abarcó desde la planificación, dirección, producción, selección del equipo de trabajo.

En ese momento, otros canales de señal abierta, como América Televisión, Panamericana y Latina, ya tenían noticieros de fin de semana en su programación. Canal 9 lanzó este nuevo noticiero para competir en un horario matutino de los fines de semana, de 7 a. m. a 9:30 a. m., con una propuesta novedosa, ágil, centrada en noticias con credibilidad y con el objetivo de captar una audiencia joven y digital. Para el año 2011, la era tecnológica con los celulares inteligentes y YouTube estaba tomando fuerza y cambiando la forma de consumir la noticia, lo que añadía presión y generaba altas expectativas por parte de los directivos del canal, con plazos ajustados.

El reto era considerable, especialmente si tomamos en cuenta que la audiencia tradicional de Canal 9 tenía un enfoque principalmente en temas policiales. Realizamos un estudio de mercado para identificar el público al que queríamos dirigirnos, y convocamos a un equipo de periodistas jóvenes para desarrollar conceptos nuevos que combinaran la noticia con segmentos atractivos e interactivos.

El lanzamiento comenzó con un colchón de contenido, como informes especiales de investigación, denuncias y reportajes previos al estreno del programa. Cubrimos desde diversos puntos de la capital para mostrar atractivos turísticos, “huariques”, deportes callejeros extremos y obras sociales. También implementamos una secuencia en la que los televidentes podían enviar sus fotos, videos, denuncias y reclamos a través de un número de WhatsApp que mostrábamos en pantalla, un concepto que captó rápidamente la atención del público.

Con el respaldo de la directora de noticias, la señora Ana María Rondón, y el gerente general, ingeniero Marcelo Cúneo del grupo ATV, lanzamos Primera Noticia Fin de Semana dentro del plazo establecido. La conducción estuvo a cargo de reporteros del canal, Alicia Retto y Juan Carlos Gambini, quienes ya tenían años de experiencia en realizar enlaces en vivo y desarrollando informes especiales.

El programa creció en audiencia, con un alto nivel de interacción, ofreciendo contenido ágil, fresco y dinámico. Este proyecto nos enseñó la importancia de la investigación periodística rigurosa, la verificación de la información a través de las fuentes confiables, y la narración de historias con imparcialidad, objetividad y ética profesional.

## **a) Imparcialidad**

Desde su primera emisión, el programa se caracterizó por ofrecer reportajes objetivos con una cobertura equilibrada, mostrando la verdad y abordando la problemática de la ciudad. El equipo periodístico investigaba a fondo y buscaba testimonios para exponer y denunciar los problemas que afectan a los ciudadanos. Presentábamos diferentes perspectivas del tema, asegurándonos de que la información fuera respaldada por datos verídicos, hechos comprobados y testimonios, todo esto con un lenguaje claro y accesible para el público.

Durante las reuniones semanales con el equipo, analizábamos los informes que habían tenido mayor audiencia y evaluábamos las preferencias del público según el rating. Observamos que había un alto interés en contenidos como los videos de cámaras de vigilancia que capturaban robos y asaltos, los informes especiales y la popular secuencia de “huariques”. Promocionábamos nuestras primicias y el contenido del programa a través de la programación del canal y el noticiero central, que contaba con una sólida audiencia.

## **b) Fuentes de Información**

El trabajo periodístico de un noticiero requiere información confiable y equilibrada que garantice una comunicación clara y precisa. Colaborábamos estrechamente con el departamento de investigación del canal, dirigido por el Sr. Jorge Choy, quienes tenían acceso a fuentes policiales confiables. Gracias a esta colaboración, pudimos coordinar operativos en conjunto con la Policía Nacional, desarticulando bandas de

microcomercializadores de droga, participando en operativos de control de identidad y desmantelando redes de tráfico de billetes falsos. También cubrimos denuncias de trata de personas y prostitución en diversos distritos de la capital y provincias. El equipo de la mesa de informaciones, liderado por el Sr. Francisco Landauro, también desempeñaba un papel crucial al proporcionar fuentes informativas clave para la realización diaria de los noticieros emitidos de lunes a viernes.

Toda la información recopilada incluía entrevistas, testimonios, documentación, videos y declaraciones de autoridades para garantizar la autenticidad de las fuentes. Al ser un noticiero de fin de semana, teníamos el cuidado y el tiempo necesario para verificar la información con diferentes fuentes, lo que nos permitía ofrecer una visión completa del tema y contextualizar con antecedentes históricos si era necesario. Este enfoque aseguraba que los informes periodísticos fueran precisos y confiables. Le contábamos al público los hechos más resaltantes de la semana. Todos los sábados y domingos salíamos en vivo con un noticiero convertido en el dominical en las mañanas.

### **c) Ética**

Los informes del noticiero se regían por pautas rigurosas que incluían la verificación de los hechos. Dábamos voz a todas las partes involucradas, tanto al denunciante como al denunciado. En los casos en que una de las partes no accedía a declarar, incluíamos llamadas telefónicas grabadas o enviábamos a un reportero al lugar de los hechos para mantener la objetividad.

Nuestro enfoque se centraba en la independencia, evitando el sensacionalismo y respetando la dignidad humana al no exponer el sufrimiento o la violencia de, manera morbosa. Estos lineamientos contribuían a fortalecer la confianza y credibilidad del noticiero, asegurando un periodismo ético y profesional.

Dirigir este proyecto que asumí en Canal 9 me permitió poner en práctica mis habilidades de planificación, creatividad y liderazgo. Este programa de televisión no solo fue un éxito para el canal, logrando que el público se identificara con el producto; sino que también fue un crecimiento profesional, que abrió nuevas oportunidades laborales. Como equipo logramos captar la atención de la audiencia y mantenerla informada desde el inicio hasta el fin del noticiero.

### ***2.1.2. Canal digital UCI TV Un canal inteligente***

En el año 2018, fui invitada a formar parte de los inicios de un canal digital (UCI TV) asumiendo el cargo de directora general de prensa. Fue un reto lleno de aprendizaje, en el cual trabajé con un formato diferente, aprendiendo a comunicar e interactuar utilizando las nuevas herramientas y tecnologías digitales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, lo que nos permitió alcanzar una audiencia en tiempo real.

La llegada de las redes sociales y los teléfonos inteligentes facilitó el acceso a este tipo de canales, que actualmente se desarrollan de manera diversa. Para crear el canal, se estudiaron numerosos aspectos, como el público objetivo, las necesidades técnicas, el diseño web, el personal requerido, la creación de contenido ágil para la audiencia, gráfica, las promociones para el canal y la puesta en marcha del proyecto.

Encargarme de la parte periodística implicó combinar la televisión convencional con el entorno digital, contratando periodistas jóvenes y con experiencia que pudieran moldear tanto el área de redacción como la visual. Definir el tipo de contenido y la audiencia, además de utilizar fuentes confiables para brindar información veraz, fue fundamental; con el equipo formado, comenzamos cubriendo conferencias de prensa, eventos y toda cobertura noticiosa de actualidad. Al inicio pedíamos apoyo a las mesas de informaciones y a colegas de otros canales, ya que, como medio nuevo, aún no éramos conocidos, ni contábamos con todos los contactos de instituciones, autoridades. Empezamos con dos noticieros: Uci Noticias edición matinal y Uci Noticias edición central, y más adelante sumamos una edición de los sábados. Los informativos incluían noticias de actualidad nacional e internacional, informes especiales de deportes y espectáculo. La conducción estuvo a cargo de Katherine Donayre, Mario Bryce, Reynaldo Serra, Pedro Paredes.

Todo el equipo conformado por periodistas productores, conductores, redactores, reporteros, coordinadores, editores y camarógrafos trabajó con el compromiso de mantener la imparcialidad, objetividad y ética periodística, utilizando fuentes confiables.

**2.1.2.1. Promover la imparcialidad y objetividad.** El equipo periodístico trabajó con mucha independencia en la elaboración de pautas, reportajes e informes especiales, asegurando que se incluyeran distintos puntos de vista y opiniones y que los hechos fueran reales y verificados. Todo esto se hacía con el objetivo de ganar la confianza del público, que nos seguía tanto a través de sus teléfonos móviles como la señal de Claro 18.1. Realizábamos transmisiones en vivo para los noticieros, conectándonos desde sus

teléfonos móviles de los reporteros vía Facebook. Cubrimos varios hechos noticiosos importantes con una conexión inmediata y una alta interacción de comentarios y personas conectadas; la retroalimentación era sorprendente.

Durante el gobierno de Francisco Sagasti, cubrimos una de las manifestaciones más fuertes de su periodo, un paro nacional de transportistas, que logró captar la atención de más de 4 mil espectadores en Facebook. La clave de esta cobertura fue ofrecer información en tiempo real desde el lugar de los hechos, asegurando que nuestros reporteros transmitieran en vivo desde distintos puntos de transmisión. Esta estrategia no solo nos permitió informar con precisión, sino mantener al público actualizado e informado de manera constante, brindando una cobertura dinámica y confiable, todo desde sus dispositivos móviles. Esto demostró que el público busca una prensa independiente y que su voz sea escuchada. Siempre buscamos imparcialidad, no solo en los reportajes, sino también en las transmisiones en vivo, presentando siempre las dos partes de la historia.

**2.1.2.2. Verificación de fuentes.** El equipo priorizaba la verificación de fuentes para asegurar una visión completa, equilibrada de los hechos. Todos los informes antes de su salida al aire pasaban por un proceso de verificación bajo la supervisión de la dirección, producción y el jefe de redacción, quienes revisaban la imparcialidad y estilo de redacción del contenido periodístico. Contábamos con fuentes de información de distintas instituciones como la Policía Nacional, la Fiscalía, registros públicos y Reniec, lo que garantizaba la transparencia de la información emitida. Los artículos se



redactaban con un lenguaje sencillo y una edición ágil, incorporando en algunos casos música y con contenidos breves para facilitar su difusión en las redes sociales.

**2.1.2.3. Ética periodística.** Trabajamos en investigaciones en distintos distritos de la capital, muchas de ellas basadas en denuncias hechas por vecinos a través de nuestras redes sociales, abordando temas como robos, prostitución y corrupción en las alcaldías. Utilizábamos cámaras ocultas para la verificación de los hechos, protegíamos la identidad de los denunciantes y siempre incluíamos todas las partes de la historia, lo cual era fundamental para ofrecer un contenido confiable.

Durante mi etapa en UCI TV, enfrentamos retos inesperados, especialmente durante la pandemia, cuando el trabajo periodístico no se detuvo a pesar del confinamiento. Muchos miembros del equipo de producción y reporteros se vieron afectados por la enfermedad (COVID 19), lo que nos obligó a trabajar con un reducido personal que iba al canal para las transmisiones en vivo, mientras que la mayoría operaba de forma remota. Gracias al esfuerzo y la dedicación del equipo, logramos sacar adelante programas, noticieros y la programación del canal.

Dirigir la dirección periodística de un canal digital me permitió desarrollar muchas habilidades ya aprendidas como la redacción, edición, producción, dirección, adaptándolas a nuevos formatos tecnológicos, gestión en redes sociales, interacción con la audiencia y transmisiones en vivo a menor costo, siempre con un enfoque ético, plural y objetivo.

Fue una etapa especial en mi carrera. Logramos que el canal, que partió de cero, se hiciera conocido. Aunque el nombre de UCI (Un Canal Inteligente) causaba confusión con unidad de cuidados intensivos, se convirtió en una marca reconocida por sus transmisiones en vivo y la agilidad de su programación. El público nos conectaba a través del WhatsApp para hacer denuncias, y las instituciones empezaron a tomarnos en cuenta para sus coberturas, algo que no sucedía al principio.

### **2.1.3. Congreso de la República: Congreso TV**

En el año 2022, asumí la responsabilidad de dirigir y producir el canal del Congreso de la República, Congreso TV. Este fue todo un desafío, ya que tenía a mi cargo a más de 50 personas y debía implementar cambios fundamentales en la programación de un canal tan importante. Este se encuentra bajo la dependencia de la oficina de comunicaciones e imagen institucional del Congreso de la República y es una de las plataformas informativas del Parlamento, a través del cual se informa de manera permanente e ininterrumpida las 24 horas del día.

Los objetivos y la importancia de este canal son dar voz a todas las posturas políticas, como primer y principal objetivo. Emitiendo en vivo todas las comisiones, grupos de trabajo, actividades parlamentarias y sesiones del Pleno. El trabajo en un canal institucional es arduo, variado y con mucha responsabilidad.

#### **a) Objetividad en la cobertura**

Congreso TV cuenta con un balance en su cobertura, ya que respeta todos los ángulos políticos y de los miembros del Congreso (congresistas) para que sean

presentados de manera objetiva. Evitamos inclinaciones políticas o personales en la presentación de las notas y debates que se desarrollan en el Parlamento. Nos centramos en informar sobre las actividades y eventos de la institución, dirigidos a todos los ciudadanos interesados en la aprobación de leyes. Cuidamos mucho el contenido en plenos, sesiones y actividades oficiales. Nuestra postura siempre es objetiva y plural, manteniendo un estándar político en el que se escuche la voz del padre de la patria desde su postura política con imparcialidad.

#### **b) Fuentes confiables de información**

El equipo periodístico verifica la información que se difunde por el Canal utilizando documentos oficiales, comunicados de prensa y declaraciones de los mismos congresistas como fuente principal. Incluimos a los voceros de los distintos partidos políticos, expertos independientes y la voz del pueblo. Salimos a las calles para hacer encuestas y recoger la opinión ciudadana, con el fin de obtener un panorama más completo e imparcial de la información.

#### **c) Imparcialidad**

Siempre mantuvimos en nuestros informativos y la programación del canal una postura muy neutral. Evitamos expresar opiniones con nuestros conductores a favor de ningún partido político o interés particular. Trabajamos nuestros informes con responsabilidad, evitando el sensacionalismo. Nuestro objetivo principal fue el público y la emisión educativa e informativa, donde la audiencia pudiera formar su propia opinión.

El canal del Congreso, como medio de comunicación institucional, no se mide por el rating, pero cumple otro tipo de metas y objetivos. Se cuida mucho el contenido por la información que sale de los plenos, donde nuestros congresistas promulgan leyes a favor de la ciudadanía. Los debates son largos y en ocasiones trabajamos hasta en horario de madrugada para los cierres de legislatura. Su alcance y contenido en la actualidad también se reflejan en las interacciones en redes sociales, como el canal de YouTube y las transmisiones por Facebook, donde observamos el impacto de las vistas y los comentarios del público que participa activamente en las transmisiones.

Durante el periodo del presidente general José Williams Zapata (2022- 2023), pudimos implementar cambios en un canal que tiene más de 20 años de creación. Una de las tareas a corto plazo era comunicar de una manera sencilla y renovar la parrilla televisiva con conceptos más modernos, acordes a la era digital, informando las 24 horas del día, de lunes a domingo. Era fundamental mantener una comunicación sin posturas políticas en los debates o decisiones legislativas.

Enfrentamos varios obstáculos, ya que existe desconfianza del pueblo hacia sus autoridades. Por ello, quisimos ofrecer un canal transparente, explicando con un lenguaje claro el contexto político e histórico detrás de las leyes debatidas.

Nuestro objetivo era que la gente comprendiera los contenidos que presentábamos en nuestra programación con spot, informativos, informes especiales, campañas con el único fin de llegar al pueblo de la mano de su congresista. Nuestra cobertura era ardua, ya que no solo abarcaba los plenos, sino también el trabajo de comisiones, eventos especiales y las actividades de los congresistas en sus regiones

durante su semana de representación. Todo este contenido fue trabajado con mucha responsabilidad ética.

Algo que nos causó gran sorpresa fue encontrar equipos con más de 15 años de antigüedad, y la transmisión aún se transmite en SD, mientras que todos los canales ya cuentan con la señal en HD. Comprobamos que el estado actual del canal era preocupante; las cámaras eran antiguas, muchas de ellas estaban rotas, y contábamos con equipos sin garantía ni soporte técnico. Había una alta incidencia de fallas debido a su antigüedad; había un cementerio de cámaras malogradas sin uso en el cuarto de cámaras, por lo que era urgente la renovación de equipos en HD.

El cambio era difícil, especialmente cuando trabajas para el Estado, donde los procesos presupuestarios son tediosos y largos. Sin embargo, debíamos trabajar en paralelo al plan de rehabilitación de Congreso TV y continuar utilizando los equipos que teníamos para la transmisión del canal.

Trabajar en el canal del Congreso de la República amplió mis conocimientos sobre responsabilidad, profesionalismo, ética y compromiso con la emisión de toda la programación del canal. Se desarrollaron la visión y misión, se motivó al equipo de trabajo y se fomentó la transparencia con el público, implementando nuevas tecnologías para mejorar el contenido. Todo esto con el fin de ofrecer una buena parrilla televisiva y contar con una señal abierta que llegue al público, dando a conocer el trabajo parlamentario con una señal acorde al sistema HD.

Creo que el trabajo y los avances en la gestión del general Williams Zapata dieron frutos, aunque no en su totalidad, ya que los periodos de presidencia son anuales. Sin embargo, logramos renovar el Swichert, que se encontraba en condiciones precarias, junto con todos los equipos antiguos, parte fundamental de la transmisión en vivo de todo canal. Remodelamos el set con un video Wall, cambiamos el vinil de la escenografía del set principal y el piso, e inauguramos una nueva cabina de radio, más moderna y acorde a la nueva tecnología, lista para desarrollar podcast. También implementamos la sala de redacción con nuevas computadoras, sillas e inmobiliarios.

Todo esto con el compromiso de mejorar las condiciones de trabajo para el personal que labora en la institución.

### **CAPÍTULO III. LOGROS Y APRENDIZAJES**

Con este trabajo de suficiencia profesional, deseo plasmar toda mi trayectoria en el periodismo que abarca más de 20 años de compromiso y dedicación. Desde que decidí dedicarme a esta noble profesión, mi propósito ha sido el cambiar una sociedad informada. Travesía que ha estado marcada por mucha responsabilidad y una firme intención de contar historias verídicas. Mi desarrollo profesional ha abarcado diversos roles, desde reportera de radio hasta asistente, coordinadora, productora y directora de televisión, tanto en medios de señal abierta y los últimos años en medios institucionales.

A lo largo de mi carrera, he recorrido un camino lleno de desafíos, desde la transición de la televisión analógica a la digital, enfrentando crisis políticas y económicas que han impactado el panorama informativo del país. Sin embargo, he mantenido una visión clara, avanzando en proyectos innovadores y enfrentando los obstáculos con determinación. He vivido experiencias donde a menudo los medios priorizan sus intereses por encima de la libertad de expresión, trabajando con recursos limitados que no siempre corresponden a lo que merecen los profesionales del periodismo. Enfrentar la realidad de salir de las aulas universitarias al competitivo mundo laboral es una tarea ardua, pero mi deseo de ejercer un periodismo ético y demostrar que la libertad de expresión es fundamental en todos los medios de comunicación ha sido siempre mi compromiso.

Uno de los momentos más significativos de mi carrera fue durante la crisis administrativa en Panamericana Televisión en el 2003. En aquel tiempo, camarógrafos, reporteros, productores, y editores se unieron en un paro debido a la falta de pagos, lo que afectó gravemente la transmisión de los noticieros 24 horas y Buenos Días Perú. En medio de la pugna de poderes entre el Sr. Genaro Delado Parker y el Sr Ernesto Shultz, el malestar de los trabajadores se hacía cada vez mayor. Sin embargo, los periodistas asumimos nuestra responsabilidad de informar y difundir las noticias sin ocultar la realidad; el jefe de prensa Sr. José Vargas lideró el equipo manteniendo la objetividad y el compromiso con la verdad.

A lo largo de los años, he tenido el privilegio de liderar equipos en diferentes contextos, tanto en medios comerciales como estatales, cada uno con sus propios aprendizajes. En el ámbito comercial, aprendí la importancia de la rapidez en un ambiente altamente competitivo, mientras que en el sector estatal descubrí el valor de la veracidad y el servicio a la ciudadanía. El periodismo me ha enseñado a experimentar transformaciones en la manera de contar historias, siempre con ética y con la verdad, adaptándome a los nuevos cambios y desafíos que se viven en la actualidad con la desinformación, especialmente con las redes sociales, donde el fenómeno de las Fake News exige una verificación rigurosa de las fuentes.

A través de mis estudios universitarios y la práctica diaria, he forjado una sólida base ética que me ha permitido gestionar proyectos noticiosos con eficacia, liderando equipos hacia un cumplimiento de plazos y objetivos. La producción de contenido informativo me ha llevado a conectar con la parte humana del periodismo; he tenido la



oportunidad de involucrarme en iniciativas de responsabilidad social, atendiendo necesidades de salud y económicas de personas en situaciones de vulnerabilidad. Esta labor humanitaria es, sin duda, parte integral de nuestro trabajo como comunicadores. Escuchamos a quienes acuden a nuestras mesas de informaciones, y aunque a menudo no podemos atender todas las solicitudes, cada caso nos recuerda el poder de la difusión y la necesidad de empatía en nuestra labor como periodistas.

La preparación obtenida durante mi formación académica me permitió conseguir ciertos logros como haber producido noticieros emblemáticos como 24 horas Edición Central, Buenos días Perú en Panamericana Televisión, dirigir la edición central del noticiero de ATV Noticias y el matutino en canal 9, tener a mi cargo transmisiones importantes como 28 de Julio y la Parada militar, desarrollar investigaciones que marcaron el acontecer noticioso de la semana y dirigir la cobertura del terremoto del 15 de agosto del 2007. Asimismo, en el canal del Congreso logramos mantener informados a la ciudadanía con nuestra transmisión desde el lugar de los hechos con nuestros equipos y la presencia de los congresistas y el presidente del Congreso, general José Willians, llevando ayuda y viendo toda la problemática de la población, labor que fue distinguida con una carta de reconocimiento por nuestro compromiso con la institución y cumplimiento de funciones en Congreso TV. El congresista Esdras Medina, presidente de la comisión de producción, también reconoció el trabajo del canal del Congreso por su labor al servicio del parlamento nacional y del país.

En una visión de mi carrera puedo decir que los alcances y aciertos obtenidos han sido muchos; la satisfacción más grande es ejercer mi profesión con mucha libertad, objetividad y ética. He adaptado mis conocimientos a las nuevas herramientas digitales para mantener una información de calidad. Desde mis inicios, teniendo en clara mi ética profesional, mi objetivo principal es mantener un trabajo que no solo informe con valores, sino que inspire a nuevos comunicadores a mantener la calidad y el valor de la información.

Mirando al futuro y a las nuevas generaciones de periodistas, me comprometo a seguir informando con la verdad, promoviendo los valores éticos y, lo más importante, continuar aprendiendo y capacitándome para estar al día con los avances tecnológicos que transforman nuestra forma de comunicar. Estoy convencida de que el periodismo tiene un papel crucial en la construcción de una sociedad más informada y consciente, y será como el principio de mi carrera: un gran desafío recuperar la confianza del público que se ha perdido con la desinformación y mantener los valores de la profesión.

## CONCLUSIONES Y REFLEXIONES

A lo largo de mi experiencia profesional en el periodismo he tenido la oportunidad de desempeñar diversos cargos; todos ellos me han enseñado la responsabilidad que tengo como comunicadora ante mi sociedad. La Universidad de San Martín de Porres me brindó el apoyo académico necesario para canalizar mi experiencia y contribuir de una manera responsable a informar con veracidad.

Mi formación periodística me permitió no solo ser testigo de la noticia, sino también ser parte de la construcción de historias que impacten. Desde mi experiencia, esto ha sido fundamental para mi desarrollo en el campo de la investigación. La objetividad y la ética han sido pilares que han guiado mi labor diaria en los diferentes medios de comunicación en los que he trabajado.

Estos valores periodísticos no solo han sido parte de mi experiencia profesional, sino también de mi vida diaria. Este trabajo me ha permitido unir mi contribución en los medios de comunicación con los principios académicos aprendidos durante mi carrera universitaria. A lo largo de estos años, he ido escalando poco a poco hasta desempeñar roles de jefatura, ocupando puestos claves que me han abierto puertas en el campo de las comunicaciones y en medios televisivos, tanto comerciales como institucionales.

Es importante resaltar que todo lo aprendido me ha ayudado a desarrollar y dirigir equipos sólidos, capacitándolos y promoviendo un ambiente laboral ético.

Considero que las decisiones en el ámbito laboral son fundamentales, especialmente al trabajar bajo presión en los canales de televisión, siempre manteniendo la objetividad y el compromiso periodístico en el desarrollo de la información.

En el área institucional, he tenido la experiencia de gestionar situaciones de crisis, lo que nos ha llevado a ofrecer contenido informativo confiable y ético, siempre informando con la verdad y evitando errores en las coberturas y en la presentación de tendencias políticas.

He tenido la oportunidad de guiar a otros profesionales en el periodismo y actualmente muchos de ellos se encuentran dirigiendo programas, conduciendo noticias y ejerciendo el periodismo en el campo institucional con gran responsabilidad. Esta experiencia no solo me ha hecho crecer profesionalmente, sino que también me ha inspirado a fomentar el desarrollo de mis colegas. A lo largo de mi carrera, he contado con jefes que han marcado significativamente mi trayectoria, enseñándome como dirigir y mantener una buena relación entre superiores y subordinados.

Con una mirada hacia el futuro, mi deseo es seguir con la pasión y vehemencia que siento por mi profesión. Deseo contar historias que no solo informen, sino que también inspiren a nuevas generaciones y a mi país. Esta es mi contribución a un periodismo donde cada información nos conduzca hacia una práctica responsable. Estoy convencida que todo lo aprendido a lo largo de mi carrera puede transformar vidas al brindar información de manera ética responsable.

## REFERENCIAS CONSULTADAS

- Avalos Espichan, A. (2022). *Experiencia profesional periodística aplicada a la producción televisiva en la televisión comercial e institucional* [Trabajo de Suficiencia Profesional, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio académico USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/11484>
- Avilés Rodilla, C. (2013). *Lo público y los medios estatales de comunicación* [Trabajo de investigación, Universidad Nacional de Jujuy]. Repositorio Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/95214>
- Bautista Rojas, J. (2019). *La reforma en los medios de comunicación estatales en el Perú durante el siglo XXI* [Tesis de maestría. Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio académico UNFV. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/3419>
- Cabero, A. J. (2015). Aportes de la televisión universitaria a las industrias culturales y creativas en Iberoamérica. *Edmetic*, 4(2), 7-28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5192036>
- Cardon, D. (2016). *La democracia Internet. Promesas y límites*. Prometeo Libros 2016. Buenos Aires, Argentina
- Di Domenica, S. N. (2018). *Periodismo de investigación en la era digital: medios innovadores, nuevas tecnologías de indagación y filtraciones de información*

*secreta* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de La Plata]. Repositorio académico UNP. <https://sedici.unlp.edu.ar/hand>

Ferres, P. J. (1995). Televisión, espectáculo y educación. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 4(1), 37-41.  
<http://agora.edu.es/servlet/articulo?codigo=635498>

García-Avilés, J.-A. (2015). Lo imposible: Construyendo la ética del periodismo tras el tsunami digital. En J.-C. Suárez-Villegas & J. Cruz-Álvarez (Eds.), *Desafíos éticos en el periodismo digital* (pp. 29-49). Dykinson. ISBN: 978 84 90859780

García Avilés, J. A., & González Esteban, J. L. (2013). Cibermedios nativos españoles: Explorando modelos de rentabilidad. *Trípodos*, 30, 153-167.  
[https://www.tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/50/360](https://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/50/360)

González. R., C. (2010). *Cuadernos de Periodistas*. Diciembre Madrid. APM.

Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., & Camino G., M. D. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 268-285.  
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/arti>

Haraszti, M. (2008). *The Media Self-Regulation Guidebook*. Vienna: Office of the OSCE Representative on Freedom of the Media.

- Hernández, E., Paz, L., & Jara, D. (2016). Retos de la participación comunitaria en la producción televisiva local. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(2), 147-152.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202016000200019&script=sci\\_arttex](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202016000200019&script=sci_arttex)
- Irigaray, F., Ceballos, D., & Manna, M. (2013). *Webperiodismo en un ecosistema líquido*. 1º edición. Argentina: Laborde Libros Editor.
- Jaimes Bocanegra, M. (2019). *La producción periodística de un programa dominical: Caso Cuarto Poder* [Trabajo de Suficiencia Profesional, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio académico USMP.  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4721>
- Kossmann, T. D. (2017). *Las subjetividades contemporáneas y el discurso de la objetividad periodística: una lectura desde la especificidad de comunicación/cultura* [Artículo científico, Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes]. Repositorio académico UNQ.  
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3674>
- Lobato, R., Thomas, J., & Hunter, D. (2011). Histories of User-Generated Content: Between Formal and Informal Media Economies. *International Journal of Communication*, 5, 899-914.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1749803](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1749803)
- López, M. D. (2012). La Ética Periodística en el tratamiento informativo de la inmigración. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 1(17), 339-354.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4030091>

Mancera Rueda, A. (2011). ¿Cómo se habla en los cibermedios? El español coloquial en el periodismo digital. Bern: Peter Lang.

Martín, X. (2015, 16 de diciembre). Informe de la Profesión Periodística 2015: Se frena la destrucción de empleo y crece la facturación de los medios y la inversión publicitaria. Asociación de la Prensa de Madrid.

<https://www.apmadrid.es/informe-de-la-profesion-periodistica-2015-se-frena-la-destruccion-de-empleo-y-crece-la-facturacion-de-los-medios-y-la-inversion-publicitaria/>

Morales, B. E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. *Correspondencias & Análisis*, 6(1), 141-161. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.08>

Moreno, E. P. (2003). El periodismo informativo en televisión: lenguaje, género y estilo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 9(1), 269-280. <https://idus.us.es/handle/11441/31182>

Orozco, C. A., Delgham, L. H., & Manrique, J. S. (2016). Participación ciudadana a través de los medios de comunicación como legitimación de la democracia participativa en Colombia. *Advocatus*, 1(26), 145-153. <https://doi.org/https://doi.org/10.18041/0124-0102/advocatus.26.942>

Parra, J. D. (2006). Sintonizando la participación política en la televisión comunitaria. *Comunicación política, medios y participación*, 9(2). <https://revistas.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view>



- Parra Valcarce, D., Real Rodríguez, E., & López Talavera, M. del M. (2017). Códigos éticos en el ciberperiodismo español y latinoamericano. *Naveg@mérica*, 18. Recuperado de <http://revistas.um.es/navegamerica>
- Pérez, C. C., Gutiérrez, R. D., Sánchez, G. T., & Zurbano-Berenguer, B. (2015). El uso de fuentes periodísticas en las secciones de Política, Economía y Cultura en el Periodismo de Proximidad Español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 101-117. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.50661](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50661)
- Rafeeq, A., & Jiang, S. (2020). Breaking news of disasters: How Stuff.co.nz and NZHerald.co.nz used Facebook and Twitter in the 2016 Kaikoura earthquake coverage in New Zealand. *Cogent Social Sciences*, 6(1), 1731121.
- Real Rodríguez E. (2018). La profesión periodística ante sus retos éticos: Autorregulación profesional y comunicativa frente a regulación. La situación en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 341-360. <https://doi.org/10.5209/ESMP.59954>
- Reyna, G. V. (2018). Objetividad y conteo de cuerpos en el periodismo sonoreño. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 63(233), 93-115. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-19182018000200093&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-19182018000200093&script=sci_arttext)
- Rodríguez, C. G. (2017). Retos de la comunicación en Centroamérica. La transparencia en la producción de noticias en periódicos y medios de comunicación estatales.

*Realidad. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*(149), 121-145.  
<https://revistas.uca>.

Rojas Montero., Á. I. (2017). *El rol del director de televisión en el proceso de producción de programas de televisión* [Trabajo de Suficiencia Profesional, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio académico USMP.  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3397>

Romano, V. (2003). Educación ciudadana y medios de comunicación. *Revista de educación*, 1(1), 391-401.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=761234>

Salaverría, R. (2016). España. En R. Salaverría (Coord.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (pp. 170-209). Fundación Telefónica & Editorial Ariel.

Suárez-Villegas, C. (2015). Introducción. En Juan Carlos Suárez Villegas y Jesús Cruz Álvarez (editores), *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Dykinson, S. L. 2015, Madrid.

Tejedor, C. S. (2008). La enseñanza del ciberperiodismo en las materias de producción periodística de las licenciaturas de Periodismo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 617-630.  
[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=La+ense%C3%B](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=La+ense%C3%B)

Valencia Rodríguez., A. (2014). *Producción y realización periodística en el programa de opinión zoom a la noticia, de NTN24* [Trabajo de grado, Universidad Pontificia

Bolivariana]. Repositorio académico UPB.  
<https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/1687>

Valentin Torres, P. C. (2022). *Proyecto periodístico 'Sala de urgencia desde el punto de vista del Director Periodístico* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio académico PUCP.  
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/22167>

Whitehouse, G. (2010). "Newsgathering and privacy: Expanding ethics codes to reflect change in the digital media age". *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 25 (4), 310-327.

Yanes, M. R. (2007). La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 1(16), 355-366.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2557704>

## ANEXOS

### ATV CANAL 9

Conducción: Primera noticia fin de semana



Alicia Retto



Juan Carlos Gambini

Informe especial a madres con alzhéimer



<https://www.youtube.com/watch?v=1Xk635jLTtw>

**Informe especial chicas downhill, actividad con adrenalina pura.**



**[https://www.youtube.com/watch?v=KaJeuNcrx\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=KaJeuNcrx_Q)**

**Informe especial pirotécnico por delivery**



**<https://www.youtube.com/watch?v=bCgEjv6AHXw&t=3s>**

**UCI (UN CANAL INTELIGENTE)**



**Conducción: Katherine Donayre**



**Transmisión en pandemia**



**Uci Noticias**

[https://youtu.be/P\\_Y2oNjwQtc?si=Wu228-MhyEESjoDu](https://youtu.be/P_Y2oNjwQtc?si=Wu228-MhyEESjoDu)

**Resumen informativo del fin de semana**



<https://youtu.be/kqXL4cvTvzQ?si=dERchComvLqODzMi>

## Informe especial: Distrito de surco en emergencia



<https://youtu.be/1iBAZVx4Wcc?si=316750hDncxhfiiB>

## Resumen semanal de UCI Noticias



Gael, niño de 2 años, necesita ayuda para poder escuchar

<https://youtu.be/tzn7oJduXus?si=510oa9ONu48ROani>

## UCI Mañanas informativas



Espacio electoral, se dio cobertura a todos los candidatos para el Congreso de la República.

<https://www.youtube.com/live/y1VuMvoEqME?si=Kn4LrjdX4CxEX4-p>

## ¿Quién es Pedro Castillo? | Edición Especial con Diego Acuña



Primera entrevista y polémica que dio expresidente Pedro Castillo.

## Congreso de la República (Congreso TV)

### NUESTROS LOGROS:

Cambio de escenografía del estudio provisional y cambio de gráficas en los noticieros Matinal y Central. Además de las Comisiones, Semana de Representación, Eventos y conferencias. Así como también, cambio de locación para el noticiero matinal.

#### ANTES:



#### AHORA:



Logros: cambio de escenografía, gráfica.



**NUESTROS LOGROS:**

Implementación de nuevos programas y spots. Además, de reformulación de programas existentes:

**HISTORIAS QUE CONTAR:**



**CONGRESO INFORMA:**



**Nuevos programas.**

Implementación de nuevos programas y spots. Además, de reformulación de programas existentes:

**SIMINCHISKUNA:**



**VOZ CIUDADANA:**



**YA ES LEY:**



**SPOTS:**



**Programación variada.**

## NUESTROS LOGROS:

Implementación y puesta en operación de la infraestructura tecnológica con señal HD del canal de televisión del Congreso.  
Julio 2023 -> Firma de contrato.



## SWITCHER EN LA ACTUALIDAD



## Implementación de la rehabilitación para la migración en HD.

## NUESTROS LOGROS:

Implementación de nuevos programas y reformulación de programas existentes:

### HOJAS CONTADAS:



### SEMANA DE REPRESENTACIÓN:



## Semana de representación: cobertura.

## NUESTROS LOGROS:

Cobertura especial del 7 de Diciembre 2022, día del intento del golpe de estado:



Cobertura especial de la elección de la Nueva Mesa Directiva 26 julio 2023:



**Transmisión del 7 de diciembre 2022, día del intento del golpe de Estado y juramentación de Dina Boluarte como presidenta de Perú.**

## Proyecto inicial del canal del Poder Judicial

