



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Letras y Ciencias Humanas
Escuela Académico Profesional de Comunicación Social

**Gestión del contenido social y del reporterismo
ciudadano en la producción de información para las
secciones Lima y Perú del sitio web del diario El
Comercio**

INFORME PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación
Social

AUTOR

René Alan ZUBIETA PACCO

ASESOR

Thelmy María del Carmen MENDOZA MICHILOT

Lima, Perú

2016



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Zubieta, R. (2016). *Gestión del contenido social y del periodismo ciudadano en la producción de información para las secciones Lima y Perú del sitio web del diario El Comercio*. [Informe profesional de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Académico Profesional de Comunicación Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Escuela Profesional de Comunicación Social

"Año de La consolidación del Mar de Grau"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME PROFESIONAL

En el Salón de Grados de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas a los veinticuatro días del mes de noviembre de dos mil dieciséis, siendo las 12:00 horas, con la Presidencia del Dr. Carlos Hugo Cornejo Quesada, los miembros del Jurado: Lic. Rosa Cusipuma Arteaga, Mg. Luis Cumpa González y su asesor Mg. Thelmy María del C. Mendoza Michiloth, se reunieron con la finalidad de escuchar la exposición del Informe Profesional: "**GESTIÓN DEL CONTENIDO SOCIAL Y DEL REPORTERISMO CIUDADANO EN LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN PARA LAS SECCIONES LIMA Y PERÚ DEL SITIO WEB DEL DIARIO EL COMERCIO**", que el bachiller **René Alan Zubieta Pacco**, ha presentado a consideración de la Escuela, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social. El Presidente del Jurado invitó al bachiller a exponer el Informe Profesional. Concluida la exposición el bachiller absolvió las preguntas que le formularon los miembros del jurado.


Terminada la sustentación se procedió a la calificación, resultando aprobada como **SOBRESALIENTE** con la calificación de **Dieciocho (18)**.

El Presidente manifestó que, habiéndose aprobado la sustentación, la Facultad de Letras y Ciencias Humanas recomienda a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos el otorgamiento del Título de Licenciado en Comunicación Social al bachiller **René Alan Zubieta Pacco**.

Siendo las 13:00 horas concluyó el acto de sustentación, por lo cual los miembros del Jurado, dando fe de lo actuado, firman la presente Acta de Sustentación por quintuplicado.



Lic. Rosa Cusipuma Arteaga
Miembro



Mg. Luis Cumpa González
Miembro



Dr. Carlos Hugo Cornejo Quesada
Presidente



Mg. Thelmy María del C. Mendoza
Michiloth
Asesor

*A mis padres, por el gran ejemplo que es y ha sido el
esfuerzo realizado a favor de sus hijos.*

*A mi esposa, novia, enamorada, amiga. Compañera.
Gracias por la paciencia y comprensión.*

*A los amigos y colegas con los cuales
he aprendido día a día.*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	7
--------------------------	----------

CAPÍTULO I

EL QUEHACER PROFESIONAL.....	14
-------------------------------------	-----------

1.1 Identificación.....	14
-------------------------	----

1.2 Organización donde se realizó la experiencia.....	16
---	----

1.3 Objetivos.....	20
--------------------	----

1.4 Público objetivo.....	21
---------------------------	----

1.5 Estrategias de trabajo.....	26
---------------------------------	----

CAPÍTULO II

LA EXPERIENCIA OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN.....	28
--	-----------

2.1 Objeto de sistematización.....	27
------------------------------------	----

2.2 Objetivos de la sistematización.....	31
--	----

2.3 Espacio temporal.....	31
---------------------------	----

CAPÍTULO III

MARCO DE REFERENCIA.....	37
---------------------------------	-----------

3.1 Nuevos medios y nueva relación con el receptor.....	37
---	----

3.1.1 Nuevos medios.....	40
--------------------------	----

3.1.1.1 Características de los nuevos medios.....	41
---	----

3.1.2 Nueva relación con el receptor.....	43
3.1.3 Ciberperiodismo.....	46
3.1.4 Reportalismo y participación ciudadana.....	49
3.2 Redes sociales y curaduría de contenido.....	56
3.2.1 Redes sociales y comunidad.....	57
3.2.1.1 Principales herramientas sociales.....	59
3.2.1.2 El avance del móvil.....	63
3.2.2 Curaduría de contenido.....	65
3.3 Rutinas y fuentes periodísticas.....	66
3.3.1 Nuevas lógicas de trabajo.....	68
3.4 Los ejes temáticos en resumen.....	70

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	72
---	-----------

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL.....	75
5.1 Un constante avance y aprendizaje.....	75
5.2 Contextos de la experiencia.....	76
5.2.1 Contexto nacional.....	77
5.2.2 Contexto internacional.....	78
5.2.3 Contexto institucional.....	80

5.3 Análisis de la experiencia.....	81
5.3.1 Sobre los ejes temáticos: respuestas.....	82
5.3.2 Precisión en base a la experiencia.....	86
5.3.3 Los casos analizados y los patrones hallados.....	87

CAPÍTULO VI

BALANCE DE LA EXPERIENCIA.....127

6.1 Lecciones aprendidas.....	127
6.2 Hallazgos.....	129
6.3 Tareas pendientes.....	130
6.4 Aportes.....	131
6.4.1 A nivel teórico conceptual.....	131
6.4.2 A nivel profesional.....	132
6.4.3 A nivel instrumental.....	133
6.4.4 A nivel social.....	134

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....135

BIBLIOGRAFÍA.....138

ANEXO: ENTREVISTA.....141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Primera portada de la edición digital de <i>El Comercio</i>	17
Figura 2: Parte de la portada de <i>El Comercio</i> el miércoles 25 de marzo del 2015, a las 19: 21 h.....	19
Figura 3: El uso de Facebook en el Perú en una línea ascendente.....	23
Figura 4: Evolución de los usuarios peruanos de Twitter con estimaciones y provenientes a diciembre del 2015.....	24
Figura 5: El Sistema de Gestión de Contenidos de <i>El Comercio</i> online.....	83

INTRODUCCIÓN

El presente informe profesional da testimonio de la experiencia del autor en el equipo de periodistas del diario *El Comercio* encargados de la versión online, al que se sumó en junio del 2010. Ello a partir de casos o ejemplos -entre abril del 2012 y febrero del 2015- que dan cuenta de la gestión y aprovechamiento del contenido de los ciudadanos en redes sociales para la producción de información para las secciones Lima y Perú. El análisis se centra en ese período, puesto que después se desempeñaron otros roles en el citado medio.

Se trató de un período de tiempo enriquecedor en cuanto al desarrollo profesional. Hablamos, pues, de estar en medio de avances tecnológicos y de las nuevas posibilidades que dan continuamente Internet y los móviles, y que fueron palpables en el trabajo diario influyendo en las rutinas periodísticas. Esos avances fueron importantes no solo para los periodistas, sino también para los ciudadanos, que han encontrado no solamente mayores posibilidades de informarse, formarse y entretenerse, sino también de comunicarse y expresarse.

El autor de este informe también estuvo inmerso en cambios internos en el mismo diario. En las nuevas posibilidades que dieron los rediseños de la versión online de *El Comercio* tanto en el 2010, como en el 2014; así como en las oportunidades presentadas con el proceso de integración de redacciones y redistribución de equipos. Ello permitió comparar las rutinas periodísticas,

encontrar similitudes y diferencias, pero a la vez hallar nuevas formas de cobertura que beneficien a ambas plataformas. Posteriormente, entre marzo y diciembre del 2015, las labores se desempeñaron solo en la sección Regiones, produciendo contenido tanto para la versión impresa, como para la online. A partir de enero del 2016, quien escribe edita el sitio especial del diario dedicado a las elecciones generales de abril.

El periodo en el que se tomaron los casos -entre abril del 2012 y febrero del 2015- está además en el marco de una variación en cuanto al aprovechamiento del contenido ciudadano en redes sociales. Desde noviembre del 2009, *El Comercio* online tuvo un espacio especial denominado 'Reportube', el cual vino a menos para dar paso desde octubre del 2014 a una 'subhome' para el contenido enviado por los usuarios a través de la aplicación móvil Whatsapp.

Fue en ese periodo, entonces, en el que se reunió enlaces de notas informativas e interpretativas publicadas en las secciones Lima y Perú de *El Comercio* online, seleccionando 13 casos o ejemplos y lográndose identificar siete prácticas que se tienen en la rutina periodística con el contenido producido por los ciudadanos en redes sociales y Whatsapp, las cuales se aprecian en el capítulo V.

Sabemos que en el trabajo para un diario impreso, lo común era que el periodista se entere de un hecho considerado noticioso, se tome el tiempo de ir al lugar del suceso, recoja la información, llame por teléfono para dar un reporte o

llegue a la redacción para recién descargar las imágenes captadas o empezar a redactar. Ahí se encontró una dificultad en la tarea de realizar publicaciones online, que requieren de información al instante y actualizada.

Sin embargo, en la actualidad es distinto. Sucede que en ese lugar de los hechos es muy probable que se encuentre algún ciudadano con un dispositivo móvil conectado o no a Internet, y que empiece a dar cuenta de lo que ocurre a través de sus redes sociales, grabe un video o tome fotos que posteriormente difundirá en las redes o simplemente lo envíe al número de Whatsapp de *El Comercio* o cualquier otro medio.

Así, ante la dificultad planteada, la práctica en la cobertura de temáticas locales desde la redacción web consistía en monitorear las redes sociales, ser un curador del contenido y seleccionar aquel texto, imagen o video que sirva como complemento informativo para la nota a publicar. Es decir, un punto de partida para un trabajo informativo de mayor alcance.

Es aquí en donde nos cruzamos con lo que se denomina periodismo ciudadano, periodismo participativo o, como lo preferimos llamar en este informe, reporterismo ciudadano. Caemos en cuenta de que los ciudadanos definitivamente no hacen periodismo, pero sí informan de hechos que pueden ser considerados noticiosos. Más que dar un reporte o reportar -en su estricto significado en la lengua castellana- sobre cualquier suceso incluido el personal, lo que nos interesó

en el trabajo diario y en el presente informe son las informaciones que a través de redes sociales ellos dan sobre determinados acontecimientos que son parte de la cobertura noticiosa de los profesionales del periodismo. Así, consideramos que los ciudadanos están cerca de esa práctica periodística de reportear, por ejemplo, un accidente, incendio, protesta, fenómeno climático, algo que los preocupe o indigne en caso sean testigos presenciales.

Mayores son las posibilidades en la actualidad tomando en cuenta que en *El Comercio* se ha dotado de 'smartphones' o teléfonos inteligentes con conexión a Internet a los periodistas, quienes así pueden reportear también a través de redes sociales y enviar despachos, textos, fotos o videos con mayor velocidad, al instante. Es esta información que, como si fuera de un ciudadano pero con la confianza que da ser el periodista del medio, se toma también como insumo para las publicaciones.

De eso se trata este informe profesional, de las posibilidades que han dado las redes sociales y los avances tecnológicos para la cobertura y el trabajo periodístico principalmente a nivel online, al estar en la necesidad de contar con información textual o gráfica que se publique y difunda al instante, en tiempo real.

Así, la idea de este informe es que sirva a los estudiantes de comunicación como un testimonio de algunas de las labores necesarias para las publicaciones online en los medios de comunicación, específicamente en las secciones Lima y

Perú de *El Comercio* en su versión en Internet. Y se detalla que son algunas labores, porque sin duda la labor periodística abarca mucho más.

Pero, a la vez, se pretende que con este informe se tenga un primer panorama de lo que van a encontrar los estudiantes o egresados cuando ingresen a laborar a una empresa periodística, principalmente en cuanto a temática local o regional, y de las capacidades que se les demandarán aún así no se las hayan enseñado en la universidad. Es el caso de quien escribe este informe, pues en cuanto a la cobertura online, lo que se sabe es lo aprendido en la práctica a través de los años. O 'en la cancha', como bien se dice. Y que no quepa duda que, con tantos avances, se seguirá aprendiendo.

En el primer capítulo se identifica el quehacer profesional del autor de este informe y la organización donde realizó la experiencia. En este caso, el diario *El Comercio*, sobre el cual se da brevemente luces sobre su evolución a raíz de rediseños y cambios internos. Se habla además de la misma audiencia, considerando su estado actual con cifras en el uso de las principales redes sociales, como Facebook y Twitter.

En el segundo capítulo, se sustenta la sistematización de la experiencia y se da cuenta de los casos o ejemplos rescatados, que permitieron identificar siete prácticas que se tuvieron con el contenido de los ciudadanos en las redes sociales para la producción del contenido web.

Estas prácticas periodísticas diarias tienen un sustento teórico, un análisis del cual se da cuenta en el capítulo III referido al marco de referencia. Y es que este informe profesional está inmerso en la consolidación de los nuevos medios y su nueva relación con el receptor; en lo que conocemos como ciberperiodismo, en la mayor participación ciudadana a través del reportero, en los móviles, las redes sociales y la necesaria curaduría de contenido que tienen que hacer los periodistas. Y, por supuesto, lo anterior justamente influye en las rutinas periodísticas y el tratamiento de fuentes.

Posteriormente, el capítulo IV explica brevemente el proceso que se siguió para la sistematización del presente informe y la redacción de mismo. El siguiente capítulo se refiere a los resultados de la sistematización, resaltando que los contextos nacionales, internacionales y el institucional -todos en medio del constante avance tecnológico y la mayor participación de la audiencia- demandan un aprendizaje en el día a día del desempeño periodístico. En ese apartado también se responde a las preguntas que plantean los ejes temáticos del informe profesional.

En el capítulo VI, del balance de la experiencia, se mencionan algunas lecciones aprendidas durante la experiencia y los hallazgos al sistematizarla. Asimismo, las tareas pendientes que se consideran importantes en el futuro cercano en la labor de producir contenido online en *El Comercio* y los aportes a nivel teórico conceptual, profesional, instrumental y social.

En la parte final de este informe profesional, hablamos de las conclusiones tras la sistematización. La principal resalta que las redes sociales en Internet son más que un elemento de difusión de contenido, pues se han convertido en un soporte para que los periodistas conozcan hechos relevantes que afectan a la audiencia y que pueden convertirse en noticia, encuentren nuevas fuentes, identifiquen tendencias y obtengan insumos -en base a la curaduría de contenidos- para complementar informaciones con distintas posibilidades, siempre teniendo cuidado de caer en el error y mantener la veracidad y rigurosidad. Esa audiencia -lector, radioescucha o televidente- justamente ha pasado a ser también productor de contenido, teniendo mayor presencia, voz y relación con los medios. E incluso planteando su propia agenda, aunque cabe destacar que si bien puede reportar hechos que pueden ser noticiosos, no necesariamente desempeña una labor periodística.

CAPÍTULO I

EL QUEHACER PROFESIONAL

1.1 Identificación

El flujo y la producción de noticias en la edición online de *El Comercio* es constante por ser contenido para Internet, en donde la información debe ser actualizada. Para ello, entre las fuentes de contenido se encuentran los propios periodistas del medio, pero también otros medios nacionales e internacionales (radio, televisión y medios digitales), sitios en línea de temática especializada y cables de las agencias de noticias. Sin embargo, con el desarrollo del Internet, las nuevas tecnologías, dispositivos móviles y plataformas sociales, los ciudadanos - es decir la audiencia- también se han convertido en importantes actores para conocer hechos que puedan ser parte de una noticia.

Este último aspecto referido a la curaduría de contenido social y al que llamamos reporterismo ciudadano es punto base del presente informe profesional. Esto se desarrollará líneas abajo, en el marco de referencia, y en sí a lo largo del documento.

El autor del informe ingresó al citado medio en junio del 2010, teniendo luego como principal quehacer la redacción de información para las secciones Lima y Perú de la edición online de *El Comercio*.

Pero como estamos en tiempos en que los periodistas cada vez más tienen la necesidad de desarrollarse en un trabajo multiplataforma, también se ha producido información multimedia, llámese fotos y videos, como complemento informativo al texto de una noticia.

Justamente, desde fines del año 2013 se dio en el diario un proceso interno de integración de redacciones. Es decir, ya no tener dos redacciones: una para la web y otra para el papel. Los periodistas de ambas plataformas se unieron de acuerdo a sus secciones, tanto en espacio físico como en mayor coordinación para coberturas. Fue un proceso incipiente, que estuvo vigente casi dos años. Es por ello que quien escribe no solo ha escrito para la página web, sino también para la edición impresa.

Una vez iniciado ese proceso integrador, las secciones Lima y Perú se unieron en la que se denominó Sociedad con un solo editor general. En la edición impresa se mantuvo la separación de los equipos periodísticos, pero hubo un equipo especial web para la producción de información para ambas secciones. Ello se mantuvo hasta octubre del 2014, cuando con la llegada de un nuevo director periodístico se volvieron a dividir las secciones con editores para cada una. Luego, entre marzo y diciembre del 2015, la labor periodística del autor del presente informe se desarrolló en la sección Regiones, produciendo contenido tanto para la versión online, como para la impresa. Es decir, es una labor multiplataforma.

Sin embargo, para la labor periodística en la redacción, así como para las coberturas en el mismo lugar de los hechos, siempre se tuvo presente el manejo de las redes sociales tanto como fuente informativa, como para herramienta de cobertura y producción de contenido.

1.2. Organización donde se realizó la experiencia

El diario *El Comercio* fue fundado el 4 de mayo de 1839 por el chileno Manuel Amunátegui y el argentino Alejandro Villota. En 1875, tras la muerte de Villota, se entregó la dirección a José Antonio Miró Quesada. Justamente es la familia Miró Quesada la que desde entonces ejerce el control del grupo al que pertenece el decano de la prensa peruana, cuya sede se ubica en el Centro Histórico de Lima. Se trata de una infraestructura que data de 1923.

En 175 años, por la dirección de *El Comercio* han pasado, por ejemplo, el político y diplomático Antonio Miró Quesada de la Guerra, quien asumió el cargo en 1905, o Luis Miró Quesada de la Guerra, quien antes de asumir la dirección en 1940 se había desempeñado como alcalde de Lima.

Pero entre 1974 y 1980, el diario fue uno de los confiscados por la Junta Militar de Gobierno, retornando a sus legítimos dueños en 1980 con la dirección de Óscar Miró Quesada de la Guerra (Racso).

Actualmente, es el medio impreso más antiguo del Perú. Pero su aparición en Internet data del 15 de enero de 1997 con la dirección “elcomerciope.com”. El trabajo de los encargados del sitio consistía en trasladar el contenido de la edición impresa a la plataforma online. No había mayor contenido propio, interactividad y la actualización no era como la conocemos hoy, en tiempo real.

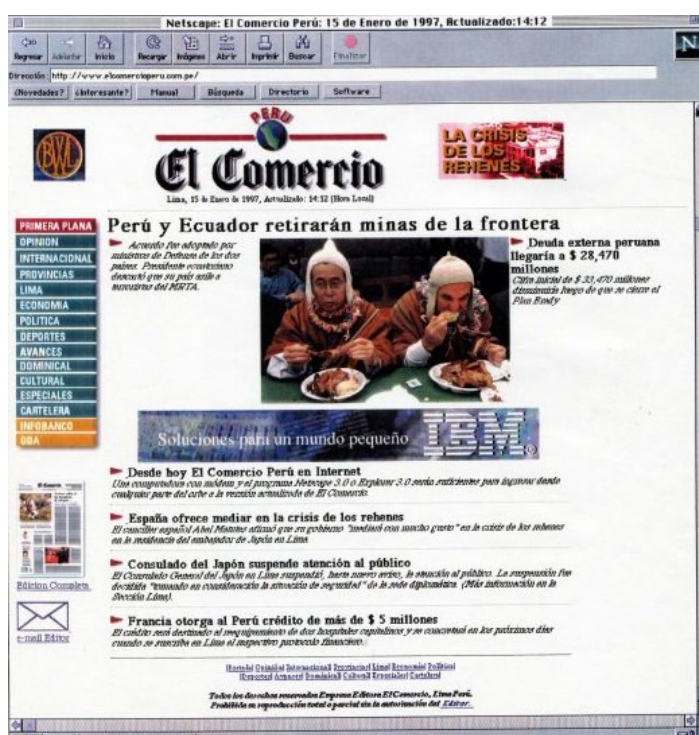


Figura 1. Primera portada de la edición digital de *El Comercio*, 15 de enero de 1997. (15 de enero: ¿Qué pasó un día como hoy? *El Comercio*, 17 de enero del 2015, 9:16 h. <http://elcomercio.pe/tecnologia/empresas/15-enero-que-paso-dia-como-hoy-noticia-1784330>)

Posteriormente, el sitio web pasó por la evolución de su contenido y fue relanzada el 30 de mayo del 2007 caracterizándose por el uso de las herramientas

multimedia y en base a la tendencia 2.0 de Internet¹. Un nuevo rediseño vino el 22 de enero del 2010 con “nuevas secciones y funcionalidades que tendrán siempre propósito máximo hacer de elcomercio.pe una experiencia social en torno a información valiosa”². Otro rediseño vino en enero del 2014, en el marco de los 175 años del diario. A la fecha, la versión digital de *El Comercio* es el sitio de noticias con más visitas en el país y con la mayor cantidad de usuarios únicos.

¹ *Historia del Grupo El Comercio*, Grupo *El Comercio*, 12 de julio de 2013, 18:18 h
<http://grupoelcomercio.com.pe/corp.php>

² *Bienvenidos al nuevo sitio de elcomercio.pe*. *El Comercio*, 12 de julio del 2013, 18:34 h
<http://elcomercio.pe/tecnologia/402872/noticia-bienvenidos-al-nuevo-sitio-elcomerciope>



Figura 2. Parte de la portada de *El Comercio* el miércoles 25 de marzo del 2015, a las 19:21 h. A comparación de 2007, un avance radical en el aspecto multimedia y social.

En cuanto a redes sociales, un estudio de la consultora peruana Quantico Trends indica que la cuenta en Twitter de El Comercio (@elcomercio), con más de 1'839.300 seguidores, es la más influyente de todas. Y con más de 1'255.750

'likes', la página del medio en Facebook es la líder en cuanto a medios de comunicación.

Además, existen cuentas en Twitter para las distintas secciones. En el caso de las de Lima y Perú, hablamos de @sociedad_ECpe.

Como se mencionaba líneas arriba, el proceso de integración de redacciones se dio a fines del 2013 entre las direcciones periodísticas de Francisco Miró Quesada Rada y el fallecido director Fritz Du Bois Freund. Esta labor dio paso a la creación de la sección Sociedad, que reunía con un solo editor general a las que anteriormente eran las secciones Lima y Perú. Este panorama se mantuvo bajo la dirección interina de los periodistas Mario Cortijo y Juan Paredes Castro. Sin embargo, con la administración de Fernando Berckemeyer Olaechea desde setiembre del 2015, se dividió nuevamente a las secciones.

1.3 Objetivos

El objetivo del sitio web de El Comercio es presentar una variedad de contenidos - actualizados, en tiempo real y en un entorno social- que informen, entretengan, sean de utilidad para el usuario y permitan al medio mantener su liderazgo.

Esta labor está enmarcada en los principios rectores de la empresa, cuya misión frente a la audiencia es “orientar e informar, entretener y culturizar; satisfaciendo así la cultura informativa de la audiencia”³.

Respecto al quehacer profesional en la plataforma web, el objetivo del autor de este informe es brindar al usuario contenido actualizado relevante e interesante respecto a acontecimientos o problemáticas en Lima y en las distintas ciudades del Perú.

1.4 Público objetivo

La audiencia online de El Comercio permitió que, en junio de 2016, el sitio superara sus marcas de usuarios únicos, páginas vistas y visitas, manteniéndose como líder de los medios peruanos en Internet. El propio sitio detalló que un browser o usuario único (BU) se refiere a la visita de una persona desde un dispositivo electrónico, la cual se contabiliza solo una vez al mes. Actualmente se han contabilizado 26'544.299 BU, nueva cifra récord.

En líneas generales, podemos decir que el público objetivo está comprendido por personas que quieren obtener información variada y actualizada sobre acontecimientos del Perú y del mundo, y que están conectadas a Internet a través de un ordenador o un dispositivo móvil.

³ Documento que alcanza a todos los trabajadores del grupo *El Comercio*, y que contempla el cumplimiento obligatorio de 20 principios en la labor periodística. (“Principios Rectores”).

El informe técnico del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) sobre el trimestre julio – agosto – setiembre del 2014 dan cuenta de que el 40,7% de la población de 6 y más años de edad accede a Internet, un aumento de 0,5% respecto al mismo trimestre del 2013. Los jóvenes y adolescentes son los principales usuarios. Se detalla además que los principales lugares de acceso son las cabinas públicas, luego el hogar y personas que combinan ambos espacios.

Un dato importante es que el 94,5% de la población peruana que navega en Internet lo hace para obtener información; el 82,5% lo utiliza para comunicarse (correo o chat) y el 66,9% recurre a Internet para actividades de entretenimiento, entre estas los videojuegos, o ver, escuchar y descargar videos, películas o música.

Importante es referirse además al informe Futuro Digital Perú 2014 elaborado por ComScore, importante compañía estadounidense de investigación de marketing en Internet.

Según el reporte, los peruanos entre 15 y 24 años de edad (la audiencia principal, seguida de los de 25 a 34 años) pasan más tiempo online que el promedio a nivel global. Y al mes, están conectados 18,2 horas, superando a Venezuela, Colombia, Chile, México y Puerto Rico⁴.

⁴ Descargar aquí: <http://www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2014/2014-Peru-Digital-Future-in-Focus>.

Asimismo, el estudio señala que el 'social media' o las redes sociales son la principal categoría en la que los peruanos consumen tiempo online. Por ello es que se destaca que el Perú está por encima de promedio mundial en horas por visitante en sitios de 'social media'.

Justamente respecto a las redes sociales, el último reporte de la consultora nacional Futuro Labs, a enero del 2015 hay 14 millones 600 mil usuarios de Facebook en el Perú.

Demografía de Facebook Evolución del crecimiento 2011 - 2015

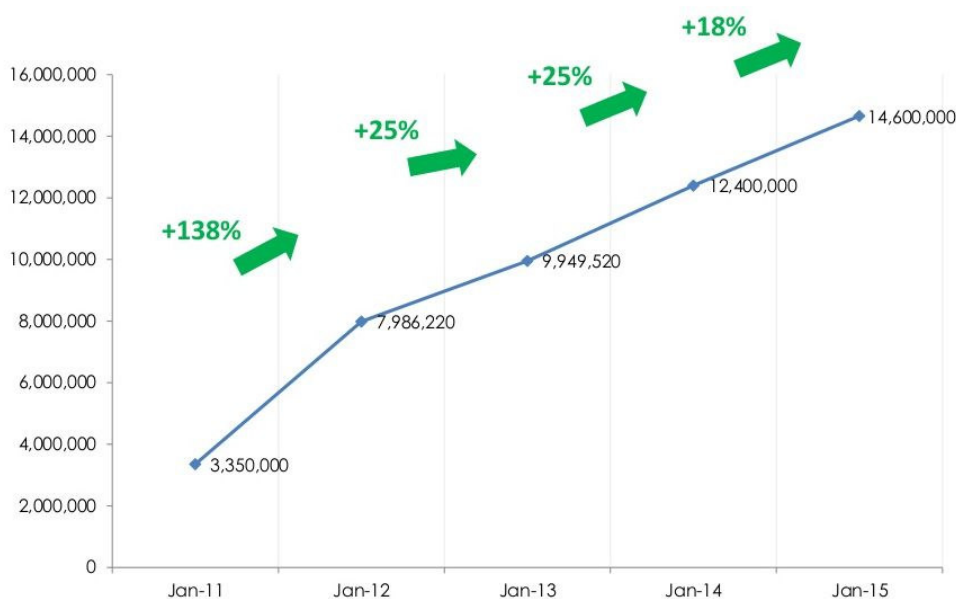


Figura 3. El uso de Facebook en el Perú en una línea ascendente. (El índice Facebook – Perú. Futuro Labs, 24 de febrero del 2015, 10:34 h. <http://es.slideshare.net/FuturoLabs/ndice-facebook-per-2015-43673041>)

Por su parte, otra consultora nacional, Quantico Trends, refiere que a enero del 2015 hay 3 millones de peruanos en Twitter y que a finales de este año se llegaría a los 4 millones. No hay data específica sobre Whatsapp y YouTube en el Perú.



Figura 4. Evolución de los usuarios peruanos de Twitter con estimaciones y proyecciones a diciembre del 2015. (*Infografía de Twitter en Perú.* Quantico Trends, 24 de febrero del 2015, 10:36 h. <http://www.quanticotrends.com/usuarios-de-twitter-2015/>)

Y en el caso de los móviles, ComScore resalta que el crecimiento de la participación de páginas vistas desde dispositivos que no son una computadora personal -es decir, móviles o tabletas- creció 67% de abril del 2013 al mismo mes del 2014. Este dato nos habla de la migración de la navegación hacia los móviles, lo que se ha manifestado en que los medios tengan versiones móviles también.

En tanto, un reporte de enero del 2016 del área de Inteligencia Digital de la Unidad de Negocio El Comercio da cuenta de datos sobre el perfil del usuario de elcomercio.pe. El 67% de personas que visitaron el sitio web fueron varones, mientras que el 33% fueron mujeres. Asimismo, la mayoría de usuarios (32,34%) está representada por el grupo de 25 a 34 años. A este grupo etario le siguen el de 35 a 44 (21,19%) y el de 18 a 24 años (19,62%). Es una audiencia joven, como lo es en realidad el público de Internet y, sobre todo, de redes sociales.

Los datos de enero del 2016 señalan que hacia las 3 p.m. es donde se registran más visitas a elcomercio.pe, que además tuvo mayor presencia de usuarios los días viernes y domingo.

A noviembre del 2015, un informe de la Unidad de Investigación de Mercados (UIM) del Grupo El Comercio refiere además que los usuarios de elcomercio.pe suman 58% entre los sectores socioeconómicos A y B; el D y E suman 7%, mientras que el C, 35%.

Del total de usuarios, el 37% llega a elcomercio.pe a través de motores de búsqueda como Google, mientras que el 34% lo hace escribiendo la dirección electrónica y el 20% llega a través de las redes sociales.

Si queremos conocer los intereses de los usuarios de elcomercio.pe, debemos precisar que -de acuerdo al reporte de la UIM- las secciones más visitadas son, en este orden: Deporte Total, Redes Sociales, Home Principal, TV Más, Lima, Mundo, Economía, Luces y finalmente, Política.

1.5 Estrategias de trabajo

Para la generación de contenido a publicar en la edición digital de El Comercio, el redactor está al tanto de las comisiones diarias o temas a abordar durante el día de acuerdo a lo planteado en las reuniones de editores, a otros medios online, radiales y televisivos y a cables de agencias de noticias. Ello en el marco de la estrategia empresarial de mantener el liderazgo en cuanto a medios informativos online se refiere.

Hasta ahí, podría decirse que se trata de un monitoreo tradicional. Sin embargo, con el auge de las redes sociales y los dispositivos móviles, es obligación del redactor de temas locales estar al tanto del contenido y tendencias en las plataformas sociales. Es decir, de qué está hablando la gente en ellas, porque en ocasiones un hecho noticioso es comunicado ahí primero, no necesariamente por un medio, sino por la audiencia.

Así, la audiencia es también una fuente de información, que se añade a las ya citadas.

Entonces, conocido un hecho considerado noticioso por el redactor y los editores, se procede a la búsqueda y/o obtención de datos e información para proceder a redactar la nota periodística resaltando lo que se considere más relevante. Los criterios para determinar esto parten no solo de la práctica periodística, sino también de conocer a la audiencia.

Asimismo, de todas formas se aprovecha la multimedialidad que nos permite el Internet y se complementan los textos de acuerdo al contenido gráfico disponible (fotos, videos, infografías) y se recurre a contextualizar la información a través de los 'links' internos (en el cuerpo del texto) y externos (notas relacionadas, etiquetas de temas y personajes).

Siguiendo todo ese proceso y con todos esos insumos, se obtiene finalmente la publicación. Una noticia, de acuerdo al devenir de los acontecimientos o a su evolución, se va actualizando en las horas siguientes o complementando con otras notas relacionadas al tema.

En tanto, en caso el periodista realice la cobertura en el campo, con el uso del 'smartphone' o teléfono inteligente con conexión a Internet, suele ir reportando vía redes sociales o 'Whatsapp', enviando texto, fotos o videos. Estos se usan como contenido multimedia también en las notas periodísticas.

CAPÍTULO II

LA EXPERIENCIA OBJETO DE SISTEMATIZACION

2.1 Objeto de sistematización

En el periodismo en medios tradicionales, las rutinas de producción periodística son como las enseñadas en pregrado. Es decir, ante un acontecimiento o una información que puede ser considerada noticia, se debe recoger la información (lo que en la mayoría de ocasiones incluye la observación participante), la selección, la edición y finalmente la presentación.

Esas rutinas se mantienen cualquiera sea la plataforma. Es decir, tras la cobertura realizada, la publicación final se puede realizar en una edición impresa o en la digital, lo que dependerá del enfoque dado a la información y la decisión editorial. Pero sucede además que el avance de la tecnología y la aparición de distintas herramientas permiten nuevas posibilidades informativas y demandan nuevos conocimientos.

En esa línea, cuando el autor de este informe empezó a generar contenido online, se encontró con que los lectores pasaban de ser una audiencia pasiva a ciudadanos activos que también proveían de información no necesariamente a los medios, sino a su propio público (seguidores en Twitter, amigos en Facebook) a través de las redes sociales y valiéndose también de dispositivos móviles, como

los 'smartphones'. Es decir, ellos también son una fuente primaria de información ante un acontecimiento que los preocupa e impacta.

Con este suceso, se podría decir que la agenda de los medios online no solo la organizan los medios, sino que también participa la audiencia en ese proceso al brindar determinados insumos. Se cae en cuenta además de que las audiencias están en las plataformas sociales. Antes, la audiencia tenía que ir en busca del medio. Ahora el medio es el que tiene que estar donde está la audiencia.

Esto conllevó al mayor interés y manejo de plataformas sociales, y al creciente uso de herramientas para monitorear las mismas llegando así a una curaduría de contenido digital.

Es por ello que para este informe profesional se decidió sistematizar la experiencia en base a esa curaduría de contenido y al periodismo ciudadano como elementos para la producción de contenido noticioso para la sección de Lima y Regiones. Pero periodismo ciudadano no por considerar que los usuarios hacen periodismo, sino por un término medio en los documentos académicos sobre 'periodismo ciudadano' o 'periodismo participativo', y por considerar que los ciudadanos también reportan hechos.

Se tomaron en cuenta los siguientes criterios de sistematización:

- Relevancia: La experiencia es relevante para identificar parte de las prácticas en la producción de contenido para medios en línea.

- Validez: La experiencia se convierte en una respuesta a la búsqueda de complementos informativos para el contenido a publicar. Se replica en distintas empresas periodísticas con presencia online, en agencias de noticias o de comunicación.

- Aplicabilidad: La experiencia en cuanto a curaduría de contenidos digitales se está masificando por la necesidad de que los periodistas y comunicadores que producen contenido, gestionan comunidades o marcas conozcan las posibilidades para buscar información online y/o producirla. Es participativa.

- Innovación: La experiencia se valoriza de acuerdo a los avances tecnológicos. Genera nuevos conocimientos en cuanto al manejo de plataformas sociales y la producción de contenido para medios online.

2.2 Objetivos de la Sistematización

Con el proceso de sistematización, se persiguen los siguientes objetivos:

- Determinar las rutinas de producción de noticias de temática local para la edición digital de El Comercio.

- Identificar cómo se realiza la curaduría de contenido: aprender a encontrar, agrupar y organizar contenido relevante.

- Reconocer las plataformas sociales e identificar tendencias y contenido relevantes para la audiencia de El Comercio online a través de los reportes ciudadanos.

2.3 Espacio temporal

De acuerdo a la disponibilidad de las notas con base en la búsqueda por etiquetas o links de noticias, se han recuperado casos principalmente desde abril del 2012 hasta febrero del 2015, eligiendo 13 casos que han dado paso a identificar 7 prácticas periodísticas comunes en la producción de información para las secciones Lima y Perú de la edición digital de El Comercio o elcomercio.pe. En sí, los ejemplos y los casos se siguen presentando con el desarrollo de la labor periodística y los avances de la tecnología.

De la clasificación del contenido se desprende que los ciudadanos informan en tiempo real acontecimientos noticiosos referidos a incendios, accidentes de tránsito, congestión o dificultades del tránsito vehicular, derrumbes, fenómenos climáticos. Esos son los temas de los que informan por una afectación propia o por la iniciativa de dar a conocer un hecho. Lo hacen a través de sus propias redes y los datos son rastreados por los periodistas, pero también envían especialmente su información a los medios a través de distintos canales.

Pero además, los ciudadanos usan sus redes sociales para dar cuenta de su presencia en manifestaciones, expresar quejas, denuncias o indignación por distintos hechos o situaciones, las cuales registran y comparten. Los periodistas las rastrean y obtienen insumos para elaborar una nota informativa. O las toman en cuenta como punto de partida para un contenido de largo alcance.

Las redes sociales y el correo electrónico también son intermediarios de una comunicación más directa y colaborativa con la audiencia. Esto en cuanto a la solicitud de fotografías al lector para elaborar galerías de imágenes sobre distintas situaciones o hechos que los afectan.

El espacio temporal elegido es posterior además a una decisión editorial sobre los espacios en elcomercio.pe para el reporterismo ciudadano. Insistimos en este término porque justamente la idea, creemos, era hacer sentir al lector con mayor fuerza que también podía dar a conocer hechos relevantes como un

reportero, pero no se le decía específicamente que sea un profesional de periodismo que cumple esa labor.

Anteriormente, desde noviembre del 2009, se tenía como una portada especial dentro del sitio a la sección Reportube⁵. En este espacio se publicaban todas las informaciones referidas a colaboraciones o denuncias de ciudadanos a los que se llamaba ‘reportuberos’, término que nos hace pensar en las palabras reportero y YouTube.

El autor del informe rescata la decisión de eliminar esa sección y no dividir el contenido ciudadano del flujo normal de noticias en la edición online de El Comercio. Ello para incluir ese contenido en las secciones generales.

Por un tiempo, con la eliminación de ‘Reportube’, no se tuvo el contenido ciudadano como sección aparte en el sitio, sino que se incluyó dentro de las secciones principales de acuerdo a la temática. Sin embargo, desde octubre del 2014 vino un nuevo espacio ahora sí exclusivo para el contenido compartido por los usuarios. Ya no solo en sus redes, sino enviados especialmente al mismo medio: ‘Wasap El Comercio’, que hace referencia a la aplicación móvil ‘Whatsapp’.

⁵ “Ocurre, lo grabas, lo subes. Estos tres pasos resumen la filosofía de la nueva red de vioderreporteros ciudadanos”, decía la nota informativa en *El Comercio* que presentaba a Reportube. Hubo personas encargadas de este espacio especial en la versión online del diario. Lo que inicialmente se buscó fue que la gente envíe al medio su información, pero el medio vio que los usuarios más que enviar, lo compartían en sus redes. Apareció entonces la necesidad de un mayor trabajo de monitoreo y curaduría. *Únete a ReporTube.pe, más de 300 personas de todo el mundo ya lo hicieron. El Comercio*, 24 de febrero del 2015, 11:02 h. <http://elcomercio.pe/tecnologia/inventos/mas-300-reporteros-ciudadanos-ya-participan-reportubepe-noticia-376409>

Incluso, la dirección de esa 'subhome' en la edición digital de El Comercio se redirecciona al citado nuevo espacio. Así, de <http://elcomercio.pe/reportube> pasamos a <http://elcomercio.pe/whatsapp>.

El trabajo diario ha permitido establecer un patrón y una clasificación informativa a desarrollar en el quinto capítulo de este informe, que se ejemplifica con los casos presentados a continuación (También ver Anexo 1):

- *Impactantes imágenes: huaico en Chosica arrasó con todo a su paso.*

Publicación: viernes 6 de abril del 2012 - 14:55. Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/1397974/noticia-impactantes-imagenes-huaico-chosica-arraso-todo-su-paso>

- *Balacera en Independencia: usuario registró tensos momentos.*

Publicación: 17 de junio del 2014 - 15:56. Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/policiales/balacera-independencia-usuario-registro-tensos-momentos-noticia-1736887>

- *Pasajeros del Metropolitano hicieron cola hasta en la pista.* Publicación: 5

de septiembre del 2014 - 9:18. Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/transporte/pasajeros-se-quejaron-colas-metropolitano-noticia-1754820>

- *El incendio en la Plaza Dos de Mayo en fotos*. Publicación: Jueves 16 de octubre del 2014 - 16:26. Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/accidentes/incendio-plaza-dos-mayo-fotos-twitter-noticia-1764519/2>

- *La inundación en Tingo María tras torrenciales lluvias [Fotos]*. Publicación: Viernes 31 de octubre del 2014 - 13:53. Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/huanuco/tingo-maria-inundacion-tingo-maria-lluvias-fotos-noticia-1768062/4>

- *Colegio que se inunda por lluvias es inhabitable desde el 2012*. Publicación: Viernes 21 de noviembre del 2014 - 15:05. Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/huanuco/colegio-que-se-inunda-lluvias-inhabitable-desde-2012-noticia-1773164>

- *Lluvia en Cajamarca inunda nuevamente las calles [Fotos]*. Publicación: Lunes 19 de enero del 2015 - 17:23. Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/cajamarca/lluvia-cajamarca-inunda-nuevamente-calles-fotos-noticia-1785777/3>

- *Libro para primaria dice que “indios” y “negros” surgieron del “agua turbia”*. Publicación: viernes 28 de junio del 2013 - 10:08. Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/sucesos/libro-primaria-dice-queindios-ynegros-surgieron-agua-turbia-noticia-1596514>

- *Corredor azul: ¿Y esta cúster circulando por Lima?*. Publicación: Jueves 28 de agosto del 2014 – 12:57. Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/sucesos/corredor-azul-y-esta-custer-avenida-arequipa-noticia-1753050>

- *Lluvia en Cajamarca causó inundación por mal sistema de drenaje*. Publicación: Miércoles 13 de enero del 2015 – 19:42. Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/cajamarca/lluvia-cajamarca-causo-inundacion-mal-sistema-drenaje-noticia-1784595>

- *Metropolitano: pasajeros agreden a chofer de bus*. Publicación: 25 de abril del 2014 – 18:12. Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/ciudad/metropolitano-pasajeros-casi-agreden-chofer-bus-noticia-1725299>

- *Marcha contra régimen juvenil generó este caos en Lima [Video]*. Publicación: viernes 16 de enero del 2015. Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/ciudad/ley-pulpin-marcha-regimen-laboral-juvenil-abancay-congreso-noticia-1785064>

- *Pichanaki retoma actividades tras cuatro días de paro*. Publicación: 13 de febrero del 2015. Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/junin/pichanaki-retoma-actividades-cuatro-dias-paro-noticia-1791258>

CAPÍTULO III

MARCO DE REFERENCIA

Internet, nuevos medios, comunicación, redes sociales, periodismo ciudadano, curaduría, audiencia, periodismo y ciberperiodismo. Se trata de algunos de los términos relacionados al desempeño laboral que se sistematiza para el presente informe profesional. Son términos que rondaron al momento de pensar en la elaboración y sustentación del documento. Por ello, se convirtieron en palabras clave y ejes temáticos del documento, lo que derivó en la consulta de textos que respalden teóricamente este trabajo académico.

3.1 Nuevos medios y nueva relación con el receptor

Los avances tecnológicos han incidido de forma continua en el ámbito de la comunicación social y específicamente en el tema de nuestro interés, el desarrollo de la actividad periodística. Para esto, no cabe duda que Internet es una herramienta clave que trae un nuevo espacio para acceder a contenidos informativos, de entretenimiento y formación. Pero empecemos por conocer y aclarar algunos términos.

El ciberespacio es la World Wide Web ('www', también llamado simplemente 'web'), término que se confunde con Internet, pero es distinto. La www es una especie de universo paralelo, un espacio abstracto de información, donde encontramos documentos, sonidos, videos, y la conexión se da por vínculos de hipertexto. En cambio, Internet es la infraestructura en la que se apoya la web y se trata de un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, por eso nos referimos a ella como la red" (Alonso y Arébalos, 2010, p. 41).

Así, con la 'www', el periodismo en la red ha pasado por etapas a las que diversos autores han clasificado hasta la actualidad para explicar su evolución de acuerdo a la presentación del contenido y la interactividad con el usuario.

Periodismo 1.0: es el que traspasa contenido de los medios tradicionales a la red. Periodismo 2.0: es la creación de contenido en y para la red, sumando sus características de hipertextualidad, interactividad, multimedia, etc. Periodismo 3.0: es la socialización de la información, a través de una conversación virtual en la que los participantes intervienen en el propio mensaje (Fumero, 2011, p. 121).

Otros estudiosos del fenómeno, se centran básicamente en la web 2.0 como símbolo de apertura y comunidad. Para la profesora Lyudmila Yeserska, se trata de la confluencia de nuevas tendencias basadas en las redes sociales, pero enfocadas en el usuario final, en la audiencia (2008).

Tim O'Reilly, experto en Internet, fue quien acuñó el término web 2.0 el 2004 mientras participaba en una conferencia. Se refirió así a una segunda generación en la historia de la web basada en comunidades de usuarios y diversos servicios, como las redes sociales, blogs o wikis. Es decir, herramientas que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información. (Alonso y Arébalos, 2010).

Sin embargo, ya en el 2011, durante una entrevista, O'Reilly consideró que "la idea está obsoleta" para explicar una realidad tecnológica en la que se imponen la movilidad y la computación en la nube, con mayor libertad y poder para los

usuarios. Lo que le preocupaba más era que los contenidos que se crean en Internet aporten a ese mismo ecosistema y consoliden una red abierta, más que significar un beneficio económico para determinadas empresas (*“El concepto ‘Web 2.0 envejeció’*”).

Con esta evolución y la difusión de Internet incidiendo en los emisores y receptores del proceso comunicacional, Castells habla de una autocomunicación de masas como una nueva forma de comunicación interactiva capaz de enviar mensajes de muchos a muchos en tiempo real.

Es comunicación de masas, porque potencialmente puede llegar a una audiencia global, como cuando se cuelga un vídeo en YouTube, un blog con enlaces RSS a una serie de webs o un mensaje a una lista enorme de direcciones de correo electrónico. Al mismo tiempo, es autocomunicación, porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar. Las tres formas de comunicación (interpersonal, comunicación de masas y autocomunicación de masas) coexisten, interactúan y, más que sustituirse, se complementan entre sí (Castells, 2009, p. 88).

Esa apreciación se aplica para los denominados nuevos medios de comunicación y se refiere justamente a características de estos. Precisamente Castells, en *Comunicación y Poder*, ya nos va introduciendo en la particularidad de que la audiencia produzca sus propios mensajes desafiando el control empresarial de las comunicaciones y, por tanto, cambiando las relaciones de poder en la comunicación (2000).

3.1.1 Nuevos medios

Un medio de comunicación, según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), es un órgano destinado a la información pública. Y específicamente, un medio de comunicación de masas o 'mass media' se refiere a "aquellos que difunden información y entretenimiento a un público amplio y heterogéneo, que se considera masivo y que requiere la mediación de procedimientos técnicos" (Díaz Noci y Salaverría, 2003, p. 264), entre los que tradicionalmente se incluye a la prensa, la radio y la televisión.

Y no hay duda que ese concepto de medio se ha ligado a la tecnología; es decir, mientras se han ido presentando desarrollos tecnológicos, han aparecido nuevos medios. Como recuerdan Salaverría y Díaz Noci: con la imprenta y la prensa, llegó el libro; la rotativa, el ferrocarril y el telégrafo fueron claves para la distribución de los periódicos; y el desarrollo del cable y el satélite permitieron al expansión de la radio y la televisión.

Actualmente, tenemos la evolución de técnicas informáticas y de telecomunicaciones, que dan lugar a nuevos medios distintos a los catalogados como tradicionales. Ahora nos encontramos con términos como 'medios digitales', 'online' o 'cibermedios', "que se refieren principalmente a los medios que surgen en el entorno digital" (ídem), en se ciberespacio del que hablábamos. Pero un término que los engloba es el de 'nuevos medios'. "El concepto de nuevo medio se aplica a las distintas manifestaciones comunicativas, con mayor o menor grado de

organización, que surgen en el entorno tecnológico, principalmente con la aparición de Internet y la World Wide Web” (ibídem, p. 270).

Los autores citados detallan que los nuevos medios pierden el atributo habitual de ‘medios de masas’ y determinan una audiencia segmentada y diferenciada, que si bien sigue siendo masiva en cuanto al número, “ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe” (ídem).

Así con esa audiencia volviéndose más selectiva -es decir, tendiendo a elegir los mensajes que prefiere recibir-, se pasa de una comunicación de masa a una comunicación segmentada. Anteriormente, el mensaje era de uno o pocos a muchos. Ahora, los mensajes se intercambian entre muchos a muchos, pocos a pocos, etc, generándose comunidades y potenciándose -con Internet- la comunicación interpersonal.

3.1.1.1 Características de los nuevos medios

Diversos autores como la profesora Lyudmila Yezers’ka, Ramón Salaverría, Javier Díaz Noci, David Parra Valarce y José Álvarez Marcos coinciden en señalar que los nuevos medios se caracterizan por lo siguiente:

- Multimedialidad: los medios en Internet tienen la rapidez de los medios audiovisuales (radio y televisión) y además pueden ser leídos. Hay una

convergencia. Por ejemplo, una noticia en un medio en línea puede contener texto, video, imágenes, audios y/o animaciones.

- Hipertextualidad: Los nuevos medios cambian la manera de presentar y leer la información online. En los impresos, por ejemplo, las historias son planas. Pero aparece el hipertexto como “un modo de leer y escribir siguiendo un procedimiento más próximo al proceso de razonamiento humano: por asociación de ideas” (Díaz Noci y Salaverría, 2003, p. 74) Así, el hipervínculo, enlace o ‘link’ permite iniciar una lectura no secuencial, ilimitada y diferente para cada usuario llevando a este -de acuerdo a su elección- a informaciones en otras páginas web u otras noticias. Permite además la jerarquización y organización de la información.

- Interactividad: El receptor del mensaje deja de ser un elemento pasivo en la comunicación. Pero cabe apuntar que la interactividad ha llegado a los medios tradicionales justamente gracias a las redes sociales, tema que abordaremos más adelante. Canales de televisión y radioemisoras suelen comentar publicaciones de su audiencia de acuerdo a un tema o pregunta planteados en Twitter o Facebook. También se usan los hashtags de Twitter. La audiencia ya no solo dispone de cartas al director, quejas al medio y otras vías con las que anteriormente aspiraba a ser escuchado y siquiera publicado.

- Instantaneidad: Se rompe con el concepto de periodicidad. No hay una hora de cierre específica.

- Actualización: La información en Internet se actualiza constantemente, fluye.

Un punto relacionado tiene que ver con que los medios en línea tienen un potencial en la personalización de la información de parte del usuario y en la generación de comunidad, como bien cita Yezers'ka al catedrático español José Luis Orihuela (2008).

Esas características nos llevan a una nueva forma de presentar la información y contar historias en los medios digitales, pero además a una nueva forma de recibir el mensaje. Esto lo veremos en el siguiente apartado de Ciberperiodismo.

3.1.2. Nueva relación con el receptor

Los nuevos medios no solo presentan nuevos contenidos con las características ya señaladas, y demandan incluso un profesional con nuevas y mejoradas aptitudes y actitudes, sino que además redefinen al público o audiencia, a la que se denomina usuario, pues el receptor pasa de una actitud pasiva a una más activa e interactiva, aumentando su capacidad de elección y participación. Por ahí parte su relación de los nuevos medios.

¿Cómo se relacionaban antes? ¿Cómo un receptor del mensaje informativo podía tener participación en el medio? Ya estamos pasando la etapa de las cartas

al director, la página de lector o de las llamadas telefónicas al programa televisivo o de radio en un espacio limitado de tiempo con el famoso ‘micrófono abierto’. Ahora, el receptor participa e interactúa con un ‘like’, un ‘tweet’, compartiendo la información por sus canales y a sus redes, comentando una nota y tiene la oportunidad de ser fuente y aportar material informativo.

“En el nuevo entorno tecnológico, los conceptos de público y de audiencia de masas derivan hacia otro concepto, el de usuario, que ya no se conforma con recibir pasivamente la oferta informativa que seleccionan los medios, sino que ahora tiene la oportunidad de participar activamente en la producción del mensaje. Deja de ser un receptor pasivo, regido por la oferta informativa, para convertirse en un usuario que demanda información personalizada, de acuerdo con su interés”. (Díaz Noci y Salaverría, 2003, p. 279)

¿A qué nos lleva esta nueva relación? Los autores de la cita apuntan que este panorama implementado gracias a Internet lleva al usuario a desarrollar su propio temario sin ayuda del periodista y de los medios. Por ejemplo, a través de blogs o sus redes sociales.

Esa autonomía -acrecentada con el uso de dispositivos móviles- que se pone de manifiesto permite además que el usuario escoja el momento de actualización de sus conocimientos acerca de una información periodística. Por ejemplo, lo tradicional era que los receptores esperen a los momentos decididos por los medios para dar a conocer las informaciones más recientes: a primera hora del día con el periódico o a las horas fijadas para los boletines de radio o

televisión. Lo actual es: “Los períodos, pues, ya no son marca del medio, sino del receptor” (ibídem, p. 72).

Otro detalle es, como señalan Díaz Noci y Salaverría al citar a Françoise Sabbah, es que “los nuevos medios de comunicación determinan una audiencia segmentada y diferenciada que, aunque masiva en cuanto a su número, ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe” (ibídem, p. 270). Así, los lectores son más selectivos ante tantos mensajes y fuentes.

Con esas condiciones, se habla de un ‘gatekeeping mixto’, porque ya no solo el emisor elige ante la multiplicidad de fuentes, sino que el receptor refuerza esa tarea y, principalmente, se vuelve más exigente. Esto tiene que ver con la característica de la interactividad que tienen los nuevos medios.

Al respecto, el libro *Derribando muros* apunta que la audiencia prioriza “los temas de su interés sobre los cuales se tiende a construir una agenda informativa, razón por la cual aquellos que consideraban de exclusividad de los medios tradicionales ya no lo son” (Biondi, et al., 2010, p. 108).

Como algo mucho más concluyente para resumir esta parte del presente informe, se acota que Internet “ha roto el paradigma de la comunicación unidireccional de ‘nosotros hablamos, ustedes escuchan’” (Briggs, 2007, p. 3). En el ámbito periodístico y académico, a esa persona que ya no solo consume

mensajes e información, sino que ahora las produce, se le ha denominado 'prosumidor'.

Todo esto permite a los medios y a los periodistas acercarse más al lector, que se convierte en un usuario, como se dijo. La puerta está más abierta para conocer con mayor precisión los gustos e intereses informativos de la audiencia, lo que da la posibilidad de mejorar el producto periodístico y la generación de contenidos.

3.1.3 Ciberperiodismo

Periodismo online, periodismo multimedia, periodismo digital, ciberperiodismo, etcétera. Son diversos los términos. Pero en la práctica, se refieren a lo mismo.

En este informe consideramos el uso del término ciberperiodismo, en concordancia con los autores consultados, que lo acogen por la mayor precisión y economía del lenguaje. Se trata de la práctica del periodismo teniendo como principal base y plataforma el Internet, considerado un ciberespacio (Parra Valcarce y Álvarez Marcos, 2004). Aquí vale recordar además esa posibilidad multimedial que traen Internet y los nuevos medios.

Así, en ese ciberespacio se da la investigación, elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos (Cebrián Herreras, 2010). Otra definición señala al ciberperiodismo como "la especialidad del periodismo que

emplea el ciberespacio para la elaboración y difusión de contenidos periodísticos”.

(Parra Valcarce y Álvarez Marcos, 2004, p. 48)

Parra Valcarce y Álvarez Marcos hacen también algunos apuntes interesantes sobre las ventajas de los cibermedios y la práctica de ciberperiodismo. Estas tienen que ver con la ilimitada difusión de los contenidos, el dejar de lado el monopolio de masas para dar pase a los servicios personalizados, recepción de la información en tiempo real, la presencia de lectores en red, posibilidades de consultar mayor documentación, opción para compartir y discutir online, entre otros.

Por ejemplo, la práctica del ciberperiodismo posibilita una mayor capacidad informativa. Un periódico no podría publicar una resolución de varias páginas, una ordenanza completa, los cables completos de Wikileaks. El espacio es limitado. Un medio digital tiene la posibilidad de hacerlo adjuntando los documentos a un enlace.

La práctica también nos dice que el ciberperiodismo nos presenta nuevas formas de contar historias. Por ejemplo, fotos y mapas interactivos, ‘widgets’ del minuto a minuto, líneas interactivas de tiempo, transmisiones en vivo en el sitio web, videos, galerías de imágenes, ‘slides’, entre otros. En este punto, creemos que las variaciones seguirán incrementándose y habrá novedades de acuerdo al avance tecnológico y al desarrollo de nuevas herramientas.

Podríamos agregar que otra ventaja es la portabilidad. Como se lleva un periódico, el usuario lleva su 'smartphone' o tableta y ahí tiene acceso a las noticias.

Pero si hablamos de ventajas, por qué no mencionar algunas dificultades: la lectura en pantalla a veces cansa, las pantallas siguen siendo frágiles y costosas, consumen mucha energía y son difíciles de leer a pleno sol, el papel es el soporte con más resolución de todos los conocidos, dificultades de acceso a Internet y de navegación, se necesitan habilidades tecnológicas que no se requieren para leer un diario tradicional o ver televisión (Parra Valcarce y Álvarez Marcos, 2004).

En este panorama, el periodismo quizá mantenga pero a su vez haya variado las prácticas rutinarias en el ejercicio laboral, pero la existencia de soporte digital no implica que se dejen de lado características señaladas por el profesor Manuel Jesús Orbegoso en su libro *Periodismo: texto de teoría y práctica: claridad, concisión, precisión y brevedad* (Orbegoso, 2010).

Los géneros también se mantienen. Se siguen haciendo publicaciones informativas e interpretativas: crónicas, notas informativas, artículos, reportajes, entrevistas; y las de opinión: editoriales, columnas. Como decíamos, el ciberperiodismo adopta los géneros tradicionales, pero además propicia nuevas formas de contar las historias. Asimismo, el cambio no solo está en la forma de presentar la información, sino también de leerla.

La noticia como tal, mantiene también sus características: actualidad, proximidad, prominencia, consecuencia, conflicto, cultura, rareza e interés humano (ídem). Sin embargo, las mismas posibilidades de soporte digital, la no limitación de espacio (como en un periódico impreso) y la segmentación del público usuario, así como el conocimiento de sus temas de interés, abren las puertas a que –según la apreciación del autor de este informe- en los medios digitales se presente no solo contenido novedoso y noticioso, sino también utilitario. La base sigue siendo la misma: información. Pero creemos que es el mismo usuario el que de una especie de menú informativo, escoge lo que prefiere en pleno uso de su libertad.

3.1.4 Reporterismo y participación ciudadana

Cuando hablamos de la participación de ciudadanos receptores de información frente a los medios masivos tradicionales, recordamos básicamente las conocidas ‘cartas del lector’ o ‘cartas al director’ de los periódicos y las llamadas telefónicas a los programas radiales o televisivos. Actualmente, con la difusión de Internet y el acceso a distintas herramientas, la actitud y las capacidades participativas del receptor han cambiado.

Habíamos mencionado anteriormente las palabras usuarios y prosumidor. Ese es el punto de partida de la mayor participación de los ciudadanos. Estos se empoderan valiéndose de la tecnología, por ejemplo con una cámara digital, un ‘smartphone’ o cualquier aparato móvil con conexión a Internet, así como de blogs y redes sociales como la plataforma básica de difusión hacia sus comunidades.

Pero partamos de algo, de lo que dicen Parra Valcarce y Álvarez Marcos para dejar claro un aspecto desde el inicio, una coincidencia que tiene el autor de este informe: “Aunque Internet facilita el acceso a la información y que cualquier persona coloque sus noticias en la Red, no sería justo identificar a quien hace este uso con un ciberperiodista. Este posee además una serie de valores añadidos...” (Parra Valcarce y Álvarez Marcos, 2004, p. 158).

En ese sentido, se precisa coincidiendo con Cebrián que lo que ha nacido es un nuevo mediador, que ya no es el periodista tradicional, sino aquel que conozca información original y quiera exponerla a los demás. Los autores refieren que no se les puede catalogar de ciberperiodistas, sino de informadores, más precisamente de “ciberinformadores”. Aquí entra el tema de las fuentes de información y las nuevas rutinas de los periodistas digitales, lo que veremos más adelante.

‘Periodismo ciudadano’ o ‘periodismo participativo’ son los términos que suelen usarse más, pero la experiencia del redactor de este informe, y la práctica en sí, lleva a considerar esa actividad como reporterismo ciudadano, porque hoy en día los que eran receptores de información pueden también participar de las noticias mediante la información (texto, fotos o videos) que comparten en redes o que envían a los medios por distintos canales. Es decir, los ciudadanos pueden reportar distintos hechos. Y los periodistas, como profesionales de la comunicación y la información, entran a actuar aquí como el filtro necesario.

Por su parte, resaltando la posibilidad de participación de los ciudadanos, Bowman y Willis hablan de “periodismo participativo”, término con el que este informe profesional no coincide al considerar que los ciudadanos no necesariamente hacen periodismo al dar cuenta de hechos. Y se refiere al acto ciudadano que juega un papel activo en coleccionar y reportar información con el fin de suministrarla. Pero se destaca que hay poca o ninguna supervisión o flujo de trabajo periodístico formal de un cuerpo administrativo (2003).

Pero el mismo texto destaca una importante diferencia entre la actividad reporteril de los ciudadanos y los medios tradicionales respecto a la estructura y en la organización.

“Los medios tradicionales son creados por entidades jerárquicas, construidas por el comercio. Su modelo de negocios y organización se concentra en la emisión y en la publicidad enfocada. Valorán el riguroso flujo de trabajo editorial, la rentabilidad y la integridad. El periodismo participativo es creado por comunidades en red que valoran la conversación, la colaboración y el igualitarismo por encima de la rentabilidad” (Bowman y Willis, 2003, p. 13).

Pasado ese punto, volvamos a los ciudadanos, a la audiencia que se vuelve más activa y participativa. Se trata de personas con acceso a Internet, dispositivos móviles y redes sociales. ¿Cómo se manifiestan? básicamente con textos, fotos y videos que difunden y reportan a través de plataformas como blogs y redes sociales hacia sus comunidades, o que comparten a los medios de comunicación vía correo electrónico, Twitter, Facebook y ahora Whatsapp.

Otras formas de participación de los usuarios se dan con los foros, comentarios en los sitios online de los medios o en redes sociales, comentarios en transmisiones en vivo, invitándolos a enviar información vía correo electrónico o redes sociales (Por ejemplo en Twitter haciendo uso de una etiqueta o 'hashtag'). Justamente esta última red de 'microblogging' es una de las herramientas más rápidas y espontáneas para el reportero ciudadano.

Un punto importante para el desarrollo del que llamamos reportero ciudadano es el uso de esta herramienta: el teléfono móvil o celular, los smartphones y ahora las tablets. Asimismo, las redes sociales para informar al momento. Estas herramientas han modificado las formas de comunicación interpersonal influyendo, sin duda, en los medios de comunicación y el periodismo.

Tal es la trascendencia que ha cobrado la participación ciudadana, que actualmente tiene presencia en medios masivos y tradicionales peruanos: 'Reportube' o ahora 'Whatsapp' de El Comercio, '#AlertaNoticias' de Canal N, 'Yo reportero' de ATV y RPP contó con 'Reportero W'. Estos dos últimos casos también refuerzan el planteamiento de este informe de hablar de reportero ciudadano, pues consideramos que buscan que la audiencia se identifique con las labores del reportero profesional de un medio periodístico.

En la actualidad, y lo que justamente se da en la experiencia, es lo que señalan los autores de Ciberperiodismo: "Cualquier ciudadano que disponga de un

teléfono móvil con cámara fotográfica puede convertirse en un reportero” (Parra Valcarce y Álvarez Marcos, 2004, p. 198). En sí, puede reportar o dar cuenta de un hecho, pero esto no lo hace necesariamente periodista.

En esa línea, Clay Shirky, escritor es profesor en la Universidad de Nueva York y consultor sobre los efectos socio-económicos de la tecnología en Internet, destaca: “Cuando los periodistas ciudadanos se encuentran en un lugar concreto se pueden convertir en periodistas activos: alguien que tiene una noticia, está en el sitio adecuado, toma la fotografía precisa y contribuye al flujo de la información” (Gonzalo, “*Periodismo ciudadano*”). Sin embargo, como ya se dijo, el presente informe prefiere hablar de reporterismo ciudadano. Y eso es lo que se apreció en distintos hitos.

En “Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación” se resalta lo señalado por Dan Gillmor en “We the media”, que el 11 de setiembre del 2001 es la fecha clave en la que el ‘periodismo ciudadano’ se consolidó como un fenómeno comunicacional imparables en la red (Espíritusanto, 2011).

El autor alerta, sin embargo, que en el periodismo ciudadano participativo - como lo llama- puede tener presencia la falsa noticia. Al respecto, da un ejemplo de octubre del 2008 sobre la muerte de Steve Jobs, noticia publicada en ‘iReport’, el sitio de periodismo ciudadano de la CNN. Cabe precisar que ese espacio advierte que es “unfiltered, unedited news” (noticias sin filtros, sin editar) (ibídem).

Una de las claves que se ha considerado son los móviles por ser una herramienta fundamental y hasta revolucionaria, incluso -por ejemplo- desde aquella ocasión en que los ciudadanos convocaron a las manifestaciones que se dieron ante las cuestionadas informaciones del gobierno español sobre los atentados del 11 de marzo del 2004 en cuatro trenes de Madrid, que dejaron 192 muertos y unos 1.991 heridos.

Con las posiciones y visiones presentadas sobre la labor de los ciudadanos al dar cuenta de hechos relevantes concluimos que si hablamos de reporterismo ciudadano es no porque pensemos que los lectores también hacen periodismo, sino porque encontramos un término medio entre las definiciones académicas presentadas en esta parte del informe y por considerar que las iniciativas de distintas empresas periodísticas buscan empoderar al receptor que antes era pasivo, acercarlo más a la labor de los reporteros profesionales del periodismo. Además, porque no se trata de un reporte sobre cualquier hecho, sino sobre un suceso que puede ser considerado noticioso.

Entre algunos hitos del reporterismo ciudadano, encontramos:

- La guerra de Irak en el 2003 impulsó el desarrollo de los blogs.

- Atentados del 11 de marzo del 2004 en Madrid: primeras imágenes televisivas que se emitieron fueron grabadas por un aficionado.

- Atentados en el metro de Londres, 7 de julio del 2005: personas atrapadas ilustraron lo que ocurría con videos y fotos (captados con sus teléfonos celulares) que posteriormente publicaron en plataformas como YouTube y Flickr.

- Masacre en Virginia Tech, 16 de abril de 2007: El estudiante Jamal Albarghouti grabó con su móvil parte de la intervención policial y tiroteo. Las personas vieron lo que sucedió a través de YouTube.

- Accidente aéreo del 16 de enero del 2009 en el río Hudson⁶.

- Terremoto en Japón: ciudadanos grabaron imágenes de tsunami y las compartieron en YouTube. Dieron la vuelta al mundo.

- Terremoto en China. Fue un ciudadano el que alertó del sismo antes que otro medio. Lo hizo en Twitter. (El Comercio, 13 de mayo del 2008, A2). Ciudadanos también captaron en video el caos desde un edificio⁷.

- Protestas en Venezuela en el último año: testigos, principalmente universitarios, compartieron en redes sociales y enviaron a algunos medios de comunicación imágenes de la violencia en las calles.

⁶ Imagen compartida por el usuario @jkrums a través de Twitpic.
<http://twitpic.com/135xa>

⁷ Se publicó en YouTube: <http://goo.gl/iGpdTu>

- En Lima, un caso emblemático ocurrió el 3 de diciembre del 2010, cuando un sujeto asaltó una agencia del Banco Continental en el emporio de Gamarra y tomó como rehenes a clientes y trabajadores. Un trabajador de la zona fue el primero que alertó del hecho, lo hizo mediante Twitter. Él y luego otras personas compartieron videos⁸.

Como se aprecia, los usuarios hacen uso de distintas herramientas para expresar problemas o situaciones que los afectan individualmente, pero que se convierten en colectivos y masivos porque se encuentra a más personas en la misma situación. Así se forma una comunidad.

Esto tiene que ver con las redes sociales, tema que se tratará en un siguiente apartado del presente informe.

3.2 Redes sociales y curaduría de contenido

Bien dice Castells que “los actores sociales seleccionan y usan las tecnologías en función de sus necesidades e intereses...” (2009, p. 472). Eso es lo que se aprecia en el día a día cuando, a través de las plataformas sociales en Internet, diversos ciudadanos dan cuenta de hechos que les interesan y afectan, pero que también podrían tener impacto en otras personas con sus mismas inquietudes.

⁸ Para mayor detalle de este caso visitar las siguientes direcciones: <http://goo.gl/TIFcrH>, <http://goo.gl/IUFqVm>, <http://goo.gl/JMCS9g>

Para eso, hacen uso de distintas herramientas con el fin, insistimos, de expresar problemas o situaciones que los afectan individualmente, pero que se convierten en colectivos y masivos porque se encuentra a más personas en la misma situación. Así se forma una comunidad, que luego crece y se consolida.

Las herramientas son fundamentales, sin duda, pero este informe profesional resalta más el uso que los ciudadanos, que las comunidades, han hecho de ellas. Cuál es el contenido que generan. Y por supuesto, cómo los periodistas estamos reaccionando ante esa abundancia de información, qué uso le damos.

3.2.1 Redes sociales y comunidad

Las redes sociales hacen referencia a lazos o conexiones entre los miembros de la sociedad para hacerlos más visibles. Pero este es un aspecto fundamental, un punto de partida a tomar en cuenta: “La familia es la primera red social de la que formamos parte sin que nadie nos haya pedido permiso. Las redes sociales no son algo nuevo, forman parte de la esencia social del ser humano” (Cobo, 2013, p. 97).

En ese sentido, lo que interesa a este informe está referido a las denominadas redes sociales virtuales o las plataformas de interacción social en Internet. Y es que “su influencia ha calado en todo el proceso informativo: desde la investigación, el acceso y la verificación de fuentes hasta la distribución de los contenidos y la relación con las audiencias” (ídem).

Bajo esa línea conceptual, ¿qué es una red social?

Se trata de un servicio Web que permite a individuos: 1) Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema compartido. 2) Articular una lista de usuarios del sistema con los que compartir una conexión. 3) Ver y navegar a través de la lista de conexiones propias y de las del resto de usuarios. (Gallego, 2012, p. 23)

Conexión es una palabra clave, porque las redes sociales en Internet son sitios que permiten a una persona estar en contacto o relacionarse con personas conocidas y no tan conocidas, amigos y amigos de nuestros amigos. Ello con el fin de conversar, compartir información e intereses, hacer recomendaciones.

En ese sentido va la definición del catedrático español José Luis Orihuela:

“A diferencia de lo que ocurría con los viejos soportes físicos, las redes sociales en línea nos permiten conocer y eventualmente acceder a los contactos de nuestros amigos, así como descubrir a personas con intereses, objetivos o gustos afines” (*“La hora de las redes sociales”*).

Un aspecto que Orihuela resalta es que con las redes sociales también vamos construyendo nuestra identidad digital, de acuerdo al uso que hagamos de ellas o a la información que compartamos.

Otro aspecto clave en el tema de las redes sociales virtuales es el interés común. Gallego Vásquez diferencia a las redes sociales de las comunidades, pues

considera a las primeras como vehículos o lugar de encuentro, mientras que las segundas son las que crean valor agregado.

“Las redes, como el resto de medios sociales (foros, blogs, mensajería instantánea, etc.) han potenciado el poder de las comunidades, permitiendo que personas en diferentes lugares del mundo puedan colaborar e integrar su propia comunidad, cosa que hasta entonces era imposible, o ineficiente y complicado”. (Gallego, 2012, p. 14)

3.2.1.1 Principales herramientas sociales

Para el presente informe, consideramos las siguientes herramientas sociales que, en Internet, permiten a los ciudadanos establecer y mantener relaciones interpersonales, informar o reportar, compartir, recomendar. Lo que mencionábamos anteriormente.

- Twitter:

Creada en el 2006, esta aplicación web y móvil permite escribir mensajes en 140 caracteres, enlazar páginas web, incluir fotos y videos, citar a otros usuarios. Los ‘post’ aparecen en orden cronológico inverso, como en un blog. Por eso, más que una red social, también se le llama red de ‘microblogging’. Cualquier usuario puede ver los mensajes de otro, aunque la comunidad –de acuerdo a los intereses- se forma cuando se sigue a alguien y se es seguido.

Pero hay un punto de quiebre que resalta el colega Ronny Isla Suiza:

En noviembre del 2009, la pregunta inicial que invitaba a usar este servicio cambió del “¿Qué estás haciendo?” –que inicialmente llevaba a los usuarios a compartir desde sus dolencias estomacales hasta las pericias de su perro- al “¿Qué está pasando?”, con lo cual la plataforma creada por Jack Dorsey confirmaba su giro de orientación hacia el enfoque informativo. (2014, p.7)

- Facebook:

Creada en febrero del 2004 por el joven universitario de Harvard, Mark Zuckkenberg. Inicialmente, solo podía acceder la red de estudiantes de la universidad. Poco a poco se fue extendiendo por otras casas de estudio y el 2006 se abrió para cualquier usuario. De acuerdo a la consultora peruana Futuro Labs y en base a información de la misma red social a enero del 2015, en el Perú hay 14 millones 600 mil usuarios de Facebook⁹.

- YouTube:

Esta herramienta permite publicar y compartir videos en línea. Fue creada el 2005 por los ingenieros Chad Hurley y Jawed Karim, y por el diseñador Steve Chen, ex trabajadores de la empresa de comercio electrónico Paypal. En octubre del 2006, la empresa fue adquirida por el gigante Google.

Los videos que se publican en YouTube tienen distintas categorías que van desde el ocio hasta las noticias. Incluso, el primer video se publicó el 23 de abril del 2005 se llamó: ‘Yo en el zoológico’¹⁰.

⁹ Ver infografía: <https://www.pinterest.com/pin/497366352573718215/>

¹⁰ Este es el primer video subido a YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>

- Whatsapp:

Años después de la llegada de Facebook, Twitter, YouTube y otras herramientas sociales, el 24 de febrero del 2009 nació Whatsapp Messenger como empresa y producto creado por los ex trabajadores de Yahoo, Jan Koum y Brian Acton. Se trata de una aplicación de mensajería instantánea de pago para teléfonos inteligentes, aunque en enero de este año ha lanzado su versión para PC. Permite compartir mensajes de texto y audio, así como fotos y videos. Asimismo, es posible crear grupos. Es una herramienta multimedia que sustituye a los ahora lejanos mensajes de texto. En agosto del 2014, Koum anunció a través de Twitter que se había llegado a los 600 millones de usuarios.

Luego de que medios internacionales -entre ellos Gazeta de Povo y Extra, de Brasil, así como Channel 4 del Reino Unido-, la tendencia del uso de Whatsapp en las redacciones periodísticas llegó al Perú. Fue el diario El Comercio el primero del país en usarla, haciendo el anuncio a través de sus redes sociales el 29 de octubre del 2014 y publicando oficialmente una nota en su sitio web dos días después convocando a los usuarios a enviar sus colaboraciones (*"El comercio ahora recibirá tus colaboraciones"*). Posteriormente se sumaron medios como Canal N y RPP.

Podríamos decir entonces que Whatsapp representa el más reciente 'boom' en las redacciones nacionales respecto al reporterismo ciudadano. Como se ha

comentado, incluso se le ha dado un 'subhome' especial en la edición online de El Comercio.

Fabrizio Torres del Águila, editor central web de dicho medio, hace una comparación sobre el fomento del reporterismo ciudadano en el 2010 con Reportube y lo que se vive actualmente con Whatsapp (ver Anexo 2):

...Reportube (y el periodismo ciudadano de ese momento) era muy débil y muy homogéneo, siempre eran las mismas fotos. WhatsApp no es así, para mí es una verdadera revolución la que estamos viviendo porque la gente no solo denuncia, si no también participa de las noticias a través de su información, fotos o textos.

En una entrevista para el presente informe profesional, Torres del Águila apunta además que:

Con WhatsApp todo ha cambiado para mejor. Lo que como medio nos llega es información al instante con usuarios que, a diferencia del pasado, ahora puedes identificar y que, en muchos casos, te están pasando información y fotos en real time.

Identificar gracias al número telefónico de registro en Whatsapp, porque anteriormente solo se identificaba al usuario mediante sus perfiles en Facebook, Twitter o YouTube, los cuales no siempre respondían al nombre real de una persona.

En la cotidianeidad –justamente en el marco del interés de este informe profesional- vemos cómo Facebook, Twitter y Whatsapp son una herramienta de reporteo. No solo para periodistas, sino también para ciudadanos que –en texto,

foto y video- dan cuenta de diversas situaciones que los aquejan en la ciudad o hechos de los cuales son testigos: incendios, accidentes, problemas en el transporte, manifestaciones, quejas por servicios, entre otros. Y esos acontecimientos son insumos para informaciones en medios digitales y también en impresos. O a su vez, puntos de partida para contenidos más profundos.

3.2.1.2 El avance del móvil

En el apartado referido al periodismo y la participación ciudadana dimos cuenta de algunos hitos que incluyeron el uso de los dispositivos móviles para informar. Cabe apuntar aquí que justamente la tendencia del uso de móviles es al alza y no solo en nuestro país. Ahí radica su importancia, pues cada vez se desarrollan también nuevas aplicaciones y herramientas para su uso. Por ejemplo, la Unidad de Investigación de Mercados del Grupo El Comercio reportó a noviembre del 2015 que las visitas a elcomercio.pe provienen en un 50% de ordenadores, mientras que el 44% de usuarios lo hace por móviles.

Solo basta decir que “de cada 100 hogares de Lima Metropolitana en 91 existe al menos una persona que tiene celular”; pero además, en el trimestre julio-agosto-setiembre del 2014, el acceso a telefonía móvil registró mayor incremento en los hogares del área rural, pasando de 64,5% a 69,8%, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (“*Estadísticas de las tecnologías de la información*”).

Más aún, tres de cada diez teléfonos móviles en el Perú son 'smartphones', indica El Comercio en base a datos de la empresa de logística inteligente Celisticis.

Aunque los feature phones (celulares de gama baja) aún dominan el mercado nacional, poco a poco la balanza se inclina hacia el otro lado, ya que el consumidor móvil peruano 'busca conectividad, usar las redes sociales para compartir con sus contactos lo que está haciendo, jugar en línea, etc.', afirma Luis Jara, Country Manager de Celisticis en el Perú (Espinoza Flores, "*Tres de cada diez teléfonos móviles*").

Otro artículo en El Comercio, medio que suele informar sobre el avance de los móviles, se refiere a la revolución de la telefonía móvil en el Perú tras su llegada en 1990.

Hoy tenemos un 105% de penetración de la telefonía móvil en la población, lo cual quiere decir que prácticamente cualquier peruano, sin importar su condición económica y social, posee un terminal móvil. Además la tercera parte de las 30 millones de líneas activas se calcula que usan un smartphone, lo cual quiere decir que viven la experiencia de acceder a Internet desde el celular", señala otro artículo de El Comercio al referirse a revolución de la telefonía móvil en el Perú tras su llegada en 1990. (Mendoza Riofrío, "*La historia de la revolución*").

Y si hablábamos de las redes sociales como herramientas para reportear, es de esperar que los teléfonos inteligentes o 'smartphones' se consoliden como vías de acceso y uso. Justamente, el estudio Futuro Digital Perú 2014, de la importante compañía de investigación ComScore, señala que "el consumo de páginas vistas a través de móviles pasó de 4,8% a 9,2% entre abril del 2013 y abril del 2014" (Fosk y García, 2014, p.45). En resumen, cada vez más personas acceden a redes sociales e Internet por dispositivos móviles. Y ahí tienen que estar los medios y los periodistas, porque ahí está la audiencia.

3.2.2 Curaduría de contenido

El avance de la tecnología, el Internet y las distintas herramientas y dispositivos van de la mano con una mayor posibilidad de generación de contenido. Y ya no solo desde los profesionales del periodismo y la comunicación. Como hemos visto, la audiencia ha aumentado su capacidad de participación a elección, ya no solo consumen, sino que también producen contenido.

Sin duda, el contenido es abundante en Internet. Y la tendencia al aumento de herramientas sociales y de mismo contenido a través de redes sociales con la llegada de más usuarios, ha derivado en la necesidad de un filtro. En la práctica periodística y en el contexto del presente informe, hemos visto cómo una persona tiene que seleccionar, ordenar, presentar y saber utilizar el contenido que producen los usuarios en caso se quiera utilizar como complemento informativo en notas periodísticas. Hablamos aquí de la curaduría de contenido.

¿Qué es un curador de contenido? El libro *Curation Nation* precisa que es “alguien cuyo trabajo no es crear más contenido, sino dar sentido a todo el contenido que otros están creando”; es decir, “encontrar el mejor y más relevante contenido y llevarlo adelante”.¹¹

Curaduría es, en parte, una tarea manual. Inicia con fuentes para analizar sintácticamente. Evalúa contenido individualmente en base a

¹¹ “Someone whose job it is not to create more content, but to make sense of all the content that others are creating [...] To find the best and most relevant content and bring it forward”. (Rosenbaum, 2011, p. 22).

criterios editoriales establecidos. Pesa contenido basado en contexto, los acontecimientos actuales, la marca, el sentimiento, etc.¹²

Irrigaray, Ceballos y Manna hablan de curaduría de datos para referirse a:

Selecciones permanentes de información, para ayudar a otros a enfrentar la sobredosis de espacios y flujos informativos, para ayudar a centrarse en aquellos mensajes que sean los más relevantes para el área de trabajo que este está abordando. (Camus, 2011, p. 58).

3.3 Rutinas y fuentes periodísticas

Al referirse a los procesos productivos en las comunicaciones de masas en medios tradicionales y a las rutinas productivas cotidianas, Mauro Wolf habla de tres principales fases: la recogida, la selección y el 'editing' y presentación. (Wolf, 1987, p.249).

En el caso de la recogida de información, Wolf menciona a las fuentes informativas –es decir, suministran información- como componente principal. Un factor a considerar sin duda es que sean fiables.

En la experiencia, el recojo de la información se da a través del manejo de distintas fuentes -datos a partir de la presencia del periodista en el mismo lugar de los hechos, entrevistas, llamadas telefónicas, consultas de documentos, etc.-.

¹² "Curation is, in part, a manual task. Starts with sources to parse. Evaluates content individually based on established editorial criteria. Weighs content based on context, current events, branding, sentiment, etc.". (Ibídem, p. 25)

Luego viene el la selección y adaptación de esa información para convertirla en noticia.

Recordamos en este punto la denominada Sociología de la Producción de Mensajes, Media Sociology, producción de noticias, o también 'Newsmaking', que para Mauro Wolf surge a mediados de los años setenta. Diversos estudiosos de las comunicaciones de masas coincidieron en hablar de elementos o condicionantes internos y externos a una organización mediática. Lozano lo resume así:

Actitudes personales y orientaciones de los comunicadores, valores profesionales, políticas corporativas de las organizaciones de los medios, la propiedad y el control de los mismos, los condicionantes derivados del sistema económico y las influencias ideológicas del sistema social global. (Lozano, 1996, p. 58).

Creemos que esos condicionantes se mantienen en el emisor de las informaciones, pero este ha encontrado en la actualidad mayor posibilidad de conocer los intereses y actitudes del receptor, un condicionante externo importante también a la hora de decidir el tipo de información a presentar.

Luego de la recogida de información y la selección, viene el 'editing' y presentación. Se trata de una fase de elaboración que permite estructurar narrativamente, a nivel visual, una noticia, contextualizándose los datos obtenidos. (Wolf, 1987, p. 282).

3.3.1 Nuevas lógicas de trabajo

En el ámbito online, las rutinas periodísticas mantienen esas tres fases de producción, pero hay una ampliación en las posibilidades de desempeño en cada una.

Se mantiene además la existencia de un 'gatekeeper'¹³ en los medios. Pero el usuario de Internet y de redes sociales es también un 'gatekeeper' justamente en sus propias redes y comunidades.

Y es que como bien señala Cebrián, en la actualidad "no se puede concebir la confección de un diario, de un programa de radio o televisión sin el uso de Internet, del correo electrónico y de los teléfonos móviles". (Cebrián, 2010, p. 46). A ello le agregamos las redes sociales y las distintas herramientas multimedia.

"La tecnología también permite una conexión mayor con los lectores u oyentes y otras posibilidades de interacción con la audiencia impensable hace unos años. Les da la oportunidad de hacerles partícipes de las mismas informaciones". (ídem.). Justamente es la tecnología la que ha permitido que ahora se puedan hacer coberturas en vivo para medios online, que se transmita inmediatamente texto, fotos y videos desde los puntos del hecho noticioso. Lo que

¹³ Gatekeeper o guardabarreras: "De la innumerable cantidad de acontecimientos y sucesos en la vida real, los reporteros de un periódico seleccionan unos cuantos y los llevan al periódico. Ahí el editor de la sección acepta algunas de esas noticias y rechaza otras. Al final, el lector (o el público de noticieros televisivos o radiofónicos) recibe información de muy pocos sucesos y termina ignorando el resto". (Lozano, 1996, p. 57).

permite no solo al usuario y al mismo periodista seguir las incidencias en tiempo real.

Las formas de búsqueda de información también ha cambiado. Si antes íbamos al archivo de diario, ahora encontramos este archivo digitalizado o simplemente 'googleamos' y encontramos enlaces o links de notas relacionadas a un tema que fueron publicadas con anterioridad.

Una referencia de Cebrián al catedrático José Manuel Pérez Tornero da una conclusión del tema específico que nos ocupa en este apartado:

Las capacidades y las exigencias que exige el ciberperiodismo, si bien no se han alejado demasiado de las clásicas -capacidad de acercamiento al acontecimiento (observación), de comprensión de la realidad (análisis) y de expresión (representación, escritura y argumentación)- sí han variado en casi todos sus términos. La observación directa está siendo complementada por la necesidad de un conocimiento crítico, de tareas de búsqueda y selección, y, sobre todo, de un nuevo saber hacer orientado a promover la participación del público. (ibídem., p. 264).

El uso de dispositivos móviles ha modificado también las labores productivas de los periodistas. En las coberturas informativas hemos visto que los que antes eran solo redactores, ya no solo llaman por teléfono para reportear. Ahora toman fotos y las comparten en redes o las envían a sus medios, 'tuitean' y filman. El ecuatoriano Christian Espinoza lo ve así:

Si hay una lección que nos han dejado eventos de magna cobertura como una revuelta policial contra un presidente en Ecuador, el rescate a 33 mineros después de pasar semanas bajo tierra en Chile o riesgos latentes de terremotos en la región es que no saber reportear con un dispositivo móvil es ya como no saber prender una grabadora. (Espinoza, 2011, p. 138).

3.4 Los ejes temáticos en resumen

El marco de referencia de este informe profesional ha tomado en cuenta dos principales ejes temáticos.

El primero trató sobre las redes sociales y la curaduría de contenido. Ello tomando en cuenta que hoy en día las redes son una fuente de información y de medición de los intereses de la audiencia. Y al ser abundante el contenido en ellas, es necesario saber utilizarlas y seleccionar los datos o imágenes a ser utilizados en las notas como complemento informativo.

Pregunta General:

¿Cómo se gestionan las redes sociales para el manejo de información?

Preguntas específicas:

- ¿En qué consiste la curaduría de contenido?
- ¿Cómo se define su utilización y a dónde se destina la información?
- ¿Con qué criterio la seleccionamos la información?
- ¿De qué herramientas nos valemos?

El segundo eje abordó las rutinas y fuentes periodísticas considerando que a las ya conocidas y desarrolladas para la producción de información en los medios tradicionales, se han agregado nuevas labores y se ha encontrado la necesidad de tener nuevas capacidades para el trabajo periodístico. Esto por el auge de Internet, el avance de la tecnología y el desarrollo de nuevas herramientas.

Pregunta general:

- *¿Cómo ha variado la labor periodística en cuanto a su rutina y qué complementos se han encontrado?*

Preguntas específicas:

- ¿Cuáles son las fuentes naturales de un medio tradicional?
- ¿Qué nuevas fuentes encontramos con el uso de Internet?
- ¿Por qué recurrimos al reporterismo ciudadano?
- ¿Qué ha demandado en el periodista estos cambios?

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN

La realización del informe fue prácticamente en orden de acuerdo al esquema planteado para la sistematización.

Primero se identificó el quehacer profesional, lo que implicó que el redactor de este informe no solo hable de la organización donde labora y su evolución, sino dé un primer paso para analizarse a sí mismo en cuanto a su labor periodística.

Ello llevó a detallar el objeto de sistematización en el capítulo II y a presentar trece distintas informaciones periodísticas publicadas en El Comercio como casos o ejemplos, y recuperadas de los archivos de Internet gracias a las búsquedas realizadas y a la simple recordación. Inicialmente, la idea era escoger una cantidad de todos los casos escogidos y presentarlos enumerándolos.

Sin embargo, al hacer esta tarea, el autor del informe cayó en cuenta de que había coincidencias y se pudo identificar siete prácticas (ver capítulo V) realizadas durante el desempeño profesional en la redacción online de El Comercio con el contenido noticioso de los usuarios en redes sociales.

A partir de ello se procedió a ordenar ideas y precisar los ejes temáticos del informe profesional para luego determinar qué contenido bibliográfico usar en el capítulo III referido al marco de referencia. Cabe resaltar que ya se tenía una idea previa de acuerdo a las lecturas realizadas y a las constantes preguntas que vienen al momento de hacer el análisis.

Así se habló y analizó tanto a los nuevos medios y a su nueva relación con el receptor, ahora más activo; se definió al ciberperiodismo, a las redes sociales y a la curaduría de contenidos; se identificó las principales herramientas usadas por los usuarios, se determinó las nuevas rutinas periodísticas en la experiencia online y se analizó la labor de los propios usuarios en el apartado sobre reportero ciudadano.

Nos detenemos en este último punto porque en el marco de referencia, de acuerdo a la bibliografía consultada, se habla de 'periodismo ciudadano', 'periodismo participativo' y del propio reportero ciudadano, término que se prefirió utilizar en el presente informe. Para esto se analizó la labor de los usuarios de redes sociales y Whatsapp y se concluyó que si bien no hacen periodismo, sí reportan hechos. Por ello se prefiere hablar de reportero ciudadano.

Ello porque no reportan cualquier tipo de suceso a sus redes sociales y a los medios de comunicación (personales, por ejemplo). Nos interesan los momentos en que los ciudadanos hacen reportes de hechos que tienen cualidades

de ser considerados noticiosos o que contribuyen a la producción de un contenido informativo. Por ejemplo, accidentes, incendios, faltas de tránsito, fenómenos naturales o climáticos y distintas situaciones que causan su preocupación o indignación.

Posteriormente, se optó por identificar los resultados de la sistematización y analizar la experiencia considerando sus contextos. Esto dio paso a hacer un balance en el capítulo VI tomando en cuenta lecciones aprendidas, hallazgos, tareas pendientes y aportes.

Para el final se dejó la redacción del capítulo IV sobre la metodología de la sistematización, pues englobaba todo lo trabajado para la realización del presente informe profesional.

Cabe apuntar que el análisis fue enriquecedor considerando los contextos nacionales, internacionales y del propio medio, el cual se ha adecuado y se sigue adecuando a los avances tecnológicos y los requerimientos de la audiencia. Y es que se trató de un entorno en donde aparecieron nuevas herramientas no solo para la labor periodística, sino para el uso ciudadano. Además, las ya existentes se han consolidado y evolucionado y los peruanos han ido aumentando su presencia en redes sociales.

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

5.1 Un constante avance y aprendizaje

El periodismo que nos enseñaron en la universidad versaba básicamente sobre el trabajo en los medios tradicionales. Es decir, la enseñanza de producción de contenido para medios escritos, radio o televisión.

El autor del presente informe estudió la carrera del 2005 al 2010, no hace mucho. Eran años en los que los nuevos medios ya tenían presencia, y en los que las herramientas sociales como Twitter, Facebook y YouTube eran recientes. Sin embargo, al 2016 han tenido un crecimiento continuo a nivel de usuarios y de contenido publicado.

Pero justamente es en tan pocos años en los que ha habido una explosión de nuevas posibilidades de comunicación, información y de creación de contenido a través del desarrollo tecnológico y de Internet. Y hemos querido dar cuenta en este documento que no solo los periodistas son los que pueden reportar hechos o producir contenido, sino que ahora los usuarios pasan a tener un rol activo y más posibilidades de expresión.

Hoy en día hay otras herramientas que son usadas por millones de personas para conversar, entretenerse e informar. Para interactuar. Y que a su vez han tenido que ser aprendidas a usar por los periodistas, no solo los más jóvenes, sino los de mayor edad que vienen de trabajar tantos años en medios tradicionales.

Es por ello que se decidió abordar el trabajo realizado en la gestión de contenido de la audiencia que encontramos en las plataformas sociales; es decir, el contenido social. Y la importancia del reportero ciudadano para producción de notas informativas de temas de actualidad, del día a día en las que tuve participación como redactor para la edición digital del diario El Comercio.

Porque vivimos en un tiempo de constantes avances y aprendizajes, tanto de los medios, como de los periodistas. Pero además, de la audiencia.

5.2 Contextos de la experiencia

El presente informe profesional se contextualiza en la labor del día a día en las secciones Lima y Perú de la edición digital de El Comercio, de acuerdo a los hechos noticiosos cubiertos. Es en ese desarrollo profesional entre el 2012 y 2015 en el que se ha podido identificar nuevas rutinas periodísticas con el avance de la tecnología e identificar los usos que en la producción de información se le da al contenido generado por los ciudadanos en redes sociales, y por la misma cobertura periodística.

Es en ese mismo contexto en el que han aparecido nuevas herramientas virtuales sociales o las ya existentes han evolucionado. Asimismo, a nivel institucional, han sido años de cambios en El Comercio y de adecuación a los veloces avances tecnológicos.

5.2.1 Contexto nacional

Día a día se suscitan en la ciudad de Lima y en las regiones del Perú accidentes, incendios, problemas con el transporte o el tráfico, protestas, paros, fenómenos climáticos y, entre otros, denuncias ciudadanas a través Internet. Así, los periodistas ya no se mueven solo en la calle, sino que la noticia también está en las miles de publicaciones diarias a través de Twitter, Facebook, YouTube o Whatsapp.

El uso de estas herramientas se ha acrecentado en nuestro país. La consultora FuturoLabs da cuenta de que de los casi 4 millones en enero del 2011 hemos pasado a 14'600.000 en enero del 2015. Sin embargo, Alexander Chiu Werner, coordinador de Futuro Labs, apunta:

La penetración de Facebook sigue al alza en la región siendo el Perú el segundo con mayor crecimiento, solo por debajo de Venezuela. Sin embargo, está dejando de crecer a la misma velocidad que antes. Si hace tres años el crecimiento era del 138%, hoy es del 18%. Esto se debe a que la red social está empezando a cubrir el universo de internautas en el país, y este no crece a la misma velocidad. (*Índice Facebook Perú 2015*).

En cuanto a Twitter, hemos hecho referencia a los aproximadamente 3 millones de usuarios peruanos a enero del 2015 a comparación del 2012, cuando había más de un millón, según Quantico Trends. Esta consultora nacional estima que a finales de este año se llegará a los 4 millones. (*“Infografía de Twitter en Perú”*).

No se encontraron datos específicos sobre los usuarios de YouTube y Whatsapp en el Perú. Pero además de la penetración del Internet en el Perú, en el apartado sobre el público objetivo también resaltábamos la migración de la navegación hacia los móviles. Asimismo, en el capítulo tres del presente informe se habló de crecimiento del uso de ‘smartphones’ apuntando que, de acuerdo a especialistas en el tema, tres de cada diez teléfonos móviles en el Perú son los denominados teléfonos inteligentes.

5.2.2 Contexto internacional

A los ya usados Facebook, Twitter y YouTube desde el 2004 (con sus actualizaciones y su evolución), como un aspecto resaltante destacamos la llegada y expansión de Whatsapp desde el 2009 hasta la actualidad con más de 600 millones de usuarios. En octubre del 2014, la empresa fue comprada por Facebook.

Pero en junio del 2012 apareció la herramienta Vine, una aplicación para publicar videos cortos de hasta seis segundos, los cuales pueden replicarse en

Twitter, Facebook y en la misma plataforma de la aplicación. Meses después, en octubre, ya era comprada por Twitter. Vine ha servido justamente para reportes minuto a minuto del autor de este informe sobre hechos noticiosos.

La presencia de Vine influyó para que Twitter, en enero del 2015, actualizara su aplicativo móvil para permitir que se graben y publiquen videos. Pero no de seis segundos como Vine, sino de 30.

A nivel general, se trata de un contexto en el que los medios buscan rentabilidad ante los retos planteados por la tecnología. Como hemos visto, aumenta la importancia de los móviles, no solo para las coberturas, sino para la presentación de las noticias en tabletas y 'smartphones'. Es por eso la preocupación de los medios para la creación y consolidación de sus plataformas móviles.

Al respecto, el periodista y docente universitario Eduardo Riveros citó a distintos expertos para hablar de las tendencias del periodismo para el 2015. Entre ellas, menciona el uso de drones (pequeños objetos voladores no tripulados y manejados a control remoto para registrar imágenes) para las coberturas periodísticas. Asimismo, mayor presencia del periodismo de base de datos, la viralización de las noticias, la creciente importancia de las redes sociales y las nuevas formas de captar usuarios, y finalmente la necesaria innovación y nuevas técnicas para seguir las historias periodísticas.

5.2.3 Contexto institucional

La edición digital de El Comercio ha tenido dos importantes rediseños en los últimos cuatro años. Uno en enero de 2010, en el que se adoptó el formato blog. Es decir, el de la aparición de las noticias en orden cronológicamente inverso. Otro aspecto resaltante de esta experiencia social fue el crear una comunidad en el propio sitio para que los usuarios puedan interactuar como en una red social a través de sus valoraciones en las notas, comentarios y sus propias publicaciones. Ahí una muestra del impacto de los blogs y las redes sociales.

Otro importante rediseño ocurrió en enero del 2014, en el marco de los 175 años del diario. Se presenta más información, una mayor jerarquización y mejor resolución. Hay además más posibilidades de presentar contenido multimedia (fotogalerías, videos, gráficos interactivos, etc.) incrustándolos entre los párrafos de una nota o presentándolos aparte en mayor tamaño.

Pero ese cambio de enero del 2014 vino como parte de una nueva visión en la empresa, buscando la integración de las redacciones de impreso y digital no solo en cuanto al espacio físico, sino por una mayor unión de esfuerzos para presentar al lector mejor información en una pantalla de computadora, 'smartphone' o tableta. El mayor dinamismo en la metodología de trabajo fue explicado en la nota de presentación del nuevo diseño:

Atrás quedó la idea del periodista que solo echa mano de la libreta y el lapicero para ir detrás de la noticia y que muestra su trabajo final

solo en texto. Verás que el periodista de El Comercio empleará todo lo que internet y la tecnología ofrece para realizar su trabajo. Lo sentirás más cercano y dinámico. (*“El Comercio se renueva”*).

Previamente, ya se había dotado de ‘smartphones’ con acceso a Internet a los periodistas para las respectivas coberturas.

La integración de redacciones se dio entre el final de la dirección periodística de Francisco Miró Quesada Rada y el inicio de la labor de su sucesor, Fritz Du Bois Freund, quien asumió el cargo en octubre del 2013 hasta el 25 de mayo del 2014, cuando falleció. Posteriormente, vino la dirección interina de Mario Cortijo y Juan Paredes Castro, para desde octubre del 2014 dar paso a Fernando Berckemeyer Olaechea como director periodístico, planteando el reto de un contenido diferenciado y de mayor análisis en la edición impresa para entregarle al lector algo distinto de lo que ya leyó un día antes en Internet¹⁴.

Con esta dirección, hubo cambios en el equipo periodístico principalmente por la renovación de la mayoría de editores de las secciones. Además, el proceso de integración duró hasta setiembre del 2015, puesto que la decisión editorial fue retomar la división por secciones con el equipo web por separado.

5.3 Análisis de la experiencia

Para iniciar este punto, vale la pena recordar y sitiarnos bien en la labor realizada el período elegido para el presente informe: entre abril del 2012 hasta febrero del

¹⁴ Entrevista al director de *El Comercio*: <http://goo.gl/Ckyxhj>.

2015. ¿Por qué ese lapso de tiempo? Porque, en base a la experiencia, fue por esos años -ya principalmente trabajando en el turno de la mañana- que se pudo palpar más la labor de uso y monitoreo de redes sociales, la curaduría de contenido y el uso de esos insumos para la producción de notas propias o iniciativas de cobertura para la edición digital de *El Comercio*. Ya en el 2014 en adelante, se tuvo mayor producción para la edición impresa tras la integración de redacciones.

5.3.1 Sobre los ejes temáticos: respuestas

¿Cómo se producía una nota informativa para su publicación en la edición digital? En este caso, nos centramos en la alerta emitida a través de las redes sociales. La rutina periodística consistía en enterarse de esa alerta, tratar de confirmarla con distintas fuentes, buscar más información y si se tenía la certeza y seguridad del caso, empezarla a redactar en el 'Multidiario, la plataforma de publicación para la versión online de *El Comercio* (ver figura 5 en la página siguiente): titularla, escribir una bajada y el cuerpo principal de la noticia, colocar enlaces, etiquetas o tags, complementarla con fotos y videos (que podían ser de usuarios de redes sociales o propias). Finalmente, publicarla.

Crear una noticia Nueva noticia Subir elemento

Contenido Web

Volada:

Título: 0 caracteres

Bajada:

body_p Caracteres: 0, Palabras: 0

URL Base:

Origen: Seleccione

Contenido:

body_p Caracteres: 0, Palabras: 0

Credito:

Seleccione un autor

Registrar nuevos autores

Tags Noticias:

Tags Personajes:

Tags Especiales:

Imagen Video Audio Video Web Docs Embed

Agregar Imágenes

Ningún archivo seleccionado

Ctrl + Click para seleccionar varias imágenes, máximo 20

Tags (Separados por coma):

Leyenda (opcional):

Credito Fotos:

Publicación

Tipo: Noticia Online

Sección: Perú Tema: País

[Añadir tema en otra sección](#)

Fecha de publicación: 06/04/2015 10:20:33

En Portada Home
 En Portada Home Móvil
 Publicidad en Video
 Activar Publicidad

Notas Relacionadas

Agregar

Texto en noticia:

Comentarios

Permitir Comentarios
 Permitir Moderar

Opciones: 1 día

Elegir tiempo de admisión de comentarios

Fecha de actualización de comentarios

Historial

Donde está

Lugar:

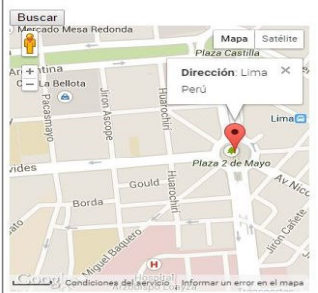


Figura.5 Este es el Sistema de Gestión de Contenidos (Content Management System o CMS por sus siglas en inglés) llamado Multidiario. Es la herramienta de redacción y publicación de contenido online en *El Comercio*, a la cual se puede acceder solo por la red de computadoras en la sede del diario.

¿Cómo se producía una nota informativa, interpretativa, un informe, crónica o reportaje de elaboración propia? En unos casos, como mencionamos en el capítulo II, era a partir de un hecho o problema reportado y comentado en redes sociales como base para profundizar en la información consultando a fuentes propias. Y se consideraba la inclusión de dicho contenido social en la publicación. En otros, la cobertura realizada en el campo con el uso del 'smartphone', se reportaba mediante redes sociales y se incluía este contenido en los textos periodísticos a publicar.

Los dos anteriores párrafos responden en parte a las preguntas del eje temático sobre las redes sociales y la curaduría de contenido. Como complemento, debemos decir que la labor que hace el periodista normalmente dedicado al a versión online es monitorear justamente las redes sociales y estar atento a las alertas. Luego, viene la labor de ser curador o seleccionador de la información social relevante para ser considerada en las publicaciones.

Los principales criterios tienen que ver con la narrativa, descripción de los hechos, nitidez e impacto en caso sean imágenes. Es decir, que estas no sean colocadas por colocar, sino que le cuenten algo al lector y le den más información. Si se trata de reportes solo en texto, los criterios de selección tienen que ver con la veracidad, la descripción, precisión y la redacción.

Para esto nos valemos de herramientas ya mencionadas, como Twitter, Facebook, Whatsapp o YouTube. Así como de otras aplicaciones o sitios web para el monitoreo, como Hootsuite o Tweetdeck.

Viene ahora el segundo eje temático, que abordó las rutinas y fuentes periodísticas. A las labores ya conocidas del periodista (recogida de información en base a la observación y trabajo de campo; selección y 'editing' o presentación, como mencionaba Wolf), se suman otras para la producción de contenido online. En la actualidad, se va a producir contenido para Internet, hay que monitorear redes sociales y otros medios o agencias de noticias; saber buscar, descargar y editar fotografías o videos, saber titular y escribir para Internet pensando también en posicionamiento y motores de búsqueda. Ahí hay una variación en las rutinas informativas.

Es en esa labor en las que encontramos nuevas fuentes, a mismos ciudadanos o a personalidades o funcionarios públicos que encontramos, contactamos y con los que dialogamos incluso por redes sociales.

El análisis de la experiencia también nos ha permitido determinar que en muchas ocasiones no son los periodistas o reporteros los que están primero en el lugar de los hechos y reportan desde ahí, sino que son los propios ciudadanos. Por ello recurrimos al reporterismo ciudadano para la producción de contenido.

Todos estos cambios han demandado en el periodista de *El Comercio* nuevas actitudes y aptitudes que tienen que ver con el manejo de la tecnología, las herramientas sociales y la producción de contenido textual o audiovisual. Por ende, el mismo trabajo periodístico y los avances existentes nos han obligado a estar constantemente actualizados y no perder la curiosidad también para aprender a trabajar en multiplataforma.

5.3.2 Precisión en base a la experiencia

Respecto a uno de los últimos puntos mencionados, es menester terminar este acápite discutiendo lo siguiente. En el análisis sobre la información de los ciudadanos, cabe recordar que muchos académicos, autores de estudios o periodistas hablan de 'periodismo ciudadano' o 'periodismo participativo'. Sin embargo, tras el análisis de los casos y en la experiencia a diario, el redactor de este informe considera más preciso hablar de reporterismo ciudadano. Porque eso es lo que hacen los ciudadanos, reportar hechos, situaciones, incidencias a través de texto, fotos o videos en un mínimo de caracteres, por ejemplo en Twitter. Los usuarios de a pie no suelen cruzar información, buscar más fuentes, mantenerse en la cobertura periodística.

Sin embargo, el reporterismo ciudadano ha permitido conocer las preocupaciones y los intereses de la audiencia, lo que a su vez es un elemento importante a la hora de abordar agendas informativas y encontrar tendencias.

Tener una nueva relación entre los usuarios y los medios, como se hablaba en el tercer capítulo de este informe.

Además, como se ha insistido en distintos partes de este informe, hablamos de reporterismo ciudadano tomando en cuenta la práctica de los mismos ciudadanos al informar sobre distintas situaciones en las redes sociales y vía Whatsapp. No se consideran hechos personales o cualquier mensaje, sino aquellos que diariamente tienen las cualidades de ser noticia o un complemento noticioso para las informaciones que se publican. En ese sentido, preferimos no centrarnos estrictamente en las palabras reporte o reportar, preferimos hablar de reporterismo incluso por la cercanía entre las acciones de los ciudadanos y los reporteros profesionales del periodismo al dar cuenta de los hechos. Por ejemplo, tanto un ciudadano como un periodista pueden publicar en sus redes sociales o enviar a los medios informaciones textuales o imágenes de un hecho noticioso. El primero como parte de la sorpresa de estar en el lugar de los hechos; el segundo, con la cualidad y experiencia de la cobertura periodística.

5.3.3 Los casos analizados y los patrones hallados:

Los comentarios anteriores y las conclusiones a las que se llegan en este informe partieron del análisis de los siguientes casos, que permitieron establecer un patrón constante y una clasificación informativa que detallamos a continuación en siete puntos. Cada uno contiene los casos, las capturas de pantalla y después de estas el análisis respectivo.

1) Uso del video ciudadano rastreado como base principal de una nota informativa con reporte propio:

- *Impactantes imágenes: huaico en Chosica arrasó con todo a su paso*

Publicación: viernes 6 de abril del 2012 - 14:55

Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/1397974/noticia-impactantes-imagenes-huaico-chosica-arraso-todo-su-paso>

VIERNES 06 DE ABRIL DEL 2012 | 14:55

Impactantes imágenes: huaico en Chosica arrasó con todo a su paso

La **lluvia** provoca el desprendimiento de rocas y piedras que destruyen viviendas en el AA.HH. Virgen del Rosario



(Video: MrKokita777/YouTube)

Un desastre natural puede arrasar con todo a su paso si no se han tomado las precauciones necesarias. Las imágenes de este video aficionado demuestran cómo uno de los cinco huaicos registrados la tarde de ayer en **Chosica** y **Chaclacayo** destruyó e inundó diversas viviendas, muchas de ellas de material noble y otras de insumos más precarios.

Impulsado por las precipitaciones, el desastre toma fuerza desde su fuente de origen y mientras continúa su recorrido provoca un desprendimiento de tierras y rocas que impactan y arrasan con las viviendas del asentamiento humano Virgen del Rosario (Chosica) para finalmente seguir su cauce por las escaleras que hay en este lugar.

Según detalló Henry López, periodista de El Comercio, en esta zona fueron muchas las viviendas dañadas y aún no se sabe con precisión el número de afectados porque las autoridades aún vienen realizando el empadronamiento de los damnificados.

Sin embargo, pese al registro fílmico, López remarcó que esta zona no fue tan golpeada por el huaico como sí ocurrió en las zonas de Mariscal Castilla, Pablo Patrón y Moyopampa.

Tags relacionados

Chaclacayo Chosica Huaicos Lluvias Carretera Central



Un día antes, huaicos en Chosica habían dejado el trágico saldo de dos muertos, más de mil damnificados y más de 300 viviendas colapsadas. Una de las zonas afectadas fue el asentamiento humano Virgen de Rosario. Antes de que llegaran los periodistas a reportar la situación, la usuaria de YouTube 'MrKokita777' estaba cerca del lugar y pudo registrar en video uno de los deslizamientos. Luego, publicó las imágenes en YouTube.

El video fue incluido como base principal de una nota informativa sobre los huaicos, se tituló resaltando el material fílmico. Este fue el aporte informativo más importante de esa nota, siendo seguido por el reporte del periodista que se encontraba cubriendo los hechos. Aquí, entonces, hubo un complemento entre la labor del reportero en el lugar de los hechos y el contenido encontrado en redes sociales. En este caso, YouTube.

2) Uso del video ciudadano enviado especialmente o por cortesía a la redacción:

- *Balacera en Independencia: usuario registró tensos momentos*

Publicación: 17 de junio del 2014 – 15:56

Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/policiales/balacera-independencia-usuario-registro-tensos-momentos-noticia-1736887>

MARTES 17 DE JUNIO DEL 2014 | 15:56

Balacera en Independencia: usuario registró tensos momentos

Desde la estación Izaguirre, un pasajero del Metropolitano captó la [persecución que dejó 72 detenidos](#)

Compartir 448 Twitter 9 +1 16 Compartir 0 Pin It 0 7



(Video: Cortesía de Antonio Paredes)

LEA TAMBIÉN...

Independencia: 72 detenidos de construcción civil tras balacera



RENÉ ZUBIETA PACCO

@renezp

Desde la estación Izaguirre del Metropolitano valiéndose de su teléfono celular, un usuario registro los momentos exactos de la [balacera y persecución policial](#) producida esta mañana en el cruce de las avenidas Izaguirre y Túpac Amaru, en [Independencia](#).

Como se informó, la balacera se dio por un **enfrentamiento entre dos bandos de construcción civil** que se disputan cupos en una obra de construcción en la zona.

En el video se escuchan las balas y se aprecia a los sujetos corriendo. Asimismo, dentro de la estación, los temerosos pasajeros corren hacia los buses.

Información policial dio cuenta de que, tras la intervención, **unas 72 personas fueron detenidas**.

Tags relacionados

Balaceras en Lima

Independencia

Construcción civil

Avenida Izaguirre

Avenida Túpac Amaru

Compartir 448 Twitter 9 +1 16 Compartir 0 Pin It 0 7

Así como los usuarios registran hechos noticiosos y los comparten en sus redes, también está la posibilidad de enviarlos directamente por distintos canales a un determinado medio. En este caso, ocurrió una balacera en Independencia una mañana. Por la tarde, a través de los mensajes a la página de Facebook de *El Comercio*, un usuario compartió un video que había registrado. Considerando el

crédito, este se usó como elemento principal de una nota informativa en la que se da cuenta de lo visto en el video y se reitera lo reportado anteriormente.

3) Fotografías en redes sociales como complemento ilustrativo de una información

- *Pasajeros del Metropolitano hicieron cola hasta en la pista*

Publicación: 5 de septiembre del 2014 – 9:18.

Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/transporte/pasajeros-se-quejaron-colas-metropolitano-noticia-1754820>

VIERNES 05 DE SEPTIEMBRE DEL 2014 | 09:18

Pasajeros del Metropolitano hicieron cola hasta en la pista

Las estaciones Izaguirre, Naranjal y Tomás Valle fueron las afectadas. Usuarios dicen que los buses demoraron en pasar

Compartir 120 | Twittear 39 | +1 0 | Compartir 0 | Pin it 0 | 36






Foto: merc-ed2409

LEA TAMBIÉN...

Buses alimentadores del Metropolitano van a Mistura desde hoy



Patrullero quedó con parte delantera destrozada tras accidente



Esta mañana se formaron **largas filas en las estaciones Izaguirre, Naranjal y Tomás Valle del Metropolitano, en Independencia.** En las imágenes se aprecia que las colas incluso dan la vuelta a la estación y que los pasajeros esperaron a los buses en la pista.

Algunos usuarios señalaron que la circulación de los buses es lenta. **En la estación Naranjal, se debió esperar hasta media hora por un vehículo,** pero desde las 9 a.m. el tránsito se ha regulado, según confirmó este diario.

Algunos pasajeros señalaron que ante la falta de alimentadores por el **corredor azul** (Tacna - Garcilaso - Arequipa) podría llevar **más usuarios al sistema del Metropolitano.** Todavía ninguna autoridad de Pro Transporte ha explicado lo sucedido.

Tags relacionados

Pro Transporte | Metropolitano | Lima Norte

Compartir 120 | Twittear 39 | +1 0 | Compartir 0 | Pin it 0 | 36

Suele suceder que existe un hecho noticioso en las calles de la ciudad o una situación en la que son los mismos afectados o ciudadanos los que están antes de que lleguen los reporteros o periodistas. Así, aquellos son los primeros en dar cuenta de lo que ocurre. En este caso, es una muestra más de las quejas diarias por las largas colas y demoras en el servicio del Metropolitano, sistema de transporte limeño. Se redactó la nota informativa y se ilustró con imágenes rastreadas y halladas en Twitter. Siempre colocando la fuente.

4) Fotografías en redes sociales como base principal y complemento ilustrativo de una información

- *El incendio en la Plaza Dos de Mayo en fotos*

Publicación: Jueves 16 de octubre del 2014 16:26

Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/accidentes/incendio-plaza-dos-mayo-fotos-twitter-noticia-1764519/2>

El incendio en la Plaza Dos de Mayo en fotos

2 de 14



Al menos 10 unidades de los bomberos intentan apagar las llamas. (Foto: @pily1000ideas/Twitter)

- *La inundación en Tingo María tras torrenciales lluvias [Fotos]*

Publicación: Viernes 31 de octubre del 2014 13:53

Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/huanuco/tingo-maria-inundacion-tingo-maria-lluvias-fotos-noticia-1768062/4>

La inundación en Tingo María tras torrenciales lluvias [Fotos]

4 de 7



La lluvia causó el colapso de cunetas y alcantarillas. No se ha reportado desborde del río Huallaga. (Foto: @lejandr / Twitter)

La manifestación de este uso del contenido social en las informaciones de actualidad en las secciones Lima y Perú de la edición online de *El Comercio* se da a través de las fotogalerías. Se elaboran con fotos rastreadas y halladas en las redes sociales. También suelen combinarse estas con imágenes captadas por los fotógrafos o periodistas del citado medio.

5) Generación de contenido a raíz de reportes ciudadanos vía mensajería instantánea - Whatsapp

- *Colegio que se inunda por lluvias es inhabitable desde el 2012*

Publicación: Viernes 21 de noviembre del 2014 – 15:05

Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/huanuco/colegio-que-se-inunda-lluvias-inhabitable-desde-2012-noticia-1773164>

VIERNES 21 DE NOVIEMBRE DEL 2014 | 15:05

Colegio que se inunda por lluvias es inhabitable desde el 2012

Autoridades del plantel de inicial esperan presupuesto del Gobierno Regional de Huánuco para reconstruir el local



(Foto: Angel Mori / Whatsapp El Comercio)

LEA TAMBIÉN...

Via WhatsApp:
alumnos estudian en
colegio inundado en
Huánuco



RENÉ ZUBIETA PACCO

@renezp

Con botas y sandalias tienen que acudir los alumnos del colegio inicial N° 088 del centro poblado Castillo Grande, en Tingo María, región Huánuco, debido a que las torrenciales lluvias inundan su patio en esta temporada.

Por si fuera poco exponerse a posibles enfermedades infecciosas por el empozamiento de agua, los 115 menores distribuidos en 4 aulas estudian en una debilitada infraestructura creada hace 33 años y declarada inhabitable por Defensa Civil el 2012.

En diálogo con **El Comercio**, personal docente de la institución comentó lo que se espera es el presupuesto del gobierno regional para derribar la estructura y construir una nueva. El proyecto cuenta con la correspondiente documentación e incluso **se presentó en el presupuesto participativo hace dos años, pero no fue prioridad**. "Como ya estaban en campaña, nos decían que no se podía hacer nada", comentaron.

NO PUDIERON CON ALQUILER

Los alumnos incluso estudiaron en un local alquilado el año pasado, pero la **falta de dinero para pagar el alquiler** obligó a que las clases retornen espacio original, de unos 500 metros cuadrados.

“Un rato que llueva desde las 4 a 6 de la mañana, ya nuestro jardín esta llenecito”, expresaron las educadoras del plantel. Asimismo, refirieron que representantes de la UGEL de Leoncio Prado se acercan solo cuando hay denuncias de la Defensoría del Pueblo.

Justamente el director de la UGEL de Leoncio Prado, Lucio Ramírez Figueroa, dijo a **El Comercio** que **desconocía la situación del colegio**. La autoridad, que lleva semanas en el cargo, manifestó que dialogará con la directora y acudirá esta tarde al plantel para inspeccionarlo.

“El pedido sería que de una vez, en estas vacaciones se construya (el colegio), porque no es beneficio para uno ni los padres, sino para los niños. **Si no tenemos un ambiente adecuado, ¿cómo podemos enseñar a los niños?**”, se preguntó una docente. Además, tal es la preocupación de los padres de familia, que incluso varios han optado por no enviar a sus niños a la escuela.



WasapEC
@wasapEC Seguir

En estas condiciones deben estudiar alumnos de inicial en Huánuco [#FOTOS] - vía #WasapEC ▶ goo.gl/0GX6ih

11:22 - 21 nov 2014

6 RETWEETS UN FAVORITO

Tags relacionados

Lluvias Tingo María Huánuco René Zubieta

Compartir 64 Twitter 24 g+ 0 Compartir 0 PinIt 0 0 0

- Lluvia en Cajamarca inunda nuevamente las calles [Fotos]

Publicación: Lunes 19 de enero del 2015 17:23

Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/cajamarca/lluvia-cajamarca-inunda-nuevamente-calles-fotos-noticia-1785777/3>



A Whatsapp se le dio un apartado especial por lo reciente del reporteroismo vía esta herramienta Primero fue *El Comercio*, luego otros medios se sumaron a convocar a los ciudadanos a enviar sus reportes. A partir de la información compartida, pueden publicarse una nota informativa corta, galerías de imágenes o utilizar los datos para elaborar una nota interpretativa de mayor alcance.

Este fue el caso de una nota informativa con imágenes enviadas vía Whatsapp a *El Comercio*, pero que posteriormente se ampliaron para presentar la problemática de un colegio de Tingo María en donde estudiaban menores de edad, pese a las inundaciones que se producían a causa de las lluvias.

En tanto, así como se pueden hacer fotogalerías con imágenes propias y de redes sociales, también se elaboran con las imágenes compartidas por los usuarios vía Whatsapp. Ellos buscan se exponga lo que reportan, y eso se hace de distintas formas.

6) Hecho o problema reportado y comentado en redes sociales como base para profundizar en la información.

La información ciudadana publicada en Facebook, Twitter y YouTube no solo tiene la posibilidad de incluirse como complemento informativo principal o secundario en notas en la edición digital de *El Comercio*, sino que además puede ser un punto de partida para textos más trabajados y ampliados tanto en el online como en el papel, dando así un valor agregado al medio y a la labor periodística. Los ejemplos ilustran los escenarios.

- *Libro para primaria dice que “indios” y “negros” surgieron del “agua turbia”*

Publicación: viernes 28 de junio del 2013 – 10:08

Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/sucesos/libro-primaria-dice-queindios-ynegros-surgieron-agua-turbia-noticia-1596514>

VIERNES 26 DE JUNIO DEL 2013 | 10:08

Libro para primaria dice que “indios” y “negros” surgieron del “agua turbia”

Polémica por supuesto racismo ha generado la leyenda adaptada “El origen de las razas”, en el libro “Aromas”, que está incluido en el Plan Lector del Ministerio de Educación



RENÉ ZUBIETA @renezp
Redacción online

Polémica por contener supuestos tintes racistas ha generado parte del contenido de la leyenda “El origen de las razas”, en el libro “Aromas”, el cual está destinado para alumnos de segundo grado de primaria y forma parte del Plan Lector del Ministerio de Educación para distintos colegios del país.

La controversia viene luego de que, en el texto, los personajes salen de una laguna la que habían ingresado tras permanecer en una caverna y se dice que: “**La primera raza que se originó fue la blanca, luego surgieron los indios, porque el agua estaba turbia y finalmente algunos quedaron negros...**”.

Llama aún más la atención que, tras la lectura, en la sección “Juguemos” se pida a los alumnos colorear a los hombres de las diferentes razas ante el mensaje: “Todos somos iguales ante los ojos de Dios”. Y entre los valores y actitudes que resalta la lectura –según se dice- son la unión, la valentía, la higiene y solidaridad.

A través de las redes sociales, las críticas no se hicieron esperar para el texto de la Editorial San Marcos, cuya última edición data del 2010 con 3.200 ejemplares. Varios de ellos llegaron al colegio parroquial San Antonio de Huamanga, en Ayacucho.

En diálogo con elcomercio.pe, un padre de familia de la institución expresó su molestia, por lo que consideró “una barbaridad” en el libro que adquirió hace una semana, por indicación del centro educativo, para su hija. Ella había hecho la tarea de pintado y comentó a su padre el contenido.

“Me sorprendí del contenido, porque es tremendamente racista, ofensivo”, comentó el padre de familia, que quiso mantener su nombre en reserva. Esta mañana, él presentó una carta a la dirección del plantel expresando su queja.

“MOMENTO DE HUMOR A LOS NIÑOS”

La leyenda hace referencia a una tradición oral del pueblo amazónico de los jíbaros, en la frontera entre Ecuador y Perú, que explica el porqué de las tonalidades de piel en los humanos (por ejemplo, de acuerdo a las condiciones climáticas), pero no hace comparaciones o dice que unas son superiores a las otras. Así lo refirió el docente peruano Óscar Espinar, quien adaptó el mito para el libro “Aromas”.

“La finalidad de estos relatos es darle un momento de deleite y de humor a los niños. Yo no creo que a un negrito lo van a ofender porque le digan negro”, arguyó sobre el relato de cinco páginas el escritor y magíster en Literatura Infantil y Juvenil y Animación a la Lectura, quien consideró que no hay que acomplejarse.

PLAN LECTOR

El Ministerio de Educación señala que el Plan Lector es la estrategia pedagógica básica para promover, organizar y orientar la práctica de la lectura en los estudiantes de Educación Básica Regular. Consiste en la selección de 12 títulos que estudiantes y profesores deben leer durante el año, a razón de uno por mes.

El libro “Aromas” pertenece a la colección “El puquial de la palabra”, de la citada editorial. Su coordinadora y asesora académica, Maritza Valle Tejada, precisó que son las editoriales las que elaboran su Plan Lector, y los directores de colegios, docentes y padres de familia los que eligen lo que los alumnos leerán.

NIÑOS NO TIENEN “MORBOSIDAD”

Valle Tejada defendió la forma en la que se presenta el relato y las tareas que se desprenden de ella sosteniendo que no es racista y que los niños de 7 años no entienden de “mensajes subliminales” ni tienen la “morbosidad” de los mayores, por lo que consideró que el texto “les va a parecer gracioso, ocurrente”. Según explicó, se busca que el menor adquiera la capacidad de analizar y opinar.

“Nadie dice que esto sea real. Está en un plan lector que es literatura, no es un libro de historia, de ciencia. No se está afirmando nada, es un libro de creatividad e imaginación que pertenece a la literatura [...] Nadie está diciendo que una raza sea mejor que la otra, solamente que existen diferentes tipos de razas y eso no lo podemos negar”, arguyó la también escritora y docente.

Aníbal Paredes Galván, gerente de la Editorial San Marcos, se excusó de conversar telefónicamente con este medio. Indicó que esta tarde se reunirá con Espinar, Valle y más personas involucradas en la elaboración del libro. Tras la difusión de imágenes del libro en las redes sociales, la cuenta de la empresa en Facebook publicó sus descargos argumentando que “de lo que se trata es que el estudiante pueda comparar y opinar sobre cómo ha ido evolucionando el pensamiento humano y su literatura hacia la igualdad de etnias y género”. Pero ese mensaje fue eliminado pasadas las 5 p.m. de ayer.

HABLAN LOS ESPECIALISTAS

¿Pero el problema está en la historia, en los dibujos, en los pequeños lectores o en los docentes y su capacidad de explicar e interpretar para los alumnos? En respuesta a lo argumentado por Espinar y Valle, el psicoanalista Leopoldo Caravedo consideró que si bien no hubo la intención en los autores, el relato mítico sí tiene un mensaje racista que podría ser tomado como normal por los niños de 7 años.

"(El niño) incorpora como una verdad no cuestionable. Son esos mitos que se van transmitiendo de generación y generación y no son cuestionables", apuntó.

Por su parte, la vicepresidenta de Foro Educativo, Madeleine Zúñiga, expresó su rechazo por el mensaje del libro y sostuvo que hubo una falta de criterio en los autores y la editorial, pues ese texto sí puede generar sentimientos y actitudes en los alumnos en una sociedad que aún no se libra de la "mentalidad colonialista".

"Los niños son racistas, son muy sensibles a las características de una persona, que puede provocar segregación. Hemos hecho el año pasado una breve consulta sobre discriminación en la educación inicial. Hemos encontrado: 'No juego con él, porque es negro'. 'No juego con él, porque es pobre'. No es que los niños no tienen conciencia de a quién admitir y a quién segregar, en eso están equivocados", sentenció la también coordinadora nacional de la Campaña Peruana por el Derecho a la Educación.

Finalmente, sostuvo que hay muchas formas de abordar ese tipo de temas y consideró que el Ministerio de Educación debería de revisar ese contenido.

[Mira algunas páginas del libro aquí](#)

Tags relacionados

A screenshot of social media sharing options. It features a row of tags: 'Ministerio de Educación', 'Racismo', 'Textos escolares', and 'Libros escolares'. Below this is another row of tags: 'Editorial San Marcos', 'Plan Lector', 'Libro Aromas', 'leopoldo caravedo', and 'René Zubieta'. A third row contains: 'Óscar Espinar', 'Maritza Valle Tejeda', 'Aníbal Paredes Galván', and 'Madeleine Zúñiga'. At the bottom, there are social media share buttons: Facebook (14), Twitter (1), Google+ (24), LinkedIn (0), and Print (0). A notification icon shows 338 messages.

A través de las redes sociales, circularon capturas de imagen del libro *Aromas* de la Editorial San Marcos, el cual estaba destinado para alumnos de segundo grado de primaria y formaba parte del Plan Lector para distintos colegios del país. Llamó la atención y generó críticas que el texto incluyera supuestos tintes racistas al decir: “La primera raza que se originó fue la blanca, luego surgieron los indios, porque el agua estaba turbia y finalmente algunos quedaron negros...”. Este tema fue fuertemente comentado en las redes sociales y, a través de Facebook, un padre de familia de Ayacucho fue contactado por quien escribe para contar lo ocurrido en el colegio de su hija.

En este caso, más que dar cuenta del debate en redes sociales o de publicar un pequeño texto con imágenes que circulaban por las redes sociales, lo que se hizo fue profundizar en el tema y dialogar con los involucrados, además de hacer un análisis con especialistas. Es decir, el contenido en redes sociales fue insumo además para la producción de un contenido más interpretativo en el sitio web.

- Corredor azul: ¿Y esta cúster circulando por Lima?

Publicación: Jueves 28 de agosto del 2014 – 12:57

Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/sucesos/corredor-azul-y-esta-custer-avenida-arequipa-noticia-1753050>

JUEVES 28 DE AGOSTO DEL 2014 | 12:57

Corredor azul: ¿Y esta cúster circulando por Lima?

Representantes de ambos consorcios dijeron a El Comercio que la unidad no es de su flota. ¿Entonces?

Compartir 3502 | Twitter 87 | +1 39 | Compartir 1 | Pin it 0 | 77



(Foto: @pacosanseviero)

LEA TAMBIÉN...

Buses azules circularán de forma permanente desde el 31



Corredor Javier Prado - La Marina: aún no hay fecha definida



Contrato de inspectores de tránsito cambia por falta de dinero



Corredor azul: buses para discapacitados llegarían a fin de año



Corredor Javier Prado - La Marina: aún no hay fecha definida

RENÉ ZUBIETA @renezp
Redactor de Sociedad

Desde este domingo 31 de agosto se espera que empiecen a circular permanentemente los buses patrón en el corredor azul conformado por las avenidas Tacna, Garcilaso de la Vega y Arequipa.

En medio de esa expectativa sobre el retiro de cústeres y buses tradicionales, llamó la atención ver circular por las calles de Lima a una coaster azul con el logo del Sistema Integrado de Transporte (SIT), como las unidades grandes que ya han estado preoperando. La imagen fue muy comentada en redes sociales.



Paco Sanseviero
@pacosanseviero

Uno que aplaude la reforma del transporte y sueña con trasladarse seguro, se encuentra con esto. Así no cambia nada.

11:03 - 28 ago 2014

42 RETWEETS 15 FAVORITOS



Contrato de inspectores de tránsito cambia por falta de dinero



Corredor azul: buses para discapacitados llegarían a fin de año



Corredor Javier Prado - La Marina: aún no hay fecha definida



Contrato de inspectores de tránsito cambia por falta de dinero



Corredor azul: buses para discapacitados llegarían a fin de año



Contrato de inspectores de tránsito cambia por falta de dinero



Corredor azul: buses para discapacitados llegarían a fin de año



El Comercio consultó con los representantes de los dos consorcios operadores. Ambos negaron que la coaster divisada sea de su flota. El usuario Paco Sanseviero precisó también a este medio que tomó la imagen **en la avenida Benavides a las 8:45 a.m., pero no pudo ver la placa ni a qué empresa pertenecía.**

"En nuestro consorcio TGA no hay ninguna cúster", afirmó Luis Retamozo Moreano, gerente de la compañía.

Por su parte, Antonio Noriega, del Consorcio Arequipa, dijo estar sorprendido porque esta mañana también vio a una coaster en la avenida Arequipa. "Yo también vi, no solamente uno, sino dos o tres. **Lo que puedo confirmar es que no son unidades nuestras [...]** "Está usurpando y usando indebidamente. **Las autoridades, los inspectores de la municipalidad tienen que ver eso**", manifestó a este Diario.

¿ENTONCES?

A través de Twitter, el Sistema Integrado de Transporte (SIT) respondió lo siguiente.

René Zubieta @renezp 28 ago
Amigos del @SITLima, ¿algo qué decir sobre estas fotos?
pic.twitter.com/fttKtIBo86 pic.twitter.com/5O7vR0vMud

SIT Lima Oficial @SITLima [Seguir](#)

. @renezp Sobre custer pintada de azul con logo del SIT: no forma parte de la actual operación del #CorredorAzul

12:39 - 28 ago 2014

3 RETWEETS

Pamela Acosta @piacostar 28 ago
¿por qué está de azul? ¿Está usurpando los colores y el logo? ¿no tiene autorización? ¿es un "SIT bamba"?@SITLima

SIT Lima Oficial @SITLima [Seguir](#)

Unidades que no tengan conformidad de Protransporte no circularán por ruta troncal de #CorredorAzul @piacostar

12:48 - 28 ago 2014

UN RETWEET

Cabe recordar que también habrá unidades en la ruta alimentadora del corredor. Aunque inicialmente se pensó que la coaster operaría en ese rubro, el representante de TGA manifestó que en su caso operarán unidades de 9 metros en las rutas alimentadoras.

Tags relacionados

Corredor azul Sistema Integrado de Transporte
Eje Tacna - Garcilaso - Arequipa René Zubieta

Compartir 3502 [Twitter](#) 87 [G+](#) 39 [Compartir](#) 1 [Pin it](#) 0 [77](#)

A fines de agosto, se esperaba que los buses del corredor azul (en las avenidas Tacna, Garcilaso de la Vega y Arequipa) empezaran a circular permanentemente, sin presencia de las popularmente condenadas combis y coasters como había promocionado la gestión de Susana Villarán en la Municipalidad de Lima, en lo que era parte de la reforma del transporte. Pero solo días antes de esa operación, los limeños se vieron sorprendidos por coasters que circulaban por la avenida Arequipa y la avenida Benavides pintadas de azul y con el logo del Sistema Integrado de Transporte (SIT). Una foto circulaba por Twitter y de inmediato vinieron las preguntas y constantes comentarios en redes sociales: ¿Viveza de los transportistas? ¿Falta de fiscalización? Más que dar cuenta del hecho con un texto corto y consignando la citada imagen, lo que se hizo fue contactar a los representantes de los consorcios operadores para tener una información más amplia.

Además de esas fuentes, se consultó a otra a través del mismo Twitter: a la cuenta oficial del SIT, que justamente respondió a quien escribe este informe haciendo sus descargos. Y todo a partir de un tuit.

- Lluvia en Cajamarca causó inundación por mal sistema de drenaje

Publicación: Miércoles 13 de enero del 2015 – 19:42

Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/cajamarca/lluvia-cajamarca-causo-inundacion-mal-sistema-drenaje-noticia-1784595>

MARTES 13 DE ENERO DEL 2015 | 19:42

Lluvia en Cajamarca causó inundación por mal sistema de drenaje

El inconveniente es que la ciudad está en una ladera, indicaron a El Comercio directores del Indeci y el Senamhi

Compartir 17 | Twitter 30 | +1 0 | Compartir 0 | 0 | 1



La plazuela al exterior de la sede municipal de Cajamarca también se inundó por la intensa lluvia de esta tarde. (Foto: @JaimeHerreraCaj / Twitter)

LEA TAMBIÉN...

- Lluvias en selva central causan pérdidas diarias de \$ 3 mils.**

- Aniegos afectan Jaén por la mala ejecución de obras**

- Evahtan prohibir carnavales en la Plaza de Armas de Cajamarca**

- Aniegos afectan Jaén por la mala ejecución de obras**

- Evahtan prohibir carnavales en la Plaza de Armas de Cajamarca**


RENÉ ZUBIETA PACCO
@renezp

La fuerte lluvia de esta tarde en **Cajamarca** -que estuvo acompañada de truenos, relámpagos y granizo- inundó algunos sectores de la parte baja de la ciudad, incluso los exteriores del complejo donde se ubica la municipalidad provincial.


Las precipitaciones se dieron entre las 4 y 5 p.m., y duraron aproximadamente 15 minutos afectando parte de las provincias de Cajamarca y Celendín, informó a **El Comercio** director de **Senamhi** en Cajamarca, Julio Urbiola del Carpio.

"Ha sido una tormenta localizada que ha afectado básicamente la zona urbana de Cajamarca. Estimamos que ha caído entre 10 a 20 litros por metro cuadrado", manifestó. Explicó además que como la ciudad está en una ladera, el agua de la lluvia discurrió desde la parte alta a la zona baja, inundando algunas casas, negocios y vías en los sectores de Fonavi II y Qhapaq Nan, donde se ubica la municipalidad.




Vías de la ciudad de Cajamarca tras la fuerte lluvia de esta tarde. (Foto: @eduincajamarca / Twitter)


Aniegos afectan Jaén por la mala ejecución de obras




Evalúan prohibir carnavales en la Plaza de Armas de Cajamarca



Aniegos afectan Jaén por la mala ejecución de obras



Evalúan prohibir carnavales en la Plaza de Armas de Cajamarca



MAL SISTEMA DE DRENAJE
 El ingeniero Urbiola del Carpio llamó la atención respecto al canal de drenaje en el centro urbano de la ciudad, que es de unos 20 centímetros de ancho por cinco de alto, lo que facilita el colapso de forma rápida.


“Lo que se manifiesta es que hay un sistema de mal drenaje en la ciudad de Cajamarca, como otras ciudades de la sierra, donde no se ha considerado el período de lluvias. Más aún, esta lluvia es de baja intensidad”, advirtió.

La misma posición compartió el director del Instituto Nacional de Defensa Civil (Indeci) en **Cajamarca**, Víctor Cabrera Rodríguez. Tras señalar que no tenía reportes de daños personales, manifestó a **El Comercio** que las casas se inundaron por no tener un sistema adecuado de evacuación.

“Donde se ha empozado el agua, es donde se ha construido mal. En el Qhapaq Ñan tienen una plazuela que se ha inundado porque no tiene desfogue. En la Vía de Evitamiento también, por ejemplo un taller mecánico. También hay negligencia de los ciudadanos”, sostuvo.

SE ESPERAN MÁS LLUVIAS
 El Senamhi estimó que a partir del 15 o 16 de este mes se presentarán lluvias generalizadas con tormentas eléctricas en gran parte de las provincias de la región.

Fuerte lluvia cae en la ciudad de Cajamarca



Fuerte Lluvia cae en la ciudad de Cajamarca

0:00 / 0:40

Tags relacionados

Cajamarca Lluvias Senamhi René Zubieta

Compartir 17 Tweetear 30 +1 0 in Compartir 0 Pinit 0 1

Como en el caso anterior, un tuit que reportaba una ocurrencia fue punto de partida para un informe. Un usuario dio cuenta de los estragos por las lluvias en Cajamarca, y lo que se hizo en la edición digital de *El Comercio* fue no solo dar cuenta de que llovía, sino explicar la problemática de la ciudad y su sistema de drenaje en época de fuertes lluvias. Para ello se contó con fuentes especializadas.

- *Metropolitano: pasajeros agreden a chofer de bus*

Publicación: 25 de abril del 2014 – 18:12

Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/ciudad/metropolitano-pasajeros-casi-agreden-chofer-bus-noticia-1725299>

VIERNES 25 DE ABRIL DEL 2014 | 18:12

Metropolitano: pasajeros agreden a chofer de bus

Tras un accidente con un pasajero, piloto recibió la orden de regresar a base, generando la molestia de los usuarios

Compartir 833 | Twittear 27 | +1 2 | Compartir 0 | PinIt 0 | 52



LEA TAMBIÉN...
Hombre murió arrollado por bus del Metropolitano



Pelea en Metropolitano: español y peruano se golpearon en viaje



Metropolitano: español y peruano se golpearon en viaje



Un video colgado en [YouTube](#) muestra un fuerte entredicho ocurrido anoche en una unidad del servicio [Metropolitano](#) que hacia la ruta norte - sur al promediar las 8:15 p.m.

Las imágenes muestran a un nutrido número de pasajeros indignados con un chofer del Expreso 1 que, según indican, **no cumplió su ruta completa**.

"Dice que lo han llamado de la estación central y que tiene que regresar. ¿Cómo nos va a dejar acá? Tiene que llegar a Matellini y regresar", menciona un incómodo usuario.

Fuentes de [Protransporte](#) informaron a [El Comercio](#) que el chofer recibió la orden de regresar a la estación central pues tenía que entregar la tarjeta del SOAT para la atención de una pasajera **que sufrió un accidente al intentar subir al bus**.

Al minuto 2 del video aparece un mensaje señalando lo siguiente: "El bus se detuvo cerca de 10 minutos, por lo que apagué mi cámara un instante. Luego, dio un giro de 180 grados para bajar a los pasajeros en el embarque hacia el norte. **Ahí empezó la trifulca**".

Efectivamente, por lo menos seis pasajeros insultan al chofer e incluso uno de ellos le propina un golpe de puño. El chofer permanece inmóvil en su asiento hasta que recién, unos minutos después, **llega un policía y un trabajador de Protransporte para calmar los ánimos**.

Como es usual en cada incidente ocurrido durante el traslado de pasajeros, los choferes del [Metropolitano](#) tienen un "protocolo" que cumplir. Esto genera casi siempre una demora que incomoda a los pasajeros. El incidente ocurrió en el lapso de la llamada "hora punta". **El vehículo lucía abarrotado de usuarios**.

Tags relacionados

Metropolitano | Protransporte | Lima | YouTube

Compartir 833 | Twittear 27 | +1 2 | Compartir 0 | PinIt 0 | 52

Este caso dio pie a profundizar en el tema no solo para la versión online, sino también para la edición impresa de *El Comercio*, teniendo así presentaciones de la información en distintas plataformas.

SÁBADO 03 DE MAYO DEL 2014 | 08:55

Caos del transporte aviva el estrés e impacta en salud mental

Por factores como la pérdida en tiempo de viaje, que es de 4 horas en promedio al día. Especialistas analizan [la problemática](#)



Con ese círculo vicioso, la ciudadanía se ve inmersa en el tráfico, el apuro por llegar su destino, las malas condiciones de los vehículos, la contaminación, los viajes 'como sardinas', empujones, reclamos airados, el maltrato de muchos transportistas y la excesiva velocidad. (Foto y video: Miguel Bellido / El Comercio)

LEA TAMBIÉN...

No solo choferes: cuando los pasajeros también causan problemas



Metropolitano: chofer denunció a su agresor ante comisaría



Metropolitano: chofer denunció a su agresor ante comisaría



Pasajero del Metropolitano que le pegó a chofer pide perdón



RENÉ ZUBIETA @renezp
Redactor de Sociedad

El caos del [transporte público](#) confabula contra los usuarios exacerbando sus estados de ánimo, ligándose estos al estrés por las condiciones de viaje y por situaciones personales. Y como suele verse en buses, coasters y combis, así como en paraderos o estaciones de [Metropolitano](#), se desencadenan reacciones agresivas verbales y hasta físicas. Según especialistas, **hasta impacta negativamente en la salud mental de la población.**

Lo hemos visto en los últimos: el [pasajero del Expreso 1 que agredió al chofer](#) o la pelea entre un peruano y un español en otra unidad. También son cotidianas las discusiones dentro buses y hasta en las colas de los paraderos del Metropolitano o el tren eléctrico.

Y es que las condiciones para vivir en ese estado de tensión en las calles y vías -y para que este se incremente- parecen estar dadas. En esta Lima de **8 millones 693 mil habitantes**, según el INEI, **hay más de un millón 300 mil vehículos, de los cuales más de 30 mil son para el transporte urbano en más de 450 rutas.** El propio Plan Regional de Desarrollo Concertado de Lima 2012-2025 reconoce que esa realidad es excesiva y representa una **sobreoferta.**

SERIO IMPACTO

Especialistas consultados por [El Comercio](#) manifestaron que, en promedio, **se pierden al día 4 horas por viajar en transporte público.** La cifra coincide con un estudio de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA por sus siglas en inglés) y con un informe emitido en enero por el Banco Mundial, que se refiere a unos 400 millones de latinoamericanos que viven en zonas urbanas y desperdician el mismo tiempo.

Metropolitano:
pasajeros agreden a
chofer de bus

Pelea en
Metropolitano:
español y peruano se
golpearon en viaje
Metropolitano:
chofer denunció a su
agresor ante
comisaría



Pasajero del
Metropolitano que le
pego a chofer pide
perdon



Metropolitano:
pasajeros agreden a
chofer de bus

Pelea en
Metropolitano:
español y peruano se
golpearon en viaje
Metropolitano:
chofer denunció a su
agresor ante
comisaría



Pasajero del
Metropolitano que le
pego a chofer pide
perdon



Metropolitano:
pasajeros agreden a
chofer de bus

Pelea en
Metropolitano:
español y peruano se
golpearon en viaje
Metropolitano:
chofer denunció a su
agresor ante
comisaría



Pasajero del
Metropolitano que le
pego a chofer pide
perdon



Metropolitano:
pasajeros agreden a
chofer de bus

Pelea en
Metropolitano:
español y peruano se
golpearon en viaje

Un análisis hecho por Alfonso Florez Mazzini, gerente general de la Fundación Transitemos, detalla que una persona económicamente activa y que tenga por delante unos tres décadas de trabajo, pierde en ese tiempo aproximadamente 3 años y 4 meses de vida laboral. Pero **si consideramos una vida laboral desde los 25 hasta los 65 años (edad de jubilación), se tendría que en 4 décadas, lo perdido llegaría a los 4 años y 6 meses.**

Señalan además los especialistas que el problema en Lima es más agudo, por ejemplo, que en Santiago de Chile, donde hay metro subterráneo. Además, con todo la problemática se da un fuerte gasto económico.

"Las proyecciones dicen que hasta el 2015, si seguía todo como está -y sigue como está-, eran **8 mil millones de dólares**", comentó Adrián Revilla, presidente de la Asociación Cruzada Vial, respecto a los gastos a nivel general por pérdidas de horas hombre, combustible, accidentes de tránsito y la cobertura de daños materiales y humanos que estos generan. Esa cifra representa aproximadamente el 4% del actual PBI peruano.

Y los accidentes de tránsito, son otro cantar. **Hubo 50.435 en Lima Metropolitana el 2013, de los cuales 506 fueron fatales**, según indica Cruzada Vial en base a información del INEI y la PNP. En una entrevista anterior con este Diario, Alejandro Silva, defensor municipal de víctimas de accidentes de tránsito, reveló que en los últimos 10 años hubo 1.000 personas muertas y 10.000 se quedan accidentadas de por vida. Esas cifras, precisó, nos colocan como la ciudad con más altos niveles de accidentalidad, al igual que Ciudad de México y Caracas.

"No hay capacidad física de la ciudad para soportar tanto ingreso de los vehículos, máxime cuando los vehículos viejos no están siendo desechados [...]" Ahora ya no podríamos decir que hay horas punta, el día es punta en algunos lugares al menos", apuntó Alejandro Silva, defensor municipal de víctimas de accidentes de tránsito. Justamente el transporte público es el segundo problema más importante de la ciudad, según la última encuesta Lima Cómo Vamos. Este estudio señala que la mayoría usa combis o coasters para transportarse y que el 40,3% de la población percibe que el tiempo de viaje ha aumentado.

ÁNIMOS Y ESTRÉS EXACERBADOS

Con ese círculo vicioso, la ciudadanía se ve inmersa en el tráfico, el apuro por llegar su destino, las malas condiciones de los vehículos, la contaminación, los viajes 'como sardinas', empujones, reclamos airados, el maltrato de muchos transportistas y la excesiva velocidad. Ello -sumado a los problemas personales que cada uno pueda tener- hace que el usuario pueda sentirse más abrumado de lo que ya puede estar, avive su estrés o reaccione en distintos niveles de agresión de acuerdo a la personalidad.

Para Beatriz Oré, directora de la Escuela de Psicología de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, el peligro no es una persona que reaccione impulsiva o agresivamente -por ejemplo dentro de un bus ante un incidente-, sino lo que esta encuentra al relacionarse con su entorno. "Si afuera la sociedad está descontrolada, a una persona impulsiva le da más angustia, le genera estrés y le lleva a ser más impulsiva. Hay esa relación entre lo social y lo individual. **Cuando lo social funciona, ayuda a que las individualidades se autorregulen y no tengan que defenderse**", dijo.

Silva Reina consideró que si un conductor exterioriza su agresividad y estrés con el manejo imprudente o el exceso de velocidad, los pasajeros pueden exacerbar su tensión al encontrarse con las dificultades señaladas al querer llegar lo más pronto posible a su destino. **"Son expresiones evidentemente de un problema de tensión o de inclusive cierto desorden psicológico que está afectando a la población en su conjunto"**, sostuvo.

"El pasajero quiere llegar a su destino, recibe maltrato del cobrador y quiere viajar dentro de márgenes de seguridad. El conductor pone música a alto volumen, corretea por más pasajeros, porque quiere juntar más dinero para pagarle el dueño, echar combustible y obtener ganancias. Entonces, enerva el estado de ánimo de los pasajeros. Por tanto, estos **están predispuestos a actuar ante cualquier hecho en su contra, y reaccionan con ira y descontrol**", había señalado también Luis Quispe Candia, especialista en transporte de Luz Ambar.

golpearon en viaje
Metropolitano:
chofer denunció a su
agresor ante
comisaría



Pasajero del
Metropolitano que le
pegó a chofer pide
perdón



Metropolitano:
pasajeros agreden a
chofer de bus

Pelea en
Metropolitano:
español y peruano se
golpearon en viaje



Metropolitano:
pasajeros agreden a
chofer de bus

Pelea en
Metropolitano:
español y peruano se
golpearon en viaje

“En el transporte
siempre hemos
tenido cifras de
guerra”



La psiquiatra del Instituto Nacional de Salud Mental, Patricia Albornoz, precisó que un pasajero puede reaccionar impulsivamente –sin pensar si es adecuado o no- ante un estímulo de injusticia, que se podría sentir cuando viajamos en coasters o combis. Incluso si es una persona pasiva, puede desencadenar una reacción en caso guarde mucha agresividad y cólera que se desencadenan cuando hay una suma de situaciones.

“Es un peligro latente. Estamos viviendo días de mucha tensión, y ese tipo de personas representan un peligro. Si una persona hace alguna observación o corrección, puede terminar o insultada o hasta golpeada. **Es mejor medirse y no meterse**”, sentenció.

FACTOR DE LA SALUD MENTAL

Para Beatriz Oré, directora de la Escuela de Psicología de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, la anarquía del transporte en Lima “**es un factor que está asociado a la salud mental**”. “Hay una relación, pero no es causa única. Es una manifestación más de la violencia, así como la de las escuelas, la familia, en las calles”, explicó.

Por su parte, la psiquiatra del Instituto Nacional de Salud Mental, Patricia Albornoz, comentó que “es un factor de tantos que ya se agrava. **Tenemos una población con trastornos mentales importantes, con tensión por estrés y niveles de insatisfacción importantes**”.

Cabe resaltar que el Estudio Epidemiológico de Salud Mental en Lima Metropolitana y Callao 2012 realizado por el Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado – Hideyo Noguchi” da cuenta de que **la cuarta parte de la población de Lima Metropolitana y Callao ha presentado algún desorden psiquiátrico en algún momento de su vida**, y que una de cada 10 personas lo ha padecido o padece en el último año.

Tags relacionados

Transporte urbano Transporte público Accidentes de tránsito
Salud mental estres Metropolitano
Alfonso Florez Mazzini Alejandro Silva Reina
Luis Quispe Candía René Zubieta Beatriz Oré Silvia Reina
Patricia Albornoz

Compartir 1574 Twitter 64 +1 5 Compartir 0 Pin it 0 41

Enlace de la información presentada:

<http://elcomercio.pe/lima/transporte/caos-transporte-aviva-estres-impacta-salud-mental-noticia-1726877>

Agresor del Metropolitano: “Estaba como loco, quería salir”

Francisco Pareja Padró explicó a El Comercio los pormenores de una acción que reconoce como “vergonzosa y matonesca”



“Yo quiero que lo que he hecho que sea un punto de quiebre, que eso se termine, lograr esa recomendación entre el público y el transportista. Se odian mutuamente. Hay que para esto, usen mi ejemplo, usen mi cara, mi vergonzoso, mi cobarde accionar para qu

LEA TAMBIÉN...

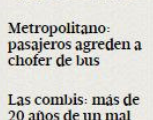
Limeños perciben que pierden más tiempo en transporte público



No solo choferes: cuando los pasajeros también causan problemas



No solo choferes: cuando los pasajeros también causan problemas

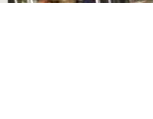


Metropolitano: pasajeros agreden a chofer de bus

Las combis: más de 20 años de un mal que debe desaparecer del transporte público



No solo choferes: cuando los pasajeros también causan problemas



RENÉ ZUBIETA @renezp
Redacción online

Francisco Pareja Padró es el pasajero del bus Expreso 1 del Metropolitano que, la noche del jueves 24 de abril, agredió verbal y físicamente al conductor de la unidad luego de que esta -por una emergencia tras un accidente previo- cortara su ruta en la Estación Plaza de Flores cuando tenía que llegar hasta la Estación Matellini. Así se generó un tumulto y reclamo airado de los usuarios.

En diálogo con **El Comercio**, Pareja reconoció que actuó de forma “**vergonzosa y matonesca**”, por lo que pidió nuevamente disculpas a los ciudadanos y al conductor, pues considera que con su violencia fomenta una mala acción. “**Todos tenemos nuestros cinco minutos**”, dijo al recalcar que se atiene a las consecuencias.

El abogado refirió que aquella noche optó por viajar en Metropolitano para dirigirse a la exposición fotográfica de un amigo. Según dijo, no suele usar transporte público, pues prefiere trasladarse en bicicleta. “**Lo tragicómico que he escuchado: hay mucha gente, que en los blogs dicen que si no hubiera sido el Metropolitano, que si le pegaba a uno de Orión, hubiera sido alcalde de Lima. Eso es terrible**”, reprochó.

¿Por qué reaccionaste así?

Era hora punta; el bus, repleto. Llegamos a la estación y el chofer por el micrófono: “Último paradero de la ruta, bajen”. Pasaron 15 y más minutos que el chofer solamente repetía “Este es el último paradero, desalojen el bus”.

Que repitiera tanto eso, ¿te exasperó?

Yo no soy loco ni ninguno de los 150 pasajeros que estaban ahí. Si nos decían tenemos un problema, bajábamos tranquilo. Pensé que nos estaban faltando el respeto. El bus avanzó y se cerraron las puertas. Y nos quedamos entre dos paraderos, encerrados, lleno de gente el bus, un calor infernal, la crisis generalizada, una psicosis colectiva de la gente gritando “avanza”, golpeando las puertas. Es una parte bien oscura. Yo me puse paranoico. Alguien me dijo “Ya, anda nomás”. Eso me exasperó más.

¿Estabas apurado ese día?

Estaba apurado. Pero más allá de eso, habíamos estado encerrados. Realmente hubo pánico. Yo soy operado a corazón abierto. Me dio claustrofobia. Me faltaba el aire, estaba como loco, quería salir.

golpearon en viaje
Metropolitano:
chofer denunció a su
agresor ante
comisaría



Pasajero del
Metropolitano que le
pegó a chofer pide
perdón



Metropolitano:
pasajeros agreden a
chofer de bus

Pelea en
Metropolitano:
español y peruano se
golpearon en viaje



Metropolitano:
pasajeros agreden a
chofer de bus

Pelea en
Metropolitano:
español y peruano se
golpearon en viaje

“En el transporte
siempre hemos
tenido cifras de
guerra”



La psiquiatra del Instituto Nacional de Salud Mental, Patricia Albornoz, precisó que un pasajero puede reaccionar impulsivamente –sin pensar si es adecuado o no- ante un estímulo de injusticia, que se podría sentir cuando viajamos en coasters o combis. Incluso si es una persona pasiva, puede desencadenar una reacción en caso guarde mucha agresividad y cólera que se desencadenan cuando hay una suma de situaciones.

“Es un peligro latente. Estamos viviendo días de mucha tensión, y ese tipo de personas representan un peligro. Si una persona hace alguna observación o corrección, puede terminar o insultada o hasta golpeada. **Es mejor medirse y no meterse**”, sentenció.

FACTOR DE LA SALUD MENTAL

Para Beatriz Oré, directora de la Escuela de Psicología de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, la anarquía del transporte en Lima “**es un factor que está asociado a la salud mental**”. “Hay una relación, pero no es causa única. Es una manifestación más de la violencia, así como la de las escuelas, la familia, en las calles”, explicó.

Por su parte, la psiquiatra del Instituto Nacional de Salud Mental, Patricia Albornoz, comentó que “es un factor de tantos que ya se agrava. **Tenemos una población con trastornos mentales importantes, con tensión por estrés y niveles de insatisfacción importantes**”.

Cabe resaltar que el Estudio Epidemiológico de Salud Mental en Lima Metropolitana y Callao 2012 realizado por el Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado – Hideyo Noguchi” da cuenta de que **la cuarta parte de la población de Lima Metropolitana y Callao ha presentado algún desorden psiquiátrico en algún momento de su vida**, y que una de cada 10 personas lo ha padecido o padece en el último año.

Tags relacionados

Transporte urbano Transporte público Accidentes de tránsito
Salud mental estres Metropolitano
Alfonso Florez Mazzini Alejandro Silva Reina
Luis Quispe Candía René Zubieta Beatriz Oré Silvia Reina
Patricia Albornoz

Compartir 1574 Twitter 64 +1 5 in Compartir 0 PinIt 0 41

Enlace de la información presentada:

<http://elcomercio.pe/lima/transporte/agresor-metropolitano-estaba-como-locqueria-salir-noticia-1726882>

Esta fue la versión para la edición impresa de las publicaciones presentadas anteriormente, y que son de la edición digital.

TEMA DEL DÍA

UN SERVICIO QUE AVIVA EL ESTRÉS

Unas cuatro horas pierde un limeño a diario por el caos en el transporte

Se estima que unos US\$8 mil millones al año se pierden por la congestión, los accidentes y la sobreoferta de unidades en la ciudad, entre otros.

La anarquía en el transporte público impacta negativamente en la salud mental de los usuarios, que padecen la congestión vehicular, maltratos, contaminación, etc. Incluso, llegan a reaccionar con agresiones, como se vio en los últimos días.

RENZO BETA PACCO

El caos del transporte público en Lima suele traer días de furia al pasajero en buses, colectores y combis, así como en paraderos o estaciones del Metropolitano, donde se desencadenan reacciones agresivas verbales y hasta físicas.

Lo hemos visto en los últimos: el pasajero del Expreso 1 que agredió al chofero la pelea entre un peruano y un español en una unidad. También son cotidianas las discusiones en los buses y hasta en las colas de los paraderos del Metropolitano o el metrolite.

Las condiciones para vivir en constante tensión en las calles y vías —y para que esta se incremente— parecen estar dadas. Especialistas consultados por El Comercio estiman que los aproximadamente seis millones de limeños que usan el transporte público gastan entre tres y nueve horas en viajes, además pierden en promedio cuatro horas cada día viajando en estas unidades.

Esta cifra coincide con un estudio de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA, por sus siglas en inglés) y con otro informe de enero del Banco Mundial, el cual señala que los afectados son unos 400 millones de latinoamericanos que viven en zonas urbanas.

SOBREOFERTA VEHICULAR
El Plan Regional de Desarrollo Concertado de Lima 2012-2025 reconoce que hay sobreoferta de transporte público.

Alfonso Flórez Mazzini, gerente general de la Fundación Transitemos, calcula que una persona perderá, en cuatro décadas (por ejemplo, entre los 25 y 65 años, cuando se jubila), 4 años y 6 meses de vida laboral por este motivo.

Otros especialistas agregan que el problema en la capital es más agudo que, por ejemplo, en Santiago de Chile, donde opera un metrolite eficiente.

Adrián Revilla, presidente de la Asociación Cruzada Vial, sostiene que el caos en el transporte genera pérdidas de ocho mil millones de dólares al año por horas-hombre no cumplidas, combustible, accidentes de tránsito y la cobertura de daños materiales y humanos que estos generan.

La cifra equivale aproximadamente al 4% del PIB actual de nuestro país.

"No hay capacidad física de la ciudad para soportar tanto



GUERRA EN LAS PISTAS. Empujones, agresiones verbales y hasta físicas se han convertido en parte de cada día en el transporte de la ciudad.

ingreso de vehículos, sobre todo cuando los vehículos viejos no están siendo desechados. Ahora ya no podríamos decir que hay horas punta, los días suelen ser así todo el tiempo, al menos en algunos lugares", apuntó Alejandro Silva Reina, jefe del Programa de Defensa Municipal de Víctimas de Accidentes de Tránsito de Lima.

¿Cómo afecta a los pasajeros?
Para Beatriz Oré, directora de la Escuela de Psicología de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, la anarquía en el transporte en Lima "es un factor que está asociado a la salud mental".

"Hay una relación, pero no es la única causa. Es una manifestación más de la violencia, así como la de las escuelas, la familia, en las calles", explicó.

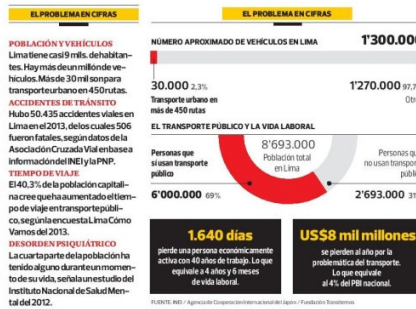
Patricia Albornoz, psiquiatra del Instituto Nacional de Salud Mental, comentó que se trata de "un factor de tantos que ya se agrava".

Silva Reina consideró que si un conductor exterioriza su agresividad y estrés con el manejo imprudente o el exceso de velocidad, los pasajeros también se exacerban.

"Son expresiones evidentemente de un problema de tensión de inclusive cierto desorden psicológico que afecta a la población en su conjunto", sostuvo Luis Quispe Candia, especialista en transporte de la ONG Luz Ámbar, resaltó que los pasajeros "están predispuestos a actuar ante cualquier hecho en su contra, y reaccionan con ira y descontrol" ante conductas de otros en un vehículo de transporte público.



LA MALA. Los pasajeros viajan incómodos porque no tienen otra opción para movilizarse.



HABLAN LOS ESPECIALISTAS

"Ahora estamos viviendo días de tensión generalizada. Es mejor no exponerse".

PATRICIA ALBORNOZ
Psiquiatra del INS

"A nivel de cultura vial, salimos bastante desaprobados".

ADRIÁN REVILLA
Presidente de la Asociación Cruzada Vial.

LOS PASAJEROS OPINAN

"Me molesta la gente que anda aturdida, estresada y malgenada por el transporte".

HERNÁN ABRASCO

"Me estresa por el tráfico sobre todo en las horas punta. Lo que más me molesta es la aglomeración. En combi micro, el problema es que no cumplis ruta".

PEDEO MEJÍA

"Me molesta saber que viajando pierdo horas valiosas que puedo dedicar a mi familia o amigos".

ONAIR ALVAREZ

"Me agobia lo caótico del tránsito. Los conductores, los cobradores, las carreras, la inseguridad, los mendigos o los vendedores que suben a los buses".

LIVIA ESCOBAR



ACEPTA LA CULPA. Francisco Pareja Padró agredió sin motivo al chofer de un bus del Metropolitano el pasado 24 de abril.

"Estaba como loco", dice un pasajero agresor

Francisco Pareja Padró es el pasajero del bus Expreso 1 del Metropolitano que la noche del jueves 24 de abril agredió verbal y físicamente al conductor de una unidad luego de que esta —por una emergencia, tras un accidente previo— cortara su ruta en la estación Plaza de Flores, cuando tenía que llegar hasta la estación Marellini. Así se generó un tumulto y el aludido reclamó de los usuarios.

Endiálogo con El Comercio, Pareja aseguró ser una persona

tranquila, pero explicó su reacción debido a la tensión por lo ocurrido. "Habíamos estado cerrados. Realmente hubo pánico. Yo soy operado a corazón abierto. Me dio claustrofobia. Me faltaba el aire, estaba como loco, quería salir", arguyó.

Según refirió, el chofer no dio mayor explicación y sobrepeta. "Último paradero de la ruta, bajen". Pero Pareja contó que se exasperó tras escuchar que alguien le gritó: "Ya, anda nomás". El abogado mirafloresino,

que suele transportarse en bicicleta y no usar transporte público, reconoció que su actitud fue "vergonzosa y matoneca", insistió en su pedido de disculpas al conductor, expresó su arrepentimiento y rechazó los actos violentos.

"Todos tenemos nuestros cinco minutos", dijo al recalcar que se atiene a las consecuencias. Sin embargo, pidió que se accionara sea visto como una oportunidad para generar mejor cultura ciudadana.

Para Beatriz Oré, directora de la Escuela de Psicología de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, Pareja habría reaccionado por la presión de una situación estresante. "Ante mucho estrés, el organismo hueye o ataca. El óptimo por lo común", dijo. La psiquiatra Patricia Albornoz acotó que el pasajero sufrió una reacción de estrés agudo, pero será temporal, "acotó al precisar que esto ocurre también en personas sin patologías".

Un video publicado en YouTube daba cuenta de una agresión de pasajeros de un bus de Metropolitano a conductor del mismo. Ellos desconocían que el chofer había recibido la orden de regresar a la Estación Central, pues tenía que entregar la tarjeta del SOAT para la atención de una pasajera que había sufrido un accidente al intentar subir previamente a la unidad. El mismo conductor tampoco lo informó, según los testigos. Como el vehículo no completó la ruta e hizo bajar a los usuarios, se generó la trifulca.

En este caso se realizaron varias notas del tema, incluida la versión para la edición impresa, como se ha mostrado. El punto de partida fue una nota con el video como elemento principal y con fuentes municipales explicando la situación. Por ello, más allá de dar cuenta de ese hecho, se amplió la información al abordar temas referidos a la problemática del transporte y el tráfico en Lima, y su incidencia en el estrés, la frustración y hasta la salud mental de los capitalinos. Asimismo, se entrevistó al pasajero agresor identificado.

7) El periodista cual reportero ciudadano

En *El Comercio* hubo un cambio hace dos años con la entrega de 'smartphones' o teléfonos inteligentes a los periodistas. Con esos aparatos dotados de saldo en llamadas y en consumo de datos de Internet se ha facilitado la cobertura informativa sobre todo para hacerla más inmediata y reportear de forma virtual.

Por ejemplo, un periodista que va a cubrir un incendio ya no espera volver horas más tarde a la redacción para escribir o dejar las fotos, sino que desde el mismo lugar de los hechos envía la información a través del correo electrónico, redes sociales citando a las cuentas del diario o Whatsapp.

Pero si nos damos cuenta, esa era labor que ya realizaban previamente los ciudadanos porque contaban con esa facilidad. Uno que otro periodista también, haciendo uso de sus propios equipos. Pero con esa alternativa dada en *El Comercio*, el trabajo se hace ahora en multiplataforma: para el papel y para la web. Aquí un par de casos:

- *Marcha contra régimen juvenil generó este caos en Lima [Video]*

Publicación: viernes 16 de enero del 2015.

Enlace: <http://elcomercio.pe/lima/ciudad/ley-pulpin-marcha-regimen-laboral-juvenil-abancay-congreso-noticia-1785064>

VIERNES 16 DE ENERO DEL 2015 | 11:00

Marcha contra régimen juvenil generó este caos en Lima [Video]

Cientos de manifestantes partieron desde la Plaza Dos de Mayo, Plaza San Martín y el Campo de Marte hasta la Av. Abancay

Compartir 156 Twitter 45 +1 33 Compartir 0 PinIt 0 100



Cientos partieron desde la Plaza Dos de Mayo, Plaza San Martín y el Campo de Marte rumbo al Congreso pero agentes los contuvieron en la avenida Abancay. (Miguel Rocca/El Comercio)

LEA TAMBIÉN...

Opositores a 'Ley Pulpín' bloquearon carretera: PNP los liberó



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



Seguir a @sociedad_ECpe



Sociedad El Comercio @sociedad_ECpe

Seguir

Ley laboral juvenil: marcha dejó 20 detenidos y 16 PNP heridos #LeyPulpin ow.ly/HprLQ

23:26 - 15 ene 2015

13 RETWEETS 3 FAVORITOS



En su intento por llegar al Congreso de la República, miembros de sindicatos de trabajadores, estudiantes universitarios y colectivos barriales que participan de la cuarta marcha en contra del nuevo régimen laboral juvenil se enfrentaron con palos a miembros de la PNP que habían formado un cordón humano entre las avenidas Nicolás de Piérola y Abancay, en el Cercado de Lima.

Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



René Zubieta
@renezp

Seguir

Cdra 9 de Abancay #leypulpin @elcomerciope @sociedad_ecpe PNP motorizada dispersó a más manifestantes vine.co/v/OjaKr16OBrW

20:05 - 15 ene 2015

12 RETWEETS 9 FAVORITOS



Allí, los agentes intentaron despejar la masa pero los manifestantes arremetieron, incluso, lanzando piedras, pintura y bombardas. La policía recurrió a bombas lacrimógenas y gas pimienta para disuadir la protesta.



René Zubieta
@renezp

Seguir

Hay un detenido. PNP persiguió a manifestantes @elcomercio @sociedad_ecpe #leypulpin vine.co/v/OjaBrjhEDzP

19:44 - 15 ene 2015

16 RETWEETS 5 FAVORITOS



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Más temprano, Jorge Rodríguez Ríos, representante del Foro Juvenil de Izquierda, detalló que la intención de la masa era llegar al Congreso de la República para exigir ahí la derogatoria de la referida norma.



René Zubieta
@renezp

Seguir

PNP tomó control en Piérola con Abancay. Han ampliado su frente #leypulpin

19:47 - 15 ene 2015

13 RETWEETS 3 FAVORITOS



La concentración de manifestantes fue en la Plaza Dos de Mayo, Plaza San Martín y el Campo de Marte. Allí se congregaron estudiantes universitarios así como distintos colectivos de empleados, representantes de organizaciones distritales y barriales desde las 3 p.m. aproximadamente.

Asimismo, en los tres lugares se formaron largos cordones policiales para escoltar el recorrido de los protestantes, que empezó minutos después de las 6 p.m. Agentes de la PNP también se movilizan por calles y jirones del 'Dámero de Pizarro'. Algunos de estos llevan puestos guantes blancos en señal de no violencia. Todos los accesos a la Plaza de Armas de Lima han sido cerrados con rejas.

ASÍ ESTUVO LA MARCHA ANOCHE



René Zubieta
@renezp

Seguir

Policías y rejas evitan paso de marcha hacia Abancay @elcomercio @sociedad_ECpe #LeyPulpin

18:46 - 15 ene 2015

Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil: opositores marcharán desde las 5 p.m.



René Zubieta @renezp

Seguir

'Urresti deja de tuitear y ponte a trabajar', gritan en Abancay con Colmena #LeyPulpin @sociedad_ecpe @elco... vine.co/v/Ojzwr1ntIMq

18:45 - 15 ene 2015

45 RETWEETS 13 FAVORITOS



René Zubieta @renezp

Seguir

Caminando o en silla de ruedas #LeyPulpin

18:39 - 15 ene 2015

17 RETWEETS 10 FAVORITOS



René Zubieta @renezp

Seguir

CGTP y más gremios van hacia Abancay. @elcomercio @sociedad_ECpe #LeyPulpin

18:37 - 15 ene 2015

11 RETWEETS 4 FAVORITOS





Régimen Laboral Juvenil- opositores marcharán desde las 5 p.m.



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil- opositores marcharán desde las 5 p.m.



Ante marcha contra régimen juvenil: rejas en vías del centro



Régimen Laboral Juvenil- opositores marcharán desde las 5 p.m.



René Zubieta @renezp

Seguir

Etnocaceristas también en Plaza San Martín #LeyPulpin

18:18 - 15 ene 2015

27 RETWEETS 9 FAVORITOS



René Zubieta @renezp

Seguir

Gran contingente policial rodea Plaza San Martín @sociedad_ECpe @elcomercio #LeyPulpin

18:00 - 15 ene 2015

11 RETWEETS 4 FAVORITOS



René Zubieta @renezp

Seguir

Denuncien si policías abusan de la fuerza, pero también si manifestantes generan violencia y daños #leypulpin

17:33 - 15 ene 2015

4 RETWEETS UN FAVORITO



Tags relacionados

- Régimen Laboral Juvenil
- Marchas
- Plaza Dos de Mayo
- Ley Pulpin

Compartir 156
 Twittear 45
 +1 33
 Compartir 0
 Pin it 0
 100

Quien escribe este informe cubrió una de las manifestaciones en Lima contra la ley que creaba el régimen laboral juvenil, conocido popularmente como 'ley pulpín'. A través del uso de Twitter y la herramienta de videos cortos 'Vine' se reportaron hechos citando a las cuentas de *El Comercio* para que tomen conocimiento y usen esos textos, fotos y videos en las notas que producían colegas en la redacción para el sitio web. Justamente esa información se incrustaba también entre los párrafos de las notas, explotando las cualidades multimedia del Internet.

- Pichanaki retoma actividades tras cuatro días de paro

Publicación: 13 de febrero del 2015

Enlace: <http://elcomercio.pe/peru/juin/pichanaki-retoma-actividades-cuatro-dias-paro-noticia-1791258>

VIERNES 13 DE FEBRERO DEL 2015 | 09:04

Pichanaki retoma actividades tras cuatro días de paro

Tránsito vehicular y actividades comerciales se desarrollan con normalidad esta mañana tras acuerdo para [suspender el paro](#)

Compartir 1 | Twittear 18 | +1 0 | Compartir 0 | PinIt 0



La calma regresó a la calles de Pichanaki. (René Zubieta / El Comercio)

LEA TAMBIÉN...

Pichanaki: la tensa jornada en imágenes [GALERÍA]



Pichanaki: acuerdan levantar paro hasta el próximo jueves



Ollanta Humala: No se protegerá a nadie por muerte en Pichanaki



levantar paro hasta el próximo jueves



Ollanta Humala: No se protegerá a nadie por muerte en Pichanaki

RENÉ ZUBIETA PACCO
@renezp

Pichanaki amaneció húmeda tras la lluvia de madrugada. Una fresca mañana fue el escenario en el que se retomaron con normalidad las actividades comerciales cotidianas en este distrito de la provincia de Chanchamayo, en Junín, luego de cuatro días de protestas.



Sociedad El Comercio
@sociedad_ECpe

La tensa jornada en #Pichanaki en imágenes [#GALERÍA]
ow.ly/IVZDi

00:06 - 13 feb 2015

UN RETWEET 2 FAVORITOS

Gavino Valenzuela (55) contó a **El Comercio** que por seguridad mantuvo cerrado su restaurante, perdiendo entre 100 y 150 soles al día. Por su parte, Pedro Arias (42) no podía pasar el puente rumbo a la plaza del distrito para instalar su carretilla de jugos de naranja, perdiendo 150 soles diarios en ventas. Sin embargo, ambos se mostraron de acuerdo con la protesta.



Relevan a 14 oficiales de la PNP por uso de armas en Pichanaki



levantar paro hasta el proximo jueves



Ollanta Humala: No se protegerá a nadie por muerte en Pichanaki



Relevan a 14 oficiales de la PNP por uso de armas en Pichanaki



levantar paro hasta el proximo jueves



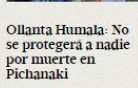
Ollanta Humala: No se protegerá a nadie por muerte en Pichanaki



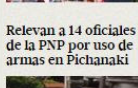
Relevan a 14 oficiales de la PNP por uso de armas en Pichanaki



levantar paro hasta el proximo jueves



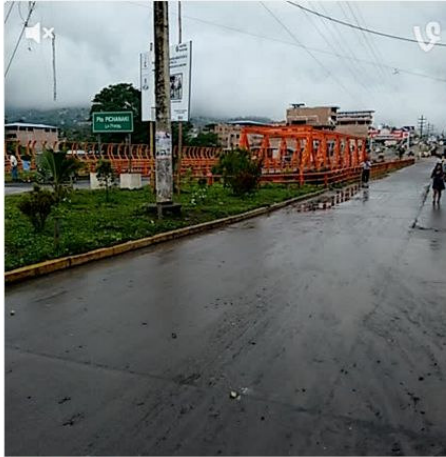
Ollanta Humala: No se protegerá a nadie por muerte en Pichanaki



Relevan a 14 oficiales de la PNP por uso de armas en Pichanaki



El tránsito vehicular también se ha normalizado. Las unidades pasan sin ningún inconveniente por el puente **Pichanaki** y la avenida Marginal, que estuvieron bloqueados por cuatro días como parte del paro indefinido contra las actividades de **Pluspetrol**.



René Zubieta @renezpz
 Puente #Pichanaki y Av Marginal. Tránsito también se normaliza tras 4 días de paro @elcomercio @sociedad_ecpe vine.co/vj/OP1jTH12xgm
 07:25 - 13 feb 2015
 6 RETWEETS 3 FAVORITOS

Fue en esa zona donde ayer, sobre un improvisado estrado sobre un tráiler, se anunció la suspensión del paro hasta el próximo jueves. De acuerdo al acta, ese día se continuará con la mesa de diálogo.



Sociedad El Comercio @sociedad_ECpe
 #Pichanaki: acuerdan levantar paro hasta el próximo jueves ow.ly/IYsnj #Junin
 18:29 - 12 feb 2015
 7 RETWEETS 2 FAVORITOS

Aunque dirigentes informaron de la suspensión del paro, varios de ellos no firmaron el acta aduciendo estar en desacuerdo con algunos términos referidos al retiro de la empresa Pluspetrol. Se trató de representantes de Perené, Mazamari y el mismo presidente del Frente de Defensa Ambiental de **Pichanaki**, Carlos Echevarría.

Según se pudo conocer, el contingente policial se mantendrá al menos hasta el próximo jueves 19, día de la siguiente reunión de la mesa de diálogo. Son 1.700 policías desplazados en Pichanaki, La Merced y La Oroya, según el Mininter.

Dirigentes convocaron ayer a movilizaciones para esa fecha.

Tags relacionados

- Pichanaki
- Chanchamayo
- Junin
- Pluspetrol
- René Zubieta

Compartir 1 18 0 0 0

El mismo día de la anterior publicación en el sitio web de *El Comercio*, la versión impresa tenía un reportaje de lo acaecido en Pichanaki en la víspera, el jueves 12 de febrero del 2015. Además de realizar reportes online vía redes sociales ese día, se trabajó -como enviado especial de *El Comercio*- la siguiente información para la versión en papel del día viernes 13:

TEMA DEL DÍA

CONFLICTO SOCIOAMBIENTAL EN LA SELVA CENTRAL

Suspenden paro en Pichanaki tras relevo de 14 oficiales y salida de Pluspetrol

La policía admite uso de armas de fuego durante protestas que dejaron un muerto. Congresista Pariona pedirá interpelar al ministro Urresti.

Cuatro días después de iniciar un paro contra la explotación de gas natural, pobladores de Pichanaki y el gobierno acordaron cesar los enfrentamientos. La decisión llegó luego de que la empresa aceptara salir del distrito y la PNP relevara a altos mandos.

RENÉ ZUBETA PACCO
Enviado especial

PAMELA SANDOVAL DEL ÁGUILA

Junín. Luego de cuatro días de paro, en los que la policía recurrió a armas de fuego para controlar a los manifestantes que exigían la salida de la petrolera Pluspetrol, la animadversión y la violencia parecen haberse tomado un respiro en Pichanaki (Chanchamayo). Ello gracias a la firma de un acuerdo entre representantes del Frente de Defensa Ambiental y el gobierno, que el próximo 19 de febrero iniciarán una mesa de diálogo para atender las demandas sociales en la región.

Llegar a ese entendimiento no fue fácil. Hasta el último minuto, trepados sobre un camión en la Plaza de Armas, el ministro de Energía, Eleodoro Mayorga, y Carlos Chavarría, ex promotor del 'Andahuaylazo' y hoy presidente del frente de defensa, discutieron por los términos del acta. La discrepancia, que versó sobre el retiro definitivo de Pluspetrol, terminó con Mayorga bajando a raudo del estrado. "Hay puntos que no están claros. No la firmé por eso, pero no estoy negando la mesa de diálogo", dijo Chavarría a *El Comercio*.

Según el documento, el gobierno se comprometió a solicitar la salida de la petrolera. Mayorga aseveró que esta se hará en tres días, por lo que los manifestantes deberían levantar el paro como muestra de buena voluntad. Chavarría, en cambio, planteó que el paro sea suspendido, pues el año pasado ya les ofrecieron un diálogo y este no se concretó.



HORAS DE TENSION. Las protestas en Pichanaki disminuyeron ayer por la exhibición del feretro de Ever Pérez. Sin embargo, llegar a un acuerdo para suspender el paro no fue fácil.



EN OBSERVACIÓN. Essalud informó que los heridos por las protestas evolucionan favorablemente.

SE VEÍA VENIR



Paros en Cajamarca llevaron a ceerrar el proyecto Conga en el 2013.

22/9/2014
Miembros del Frente de Defensa Ambiental de Pichanaki inician un paro indefinido contra el consorcio Pluspetrol. La población pide su expulsión definitiva en el lote 108.
24/9/2014

36

días después del 'baguazo' (5 de junio del 2009), Mercedes Cabanillas renunció a su cargo de ministro del Interior. Su gestión fue muy criticada por la extrema violencia con que la policía reprimió las protestas contra la explotación de recursos.

9/2/2015
Se convoca a una huelga indefinida contra la explotación de gas en el lote 108. Según la policía, el bloqueo de vías se produjo en relativa calma.

¿Quiénes dispararon?

La exhibición del ferozo con los restos de Ever Pérez Huamán (25) limitó los enfrentamientos durante la jornada de ayer. Toribio Pérez, padre de la víctima, contó que el estudiante de Contabilidad acababa de jugar fútbol y se dirigía a comprar cuando se topó con un enfrentamiento cerca del cuartel militar. Una turba intentaba quemar equipos de Pluspetrol almacenados en el recinto. El joven auxiliaba a quienes se ahogaban con gases lacrimógenos, cuando un disparo acabó con su vida.

En un comunicado, el Ministerio del Interior admitió que varios de los 1.700 policías destacados a Pichanaki incumplieron la prohibición de usar armas de fuego letales contra la población. Desobedecer esta orden, que fue reiterada a mediados de enero en un memorándum interno a todas las dependencias

del país, propició el relevo de 14 oficiales, entre ellos el jefe de la zona, coronel PNP Walter Figueroa Ingunza. Trascendió que Figueroa afrontará una investigación en el fuero policial-militar y otra de tipo fiscal por exposición de personas al peligro.

La grave omisión cometida por la policía también ha dejado mal parado al ministro del Interior, Daniel Urresti, quien hasta el miércoles afirmaba que los agentes se defendían solo con sus escudos y gases lacrimógenos. Contrario a su estilo, el ministro no comentó estos incidentes en su cuenta de Twitter.

Al cierre de esta edición, fuentes del Ministerio Público en Pichanaki informaron que unos 800 policías y 25 soldados pasaron una prueba de abstracción atómica para conocer si dispararon durante las protestas. Hoy se continuará con las investigaciones.

BANCADA FUJIMORISTA BUSCARÁ INTERPELARLO

Citarían a Urresti en el Congreso

Federico Pariona, congresista de Fuerza Popular y presidente de la Comisión de Pueblos Indígenas, anunció que pedirá a su bancada promover la interpelección del ministro Daniel Urresti. Ello por haber mentido sobre el uso de armas de fuego durante las protestas de pobladores en Pichanaki.

"Debería ser destituido por mentiroso", dijo el parlamentario.

Desde Chiclayo, donde inauguró obras del I.E. Karl Weiss, el presidente Ollanta Humala también lamentó los incidentes de violencia, ocasionados por la desconfianza que Pluspetrol despierta en las regiones. "Estamentalmente lo que ha pasado, ¿vaidamos las investigaciones. Aquí no se va a proteger anadie", aseveró el mandatario,

quien exhortó a los manifestantes de Pichanaki a revisar quiénes son los que impulsan las protestas de este tipo.

El comentario aludía a Carlos Chavarria, del Frente de Defensa Ambiental, quien como militante etnocacerista promovió la toma de la comisaría de Andahuaylas en el 2005. Dicha incursión terminó con la muerte de cuatro policías y una condena de 25 años de cárcel contra Antauro Humala, responsable ideológico de la toma.

Otro punto del acuerdo logrado ayer con los representados por Chavarria implica la asesoría legal a quienes tengan problemas por los disturbios. Para Humala, esta exigencia evidenciaría la búsqueda de impunidad para los azuzadores.

Al cumplirse tres días de huelga indefinida, cientos de camioneros expresan su preocupación porque debido al bloqueo de vías se empezaron a malograr las verduras y frutas que transportaban a Lima.

25/9/2014

Los congresistas Federico Pariona y Johnny Cardenas dialogan con los manifestantes, quienes acuerdan esperar hasta el 5 de octubre para una mesa de diálogo con el gobierno. Estano se instaló.

8

meses duró Oscar Valdés como presidente del Consejo de Ministros. En julio del 2012 anunció por Twitter su salida del Gabinete, luego de una gestión cuestionada por sus acciones frente al proyecto Conga, en Cajamarca.

11/2/2015

La protesta en Pichanaki se desbordó y muere un estudiante de 25 años. Habría recibido un balazo. El ministro Daniel Urresti insiste en que los policías usaron armas. Otras 85 personas, entre ellas 38 policías, resultan heridas.

12/2/2015

El ministro de Energía y Minas, Eleodoro Mayorga, ofrece la salida de la empresa argentina Pluspetrol de Pichanaki, dentro de los próximos tres días.



Almaraz causaron el retraso del proyecto Santa Ana (Puno) el 2011.

Exploración en Satipo y Villa Rica iba al 90%

Aunque parecía un fuerte golpe a sus intereses en el lote 108, que se presume alberga la mayor reserva de gas natural en el país, la empresa Pluspetrol no objetó el plazo de tres días dado por el ministro de Energía y Minas para salir de Pichanaki, pero continuará sus actividades en el resto de la concesión.

Daniel Guerra, su gerente de Relaciones Institucionales, explicó que esto se debe a que las labores de exploración—ganadas en licitación pública—quese

realizaban en Satipo y Villa Rica ya estaban próximas a terminar. "Hay mucha desinformación entre los manifestantes. Nosotros no teníamos actividades en Pichanaki. La exploración estaba por terminar, iba al 90%", declaró a TV Perú.

Guerra no conversó ayer con El Comercio. No obstante, en una entrevista realizada el jueves 5 comentó que la petrolera cumple con todos los estudios de impacto ambiental (EIA) que le pide el Estado.

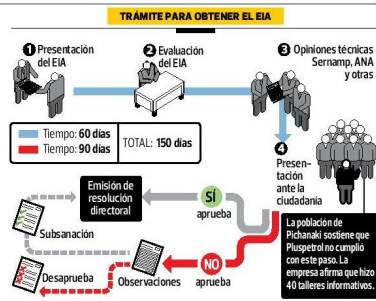
"En Satipo y Villa Rica hicimos más de 40 talleres informativos, por lo que esa población nos respalda", dijo Guerra. Sin embargo, no se realizaron en Pichanaki, por no ser parte de su zona de exploración.

Varias no cumplen

Según el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA), no brindar información a la población sobre sus actividades es el principal error que cometen las empresas de

hidrocarburos. Desde el 2010 hasta fines del 2014, sumaban 212 casos. Le seguían faltas como no respetar el límite máximo permisible de contaminantes (184) y no cumplir normas de protección ambiental (168).

Lo ocurrido con Pluspetrol preocupó a Carlos Gálvez, al presidente de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía: "Es un precedente nefasto, que podría generar un efecto dominó a un año y medio de las elecciones".



Similar situación a la de la cobertura de la manifestación en Lima ocurrió con la cobertura de los días 12 y 13 de febrero del 2015 en el distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, Junín. Ello en el marco de un paro indefinido que duró cuatro días. Me tocó ser enviado especial para un informe en la edición impresa, pero también reporté minuto a minuto vía redes sociales —con textos, fotos y videos— los tira y afloja del diálogo, así como del primer día de reinicio de actividades tras las manifestaciones. El contenido multimedia propio fue usado para los contenidos producidos desde Lima para la edición digital.

CAPÍTULO VI

BALANCE DE LA EXPERIENCIA

6.1 Lecciones aprendidas

Con la llegada de quien escribe a la que inicialmente fue la redacción digital de *El Comercio*, tras trabajar para un semanario impreso, pude sumergirme en todo lo que significa el ciberperiodismo y sus nuevas rutinas: tener velocidad para redactar noticias de último minuto, escribir y titular para Internet, trabajar contenido interactivo, pensar en cómo los usuarios buscan la información en Google, saber utilizar las redes sociales, monitorear no solo a estas sino también a otros medios online, determinar y saber usar determinado contenido social, aprender programas de edición de fotos y video, aprender a usar móviles y sus aplicaciones; conocer a la audiencia, analizarla y encontrar tendencias que nos permitan proponer temas propios.

Un aspecto trascendental es tener cuidado en ser sorprendidos con datos incorrectos que atenten contra la rigurosidad y veracidad que deben tener las informaciones.

Otra lección fue aprender las mismas artes que previamente desarrollaban los reporteros ciudadanos, y justamente reportar a mi medio valiéndome del 'smartphone' y de las redes sociales, más que de las llamadas telefónicas o la espera de llegar a la redacción a sintetizar la cobertura realizada.

Otra lección tiene que ver con la necesidad de que -ante los avances tecnológicos de los móviles y del mismo Internet, y los retos del periodismo- los periodistas pensemos ya no en producir contenido para una sola versión, sino pensemos en trabajar para una multiplataforma. Lo que implica tener las posibilidades y capacidades para usar diversas herramientas y dispositivos.

Y es que justamente una de las dificultades que se tenía al momento de intentar cubrir un hecho noticioso en la ciudad o en el interior del país era que los reporteros del diario aún no llegaban al lugar del suceso para brindar la información (o simplemente no teníamos colaboradores o corresponsales en determinada zona del interior del país). Pero ya había uno o varios reporteros ciudadanos que nos daban los primeros indicios. O simplemente, los periodistas no contaban con las herramientas para reportar en tiempo real a la redacción más allá de las llamadas telefónicas. Esto ya ha cambiado y sigue cambiando poco a poco.

Esto nos lleva a la necesidad de un mejor trabajo en equipo que ya no divida por un lado a los periodistas del papel y por otro a los periodistas de la web. Por ello destaco el proceso llevado a cabo en *El Comercio* con la integración de redacciones. Sin embargo, aún falta que ese 'chip tecnológico y multiplataforma' se profundice y consolide en las coberturas y sobre todo en las iniciativas no solo desde cada redactor, sino desde las cabezas, los editores de secciones. Una dificultad a superar, entonces, es pensar en las estrategias para coberturas en

impreso y en papel sin que una implique mermar a la otra. Sin duda, es un proceso de aprendizaje aún largo.

Llegar a un espacio laboral desconocido y con rutinas no aprendidas en la universidad -no necesariamente por limitaciones institucionales, sino por los contextos tecnológicos en sí- sirvió profesionalmente para aprender de forma autodidacta y en la práctica misma, lo que a lo largo de estos años me ha dejado lecciones y abierto diversas puertas, no solo dentro de la empresa.

6.2 Hallazgos

Las lecciones mencionadas también fueron hallazgos a lo largo del desempeño profesional, pues eran prácticas desconocidas. La experiencia permitió conocer más a la audiencia de Internet y saber que sus intereses son más fáciles de ser medibles, a diferencia de los ratings de televisión y radio, o la lectoría de diarios impresos.

Pero el mismo análisis de los casos presentados en este informe profesional se pudo identificar siete prácticas respecto a la búsqueda y uso de contenido social para la producción de noticias de las secciones Lima y Perú de *El Comercio* online. Estas son:

El uso del video ciudadano rastreado como base principal de una nota informativa con reporte propio; uso del video ciudadano enviado especialmente o

por cortesía a la redacción; fotografías en redes sociales como complemento ilustrativo de una información; fotografías en redes sociales como base principal y complemento ilustrativo de una información; generación de contenido a raíz de reportes ciudadanos vía mensajería instantánea – Whatsapp; hecho o problema reportado y comentado en redes sociales como base para profundizar en la información y el periodista cual reportero ciudadano.

Se trató de un hallazgo no intencional en el mismo análisis de la experiencia y los casos, pues la presentación de los ejemplos de cada una de las siete prácticas había sido planteada de otra forma inicialmente. Se quiso incluir otros ejemplos o casos, pero los rediseños del sitio web de *El Comercio* no permitían presentarlos adecuadamente. Ello porque, por citar un caso, una nota del 2012 o 2013 con varias fotos o videos ya no aparecía como cuando fue publicada, sino que los cambios causaron que ya no aparezcan ante los ojos del lector las imágenes en su tamaño original o las fuentes y leyendas de las mismas, que sí se habían colocado.

6.3 Tareas pendientes

Dábamnos luces anteriormente de que el proceso de integración y de trabajo colaborativo entre los periodistas que vienen de la edición impresa y los de la edición web se consolide, no para ya no dar uso al contenido de reporterismo ciudadano, sino para -por el contrario- reforzar la información y darle mayor calidad.

Otra tarea pendiente es que los periodistas de *El Comercio* se sumerjan más en uso de sus redes sociales para reportear, conocer lo que dice la audiencia y encontrar sus tendencias o temas de interés para tener la posibilidad de incluirlas en la agenda de cobertura noticiosa.

Respecto a la información que llega vía redes sociales o Whatsapp de parte de los usuarios para *El Comercio*, es una tarea encontrar una organización del personal para poder cubrir la demanda, pues al momento es insuficiente atenderla y depurarla pese a que hay una persona en otra sección llamada Mesa Digital encargada de recibir las alertas. Sucede que esta persona nos avisa en las secciones Lima o Perú sobre determinadas denuncias, pero no siempre se pueden cubrir todas.

6.4 Aportes

6.4.1 A nivel teórico conceptual

La experiencia planteada en el informe contempla precisar una terminología respecto a las informaciones dadas por los ciudadanos vía redes sociales. Como ya se ha mencionado, consideramos que es más preciso hablar de reporterismo ciudadano que de periodismo ciudadano o periodismo participativo. No porque se considera que los ciudadanos hacen periodismo, sino por encontrar un término medio entre los vistos en el marco referencial y por identificar en las iniciativas de medios locales el objetivo común de empoderar a la audiencia acercándola más a la labor de los reporteros profesionales del periodismo.

Respecto a uno de los ejes, referido a las redes sociales y la curaduría de contenido, se pudo establecer en base a la experiencia y la cobertura de noticias que, sin duda, son herramientas que permiten obtener nuevas fuentes de información y de conocimiento de la audiencia.

Considerando que la bibliografía sobre curaduría de contenido no es abundante ni usual en nuestro país -las fuentes fueron libros y artículos en inglés comprados vía Internet-, este informe profesional presenta sumariamente un aspecto teórico y práctico sobre la curaduría de contenidos en redes sociales.

El citado eje temático y el referido a las rutinas y fuentes periodísticas ha permitido identificar justamente prácticas que tiene el periodista dedicado al contenido online -que mencionábamos en el acápite de los hallazgos- tanto en la cobertura desde la redacción, como en el mismo campo.

6.4.2 A nivel profesional

La sistematización de la experiencia ha permitido analizar y conceptualizar la labor que en la práctica he desarrollado en la edición digital de *El Comercio*, pero además encontrar posibilidades de vincular esa práctica en el online con las realizadas para la edición impresa.

Es por ello que en mis días laborables, pongo énfasis en monitorear siempre las redes sociales cuando hay o no una alerta informativa, simplemente por encontrar temas o tendencias en la audiencia que den paso a una idea de un tema a proponer para mi sección. En las coberturas, pienso además en cómo presentar las notas, qué posibilidades tengo para usar el contenido social.

Pero además, se deja constancia de las posibilidades de complementar la narración de un hecho y darle al lector mayores posibilidades de conocer la historia que se cuenta tomando en cuenta las características que nos permiten el Internet y los nuevos medios: la multimedialidad, la hipertextualidad (enlaces), la interactividad, instantaneidad y la actualización.

6.4.3 A nivel instrumental

Las herramientas que han permitido concretar los procedimientos profesionales en el caso de la presente sistematización son básicamente las redes sociales, por ello se destaca su importancia en la labor periodística en la actualidad.

No solo hay que estar presentes en ellas como parte de la rutina, sino que consideramos que es necesario hacer escucha activa, monitorear, detectar tendencias, sucesos y noticias, encontrar y verificar fuentes; solicitar información, participación y material a la propia audiencia, informar en tiempo real con alertas. Nos dan todo ese abanico de posibilidades, pero además permiten la difusión de nuestros contenidos y la creación de una marca personal.

Esas estrategias –sumadas a consecución de fuentes y al análisis de hechos- me han permitido presentar noticias, darles seguimiento o evolución, plantear posibilidades de cobertura y nuevos temas.

6.4.4 A nivel social

La sistematización de esta experiencia ha permitido identificar y presentar las posibilidades y responsabilidades que tienen los periodistas - a nivel personal y profesional- al tener presencia en redes sociales y al saber utilizarlas como herramientas de trabajo para la generación de contenido informativo sobre hechos de actualidad.

También ha dado la posibilidad de conocer y comparar las rutinas periodísticas en la producción de contenido para Internet, que incluyen una mayor relación con la audiencia, aquella que con los medios tradicionales estaba relegada a ser un actor pasivo. Sin embargo, este informe resalta lo activo que es el público y la trascendencia de su voz.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. El informe deja claro que las redes sociales son más que un elemento de difusión de contenido de los medios, puesto que a su vez significan un soporte para que los periodistas conozcan hechos relevantes que afectan a la audiencia y que son pasibles de ser noticia, encuentren nuevas fuentes, identifiquen tendencias y obtengan insumos -en base a la curaduría de contenidos- para complementar informaciones con un abanico de posibilidades, pero teniendo cuidado de caer ante datos erróneos y manteniendo la veracidad y rigurosidad necesaria.

2. El que conocíamos como lector ha pasado a tener la posibilidad de ser un productor de contenido y a tener mayor presencia, voz y relación con los medios a través de las redes sociales, planteando incluso su propia agenda y creando nichos temáticos. Si la audiencia está ahí es recomendable que los medios y los periodistas estén ahí. Pero no basta solo con estarlo, pues se necesita una estrategia acorde a las posibilidades del medio.

3. La audiencia da cuenta de hechos o situaciones que la impresiona, indigna o perjudica. Su labor no es de periodista, pero sí suele ser de una especie de reportero de acuerdo a los sucesos que presencia y de los que da cuenta a través de texto, fotos y videos, como lo hace también un reportero profesional. Y es que justamente los redactores web recurren muchas veces al contenido social por las

limitaciones no solo propias en la cobertura noticiosa, sino también del mismo medio.

4. La gran incidencia del reporterismo ciudadano ha calado en las rutinas periodísticas y ha llevado a la necesidad de que las empresas periodísticas piensen en dotar a sus redactores de herramientas para las coberturas. Es el caso de *El Comercio* con la entrega de 'smartphones' con conexión a Internet a su personal. Sin embargo, el uso de esos equipos no es uniforme en la actualidad ni se aprovecha del todo para la coordinación entre las coberturas web e 'in situ', lo que podría cambiar sobre todo con una clara decisión editorial.

5. Es justamente en la cobertura periodística y con las posibilidades que dan los avances tecnológicos -así como por los retos del mismo periodismo y la necesidad de tener información actualizada y al instante- que los periodistas deben capacitarse en el uso de las nuevas herramientas que permite el Internet y los móviles. Y estar atentos a esas nuevas posibilidades, pues es en el mismo camino del desempeño profesional donde se aprende, y muchas veces de forma autodidacta.

6. Las distintas herramientas sociales como Facebook, Twitter o YouTube han tenido éxito o se han visto relegadas por el uso que le han dado los mismos ciudadanos de a pie, más que por los mismos periodistas. Muchas de ellas incluso

no nacieron para ayudar en la labor de los periodistas o para hacer periodismo, pero estos han tenido que adaptarse.

7. Pensar en multiplataforma; es decir, saber producir contenido para distintas plataformas -como ediciones impresas o digitales- es una recomendación y necesidad que se desprende también del análisis realizado.

8. La experiencia sistematizada resalta la necesidad de que en las universidades se prepare a los futuros periodistas no solo para producir contenido en plataformas tradicionales como la radio, los periódicos impresos o la televisión, sino también para hacer coberturas online y en tiempo real.

9. Finalmente, el presente informe deja la puerta abierta para ahondar más en las posibles redefiniciones de las rutinas y fuentes periodísticas, así como de la noticia tal y como la conocíamos hasta la irrupción veloz del Internet y las redes sociales. Pero además, plantea la posibilidad de ilustrar con mayor detalle la aplicación del periodismo multitarea, así como del proceso de integración de redacciones, su necesidad, funcionalidad, posibilidades y limitaciones.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, Gonzalo y Alberto ARÉBALO. *La revolución horizontal*. Lima: Universidad de San Martín de Porres, Fondo Editorial, 2010.

BIONDI, Juan. *Derribando muros. Periodismo 3.0 Oferta y Demanda de comunicación en el Perú de hoy*. Lima: Empresa editora El Comercio, 2010.

BOWMAN, Shayne y Chris WILLIS. *Nosotros el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Trad. Guillermo Franco. Stanford: The Media Center at the American Press Institute, 2003.

BRIGGS, Mark. *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Trad. Guillermo Franco. Austin: Centro Knight para Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas, 2007.

CAMUS, Juan Carlos. "El modelo de dos capas para redacciones periodísticas". En Fernando Irigaray et. al. *Periodismo digital, convergencia, redes y móviles*. Rosario: Laborde Libros, 2011.

CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Trad. María Hernández. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CEBRIAN HERRERAS, Mariano. *Desarrollos del periodismo en Internet*. Sevilla: Comunicación Social, ediciones y publicaciones, 2010. Colección periodística, 37.

COBO, Silvia. *Internet para periodistas. Kit de supervivencia en la era digital*. 3º reimp. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

Conoce con nosotros la nueva sala de redacción integrada de El Comercio. El Comercio, 9 de marzo del 2015 20:00 h. <<http://elcomercio.pe/lima/sucesos/conoce-nosotros-nueva-sala-redaccion-integrada-comerciovideo-noticia-1661169>>

DÍAZ NOCI, Javier y Ramón SALAVERRÍA. *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.

ESPINOZA, Christian. "Cobertura móvil de noticias", en Fernando Irigaray et. al. *Periodismo digital: convergencia, redes y móviles*. Rosario: Laborde Libros, 2011.

ESPINOZA FLORES, ALFREDO. *Tres de cada diez teléfonos móviles en Perú son smartphones*. El Comercio, 21 de febrero del 2015, 15:24 h. <http://elcomercio.pe/economia/peru/importacion-smartphones-peru-crecio-15-ano-noticia-1714442?ref=nota_paginas&ft=contenido>

ESPÍRITUSANTO, Óscar, “Orígenes”, en Óscar Espíritusanto Nicolás et. al. *Periodismo ciudadano, evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Ariel – Fundación Telefónica, 2011, 3 - 10.

ESPÍRITUSANTO, Óscar, “Definiendo el fenómeno”, en Óscar Espíritusanto Nicolás et. al. *Periodismo ciudadano, evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Ariel – Fundación Telefónica, 2011, 1 - 14.

El Comercio se renueva: bienvenido a nuestra nueva página. El Comercio, 10 de diciembre del 2014, 18:15 h. <<http://elcomercio.pe/lima/ciudad/comercio-se-renueva-bienvenido-nuestra-nueva-pagina-noticia-1701754>>

El Comercio ahora recibirá tus colaboraciones vía WhatsApp. El Comercio, 10 de diciembre del 2014, 17:59 h. <<http://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/comercio-ahora-recibira-sus-colaboraciones-via-whatsapp-noticia-1768016>>

“El concepto ‘Web 2.0’ envejeció y está obsoleto”, asegura su creador. El Comercio, 3 de diciembre del 2014, 19:02 h. <<http://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/conceptoweb0-envejecio-esta-obsoleto-asegura-su-creador-noticia-1337521>>

Estadísticas de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares. Informe técnico N°4 – Diciembre 2014. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 17 de enero del 2015, 15:04 h. <<http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/tecnologia-informacion-y-comunicaciones-jul-ago-set-2014.pdf>>

Fernando Berckemeyer, la visión del director de El Comercio. El Comercio, 9 de marzo del 2015, 20:02 p.m.)

FOSK, Alejandro y Marco GARCÍA. *Futuro Digital Perú 2014. El repaso del año digital y qué viene para el año que sigue*. Comscore, 10 de diciembre del 2014, 19:05 h. <<http://www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2014/2014-Peru-Digital-Future-in-Focus>>

FUMERO, Antonio. “Introducción, ¿puede ser un negocio el periodismo? ¿Y la ciudadanía?”, en Óscar Espíritusanto Nicolás et. al., *Periodismo ciudadano, evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Ariel – Fundación Telefónica, 2011, 119-139.

GALLEGO VÁSQUEZ, José Antonio. Versión PDF. *Comunidades virtuales y redes sociales*. Madrid: Wolters Kluwer, 2012. <<http://es.scribd.com/doc/144863981/Comunidades-Virtuales-y-Redes-Sociales>>

GONZALO, Paula. *Periodismo Ciudadano según Clay Shirky, Howard Rheingold y Craig Newmark*. Periodismociudadano.com, 4 de mayo del 2013, 15:31 h,

<<http://www.periodismociudadano.com/2010/08/19/periodismo-ciudadano-segun-clay-shirky-howard-rheingold-y-craig-newmark/>>

Índice Facebook Perú 2015. Futuro Labs, 24 de febrero del 2015, 10:34 h. <<http://es.slideshare.net/FuturoLabs/indice-facebook-per-2015-43673041>>

Infografía de Twitter en Perú. Quántico Trends, 24 de febrero del 2015, 10:39 h. <<http://www.quanticotrends.com/usuarios-de-twitter-2015/>>

ISLA ISUIZA, Ronny. *Redes sociales y periodismo: casos iberoamericanos*. Lima: Ebook gratuito: 2014. <http://issuu.com/ronnyandersonislaisuiz/docs/libro_-_paginas>

LOZANO, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alambra mexicana, 1996.

MENDOZA RIOFRÍO, Marcela. *La historia de la revolución de la telefonía móvil en el Perú*. El Comercio, 21 de febrero del 2015, 15:55 h, <<http://elcomercio.pe/economia/negocios/historia-revolucion-telefonía-movil-peru-noticia-1789325>>

ORBEGOSO, Manuel Jesús. *Periodismo, texto de teoría y práctica*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2000.

ORIHUELA, José Luis. La hora de las redes sociales. eCuaderno, 10 de diciembre del 2014, 17:02 h. <<http://www.ecuaderno.com/2008/10/14/la-hora-de-las-redes-sociales/>>

PARRA VALCARCE, David y José ÁLVAREZ MARCOS. *Ciberperiodismo*. Madrid: Editorial Síntesis, 2004.

Principios Rectores: Diario El Comercio. El Comercio, 6 de febrero del 2016, 18.24 h. <<http://elcomercio.e3.pe/66/doc/0/0/5/4/3/543961.pdf>>

Riveros, Eduardo. "Hablan expertos: Tendencias del periodismo 2015", Huffington Post, 27 de febrero del 2015, 11:15 h. <http://voces.huffingtonpost.com/eduardo-riveros/tendencias-periodismo-2015_b_6446370.html>

ROSENBAUM, Steven. *Curation Nation*. Ebook. McGraw-Hill, 2011.

WOLF, MAURO. Trad. Carmen Artal. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós, 1987. Instrumentos Paidós, 2.

YEZERS'KA, Lyudmyla. *Ciberperiodismo en el Perú*. Lima: Universidad de Piura, Facultad de Comunicación, 2008.

ANEXO: ENTREVISTA

“Una denuncia llegada por el móvil puede cambiar y modificar la pauta del día”

Fabricio Torres del Águila se desempeñó como editor central web de *El Comercio* durante el período que abarca el presente informe profesional. Él nos habla de la importancia de la presencia de los ciudadanos en las redes sociales y del contenido que ellos generan, así como de impacto que este ha causado no solo en el mismo medio de comunicación, sino en los periodistas.

- ¿Cómo has visto la evolución del periodismo ciudadano en estos últimos años?

La evolución ha sido discontinua, fluctuante y muy sesgada en cuanto al tipo de denuncia: autos mal estacionados, patrulleros durmiendo y animales maltratados copaban estas ‘denuncias’. Ahora, hoy, todo es distinto, el cambio ha sido brutal.

- ¿Cuál consideras que ha sido su impacto?

Antes de WhatsApp, muy pequeño, casi nulo, diría insignificante. Con WhatsApp todo ha cambiado para mejor. Lo que como medio nos llega es información al instante con usuarios que, a diferencia del pasado, ahora puedes identificar y que, en muchos casos, te están pasando información y fotos en real time. Eso es lo valioso y lo que certifica al medio que esa información es válida y está sucediendo. Luego mides el impacto de acuerdo al número de clics que tiene cada noticia de este tipo.

- ¿Cómo *El Comercio* ha respondido a esa evolución y a ese impacto?

Siendo los primeros en poner a disposición del público en general un número exclusivo para uso de WhatsApp. Diariamente llegan muchísimas fotos y videos, desde lo típico que puede ser un auto mal estacionado hasta dramas familiares, prostitución callejera, peleas, robos, etcétera. En coyunturas especiales llegan videos de desbordes y de huaicos de la gente misma que los está padeciendo. Y obvio, el impacto es mucho más fuerte que el que tendría una cámara de TV que llega después.

- ¿Cómo ha incidido la actividad de los ciudadanos con los móviles en las rutinas periodísticas del diario?

El diario está atento a lo que le diga la gente, para eso tenemos la línea de WhatsApp. Obvio, no todo lo que nos envían sale publicado, pero sí lo más relevante. Lo importante es que la gente tiene un canal directo para comunicarse con el medio, mucho más directo que si enviara un correo electrónico. Ahora una denuncia llegada por el móvil puede cambiar y modificar la pauta del día, claro que sí.

- ¿Cuáles han sido los cambios de *El Comercio* online entre el 2012 y el 2015? ¿Qué se ha eliminado, qué novedades hay?

Muchos, muchísimos. De gente, de diseño, de temáticas, de mediciones, de plataformas, de contenido... de todo. Somos más personas ahora y tenemos un nuevo diseño, lanzado hace poco más de un año, que no significó un choque para

nuestra audiencia. Hace un año teníamos 10 millones de browsers y ahora tenemos el doble, veinte. Antes solo veíamos desktop, ahora tenemos un mini equipo para móviles y tabletas. Ahora usamos más las herramientas tecnológicas que están a disposición de todos en Internet. Ahora hay muchos ángulos y puntos de vista en la web, donde encuentras las firmas que aparecen en el impreso. Y así podría seguir una hora más, sin duda.

- ¿Qué significó la creación de Reportube, su baja y la llegada de un home especial para Whatsapp?

Creo que esto ya lo expliqué antes, pero Reportube (y el periodismo ciudadano de ese momento) era muy débil y muy homogéneo, siempre eran las mismas fotos. WhatsApp no es así, para mí es una verdadera revolución la que estamos viviendo porque la gente no solo denuncia, si no también participa de las noticias a través de su información, fotos o textos.

- ¿Cuál es el objetivo en la edición digital de *El Comercio*?

Ser el medio de comunicación en el país en el que más peruanos confían para estar bien informados. Si tienes esa confianza, entonces serás el primer medio. Pero a eso apuntamos: a ser los preferidos de la gente.

- ¿Se puede identificar a un público o varios públicos objetivo?

La identificación de los públicos tiene mayor importancia para la segmentación de publicidad, creo yo. A nivel periodístico a nosotros nos interesa que nos lea cada

vez más gente, que cada vez más gente comparta nuestros contenidos, que las personas estén satisfechas con lo que ofrecemos a diario.

- ¿Cuál debe ser el perfil del periodista en la actualidad? ¿Tenemos que seguir diferenciando entre periodistas para el papel y para la web?

Yo creo que no, y creo que hoy los centros de estudios no hacen tal distinción. Un periodista que funciona para la web debería hacerlo también para el papel; uno que trabaja en el papel y en sus ritmos, no necesariamente se sentiría cómodo en web.

- ¿A qué reto crees se enfrentan los periodistas y los medios de comunicación con el avance de la tecnología y el Internet?

La gente siempre va a necesitar estar informada. Siempre. Internet es una necesidad, y de alguna gran manera, allí la gente busca información. Eso por un lado. Y por el otro, la gente siempre recurre a las grandes cabeceras, a las grandes marcas, porque es a ellas a quienes cree. Puedes montar un medio online, pero cuesta posicionarlo y ganarse su fama y prestigio.