



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

EAP. DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Desempeño del área de Comunicaciones del diario El Comercio funciones de monitoreo, redacción y valoración de informaciones periodísticas en un medio de prensa escrita

INFORME PROFESIONAL

Para optar el Título de Licenciada en Comunicación Social

AUTOR

Pamela Vanessa Sandoval del Aguila

LIMA – PERÚ
2010

“El objetivo de las noticias [es] establecer lo que todo el mundo [tiene] que saber para actuar en su entorno y, por medio de sus acciones, construir una identidad común”
TUCHMAN, Gaye. 1974.

“El proceso de selección de las noticias puede ser comparado a un embudo en el que son introducidos muchos datos y solo una cantidad limitada pasará el filtro; también podría compararse a un acordeón, ya que algunas noticias son añadidas, cambiadas de sitio, incorporadas en el último momento”
WOLF, Mauro. 1996.

“El discurso oficial mentiroso tiene la finalidad tanto de crear confusión como de impedir o restringir la crítica. Es decir, si el Presidente y todas las autoridades dijeran una mentira, aunque sea una falsedad evidente, será difícil para los opositores o para cualquier ciudadano desmentirlas. Pero esto solo puede ocurrir en un régimen arbitrario, donde existen dos factores básicos: miedo y control de los medios de comunicación”
ROSPIGLIOSI, Fernando. 1999.

ÍNDICE

Introducción

CAPÍTULO I.

DEFINICIÓN DEL QUEHACER PROFESIONAL Y ÁMBITO DE INTERVENCIÓN.

1.1. Título de la experiencia	5
1.2. Objetivos de la empresa para el área de Comunicaciones	5
1.3. Objetivos del área de Comunicaciones para el Diario El Comercio	6
1.4. Público objetivo del área de Comunicaciones	6
1.5. Público objetivo del proyecto de sistematización	7
1.6. Duración del proyecto	7
1.7. Periodo laboral	7
1.8. Periodo de la sistematización	7
1.9. Objeto de la sistematización	8
1.10. Objetivos de la sistematización	9

CAPÍTULO II.

METODOLOGÍA DEL PROCESO DE SISTEMATIZACIÓN. 10

2.1. Para el acopio de la información	10
2.2. Para el ordenamiento de la información	10
2.3. Para el análisis crítico	11
2.4. Para la interpretación	11

CAPÍTULO III.

MARCO TEÓRICO. 13

3.1. El Newsmaking	14
3.2. La Agenda Setting	16
3.3. Noticia	19
3.4. Construcción de la noticia	21
3.5. Características de la noticia	24
3.6. Valores de la noticia	25
3.7. Manipulación de la información noticiable	27
3.8. Visión periodística del Grupo El Comercio	28
3.9 La Línea Editorial de El Comercio	29
3.10. Las fuentes	32
3.11. Tipos de fuentes	32
3.12. Monitoreo de medios	34
3.13. Cobertura de la información en el Diario El Comercio	35
3.14. Tratamiento de la información originada en el monitoreo de medios	37
3.15. ¿Qué es un breve?	38
3.16. Función social de la prensa	40
3.17. Opinión Pública	41

3.18. Relaciones de poder en la prensa	42
3.19. ALC-UE	43
CAPÍTULO IV.	
CONTEXTO EN QUE SE UBICÓ LA EXPERIENCIA.	47
4.1 Contexto Internacional	47
4.2 Contexto Nacional	48
4.3. Situación del diario El Comercio y la sección Comunicaciones en el periodo elegido para el proyecto de sistematización	50
4.4. Interacción entre las áreas de El Comercio y la sección Comunicaciones	51
CAPÍTULO V.	
LA EXPERIENCIA PROFESIONAL.	53
5.1. Descripción	53
5.2. Aspectos centrales	55
5.3. Problemas encontrados en el ejercicio de la labor de monitoreo	62
5.4. Fortalezas y debilidades	64
5.5. Innovaciones efectuadas	65
APORTES	67
CONCLUSIONES	69
7.1. Teórico conceptuales	69
7.2. Metodológicas	70
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	76
8.1. Entrevista a Sandra Morón, ex redactora de la sección Comunicaciones de El Comercio	76
8.2. Entrevista a Pedro Ortiz, editor adjunto de la Mesa Central de Redacción de El Comercio	79
8.3. Entrevista a Leticia Correa, ex redactora de la sección Comunicaciones de El Comercio	81

INTRODUCCIÓN

Una de las misiones históricas de la prensa es recrear la realidad, favoreciendo el crecimiento y desarrollo de la sociedad al propiciar la reflexión crítica, el análisis, el comentario. Sobre la base de sus informaciones, la prensa propone diversos temas de interés al público, el cual, dependiendo de la importancia que le da al medio y lo cercano o útil que valora “las noticias” que recibe, las interiorizará como *conceptos* en los cuales se podrá pensar, creer y emplear en el entorno cotidiano en el que se vive. (Mar de Foncuberta, 1997)

El Diario El Comercio ha sido catalogado desde su fundación como uno de los diarios serios y de mayor credibilidad en el país¹, razones que lo convierten en uno de los medios de comunicación escrita más importantes e influyentes de este lado del

¹ “De los 15 periódicos actualmente en circulación en el Perú, únicamente 4 son considerados como "de mayor credibilidad". Ellos son El Comercio, que registra actualmente un tiraje de aproximadamente 80 mil ejemplares diarios, La República y Expreso, con casi 35 mil ejemplares vendidos diariamente, y Gestión, que tiene un tiraje mucho menor y cuya línea informativa esta orientada a la actividad económica del país”. OYARCE CRUZ, Jacqueline. *Cómo vender y cómo comprar. Criterios para mirar la prensa peruana*. En: *Revista Electrónica Matices*, <http://www.matices.de/14/14.ppoems.htm#oben>. Revisada el 19 de diciembre del 2008, a las 8:12 p.m.

continente, al ser miembro activo del Grupo de Diarios de las Américas, GDA, y respetado integrante de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP.

Como periodista me uní al Diario en el área de Comunicaciones, contigua en espacio a las salas de Redacción y Fotografía. Estos tres departamentos, ayudados según la necesidad informativa por sus pares de Infografía y Diseño Gráfico, colaboran activamente para producir el contenido de las ediciones diarias, de acuerdo con la línea editorial del medio, la agenda propia o *setting* de cada sección (Política, Lima, Mundo, Vida & Futuro, Economía, Deportes, Luces, Suplementos) y la coyuntura nacional e internacional siempre variable.

Este ajetreo cíclico y constante me permitió ser testigo y protagonista de los procesos de legitimización, manipulación y construcción de la noticia, ejercidos por este medio² a través del contenido informativo de sus páginas. Reconocer las fases de este proceso resulta de gran importancia para periodistas y lectores, ya que demuestra de dónde y bajo qué causas determinados datos de la realidad se presentan en un diario como el decano de la prensa peruana.

² “Llegamos así a la segunda estructura de poder en la elaboración de noticias, es decir, la relación entre la prensa y las diversas instituciones u organizaciones con las que entra en contacto. Aun cuando la prensa critica dichas instituciones, también posee un poder considerable para sustentarlas, legitimarlas o incluso atacarlas. Nótese también que la dependencia de la prensa de fuentes informativas fiables y permanentes también puede contribuir a la reproducción y legitimización de relaciones de poder en la sociedad. Los que están mejor organizados y que tienen representantes de prensa, oficinas de prensa u otras formas de contacto profesional con los medios de comunicación disponen de una mayor oportunidad al acceso, cobertura, mención y descripción positiva o neutral, lo que significa la más alta probabilidad de ser escuchado, lo cual confirma o legitima el poder”. VAN DIJK, Teun A. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós, 1997. Pág. 57.

“En los objetivos descriptivos, explicativos y prácticos de los estudios del Análisis Crítico del Discurso (ACD) radica un esfuerzo para descubrir, revelar o divulgar aquello que es implícito, que está escondido o que por algún motivo no es inmediatamente obvio en las relaciones de dominación discursiva o de sus ideologías subyacentes. El ACD se centra específicamente en las estrategias de manipulación, legitimización, creación de consenso y otros mecanismos discursivos que influyen en el pensamiento (e indirectamente en las acciones) en beneficio de los más poderosos”. *Ibidem*. Pág. 17.

En el primer capítulo del presente informe se detallará el nombre, objetivos de la empresa periodística El Comercio, el público al que se dirige la sección Comunicaciones, así como el público que podría hallar datos de interés en este recuento profesional de la labor de los redactores del área en cuestión. Otros detalles que se abordarán son la duración del proyecto, comprendida entre los meses de marzo y junio de este año, así como el periodo laboral durante el cual desempeñé estas funciones. Asimismo se precisarán el objeto de este proyecto de sistematización, y los objetivos de la sistematización.

En el capítulo II, referente a la Metodología aplicada para este proyecto de sistematización, se señalará qué herramientas se usaron para describir estos procesos de construcción y validación de noticias al interior del área de Comunicaciones

En el capítulo III se ahondará en los conceptos teóricos necesarios para entender los procesos laborales que se registran en un periódico como El Comercio, y que conciernen a todos sus periodistas. Estos conceptos, partiendo por las teorías de la comunicación denominadas Newsmaking y Agenda Setting, ayudarán a entender cómo se elaboran las noticias, qué criterios priman a la hora de construir notas informativas y cuáles son los valores que una noticia conlleva, dependiendo del medio en el que sale publicada.

En el capítulo IV, valiéndonos de una revisión exhaustiva de las secciones Lima o Locales, y Política de los diarios El Comercio y La República, se detallará el Contexto en el que se ubicó la experiencia descrita en este informe profesional, en el periodo elegido para la misma: desde marzo hasta junio del 2008.

En el capítulo V, referente a la experiencia profesional, se detallará cada una de las funciones de los redactores de la sección Comunicaciones del Diario El Comercio, ejemplificando en algunos casos cómo estas funciones – realizadas en tiempo real – contribuyen de manera positiva a una mejor y actualizada información para los redactores de otras áreas de la empresa e incluso dan pie a mayores informes o reportajes, si es que no salen publicadas tal cual como breves informativos en las ediciones diarias.

Al término de este capítulo se detallan los Aportes que la labor del monitoreo de medios, objeto de esta sistematización, pueden brindar a los comunicadores o periodistas. A continuación se detallarán las conclusiones de esta revisión profesional del desempeño, así como unas entrevistas – en el apartado de Anexos – a profesionales del área que compartieron sus experiencias para esta revisión. El apartado Anexos incluye tres entrevistas a periodistas de El Comercio sobre la gestión del área de Comunicaciones y cuáles consideran son sus aportes a la institución periodística a la que pertenecen.

CAPÍTULO I.

DEFINICIÓN DEL QUEHACER PROFESIONAL Y ÁMBITO DE INTERVENCIÓN.

1.1. Nombre

Desempeño del área de Comunicaciones del diario El Comercio. Funciones de monitoreo, redacción y valoración de informaciones periodísticas en un medio de prensa escrita.

1.2. Objetivos de la empresa para el área de Comunicaciones

- ❑ Contar con un equipo de periodistas calificados que monitoreen y procesen la información que se genera a diario en el país, a través de herramientas como otros medios de comunicación y el monitoreo de emergencias en las frecuencias de radio de la Policía y los Bomberos.
- ❑ Contar con un equipo de periodistas calificados que filtren, de entre la gran variedad y número de informaciones periodísticas que se generan a diario en el país, aquellas que podrían enriquecer la cobertura del diario El Comercio.
- ❑ Contar con un equipo de periodistas calificados que valoren la pertinencia y/o importancia de la gran variedad y número de informaciones periodísticas que se generan a diario en el país, a fin de reportarlas a las secciones pertinentes para el seguimiento o cobertura posterior.

1.3. Objetivos del área de Comunicaciones para el Diario El Comercio

- Proveer de información actualizada y oportuna sobre las noticias y demás eventos de interés que podrían ser útiles para las diferentes áreas de Redacción de El Comercio, procedentes del monitoreo de otros medios de comunicación.

- Proveer de información actualizada y oportuna sobre las noticias y demás eventos de interés que podrían ser útiles para las diferentes áreas de Redacción de El Comercio, procedentes del seguimiento a las frecuencias de radio de los Bomberos y la Policía Nacional del Perú.

- Administrar de manera pertinente y según las prioridades del cuadro de comisiones del día, para cada área de la Redacción, las móviles y el dinero de caja chica de El Comercio, de manera que el trabajo de cobertura se realice de manera eficiente, ordenada y sin sobresaltos.

1.4. Público objetivo del área de Comunicaciones

Editores y redactores del diario El Comercio que precisan información rápida, válida y certera sobre lo que sucede en el país y que podría servirles para su trabajo diario.

1.5. Público objetivo del proyecto de sistematización

Estudiantes y egresados de Comunicación Social con un interés particular en la prensa escrita y los procesos de construcción de la noticia que se aplican en determinados medios, como el caso práctico de El Comercio.

1.6. Duración del proyecto

Se evaluará la producción periodística y el accionar de la sección Comunicaciones del diario El Comercio desde el 1 de marzo hasta el 30 de junio del 2008. Durante este ciclo una de las prioridades informativas de varios medios de comunicación locales fue la V Cumbre ALC-UE.

1.7. Periodo laboral

Ingresé al área de Comunicaciones del diario El Comercio en octubre del 2002. Mi desempeño se prolongó hasta el 30 de abril del 2005, tras una rotación de dos meses y colaboraciones los fines de semana para la sección Lima del mismo medio.

1.8. Periodo de sistematización

Se evaluará la cobertura periodística de las secciones Política y Lima del cuerpo A del diario El Comercio, durante los meses de marzo, abril, mayo y junio del 2008. Ambas secciones son las que más despliegue otorgan a los reportes del área de

Comunicaciones y, coincidentemente, con las que más se coordinó para algunas coberturas de la cumbre ALC-UE.

1.9. Objeto de la sistematización

El desempeño de una integrante de la sección Comunicaciones del diario El Comercio desde que toma conocimiento de un hecho con potencialidades noticiosas, en el periodo de tiempo descrito para este análisis, pasando por el seguimiento del caso, la cobertura y posibles repercusiones, hasta su reporte al área de Redacción correspondiente y/o publicación en la edición impresa del medio.

El área de Comunicaciones del diario El Comercio está conformada por un equipo de ocho periodistas que cubren turnos de mañana y noche, monitoreando programas periodísticos de radio y televisión, además de las frecuencias de radio de la PNP y los Bomberos a través de un escáner. Así, a lo largo de 24 horas se siguen los programas periodísticos de diversos medios de comunicación, así como emergencias policiales de diversa índole. Estas informaciones se reportan a las diversas áreas de redacción de El Comercio mediante correos electrónicos. En algunos casos, además de los resúmenes de programas se reportan “alertas”, es decir, breves informativos sobre declaraciones de algunos personajes públicos o emergencias del día que, a criterio del redactor de Comunicaciones en turno, ameritarían la atención de los editores o redactores según la sección pertinente.

1.10. Objetivos de la sistematización

- Establecer cómo la función de monitoreo de medios, como la que se aplica en la sección Comunicaciones del diario El Comercio, contribuye a mejorar la redacción de quienes comienzan a ejercer el periodismo diario, además de afinar los sentidos para determinar los valores noticiosos de una información según la línea editorial de un medio.
- Presentar el discurso informativo de las informaciones que cubre El Comercio, identificando sus procesos de construcción y tratamiento de la información, según las funciones de comunicar y difundir los acontecimientos, sin contravenir los intereses particulares de los dueños del medio³.
- Esquematizar la forma cómo y por qué se seleccionaron, validaron y reportaron determinadas informaciones a la Redacción y la Mesa Central de Redacción de El Comercio durante los preparativos, desarrollo y clausura de la Cumbre ALC-UE.
- Señalar la correspondencia entre las informaciones de las que se disponían y las que finalmente fueron publicadas por El Comercio en el periodo a analizar, según los principios de función social de la prensa como formadora de opinión pública⁴.

³ ESPINOZA CRUZ, Susana E. *Relaciones de poder entre el Estado y la industria de la Comunicación: ámbitos de sentido y construcción de la legitimidad social*. En: Revista electrónica Razón y Palabra, Número 17, www.razonypalabra.org.mx. Revisada el 15 de mayo del 2002.

⁴ “[Los medios noticiosos] nos dicen acerca de qué hay que pensar. Ellos definen los límites y categorías de la información (...) Y al definir la realidad, también definen los límites de la acción colectiva: no se puede hacer nada acerca de lo que no se conoce. Y es difícil reaccionar en contra de lo que parece natural”. SALINAS, Raquel. “No es fácil romper la dependencia: el caso de las noticias” En: *Diálogos de la Comunicación*, N° 24. Lima: Secretaría Ejecutiva de FELAFACS, 1989. pág. 28.

“La prensa no es sólo un factor de orden político, sino también social, y este doble aspecto es lo que hace que la prensa sea algo actual, vivido y bueno (...) Así, mueve voluntades, esclarece conceptos, desvanece

CAPÍTULO II.

METODOLOGÍA DEL PROCESO DE SISTEMATIZACIÓN.

2.1. Para el acopio de la información

Como el trabajo en el área de Comunicaciones del diario El Comercio comprende, entre otras funciones de carácter administrativo, el monitoreo permanente de hechos noticiosos, tanto en otros medios de comunicación como en las frecuencias de radio de la Policía y los Bomberos, para construir / redactar pequeñas notas informativas o resúmenes de programas periodísticos y luego enviarlos a las distintas áreas de Redacción por correo electrónico, no se cuenta con un archivo o registro formal de cada uno de estos envíos. Sin embargo, tanto en la edición impresa de El Comercio como en la videoteca de Comunicaciones – que a la fecha es la plataforma de contenidos IP Noticias, propiedad de la empresa Duotone Press Comunicación Integral – hay información publicada que fue, en su estadio previo, trabajada por la sección Comunicaciones. Recurriendo, entonces, al contenido informativo publicado en las secciones Lima y Política de El Comercio, en los meses descritos para este informe, se revisará este material impreso para identificar qué contenidos – por su origen y forma - fueron reportados originalmente por la sección Comunicaciones para después ser abordados a profundidad por las secciones pertinentes.

2.2. Para el ordenamiento de la información

El periodo de análisis propuesto para este informe contempla los meses de marzo, abril, mayo y junio del 2008, lapso en el que la atención de los medios brindó

errores, muestra la justicia o la injusticia de determinados proyectos, glorifica a los héroes, escarnece la visión; en una palabra, tiende a influir en las determinaciones de la vida pública, teniendo como único bien al bien común”. RIVADENEIRA PRADA, Raúl. *La opinión pública*. Editorial Trillas, 1977. Cita del autor a YOUNG, K.

cierta prioridad a los preparativos (marzo y abril), desarrollo (mayo) y seguimiento (junio) de la V Cumbre ALC-UE. El contenido que por su naturaleza informativa haya sido generado en Comunicaciones será recogido para este informe y se organizará de manera cronológica.

2.3. Para el análisis crítico

Los hechos noticiosos llegan como tales a todos los medios de comunicación. Sin embargo, la forma en que estos se presentan luego al público a veces varía dependiendo del medio en que aparecen. Esto se debe a lo que Rodrigo Alsina describe como el proceso de construcción de la noticia, en el que los periodistas seleccionan determinados hechos de la realidad para convertirlos luego, tras un proceso de filtros e interpretaciones, en lo que conocemos como noticia. A fin de corroborar este proceso en la sección Comunicaciones de El Comercio, cuyos reportes suelen ser utilizados por las áreas de Redacción del diario en la elaboración de sus noticias, se compararán estas publicaciones con sus similares – en caso haberlas – en el diarios La República, las mismas que se consignarán en el apartado de Anexos. Esta comparación se realizará en los mismos meses de evaluación

2.4. Para la interpretación

El tiempo y la urgencia con la que se trabajan las informaciones noticiosas en un medio de comunicación escrita son muy demandantes, más todavía en un área como la sección Comunicaciones del diario El Comercio, donde la premura está a la orden del día. Sin embargo, ver hasta dónde llegaron esas informaciones iniciales, una vez que fueron ampliadas por las áreas de Redacción correspondientes, ayuda a precisar cómo la

noticia se construye y cuáles son los alcances que toda información noticiosa – siguiendo la línea del medio en la que aparece – revierte en el público.

Como no se cuenta con un registro de los reportes enviados a la Mesa Central de Redacción y a la Redacción de El Comercio, se partirá desde la información básica que suele enviarse por correo electrónico como alertas informativas, la cual en la mayoría de casos suele ser ampliada para su publicación.

CAPÍTULO III.

MARCO TEÓRICO.

El poder de los medios de comunicación en la formación de una sociedad, y en su variante más poderosa, la opinión pública, ha sido tema de discusión y estudio prácticamente desde los inicios de la prensa. Sobre este particular son también numerosas las investigaciones que buscaron establecer cuál es el rol desempeñado por el discurso de un medio o cuál es su importancia para el público que, en el caso de la prensa escrita, lee un determinado periódico.

Para ningún ciudadano, en general, ni para un periodista en particular, es secreto que las noticias pasan obligatoriamente por una serie de filtros inherentes a la política editorial de los medios, a cuestiones de espacio, a la relevancia de los propios acontecimientos, así como a diversos condicionamientos externos al medio, tales como la política de los organismos del Estado, el gobierno de turno, preferencias del público, o las leyes vigentes⁵.

⁵ “Al llegar al lector, todo periódico es el resultado de un proceso complejo, que comprende una serie de elecciones sobre lo que ha de publicarse, el lugar en que ha de ir, el espacio que tiene que ocupar, la importancia que debe concedérsele. No hay en esto reglas objetivas, sino más bien convenidas”. GOMIS, Lorenzo. *El periodismo como método de interpretación sucesivo de la realidad social*. En: Sociología del periodismo. HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena. Tomo I. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 1997. Pág. 70.

“La interpretación de la realidad como conglomerado de noticias responde a una expectativa pública y a necesidades técnicas. La realidad social verdadera, en directo, se diluye a lo largo del día y la noche, y parece lenta, difusa, aburrida. No es posible entrar en contacto expectante con ella a horas fijas. Corresponde, por tanto, a la actividad profesional llamada periodismo darle a la realidad social presente una versión concentrada, dramatizada, sugestiva, que recoja lo más interesante de todo lo que se diga que ha ocurrido y hasta lo retoque para ajustarlo a las necesidades del tiempo y el espacio”. GOMIS, Lorenzo. *Los medios forman cada día el presente social de referencia*. *Ibidem*. Pág. 55.

Pese a ello, la prensa ha logrado desempeñar sus funciones sociales basándose en la figura de la objetividad – considerada también una utopía en la profesión⁶ -, la cual actúa como arma y defensa de la labor tanto de los periodistas como de los dueños de los medios de comunicación. Ese es el caso de El Comercio, uno de los diarios más tradicionales del país, que soportó la crisis que sacudió al gremio tras la difusión del vladivideo Kouri – Montesinos, el 14 de setiembre del 2001.

Por lo señalado líneas arriba, se considerarán como pilares teóricos de la presente sistematización los conceptos de:

3.1. El Newsmaking⁷.

Con relación a las teorías de la comunicación podría establecerse que, desde hace más de tres décadas, una de las más aceptadas entre investigadores y profesionales de los medios es la denominada “newsmaking”, o construcción de la noticia, en base a criterios establecidos por el medio y el periodista o *gatekeeper* de la información. Este concepto, lejos de aludir a la manipulación negativa de los datos, con fines desinformativos, solo busca establecer científicamente que toda noticia propiamente dicha llega al público luego de ser producida, confirmada, redactada y validada según el

⁶ “La existencia de circuitos de influencias, en el conjunto del proceso de fabricación de noticias, subraya con fuerza que la objetividad no puede ser más que un *mito dinámico* cuyo impacto cultural permite a los periodistas tener una relación de resistencia también fluctuante según las circunstancias y las empresas”. MATHIEN, Michael. “Acercamiento sistemático de la producción de noticias en las empresas de comunicación masiva” En: *Diálogos de la Comunicación*. N° 24. Lima: Secretaría Ejecutiva de FELAFACS, 1989. Pág. 86.

“La subjetividad es algo inherente a la construcción de cualquiera de las modalidades discursivas propias del espacio periodístico. El periodista es, en primera instancia, un observador de los hechos y la operación de registro implica una valoración de ellos”. TOVAR GIL, Gloria. *El periodismo de interpretación. Definición y aplicación en el discurso televisivo*. Tesis para optar el grado de Lic. en Ciencias Sociales, agosto 1991.

⁷ WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S. A., 1996. Pág. 35.

estilo, entendimiento e importancia que le confiere un equipo de periodistas de determinado medio de comunicación.

Las decisiones del gatekeeper no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien en relación a un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos, como la eficiencia, la producción de noticias, la velocidad. (...) El contexto profesional – organizativo – burocrático circundante ejerce una influencia decisiva sobre las elecciones de los gatekeepers: el ya clásico estudio de BREED (1955) sobre el control social en las redacciones, analizando los mecanismos con los que se mantiene la línea editorial – política de los periódicos, establece que ésta (raramente explicitada y discutida) es aprendida por ósmosis y es impuesta sobre todo mediante el proceso de socialización de los periodistas en el seno de la redacción. La fuente principal de expectativas, orientaciones y valores profesionales no es el público sino el grupo de referencia constituido por los colegas o por los superiores. Breed enumera seis motivos que inducen a conformarse con la orientación del periódico: a) la autoridad institucional y las sanciones; b) los sentimientos de obligación y estima hacia los superiores; c) las aspiraciones a la movilidad profesional; d) la ausencia de fidelidades de grupo contrapuestas; e) la naturaleza agradable del trabajo; f) el hecho de que la noticia se ha convertido en un valor.

Visto así, Wolf ratifica que las exigencias organizativo – estructurales y las características técnico – expresivas propias de todo medio de comunicación son elementos cruciales para determinar la representación de la realidad social ofrecida por estos mismos medios a su público.

Dicho de otra forma, no puede explicarse la selección solo como elección subjetiva del periodista (aunque sea profesionalmente motivada), sino que hay que verla como un proceso complejo, que se desarrolla a lo largo de todo el ciclo productivo, realizado por distintas instancias (desde las fuentes hasta el redactor individual) y con motivaciones que no siempre obedecen inmediatamente a la directa necesidad de escoger qué noticias deben ser publicadas. La observación puede aplicarse también a los valores / noticia que en realidad no impregnan tan

solo el momento de la selección, sino en todo el proceso productivo, incluidas las fases de confección y de presentación de las noticias, en las que son enfatizados justamente los elementos de importancia que han determinado la *newsworthiness* en el momento de la selección. A menudo la selección de un acontecimiento coincide con la atribución de un particular ‘corte’ o punto de vista desde el que puede ser referido, noticiado⁸.

3.2. La Agenda Setting.

“La influencia de los media es postulada porque estos nos ayudan a estructurar la imagen de la realidad social, a organizar nuevos elementos de dichas imágenes, a formar nuevas opiniones y creencias”, señaló el teórico norteamericano Roberts en 1972, citado por Mauro Wolf en su estudio sobre las teorías de la comunicación. Consideraba que mucho de lo que la gente sabía sobre la vida política y social de su país había sido aprendido de segunda o tercera mano, a través de los media, que estructuran un contexto muy real, pero que nosotros como público solo podemos conocer de lejos.

Bajo esta premisa concibió la hipótesis de la Agenda Setting *“como consecuencia de la acción de los periódicos, de la TV y de los demás medios de información sobre el público”*, que es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente, dice Wolf, tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público, además, tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas.

⁸ WOLF, Mauro. *Op. Cit.* Pág. 276.

La hipótesis de la Agenda Setting no sostiene que los media procuran persuadir (...) Los media, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo que tener una opinión y discutir (...) El presupuesto fundamental de la Agenda Setting es que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los media. Cuando menor es la experiencia directa que tiene la gente sobre una determinada área temática, más depende de los media para obtener las informaciones y los marcos de interpretación correspondientes a esa área (...) Estas condiciones, cuando existen, invaden la vida cotidiana de las personas. La directa, inmediata y personal experiencia de un problema, lo convierte en suficientemente relevante y significativo, relegando al fondo la influencia cognoscitiva de los media. La variante de la *centralidad* debe por tanto considerarse como uno de los factores de mediación de la Agenda Setting⁹.

De acuerdo con Wolf, los periódicos son los primeros promotores en organizar la agenda del público, definiendo ampliamente el ámbito de su interés. Le siguen en ese camino los informativos televisivos, que poseen un cierto impacto a corto plazo sobre la composición de la agenda del público. Para ello recurren a la tematización, término que responde al procedimiento informativo de la Agenda Setting que representa una modalidad particular: tematizar un problema significa, efectivamente, colocarlo en el orden del día de la atención del público, concederle la importancia adecuada, subrayar su centralidad y su significado respecto al curso normal de la información no tematizada.

En resumen del propio autor, la Agenda Setting se aplica en los medios de comunicación de la siguiente manera:

- Enfatizando un acontecimiento, un grupo, una personalidad, hasta hacerla pasar a primer plano. Tipos distintos de temas exigen cantidades y calidades diferentes

⁹ Wolf, Mauro. *Op. Cit.* Pág. 167.

de cobertura para atraer la atención. Esta es la fase de la focalización, pero es solo la primera, necesaria aunque en sí misma insuficiente para determinar la influencia cognoscitiva.

- El objeto focalizado por la atención de los media debe ser enmarcado, debe ser interpretado a la luz de algún tipo de problema que representa: es la fase del framing, es decir, de la imposición de un marco interpretativo a lo que ha sido cubierto intensivamente.

- Creando una relación entre el objeto o acontecimiento y un sistema simbólico, de manera que el objeto pase a ser parte de un panorama social y político reconocido; es la fase en la que los media son decisivos para relacionar hechos discretos, discontinuos, en una sucesión constante, que se desarrolla sin solución de continuidad.

- Por último, el tema adquiere consistencia si puede personificarse en individuos que se constituyan como “portavoces”. La posibilidad de dar forma a la Agenda reside en gran parte en un proceso de enfatización que repropone el ciclo completo de fases¹⁰.

¹⁰ WOLF, Mauro. *Op. Cit.* Pág. 199.

3.3. Noticia

Para Rodrigo Alsina¹¹ *“noticia es una representación social de la realidad cotidiana, producida institucionalmente, que se manifiesta en la construcción de un mundo posible. Mediante esta definición pretendo poner de manifiesto, en primer lugar, la construcción de la noticia a partir de los acontecimientos que diariamente se seleccionan. En segundo lugar, hay una doble institucionalización”*. La noticia, explica el autor, se produce en una institución informativa que supone una organización compleja. Pero, además, el rol de los mass media está institucionalizado y tiene la legitimidad para producir la realidad socialmente relevante. Por último, recalco que la noticia es una producción discursiva, y como tal, tiene un proceso de elaboración textual.

Para Mauro Wolf *“es noticia lo que – hecho pertinente por la cultura profesional de los periodistas – es susceptible de ser trabajado por el aparato sin excesivas alteraciones y subversiones del normal ciclo productivo”*.

En general, sin embargo, la noticiabilidad de un acontecimiento es valorada con relación al grado de integración que presenta respecto al normal, rutinario curso de las fases de producción. (...) La definición y la elección de lo que es noticiable – respecto a lo que en cambio no constituye noticia – está siempre orientada pragmáticamente, es decir, en primer lugar hacia la factibilidad del producto informativo que hay que realizar, en tiempos y con recursos limitados. Esta última contribuye a descontextualizar o a borrar un acontecimiento del contexto en el que se ha producido para poder recontextualizarlo en el formato del informativo.

¹¹ RODRIGO ALSINA, Miguel. *Op. Cit.* 262.

Sobre las noticias es necesario recalcar la existencia de una serie de “valores noticia”, los cuales permiten, como su nombre lo indica, determinar qué es noticia de lo que no lo es. Prosiguiendo con la definición de Wolf, los valores noticia son criterios para seleccionar entre el material disponible en la redacción los elementos dignos de ser incluidos en el producto final. Estos funcionan como líneas guías para la presentación del material, sugiriendo qué es lo que hay que enfatizar, lo que hay que omitir, dónde dar prioridad en la preparación de las noticias que se presentan al público. Son, por tanto, reglas prácticas que incluyen un hábeas de conocimientos profesionales que implícitamente, y a menudo explícitamente, explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción. Sobre todo constituyen claras y disponibles referencias a conocimientos compartidos sobre la naturaleza y la finalidad de las noticias, referencias que pueden ser utilizadas para facilitar la compleja y rápida elaboración de los noticiarios.

Otro aspecto de gran importancia sobre la noticia es el reconocimiento de su impacto sobre el interés nacional. Uno de los factores que operativamente determina la importancia de un acontecimiento es su capacidad de influir o de incidir sobre los intereses del país. Asimilable a dicho factor es el valor noticia que Galtung y Ruge indican con el término de significatividad¹². *“El acontecimiento, para ser noticiable, debe ser significativo, es decir, interpretable en el contexto cultural del oyente o lector: la importancia respecto al sistema de valores ideológicos y a los intereses propios del país en cuestión determina la importancia de un acontecimiento”*.

Hecha esta revisión, debe señalarse que para fines del presente informe se utilizara el término noticia como representación social de la realidad cotidiana que

¹² WOLF, Mauro. *Op. Cit.* Pág. 230.

responde a un particular proceso de selección, producción y circulación que, a su vez, corresponde a los filtros provenientes del periodista y del medio, así como a los espacios creados por el contexto social y político.

3.4. Construcción de la noticia

En su libro *Teoría del Periodismo*¹³, el español Lorenzo Gomis detalla que, al llegar al lector, todo periódico es el resultado de un proceso complejo, que comprende una serie de elecciones sobre lo que ha de publicarse, el lugar en que ha de ir determinada información, el espacio que tiene que ocupar, la importancia que debe concedérsele. *“No hay en esto reglas objetivas, sino más bien convenidas”*, sostiene, en alusión al manejo que implica ordenar la información sobre determinados hechos, procesar esos datos y presentarlos de una manera clara al público como una noticia.

El periódico es un intérprete, y el periodismo, un método de interpretación periódica de la realidad. La 1º tarea de los medios como intérpretes consiste en permitirnos descifrar y comprender por medio del lenguaje la realidad de las cosas que han sucedido. La 2º tarea de los medios como intérpretes consiste en facilitar que nos hagamos caso de la significación que el hecho traducido a noticia puede tener. La 1º interpretación es indicativa; la segunda, exegética¹⁴.

De acuerdo con Gomis, considerar el periódico como intérprete ayuda, por tanto, a no verlo solo como un emisor de informaciones. El periódico recita – según señala – los artículos procedentes de la realidad circundante, artículos que necesitaremos como mensajes diversos. El periódico actúa en ese primer momento como receptor. La

¹³ GOMIS, Lorenzo. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Madrid: Paidós Comunicación, 1991. Primera edición. Pág. 80.

¹⁴ GOMIS, Lorenzo. *Op. Cit.* Pág. 71.

circulación de estos mensajes produce una respuesta interna, motivando a los periodistas a cuestionar si determinado dato es interesante o no, si determinada información habrá que ser completada, aquella habrá que verificarla, o si un tema es digno de exploración.

Ahí comienza el trabajo intenso de redacción, al término del cual el periódico actúa como emisor: emite su mensaje global, que es el ejemplar que sale a la calle, y que puede considerarse también como una yuxtaposición de mensajes diversos. A lo largo de todo este proceso, la redacción realiza un proceso de interpretación¹⁵.

En ese espíritu, el propio Gomis recogió algunas ideas del teórico norteamericano Marshall McLuhan, creador del concepto de la aldea global, sobre la construcción de las noticias en un medio periodístico: *“las noticias no solo hay que darlas, sino también reunir las y, a decir verdad, hacerlas. Lo que da la prensa es noticia. Lo demás no es noticia”*. Paraphrasing a McLuhan, Gomis incide en que la construcción de la noticia, como comunicación lingüística informativa e impersonal de un hecho, de modo que pueda ser fácilmente entendida y comentada, pasa por la recolección y verificación de datos, redacción del titular, ordenamiento de ideas fuerza – o la identificación de “la pepa”, en el argot de las redacciones - y colocación de párrafos complementarios para el texto.

La lectura del título no dispensa de la lectura del texto; tiene como función atraer al lector y disponerle a leer. El título resume el texto, se ponen para que el lector sepa qué dice el texto y pueda escoger entre leerlo y no leerlo, y para hacer innecesaria la lectura del texto en el caso del lector apresurado o que solo medianamente se interesa por el hecho que el título resume. La redacción debe ser concisa; ha de hacerse un uso económico del

¹⁵ GOMIS, Lorenzo. *Op. Cit.* Pág. 72.

lenguaje, procurar obtener el máximo rendimiento informativo con el mínimo de palabras. No es extraño, por este carácter condensado e ingenioso, que McLuhan haya visto en los titulares el equivalente moderno del aforismo. Los titulares convienen que lleven un verbo en forma activa, o que este se sobreentienda fácilmente porque resume una acción: dicen qué ha pasado y es normal que se redacten en presente porque así los hechos, se presentan inmediatamente al lector. El lector quiere saber qué pasa¹⁶.

3.5. Características de la noticia

Manuel Jesús Orbegozo, reconocido periodista local, ex catedrático de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, y ex director del diario Expreso, consideró en su libro “Periodismo, texto de teoría y práctica” a la actualidad y proximidad como dos características primordiales para cualquier información que califique como noticia¹⁷.

Como actualidad se entiende a aquella característica que confiere novedad y vigencia a un hecho. *“El hallazgo del esqueleto de un dinosaurio muerto hace millones de años, encontrado hoy, no es noticia mientras el periodista no lo divulgue; la información peraltada es el hallazgo, pero no el dinosaurio muerto hace millones de años”*¹⁸.

Otro rasgo intrínseco en cualquier información noticiosa es la proximidad, que establece el hecho noticioso en base al tiempo y al espacio en que sucede. Esto ocurrió ¿cuándo? (tiempo) y ¿dónde? (espacio). *“El hombre tiene interés en saber cuándo*

¹⁶ GOMIS, Lorenzo. *Op. Cit.* Pág. 82.

¹⁷ ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Periodismo: Texto de teoría y práctica.* Lima: Fondo Editorial de la UNMSM, 2000. Pág. 105.

¹⁸ ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Ibidem.* Pág. 106.

sucedio esto. Si fue hace un año, no le interesa; si fue ayer, le interesa más. Quiere estar enterado de todo lo que sucede ahora, hoy, en este instante; de la misma manera como le interesa saber dónde ocurrió, si es aquí, todavía mejor; mientras más lejos, menos interés¹⁹”.

Además de actualidad y proximidad, Orbeagozo considera importantes – por sus aportes al enriquecimiento de la información – la prominencia o preeminencia, consecuencia, conflicto, cultura, rareza e interés humano.

Se denomina prominencia o preeminencia en una información a aquella que proviene o trata de personajes que, por una u otra razón, protagonizan un hecho. Según explica el autor, en cuanto el personaje tenga mayor validez pública por el desempeño de algún cargo o sea un actor circunstancial de un hecho, tanto mayor será noticia importante.

La consecuencia es una característica de la noticia – señala Orbeagozo – por medio de la cual se reconocen repercusiones o valores futuros emanados del hecho. Por ejemplo, la firma de un TLC entre jefes de Estado es una noticia que, como acto no demora ni cinco minutos, pero cuyas repercusiones definitivamente importan a la población, que bien podría esperar de los medios toda la información posible al respecto.

El conflicto es aquel rasgo que proviene de una noticia que, como su nombre lo indica, encierra problemas contendientes, de discusión, de pelea o de guerra.

¹⁹ ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Op. Cit.* Pág. 106.

Con relación a la cultura, esta se refiere a las noticias que por su origen abordan el desarrollo del arte, las ciencias, el deporte, los espectáculos, la culinaria, o el desarrollo cultural del hombre dentro de su comunidad. Algo similar ocurre con el valor “rareza”, que se adjudica a todas aquellas informaciones que llaman nuestra atención por su particularidad o extrañeza.

Finalmente, el interés humano se refiere a aquellas informaciones que apelan a historias de vida, personajes comunes que pueden ser ejemplos o baldones en la sociedad. Estas historias suelen ser noticia porque captan el interés del público, que se siente identificado o rechaza lo que observa, precisamente porque siente que lo afecta o que concierne a su realidad.

3.6. Valores de la noticia

Una noticia tiene o debe tener una serie de valores propios para ser de interés, sino utilidad, al público que consume determinado medio de información. Entre los más importantes, citados nuevamente por Manuel Jesús Orbegozo, se cuentan la veracidad, exactitud, integridad, interés y rapidez.

La veracidad, precisa el autor²⁰, es la virtud máxima de todo texto periodístico y ya no solo de la noticia. Si una noticia no es veraz, si no está fundamentada en datos que revelan la exactitud del hecho que le da origen, *“no solamente no será noticia, sino que se convertirá en un descalabro informativo”*.

²⁰ ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Op. Cit.* Pág. 153.

La exactitud implica que toda noticia debe ser exacta, ajustarse solo a lo sucedido y evitar consignar aquello que escapa a la realidad de lo que pasó. Este valor es acompañado, en la práctica periodística, por la seriedad con la que el periodista debe asistir a la recolección de datos o documentación de un hecho.

La integridad responde a la consignación o detalle, en toda noticia, del contexto en el cual se enmarca. *“Todo acontecimiento es un todo”*, señala Orbegozo. *“Lógicamente, no se trata de levantar un acta notarial del suceso, es decir, de registrar absolutamente todo, porque ese no es el caso fundamental, sino el de registrar todos los valores noticiosos que, a juicio del periodista, deben ser conocidos o informados a los lectores”*²¹.

El interés se refiere al valor que cualquier información conlleva para ser publicada. Es decir, si no le interesa a nadie, o les interesa muy poco a muy pocos, pues lo más recomendable es no tomarla en cuenta. Este interés puede provenir de diversas fuentes de índole política, económica, cultural, deportiva. Refiere también a aquellos hechos capaces de influir socialmente, de constituirse en un referente para quien lo lee en un diario, lo ve o lo escucha en algún programa de radio o TV.

Finalmente, la rapidez es una virtud que debe arrastrar toda noticia, aunque dependiendo del medio en el que esta se publique. De más está precisar que, si se trata de un medio radial, este valor cobra especial importancia; lo contrario sucedería con la prensa escrita, donde la rapidez solo determina el cierre puntual o tardío del proceso de impresión. Aún así, como señala Orbegozo, *“la rapidez sigue vigente, aunque*

²¹ ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Op. Cit.* Pág. 157.

reemplazada hoy por la calidad interpretativa, el toque literario, creativo, con que las noticias están escritas ahora por los periodistas modernos"²². En el caso de la sección Comunicaciones, este valor es crucial a la hora de nuestra labor de monitoreo, ya que cualquier retraso en nuestras funciones incide en un retraso en el manejo de la información y el despliegue que las áreas de Redacción puedan hacer sobre algún despacho de Comunicaciones que les haya parecido importante desarrollar.

3.7. Manipulación de la información noticiable

En el marco de la teoría del Newsmaking, Wolf hace la siguiente aclaración:

[Nos alejamos] del concepto de ‘manipulación’ (*bias*), [entendida como] la distorsión deliberada de las noticias con fines políticos o personales, concepto que regularmente limita la perspectiva de los que critican a los media hacia las distorsiones voluntarias y a corto plazo. El concepto de manipulación implica una posición de equilibrio, de la que las noticias pueden ser eliminadas a causa de la influencia del prejuicio, del complot o de los que tienen el poder político y comercial. Dicha noción tiene dos límites cruciales. Uno es la imposibilidad de definir dónde se coloca en realidad dicha posición de equilibrio. El otro está relacionado con la tendencia a asumir que si estas distintas influencias pudieran ser eliminadas y los periodistas pudiesen ser liberados de los vínculos que los atan, la autonomía profesional garantizaría una irreprochable imparcialidad y exhaustividad de la información²³.

Más adelante, el mismo autor recalca que desde este punto de vista, autonomía profesional y distorsión en la información aparecen como dos caras de la misma moneda: es decir, se trata de un enfoque mucho más radical que aquel que, al reducir toda carencia y manipulación de la cobertura informativa exclusivamente a presiones e influencias explícitas externas, se niega la posibilidad de comprender el funcionamiento de la distorsión inconsciente, vinculada a las prácticas profesionales, a las habituales

²² ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Op. Cit.* Pág. 158.

²³ WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Pág. 208.

rutinas productivas, a los valores compartidos e interiorizados sobre las modalidades de desarrollar el oficio de informar²⁴.

Por tanto, consideraremos como manipulación de la información noticiable – que no responde a intenciones previas asumidas por los gestores de la noticia – al proceso incidental por el que pasan todos los sucesos que serán convertidos en noticia por parte del periodista y del medio para el cual labora.

3.8. Visión periodística del Grupo El Comercio

En la más reciente edición de los Principios Rectores para los diarios y revistas del Grupo El Comercio, publicada en noviembre del 2003²⁵, se precisan las siguientes consideraciones de la empresa para sus diferentes públicos:

- Frente al país. Se proyecta como un grupo de medios informativos independientes, veraces y plurales comprometidos editorialmente con la institucionalidad democrática y el justo nivel de vida en lo social, político y económico.

- Frente a sus múltiples audiencias. Se proyecta como un innovador grupo formado por un conjunto de medios informativos, productos y servicios de calidad en constante innovación, atentos a las necesidades de sus lectores para servirlos.

²⁴ WOLF, Mauro. *Op. Cit.* Pág. 209.

²⁵ Grupo El Comercio. Principios Rectores para sus diarios y revistas. Conducción general por Alejandro Miró Quesada. Impresiones comerciales Amauta, noviembre 2003. Pág. 8.

- Frente a los trabajadores del Grupo. Se proyecta como una sociedad de empresarios y trabajadores que satisface las necesidades de desarrollo personal y profesional de quienes participan en ella.

- Frente a los anunciantes. Se proyecta como una corporación de medios que entiende el negocio, el mercado y las necesidades de sus anunciantes, colaborando así con el logro de sus objetivos empresariales.

- Frente a los accionistas. Se proyecta como una inversión rentable que, atendiendo a estos Principios Rectores y a sus deberes con la sociedad, sus lectores, trabajadores y anunciantes, responde debidamente a las expectativas económicas de sus accionistas.

3.9. La Línea Editorial de El Comercio

De acuerdo con los Principios Rectores de los diarios y revistas del Grupo El Comercio²⁶, la Línea Editorial del diario El Comercio persigue la defensa de la democracia, defensa de los derechos humanos, defensa de la libertad de expresión y la defensa de la calidad de vida.

“Los medios del Grupo mantienen una línea editorial comprometida con la defensa de la democracia y, consecuentemente, con la vigencia de un estado de derecho. Profesan un pluralismo informativo, propenden a la institucionalización del

²⁶ Grupo El Comercio. Principios Rectores para sus diarios y revistas. Conducción general por Alejandro Miró Quesada. Impresiones comerciales Amauta, noviembre 2003. Pág. 18 – 22.

Estado, a la descentralización del país y a la integración internacional”²⁷. Así, según su espíritu pluralista, el Grupo El Comercio informa sobre todas las tendencias políticas. Se exceptúan las que propugnan la violencia y la ruptura del Estado de derecho para el cumplimiento de sus fines. Solo el director periodístico puede, en aras de la misión informativa, autorizar las excepciones. En el plano internacional, y consciente del actual proceso de globalización, impulsa la sana integración de los pueblos, especialmente la de los miembros de la comunidad iberoamericana.

Con relación a la defensa de los derechos humanos, los medios del Grupo El Comercio propugnan la vigencia de estos principios universales, la convivencia pacífica entre los pueblos y la igualdad entre los hombres. Se presenta a sí mismo como partidario de una cultura de paz y de la consecuente solución pacífica de las diferencias entre los pueblos. Sin embargo, no deja de propugnar la más enérgica y legítima defensa cuando la seguridad del país es amenazada por una agresión armada.

*“El Grupo reacciona ante hechos que atentan contra la igualdad de las personas y los derechos de las minorías. Se opone así a cualquier tipo de segregación, ya sea de raza, sexo, política, religión, etcétera”*²⁸.

Sobre la defensa de la libertad de expresión, los medios del Grupo El Comercio la entienden desde tres escenarios distintos: como el derecho que defiende a todos los demás derechos, como el derecho de los ciudadanos a dar y recibir información y opiniones, y como el marco que permite a los medios ejercer su función periodística.

²⁷ Grupo El Comercio. Principios Rectores para sus diarios y revistas. *Op. Cit.* Pág. 18.

²⁸ *Ibidem.* Pág. 19.

El libre acceso a la información pública es también un derecho que el periodista debe ejercer y hacer cumplir con energía. Este se basa en el precepto de que la información pública pertenece a los ciudadanos y no a los funcionarios públicos. La información pública debe ser de fácil acceso y ofrecida de manera completa y gratuitamente o a un costo razonable. Por su parte, el periodista debe ser igualmente respetuoso de mantener la reserva en las ocasiones en las que está de por medio la real seguridad del Estado o de los ciudadanos²⁹.

Vale precisar que, por este respeto a la libertad de expresión, en el campo laboral el Grupo El Comercio se opone a la colegiación obligatoria del periodista pues, por obligatoria, restringe el derecho a la libertad de expresión.

Finalmente, con relación a la defensa de la calidad de vida, los medios del Grupo El Comercio orientan a la comunidad hacia la práctica de los deberes y derechos y la consecuente observancia de los valores cívicos. Impulsan también la estabilidad del núcleo familiar y la preservación del medio ambiente.

La calidad de vida es un criterio subjetivo en su definición, pero muy concreto en su percepción: dentro de sus naturales aspiraciones humanas toda persona desea un mejor nivel de vida. Por ello los medios del Grupo colaboran editorialmente para que dichas aspiraciones sean alcanzadas tanto en los aspectos materiales como espirituales. Los medios del Grupo orientan a los ciudadanos a que exijan sus derechos con la misma firmeza con que deben cumplir sus deberes para con los demás. Por consecuencia, el Grupo critica editorialmente el incumplimiento de los deberes por parte de los ciudadanos, y lo hace con mayor énfasis si se trata de autoridades³⁰.

²⁹ *Ibidem*. Pág. 20.

³⁰ *Ibidem*. Pág. 22.

3.10. Las fuentes

Aunque la diversidad de recursos periodísticos para obtener datos y validar una información son múltiples, para los fines de este informe se tomarán en cuenta los estipulados en los Principios Rectores del Grupo El Comercio, que señala que un periodista del Decano de la prensa cuida y respeta sus fuentes, es responsable por la calidad y veracidad de la información que le ofrecen, defiende su anonimato en los casos en que se le exija revelar la identidad de una fuente.

Precisa, además, que el periodista se basa en gran medida en las fuentes para brindar un producto informativo de calidad. A más fuentes y pertinencia de ellas, mayor rigor y calidad de la información.

3.11. Tipos de fuentes

Si bien el número de fuentes que puede tener todo periodista varía y se extiende según los temas que aborde, el medio en el que se desempeña, así como los círculos que frecuenta, a fin de establecer una tipología sobre las fuentes se seguirán las consideraciones de los autores de la página web Mediatico.com. Vale precisar que esta página electrónica es alimentada por periodistas de todo el mundo, quienes intercambian opinión sobre la profesión y comentan incidentes noticiosos de sus países de origen.

Con estos considerandos hablaríamos de tres tipos de fuentes: personales, documentales o escritas, gubernamentales o no gubernamentales³¹. En el caso de las fuentes personales, es decir, aquellas con las que el periodista ha establecido una

³¹ Mediatico.com. http://www.mediatico.com/es/periodismo_de_investigacion/028.asp. Revisada el 19 de diciembre del 2008, a las 10:36 p.m.

relación de confianza, amparada en la veracidad o validez de sus datos, se contemplan fuentes estables, porque presentan una relación continuada con el periodista; fuentes provisionales, aquellas que duran lo que dura un tema o cobertura determinada; fuentes públicas, o aquellos personajes que ocupan un cargo público; fuentes privada, aquellas que informan en nombre propio; fuentes confidenciales, las mismas que no permiten que se las cite; fuentes expertas, o aquellas que por su profesión ofrecen información especializada; fuentes activas, aquellas que voluntariamente se ponen en contacto con el periodista para transmitir una información que interesa; fuentes pasivas, las que suministran la información que el periodista le pide por su propia iniciativa; fuentes resistentes, o las ponen obstáculos para la información; fuentes abiertas, es decir, las que no ponen resistencia.

Con relación a las fuentes documentales o escritas estas están constituidas por documentos públicos y documentos privados, a los cuales suele accederse a través de fuentes personales.

Finalmente, las fuentes gubernamentales y no gubernamentales son, como su nombre lo indica, aquellas directamente conectadas con las estructuras de poder en cualquier sociedad. Según se detalla en Mediatico.com, las fuentes gubernamentales ocupan un lugar de privilegio, por lo que el papel del periodista ante estas fuentes es analizar de forma crítica las informaciones que suministran. Las no gubernamentales son aquellas fuentes que no ostentan ningún poder, pero tienen acceso a informaciones valiosas. El periodista, entonces, sugiere la página citada, puede intentar convertir una fuente no gubernamental a una privada.

3.12. Monitoreo de medios

Todavía asociada con el mundo de la publicidad y las relaciones públicas, el monitoreo de medios ha sido ejercido empíricamente por las empresas periodísticas desde que la televisión, la radio y la inmediatez que confiere la internet ha revolucionado la producción y consumo de noticias en el mundo entero. Sin embargo, resultan pocas las empresas periodísticas que organizan estos procedimientos para superar el día y día y de hecho contar con un archivo digital de lo que publican, producen o comentan otros medios, periodísticamente hablando. Esta especialización se logró en El Comercio con la sección Comunicaciones, hasta el 2005, y con la empresa tercerizada Duotone Press, desde aquella fecha en adelante.

No sorprende, entonces, que las entidades que expliquen con detalles en qué consiste el monitoreo de medios sean precisamente agencias de publicidad, o entidades que les brindan servicios de grabación y reporte de apariciones en determinados canales o programas de radio y TV, como la empresa mexicana Medialog, una de las más reconocidas en este lado del mundo³². Esta entidad describe el monitoreo de medios como la distinción y selección de información precisa y exacta, de una avalancha de mensajes en flujo continuo. *“Aquella información que resulte significativa para ser procesada a su interior, y emitir en consecuencia, sus propios mensajes a la sociedad”* es rescatada y procesada por las instancias pertinentes para su ulterior uso y análisis.

Anteriormente, con pocos medios realmente masivos, particularmente impresos, bastaba la lectura de una o dos ediciones para tener una imagen del estado de la opinión pública, pero hoy esto ya no es posible. Solo en la ciudad de México

³² Medialog. <http://www.medialog.com.mx/portal/quienesomos.asp>. Revisada el 19 de diciembre del 2008, a las 11:02 p.m.

existen más de 30 publicaciones impresas que pueden influir en la opinión pública (dentro de un universo de cientos), y alrededor de 70 emisoras de radio y televisión que emiten sus señales libremente, sin contar a las de acceso restringido. Aunque son muy pocos los medios que pueden considerarse realmente influyentes en el grueso de la población, cualquiera del resto, de manera cotidiana, emite mensajes que pueden potencialmente afectar positiva o negativamente a una organización social en particular; y resulta imposible para estas organizaciones mantener la atención constante en más de un centenar de fuentes emisoras de información. Es aquí donde los servicios especializados de monitoreo y análisis de medios de comunicación pueden ayudar a la función social de las organizaciones, o al desempeño de los profesionales de la información³³

En el caso de la sección de Comunicaciones de El Comercio, a la fecha se monitorean programas periodísticos de las emisoras radiales RPP Noticias y CPN Radio. Con relación a los programas de televisión se cubren las transmisiones periodísticas de TV Perú, Canal N, CMD, América TV, Panamericana TV, Frecuencia Latina, Plus TV, ATV y RBC. En total se monitorean más de 30 programas periodísticos de TV, las 24 horas del día, los siete días de la semana.

3.13. Cobertura de la información en el Diario El Comercio

Para su edición diaria, El Comercio cuenta con diversas áreas de Redacción, una de Fotografía, otra de Infografía, una de Scanner o retoque digital de imágenes, y una sección web, encargada del portal de la empresa en internet. Además, claro está, figura la sección Comunicaciones, que por su naturaleza y funciones coordina estrechamente con las áreas de Redacción (desde Lima hasta Luces, pasando por Política, Economía, Mundo, Vida & Futuro, Informes Especiales, DT, Suplementos, Imagen, Opinión, entre

³³ Medialog. *Ibidem*.

otras) y con Fotografía, ya que – al tratarse de un medio impreso – la imagen de la noticia resulta primordial en la cobertura del día a día.

Esta coordinación se gestiona de dos maneras: por teléfono o correo electrónico. Como se detalló antes, la sección Comunicaciones no solo se encarga del monitoreo de medios y reporte de alertas o resúmenes de noticias, sino también de la administración de móviles y una caja chica de dinero en efectivo. Para la cobertura de sus comisiones, los periodistas de las diversas áreas de El Comercio deben solicitar, primero, una móvil a Comunicaciones, o en su defecto, autorización para tomar un taxi a fin de poder cobrar o recuperar el dinero invertido. Sin embargo, buena parte de las informaciones que se cubren a diario no provienen de una planificación anticipada, sino de noticias surgidas el mismo día, como accidentes de tránsito, siniestros, declaraciones de funcionarios públicos. Es en esos casos donde la gestión de Comunicaciones se vuelve proactiva, seleccionando, construyendo y reportando aquellas informaciones que a criterio del redactor de turno pueden ser importantes para el Diario. Si esta apreciación es compartida por algún editor de cualquier área, se da inicio a la coordinación para la cobertura, que implica el desplazamiento de un equipo periodístico (redactor y fotógrafo) hasta la zona de la emergencia o la entidad donde se lleva a cabo un evento público, previo reporte provisional del redactor de Comunicaciones y la entrega de una móvil o un taxi para que sea viable la cobertura en cuestión.

En caso la información que maneja el Diario precisa de ampliación con fuentes adicionales a las que maneja uno de sus periodistas, como declaraciones del día de algún personaje público o algún incidente adicional e inesperado, captadas por alguna emisora radial o televisiva en algún lugar del país donde no había un periodista de El

Comercio, la labor de Comunicaciones consiste en apoyar al periodista en cuestión, ya sea de manera verbal o escrita, proporcionándole las declaraciones que le hacen falta ya que, al estar monitoreando, Comunicaciones sí tiene la información – y la fuente – requerida.

3.14. Tratamiento de la información originada en el monitoreo de medios

Toda información periodística que se considera noticia es, por principio de cuentas, verificable. Como se reseñó en el apartado 4.6 toda noticia debe ser veraz, objetiva y fiable. Para ello el uso de fuentes y la validación de los datos proporcionados por estas fuentes son inherentes a la labor periodística, dentro y fuera de la Redacción. Tal es el caso de la sección Comunicaciones de El Comercio, donde si bien no se recurre a la calle para contrastar las informaciones que poseemos, sí se exige y se realiza una verificación de las informaciones que manejamos con fuentes propias o gubernamentales (ver apartado 4.11).

Así, cuando Comunicaciones maneja una información que considera noticia y que bien puede ser útil o interesante para algún área de Redacción, el primer paso a seguir es verificar la procedencia de la información y estimar si amerita el despliegue de un equipo periodístico para cubrirla. Acto seguido, se informa al área pertinente (Política, Lima, Economía, Luces, Deportes, por citar algunos casos) y a Fotografía, a fin de ganar tiempo y permitirles a ellos estimar por su cuenta la pertinencia de la información y su eventual cobertura. Este proceso suele realizarse mientras en Comunicaciones se redacta por correo la alerta correspondiente, que consigna en uno o dos párrafos periodísticos los datos que se manejan y la fuente de procedencia. Una vez

reportada la alerta, se espera la decisión de los editores pertinentes. En caso aprobarse la cobertura, se gestiona un medio de transporte para el equipo y se monitorea su desempeño desde la sede del Diario, por si precisan alguna información o ayuda adicional. En caso no se apruebe la cobertura, la información reportada por Comunicaciones queda como registro para el día o se publica – en caso lo consideren necesario los editores – en alguna sección del diario como una nota breve.

3.15. ¿Qué es un breve?

En su libro “El Blanco Móvil. Curso de Periodismo”, el español Miguel Ángel Bastenier señala que, con el grado justo de hipérbole, hay quienes dicen que el breve es el género esencial del periodismo. *“No es un género, según nuestro canon, pero sí puede verse como el comienzo de todas las cosas; también hay quien dice que el que sabe hacer un breve, sabe hacerlo casi todo. Puede que hasta sea verdad”*³⁴.

Según su observación, todas las informaciones, cualquiera sea su extensión, deben entenderse como elementos unitarios, como partes de un todo. El hecho, precisa, de que una información sea minúscula en extensión no significa que pueda ser parcial, incompleta, inexacta o, mucho menos, insulsa. Todo lo contrario, debe contener la información precisa, pero completa y en pocas palabras, precisamente para ser considerado un breve.

³⁴ BASTENIER, Miguel Ángel. El Blanco Móvil. Curso de Periodismo. Madrid: Grupo Santillana Ediciones, 2001. Pág. 39.

El breve ha de ser un organismo totalmente autosuficiente, completo, unitario, que imaginamos como una esfera, liso y bruñido, de manera que no haya resquicio alguno en él, que no se le pueda meter el dedo por ninguna fisura; con todo lo que le hace falta y nada que le sobre. Su utilidad principal será la de completar el diagrama informativo diario, lo que sería el clásico servicio del récord, tan tradicionalmente propio de los diarios de referencia que se precian de no olvidar jamás ningún tema del día que pueda ser, en ese momento o en el futuro, significativo; de otro lado también puede utilizarse para cometidos de continuidad, para que una cuestión no desaparezca totalmente (...) ³⁵.

Para fines prácticos, y debido a la rapidez con que deben procesarse las informaciones del monitoreo o el escáner de frecuencia de radio de la PNP y los Bomberos, para luego informar a la Redacción, los redactores de la sección Comunicaciones debemos tratar de consignar inalterablemente, sino todos, por lo menos la gran mayoría, los siguientes datos en nuestras alertas y resúmenes de noticias: el hecho a informar, el sujeto que protagoniza el hecho, el espacio donde ocurrió el hecho, la forma cómo ocurrió, el tiempo y la razón. En otras palabras, como señala Manuel Jesús Orbegozo, las 5 W de la noticia, por sus nombres en inglés: what, who, where, when, why, y how ³⁶.

“Después se coligió que la mejor manera de ofrecer una noticia sería consignando estos cinco o seis elementos al comienzo de todo texto, para darle al lector, en pocas palabras, sin mayores detalles, el conocimiento completo aunque resumido del acontecimiento. A esta forma de comenzar a escribir le denominaron lead” ³⁷. Y es, en resumidas cuentas, lo que ofrece Comunicaciones a las diversas áreas del Diario El Comercio, una serie de leads que son reportados precisamente porque los

³⁵ BASTENIER, Miguel Ángel. *Op. Cit.* Pág. 45.

³⁶ ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Periodismo: Texto de teoría y práctica.* Pág. 118 – 119.

³⁷ ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Ibidem.* Pág. 119.

redactores del área consideran que pueden ser de utilidad para el Diario y que ameritarían cobertura in situ si se cuenta con un equipo periodístico disponible para ello.

3.16. Función social de la prensa

De acuerdo con lo afirmado en la hipótesis de la agenda setting, la influencia de los media es postulada porque estos nos ayudan a estructurar la imagen de la realidad social y, a largo plazo, a organizar nuevos elementos de dichas imágenes, a formar nuevas opiniones y creencias (Roberts, 1972, 377).

Para Lang – Lang, citado por Wolf, mucho de lo que la gente sabe sobre la vida política ha sido aprendido de segunda o tercera mano, a través de los media. *“Estos estructuran un contexto político muy real, pero que nosotros podemos conocer solo de lejos. Además de esto, los media estructuran también una realidad más amplia, no local, a la que es difícil sustraerse. Hay algo invasor (obtrusive) respecto a lo que los media presentan, algo que hace su influencia acumulativa”*.

Por su parte, Rafael Roncagliolo, en su artículo *El NOMIC: comunicación y poder*³⁸, sostiene que *“la vieja analogía que definía a la prensa como el cuarto poder del Estado resulta verdadera”*, en una clara alusión a la enorme capacidad de la prensa para influir e incitar a la población en muchas de sus principales corrientes de opinión.

³⁸ RONCAGLIOLO, Rafael. *El NOMIC: comunicación y poder*. En: Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación. N°3. Abril – Mayo – Junio 1982. Quito: CIESPAL. Pág. 35.

Por tal motivo, el mismo Roncagliolo añade que *“la libertad de expresión se ve amenazada indudablemente cuando regímenes autoritarios establecen la censura oficial, pero se encuentra igual de recortada cuando los dueños privados y los financiadores determinan, por sus lectores, qué existe y qué no existe en sus páginas”*.

Para fines del presente informe resumiremos la función social de prensa como aquella que la conmina a determinar qué pensará la opinión pública y en qué pensará, definiendo el referente informativo sobre el cual debatirá la sociedad en un determinado momento y espacio.

3.17. Opinión pública

Se empleará el concepto que Susana Espinoza Cruz³⁹ utilizó para delimitar el concepto de opinión pública: *“aquella que puede ser expresada en público sin riesgo de sanciones y en la cual puede fundarse la acción llevada adelante en público”*. De acuerdo con esta autora, la opinión pública puede ser entendida como una relación de poder donde se impone una opinión dominante – puesto que la mayoría de los individuos tienden a seguir la posición dominante - sobre una dominada. Hablaríamos entonces de un acto de sumisión a partir del cual dos actores se relacionan y juegan el rol dominante – dominado, rol que en los sistemas democráticos tiende a ser intercalado.

Por lo tanto, consideraremos como opinión pública al resultado final de la interacción entre los medios, el Estado y la coyuntura, con la cual se legitima la realidad

³⁹ ESPINOZA CRUZ, Susana E. Relaciones de poder entre el Estado y la Industria de la Comunicación: ámbitos de sentido y construcción de la legitimidad social. En: Revista electrónica Razón y Palabra. N° 17, febrero – abril del 2000. www.razonypalabra.org.mx Página visitada el 15 de mayo del 2002.

y se determinan las posturas hegemónicas de los dos primeros ante los ojos de los ciudadanos.

3.18. Relaciones de poder en la prensa

Tomaremos el concepto planteado por Susana E. Espinoza Cruz en Relaciones de poder entre el Estado y la industria de la comunicación: ámbitos de sentido y construcción de la legitimidad social⁴⁰. De acuerdo con esta autora, se denomina relación a toda forma de asociación entre dos o más conceptos, así como al camino que el hombre utiliza para entrar en contacto con las cosas o con otros hombres. Es la forma que tiene para entender su entorno, para conocerlo. Por poder se entiende la facultad del hombre para actuar. Esta facultad incluye la posibilidad de reunir diversas voluntades para obrar por un fin común. La mencionada capacidad está limitada por reglas específicas de acuerdo con la sociedad en que se desarrolle. El poder, por tanto, es la fuerza y la capacidad de controlar a los otros.

Prosiguiendo con la definición, el poder solo puede ser ejercido sobre sujetos que deciden sobre sus acciones; por lo tanto, la condición sine qua non del poder es la libertad, aunque suene contradictorio. El poder, entendido como concepto político, acota Espinoza, tiene un origen ético. *“La ética le da al poder el significado de libertad”* (Sartori, 1989)

Pese a ese origen, el término poder se transforma al llegar al ámbito de la política, donde es concebido como control. Este control es tal únicamente cuando se

⁴⁰ ESPINOZA CRUZ, Susana E. *Ibidem*.

ejerce, lo cual también implica una relación del individuo con otros actores, donde unos dominan y otros son dominados. Sin esta relación, el poder es imposible.

En conclusión, entenderemos relación de poder como aquella forma de asociación entre los hombres para obtener el control. Las relaciones de poder no son otra cosa que la lucha por dominar y no ser dominado, por obtener una posición privilegiada con respecto al otro. Es una forma de interacción que requiere necesariamente del otro para legitimar mi posición. En las relaciones de poder, los hombres se asocian por el control físico, mental y/o psicológico, y se relacionan gracias a ello. Vale mencionar que dentro del espacio público, el contexto que legitima las relaciones de poder entre los actores en juego es el de la política y la economía.

3.19. ALC-UE

La Cumbre América Latina, el Caribe y la Unión Europea, ALC-UE, es una reunión de mandatarios de diferentes países de Latinoamérica, el Caribe y la Unión Europea que se celebra cada dos años en mayo. Esta reunión se basa en una asociación estratégica birregional basada en la Declaración y el Plan de Acción adoptados en la Primera Cumbre, que se llevó a cabo en Río de Janeiro en junio de 1999. Esta reunión evalúa los avances registrados en la materia de cohesión económica, combate a la pobreza, equidad y justicia social, entre varios otros puntos que varían dependiendo de la región donde se establece la sede.

En mayo del 2008, la sede para la Cumbre fue Lima, que acogió a 46 jefes de Estado y de gobierno interesados en participar en la V edición del ALC-UE, programada para el 16 y 17 de mayo.

A continuación se adjunta un resumen de las conclusiones a las que arribó la V Cumbre ALC-UE. Estos acuerdos fueron presentados a la opinión pública durante la ceremonia de clausura del evento, llevada a cabo en la sede del Museo de la Nación, donde los dignatarios expusieron los resultados de las mesas de trabajo que se formaron para discutir los principales temas de la agenda.

En las conclusiones sobre pobreza, desigualdad y exclusión, el canciller de la República Checa, Mirek Topolánek, indicó que lo importante para enfrentar esta problemática consistía en garantizar una asignación justa así como una distribución eficiente de los recursos existentes. En ese sentido, propuso que la asistencia de la Unión Europea podría darse a través de un fondo que fomentaría con un porcentaje de las exportaciones del petróleo ya que lo importante es una asignación justa y una distribución eficiente de los recursos existentes. Agregó que los principales valores que ayudan a combatir la pobreza son la seguridad y libertad, valores sobre los que se basa la Unión Europea, por ello Latinoamérica tendrá que dar muestra de voluntad política para adoptar estos elementos de la democracia.

Por su parte, la presidenta de Argentina, Cristian Fernández de Kirchner, admitió que en América Latina la desigualdad e inequidad en la distribución del ingreso es el problema más grave de la región, por ello se debe invertir en educación e infraestructura porque pese a las tasas de crecimiento existen núcleos duros de la pobreza que hacen necesario abordarlos desde políticas adecuadas. De otro lado comentó que la energía y los alimentos serán los ejes principales de los próximos años por lo cual es necesario desarrollar estrategias de modernización tecnológica que permitan un sostenimiento para el progreso de los países de América Latina. En este sentido, sostuvo que

educación, inversión, integración y lucha contra la pobreza serán temas principales a trabajar para lo cual es muy importante la consolidación de un crecimiento que se extienda en todos los sectores.

A su turno, Michelle Bachelet, presidenta de Chile, declaró que sobre la diversidad de Latinoamérica existen una serie de acuerdos que deben servir de base para establecer una agenda de trabajo con propuestas concretas que ayuden a avanzar hacia sociedades más equitativas que reduzcan la pobreza y generen una mayor inclusión de los ciudadanos marginados ya que el crecimiento sin equidad no conduce al desarrollo. Se debe invertir en equidad, en educación, en salud, agregó durante su elocución, resaltando también la necesidad de generar una mayor cohesión social que permita enfrentar el cambio climático a través de una alianza biregional en América Latina y el Caribe. De este modo, la presidenta chilena recomendó a los gobiernos participantes apoyar los programas sociales internacionales para poder cumplir con los objetivos del milenio propuestos por la ONU.

Por su parte, el presidente de México, Felipe Calderón, destacó la importancia de focalizar políticas públicas para alcanzar las metas del milenio, además de tener presente que el crecimiento es una condición necesaria, pero no suficiente, para resolver el problema de pobreza. *"Ni el Estado ni el Mercado pueden resolver por sí solos. El mercado es condición necesaria para el crecimiento productivo, pero no es suficiente y requiere una acción rectora y rectificadora del Estado"*, dijo.

Con relación a las conclusiones sobre el cambio climático, el canciller de Austria, Alfred Gusenbauer, expresó que tanto para Europa como para América Latina

el crecimiento depende del desarrollo sostenible y los recursos naturales ya que existe un nexo entre la pobreza y el impacto del medio ambiente. Indicó que las consecuencias negativas del cambio climático tendrán consecuencias en las economías de ambos continentes interfiriendo con las políticas de crecimiento y reducción de la pobreza. Por ello, indicó, la UE ha ratificado su compromiso de trabajar medidas para enfrentar el cambio climático lo más pronto posible. Sostuvo, además, que el programa acordado en la presente cumbre desempañará un diálogo permanente y formal entre ambos bloques con el fin de acordar los resultados de las acciones desarrolladas a partir de la Declaración de Lima, la cual será revisada en la próxima cumbre ALC-UE que se realizará en España en el 2010.

Finalmente, Janez Jansa, primer ministro de Eslovenia, saludó y agradeció a todos los países participantes en esta cumbre cuyas conclusiones muestran los progresos de la cooperación entre Europa y América Latina. Asimismo, manifestó que el Eurolat puede convertirse en un espacio de integración fundamental para ambas regiones.

Como cierre de esta ceremonia, el anfitrión Alan García expresó la voluntad de construir y fortalecer la fe del ser humano para reducir su pobreza y aumentar su esperanza de un mejor futuro. El presidente peruano resaltó la actitud fraterna de los países participantes quienes dejaron de lado sus diferencias para dar lugar al diálogo productivo. Señaló el compromiso asumido por todos los países participantes en cuanto a la mejora de la educación, salud y pobreza que se aúna a la protección del medio ambiente.

CAPÍTULO IV.

CONTEXTO EN QUE SE UBICÓ LA EXPERIENCIA.

4.1. Contexto internacional de los medios por la Cumbre ALC-UE

A diferencia de nuestro país, que por ser anfitrión se ciñó a una exigente agenda de preparativos para la V Cumbre, el resto de países participantes, sobre todo los de Sudamérica, no concedieron mayor relevancia mediática al evento hasta mayo, mes en el que se llevaría a cabo la cita internacional.

Así, la atención de los países de este lado del mundo se centró en las elecciones primarias en los EEUU, donde Barack Obama y Hillary Clinton se disputaban la opción de representar al Partido Demócrata, mientras que en el lado Republicano ya tenía a John McCain. Asimismo, otro hecho importante lo marcó el enfrentamiento diplomático que protagonizaron Ecuador y Colombia a raíz de una intromisión en la zona de frontera por parte de los colombianos, quienes realizaban una operación contra las FARC. Esta última también captó buena parte de la atención mediática con la captura del número dos de la organización, Raúl Reyes, y su presunto apoyo financiero proveniente del presidente venezolano, Hugo Chávez.

Para abril, mayo y junio de este año también comenzó a abordarse en los medios extranjeros el inicio de una crisis económica internacional, que bien podría desacelerar los procesos de crecimiento de varios países del mundo. A ello se sumó la preocupación mundial por las fluctuaciones en el precio del petróleo y los cambios registrados en los

climas y ecosistemas de otras latitudes, producto del calentamiento global, tema que también fue abordado en la V Cumbre con especial énfasis. Además, hubo cobertura mediática prolongada sobre el terremoto de 7.8° que sacudió China y dejó más de 10 mil víctimas, así como el ciclón Nargis que azotó Birmania, provocando el deceso de más de 15 mil personas.

4.2. Contexto nacional de los medios por la Cumbre ALC-UE

El periodo informativo de marzo a junio del 2008 estuvo marcado por un gran tema macro: la V Cumbre ALC-UE. Sin embargo, a la par con las informaciones sobre los preparativos, el desarrollo del evento y las conclusiones a las que se arribaron los diversos medios de comunicación también continuaron informando sobre la actualidad política y social.

Durante los meses elegidos para este proyecto de sistematización, la cobertura informativa de los medios – tomando como referencia la información publicada en las secciones Política y Lima o Sociedad / Policial de El Comercio y La República - contempló los siguientes temas:

- Marzo 2008. En cuanto a noticias locales se abordó información sobre el cierre de vías en diversos distritos de la capital. De igual forma se informó sobre el inicio de una guerra entre pandillas del Callao y los estragos que el periodo de lluvias causaba al interior del país. Con relación a la política, el eje informativo giró en torno al juicio del ex presidente Alberto Fujimori, revelaciones sobre el accionar del cartel de Sinaloa en México, la crisis diplomática entre Ecuador y

Colombia, y la detención de la estudiante universitaria Melissa Patiño en Tumbes.

- Abril 2008. En cuanto a noticias locales se continuó informando sobre la creciente pugna entre pandillas del Callao, así como la captura de los presuntos homicidas de una pareja vinculada a los líderes de Los Nole, uno de los grupos involucrados en la confrontación. También se cubrió información sobre una posible alerta de epidemia por el adenovirus en el Primer Puerto, a raíz de la llegada de una embarcación china llamada Chan An 168. En el plano político la atención se mantuvo orientada hacia los pormenores del juicio a Alberto Fujimori, la obtención ilegal de viviendas en el condominio para militares, Los Álamos, y nuevos enfrentamientos con narcoterroristas en el VRAE.

- Mayo 2008. La atención de los medios estuvo orientada al deterioro en la salud del ex presidente Alberto Fujimori, debido a una presunta lesión cancerígena en la lengua. Asimismo, se abordó mediáticamente el cierre progresivo de calles en diversos distritos de Lima, la muerte de Juan Laguna Domínguez, alias “Piero”, sindicado como el número 2 del Comité del Huallaga de Sendero Luminoso, el deceso de la suboficial PNP Lady Roxana Anaya Gómez (22), asignada a la delegación boliviana que asistió a la V Cumbre ALC-UE y el inicio de los trámites para la repatriación de los restos arqueológicos peruanos en poder de la Universidad de Yale, EEUU.

- Junio 2008. En cuanto a noticias locales se informó sobre la victoria de Luis Horna en Francia, donde se adjudicó el título en dobles del torneo de tenis

Roland Garros; la muerte de Daniel Blanco Fernández, hinchas de Alianza Lima que fue asesinado durante una gresca entre pandillas; la promulgación por parte del Ejecutivo de la ley que regula los servicios de tercerización laboral, el inicio de la conformación de listas electorales para la Mesa Directiva del Congreso y las protestas en Moquegua por el aumento del canon minero.

4.3. Situación del diario El Comercio y la sección Comunicaciones en el periodo elegido para el proyecto de sistematización

Bajo la dirección de Alejandro Miró Quesada, durante el primer semestre del 2008, el diario El Comercio dejó en claro su apoyo a la organización de la V Cumbre ALC-UE por las importantes inversiones que podría representar para el Perú, no solo a nivel empresarial sino turístico y político. Tal interés se vio reflejado en la convocatoria que recibió la sección Comunicaciones para participar, junto a los editores de los diversos medios del Grupo El Comercio, en las reuniones de coordinación para la cobertura ideal del evento, desde la llegada de los altos dignatarios y representantes hasta sus principales actividades oficiales y extraoficiales en Lima, así como en las sucesivas portadas y temas del Día que le designó la empresa al evento en ciernes.

Esta coordinación incluyó, como era de esperarse, el monitoreo de toda información pertinente al caso en los medios de comunicación con los que trabaja la sección Comunicaciones, sin descuidar los demás hechos noticiosos que pueden ser útiles para El Comercio y su público.

Aunque no forma parte del periodo seleccionado para este proyecto de sistematización, conviene precisar que a mediados de octubre del 2008 se registró un cambio en la dirección de El Comercio. Tras un acuerdo de Directorio, este cargo fue asumido por Francisco Miró Quesada Rada, reconocido politólogo y hasta entonces responsable de los programas de Audiencias Públicas y Regionales del Diario. Bajo su dirección los primeros cambios que se percibieron en la edición diaria de El Comercio fueron una ampliación del rango de procedencia de las noticias y un mayor énfasis en las noticias locales. Asimismo, causó cierto interés mediático la renovación de los integrantes de la Unidad de Investigación de El Comercio, tras la publicación del contenido de unos audios que demostrarían prebendas o negociados ilícitos en la concesión de lotes petroleros a la empresa noruega Discover Petroleum.

4.4. Interacción entre las áreas de El Comercio y la sección Comunicaciones

Como área encargada de la producción o alerta primaria de noticias, así como organismo logístico, a cargo de la administración de las unidades móviles y una pequeña suma en efectivo de dinero del Diario, Comunicaciones es el punto obligado de coordinación entre los redactores, fotógrafos, infografistas y demás personal con fines periodísticos de El Comercio. Así, cada comisión prevista en el cuadro de comisiones del día – si requería transporte o apoyo de, por ejemplo, monitoreo para el caso de aquellas declaraciones que un periodista de radio o televisión consiguiera, pero otro de El Comercio no – es coordinada entre los responsables de la comisión en calle y el personal de Comunicaciones, que apoya en la medida de sus facultades y recursos.

El caso de la V Cumbre ALC-UE no fue la excepción, llevándose estas coordinaciones a preparativos de semanas, en los que la sección Comunicaciones colaboró en la conformación de grupos periodísticos de seguimiento, así como el ordenamiento de comisiones – por agenda de cada dignatario a seguir – y su seguimiento mediático en los diferentes medios de comunicación del país.

En el caso de la cobertura de las noticias que tuvieron su origen en la sección Comunicaciones, la coordinación entre áreas responde al siguiente patrón:

1. Verificación de datos. Con la Policía, el Serenazgo distrital o alguna fuente propia del periodista de Comunicaciones, a fin de brindar la mayor cantidad de detalles posibles sobre el hecho que se reportó por la frecuencia de radio del scanner o algún otro medio de comunicación.
2. Reporte verbal – por teléfono – al área de Fotografía. A fin de que se tomen las previsiones del caso, si es que la noticia monitoreada por Comunicaciones amerite cobertura.
3. Reporte verbal – por teléfono y correo electrónico – al área pertinente de Redacción. Ello a fin de que los editores de turno evalúen la necesidad de cubrir la información que se les transmite in situ o manejarla desde la sede del Diario, ya sea como un breve o como una nota que se ampliará próximamente.

CAPÍTULO V.

LA EXPERIENCIA PROFESIONAL.

5.1. Descripción

La sección Comunicaciones del Diario El Comercio tiene por finalidad, en el aspecto periodístico, monitorear las informaciones que manejan otros medios de comunicación impresos, radiales y televisivos a lo largo del día. Asimismo, se encarga de rastrear y corroborar información potencialmente noticiosa que involucra a la Policía y a los Bomberos. Para ello se recurre al seguimiento de las frecuencias de radio de ambas instituciones desde la sede central del Diario, ubicada en el Centro de Lima. Estas informaciones, tanto de monitoreo como de frecuencias de radio, son corroboradas por teléfono u otro recurso a mano con las entidades o fuentes pertinentes y luego reportadas a la Mesa Central de Redacción y a la Redacción del Diario por correo electrónico.

Similar es el tratamiento que se otorga a los programas periodísticos de radio y televisión, que son resumidos en tiempo real por los periodistas de la sección Comunicaciones y reportados a la Mesa o Redacción con énfasis en los puntos que, según el criterio del redactor a cargo y la línea editorial del Diario, podrían ser de utilidad para la labor informativa de la empresa.

Con relación al aspecto logístico de la sección Comunicaciones, sus funciones incluyen el control y la distribución de móviles para las diversas áreas del Diario,

manejo de una caja chica con dinero en efectivo para emergencias o devolución de importes gastados por los periodistas de la Redacción en la cobertura de sus comisiones, así como la custodia y administración de equipos telefónicos y de computación para los mismos periodistas del Diario, en caso de algún viaje inesperado. Estas funciones deben realizarse de manera paralela a la labor periodística, sin desmedro de ninguna de ellas.

Ingresé a realizar prácticas profesionales a la sección Comunicaciones de El Comercio en octubre del 2002, cuando el editor del área era Antonio Salerno Muro. El equipo de redactores estaba integrado por cuatro periodistas y un practicante, quienes cubrían turnos de mañana y noche. Las labores de los redactores del área ya estaban definidas, aunque la cantidad de noticieros y programas periodísticos para monitorear era mucho menor a la que se registró en el periodo de tiempo (marzo – junio) seleccionado para este proyecto de información.

La labor del periodista de Comunicaciones, además de estar atento a cualquier información que podría ser útil como noticia a El Comercio, y de facilitar a los redactores la mejor cobertura de sus comisiones, incluye estar al tanto de las informaciones que publica el Diario e informar a la Mesa Central de Redacción o área de Redacción pertinente sobre cualquier hecho que pueda concernirles o afectar de manera directa a la empresa, sus accionistas y su público.

5.2. Aspectos centrales

Como redactora de la sección de Comunicaciones se me instruyó desde el primer día de prácticas, y posteriormente ya como trabajadora en planilla, a trabajar con rapidez y calidad, en tiempo real, destacando aquellos aspectos de la noticia que son útiles para El Comercio por su línea editorial. Es decir, por aquellas informaciones que no solo son noticiosas, sino que apelan y afectan directamente al público que lee este medio de comunicación. Con la práctica fue quedando claro que las áreas de Redacción con las que había mayor coordinación periodística eran Lima (locales) y Política, seguidas por Deportes, Espectáculos, Economía, Suplementos, entre otras.

Para realizar esta labor, el procedimiento a seguir es el siguiente:

- En el caso de emergencias. El monitoreo de medios en El Comercio no solo incluye avisar por correo electrónico o por teléfono o en persona sobre un determinado hecho que suceda en el momento, sino corroborar con otras fuentes de información la pertinencia del caso, magnitud, ubicación y otros factores que ameritarían el desplazamiento de un equipo del Diario para su cobertura. Estas fuentes de verificación suelen ser otros medios de comunicación amigos, los Bomberos, comisarías, serenazgos o funcionarios públicos implicados en el hecho como el INPE (si se trata de rumores sobre reyertas penitenciarias), Mimsa (si se trata de emergencias de salud) o el Ministerio Público (en el caso de coberturas judiciales), por citar unos ejemplos.

Como puede apreciarse a continuación, un clásico reporte de la sección Comunicaciones alerta a la Redacción sobre hechos tales como un incendio.

SECCIÓN: Lima (breves)

TITULAR: Incendio en el Callao

PUBLICACIÓN: 02/03/08

PÁGINA: A22

CONTENIDO: Un incendio de regulares proporciones redujo a cenizas cinco humildes viviendas en la zona sur del Callao. El siniestro se registró en la parte posterior de una quinta ubicada en la cuadra 8 del Jr. Loreto. Hasta el lugar llegaron cuatro unidades de las diferentes compañías de Bomberos de la provincia constitucional, las cuales evitaron que las llamas se propagaran a otras viviendas. Según las primeras investigaciones policiales, el incendio se habría producido por un corto circuito.

Subrayados se consignan datos que, por su naturaleza, corresponden a la sección Comunicaciones, que en sus alertas debe consignar la magnitud del hecho y ubicación, para lo cual se recurre a los mismos Bomberos u otras fuentes pertinentes, como el serenazgo o una comisaría. En el caso de un siniestro, las dimensiones del hecho se miden según las estimaciones de los Bomberos (quienes emplean los términos “regular” y “gran”, seguido de “magnitud” para clasificar sus emergencias) y el número de unidades enviadas a una emergencia. A partir de tres, en términos de interés periodístico, se considera que una emergencia podría ser noticiable.

Otros casos habituales suceden con las alertas sobre accidentes de tránsito, movimientos telúricos en Lima o en provincias, explosiones, marchas, persecuciones policiales, detenciones, entre otros.

A continuación un par de ejemplos sobre los casos citados.

SECCIÓN: Lima

TITULAR: Carrera entre coasters deja dos muertos

BAJADA: Comerciantes de La Parada fueron arrollados mientras esperaban para cruzar avenida.

PUBLICACIÓN: 09/03/08

PÁGINA: A18

CONTENIDO: Una carrera para ganar pasajeros entre dos unidades coaster de transporte público acabó con la vida de dos comerciantes de La Parada, en El Agustino. Mery Adolfa Rufino Julca (33) y un hombre no identificado esperaban cruzar la Av. Nicolás Ayllón cuando fueron arrollados por la coaster de placa VG 7268, que cubre la ruta Chosica – Lima (...)

SECCIÓN: Lima

TITULAR: Hallan muerto a reo de Canto Grande

PUBLICACIÓN: 22/04/08

PÁGINA: A8

CONTENIDO: Personal del INPE encontró ayer el cuerpo sin vida del recluso Jesús Alejandro Vargas Chávez. Se había desangrado en el baño del pabellón 5B del penal Canto Grande. El interno, quien estaba sentenciado por robo agravado, presentaba cortes en el cuello y brazos, por lo cual se presume habría sido asesinado por motivos no precisados. La Comisaría de Canto Rey investiga los móviles de dicha muerte.

- En el caso de alertas de radio. En la sección Comunicaciones se siguen a la fecha los programas y la cobertura periodística de las radios RPP Noticias y CPN Radio. Ello debido a su despliegue de información casi ininterrumpida. Cuando se trata de algún despacho noticioso realizado por las radios en sus estudios,

mediante entrevistas, o enlaces telefónicos con funcionarios públicos o personajes conocidos, o con sus reporteros en la calle, los redactores de la sección Comunicaciones seguimos estas informaciones y redactamos resúmenes o notas informativas, levantando los hechos por donde consideramos es más interesante para el Diario y las áreas que lo componen. Por lo general este proceso se lleva a cabo en tiempo real y la extensión de las informaciones – que se envían por correo electrónico – no excede los cinco párrafos, que incluyen declaraciones textuales si se trata de alguna entrevista. La rigurosidad de la información y el manejo del lenguaje es estrictamente periodístico en cada reporte.

Un ejemplo de esta práctica es el siguiente.

SECCIÓN: Política (breves)

TITULAR: Armando Villanueva sigue internado

PUBLICACIÓN: 11/03/08

PÁGINA: A19

CONTENIDO: El nonagenario dirigente aprista Armando Villanueva del Campo permanecerá por lo menos hasta el jueves en la Clínica San Felipe (Jesús María), informó ayer su esposa, Lucy Ortega. Explicó que su marido evoluciona favorablemente, pero que no puede respirar normalmente porque tiene una leve hemorragia nasal. Villanueva del Campo – quien fue internado hace cuatro días – se encuentra en la unidad de cuidados intensivos del referido nosocomio y no recibirá visitas salvo las de sus familiares más cercanos.

Aunque no se precisa en el texto, esta información es un claro despacho radial, ya que por lo ajetreado de las comisiones diarias en un medio tan grande como El Comercio no resulta conveniente destacar a un redactor para hacer guardia en

el nosocomio a la espera de declaraciones de la Sra. Ortega, como sí bien puede hacerlo un reportero de radio porque sus labores y requerimientos son otros.

En el siguiente ejemplo se aprecia mejor este tipo de alertas de radio, ya que se consigna la fuente. Como ya hemos mencionado, esta labor de cobertura es básica, diaria y constante, y parte en el ámbito de la sección Comunicaciones.

SECCIÓN: Lima

TITULAR: Separan a alumna de escuela policial

PUBLICACIÓN: 30/03/08

PÁGINA: A19

CONTENIDO: La PNP separó de su Escuela de Suboficiales de Arequipa a la alumna Rocío Guadalupe Paredes porque ella – según la institución – presentó un certificado médico falso para sustentar que no tenía una cicatriz debajo del ojo derecho, tal como concluyó el primer examen que se le hizo. En declaraciones a RPP, ella descartó tener esa cicatriz y así lo corroboró su institución al revisar su caso, a pedido de ella. El director de la PNP, Octavio Salazar, informó que el certificado médico era falso, pero no se pronunció sobre la supuesta cicatriz.

- En el caso de alertas de televisión. Salvo Canal N, que ofrece cobertura periodística casi ininterrumpida, los demás canales de televisión local solo ofrecen programas periodísticos definidos en su programación. Así, la función de los redactores de Comunicaciones es monitorear estos canales, con énfasis en el N, alertas ante la posibilidad de un enlace en vivo sobre un hecho nuevo o el seguimiento de alguna información que interesa a la Mesa Central de Redacción o a la Redacción. Esta información es redactada de la misma forma que las

alertas de noticias y reportada casi en tiempo real para su análisis y valoración en las instancias pertinentes. En algunos casos, cuando la información es incompleta o el redactor de turno tiene dudas, o cuando la Redacción o la Mesa solicitan una verificación adicional, estas informaciones son contrastadas con nuestras propias fuentes como si se tratasen de alertas de radio o frecuencias de la Policía y los Bomberos.

- En el caso de resúmenes de noticieros y programas periodísticos. La actual oferta de programas periodísticos es vasta y se ofrece de lunes a domingo a lo largo del día y la noche. De cara a la V Cumbre ALC-UE hasta se desarrollaron especiales y coberturas extensas fuera de los horarios habituales de estos espacios, con tal de brindar la mayor información posible sobre las incidencias del evento más importante en el ámbito local y político del año. Bajo esas premisas, los redactores de la sección Comunicaciones se distribuyen por turnos, desde las 6 a.m. hasta la 2 a.m. del día siguiente, a fin de cubrir la mayoría de estos espacios de manera eficiente. La metodología de redacción y reporte del contenido de estos programas apenas difiere de la aplicada para las alertas noticiosas en el hecho de que se espera a que culminen los programas monitoreados para informar sobre su contenido a las instancias pertinentes. Ello salvo los casos en los que Redacción o la Mesa solicita alguna información específica por adelantado, que se pasa a trabajar como si fuera una alerta.

Un ejemplo de este caso es el siguiente.

SECCIÓN: Lima

TITULAR: Investigan a futbolista por presunto tráfico de niños

PUBLICACIÓN: 26/05/08

PÁGINA: A17

CONTENIDO: Juan “Chiquito” Flores, portero del equipo de fútbol Cienciano, estaría involucrado en un caso de tráfico ilícito de migrantes, al haber puesto su firma en la partida de nacimiento de una niña que no sería suya, y que al final fue sacada del país. Según el programa “Reporte Semanal”, Jessica Benavides, madre de la menor que hoy tiene 6 años, habría intentado, desde el 2000, tramitarle una visa a Estados Unidos sin éxito (...).

- Otros servicios. Como se precisó líneas arriba, la sección Comunicaciones, además de monitorear información y noticias en otros medios y en las frecuencias de radio de la Policía y los Bomberos, también se encarga de administrar las móviles y un pequeño monto de dinero, así como equipos de telecomunicaciones, para los requerimientos de la Redacción. De igual manera, gracias a la Videoteca IP Noticias, que a la fecha es administrada por la empresa Duotone Press, se cuenta con un archivo digital de los programas noticiosos e implementos técnicos que facilitan la digitalización de imágenes y videos de estos programas para su uso en la edición impresa – como foto – o en la página web de los diarios del Grupo El Comercio. Estas labores se desarrollan a la par con las distintas formas de monitoreo ya descritos.

Vale precisar que si bien las informaciones brindadas por la sección Comunicaciones sobre el ALC-UE, consistentes en su mayoría en la llegada y salida de dignatarios y altos funcionarios de las economías participantes, así como el seguimiento de sus actividades oficiales en Lima, reportadas por emisoras de radio y televisión, no

se reflejaron tal cual en las ediciones del día de El Comercio, estas sí fueron tomadas en cuenta en las informaciones publicadas en el Diario.

Sin embargo, conviene señalar que estas informaciones publicadas fueron cubiertas in situ por periodistas de cada sección de la empresa, quienes si bien tenían a su disposición los despachos de Comunicaciones y contaban con la asistencia por teléfono de los redactores del área para absolver cualquier consulta sobre la cobertura de los demás medios o la ubicación del funcionario al que debían seguir, no necesariamente se recurrió a los datos proporcionados por el área, como sí suele ocurrir en otras coberturas informativas.

5.3. Problemas encontrados en el ejercicio de la labor de monitoreo

A lo largo de casi seis años de experiencia en el área de Comunicaciones cabe citar que el principal problema de los redactores en el área es la falta de precisión con relación a nombres y la inexactitud en algunos despachos, precisamente por la premura al momento de verificar con las fuentes (ver Anexos, apartado 8.2). Al tratarse de una sección en la que se trabaja contra el reloj es comprensible que ciertos hechos puedan no ser exactos, mas la frecuencia con que ocurren revierte cierta preocupación. La falta de un estilo o padrón de contenido a la hora de redactar la información también afecta la calidad de reportes enviados, ya que si bien se estipula qué datos deben ser incluidos en estos reportes, así como la manera de obtenerlos, a la hora del trabajo cada redactor es libre de construir la información como le parezca mejor, dejándose este proceso a criterio de cada quien.

Lamentablemente, al no contar en el área – por la rapidez con que deben producirse las noticias - con una instancia específica que verifique estos contenidos antes de su difusión, ya que el editor de Comunicaciones se encarga de los procesos administrativos, supervisando apenas el contenido de los reportes y alertas, por falta de tiempo, en algunos casos se envían informaciones incompletas o que no se alinean con la línea editorial del medio para el que se está trabajando y que debe ser de pleno conocimiento para el redactor en turno (ver Anexos, apartado 9.1).

Otra dificultad, que tal vez explicaría parcialmente por qué la labor de verificación de fuentes resulta infructuosa, es la multiplicidad de funciones simultáneas que un redactor del área debe hacer al mismo tiempo (ver Anexos, apartado 9.3). Aunque la situación es manejable según el día y la hora, gracias a la coyuntura, resulta difícil prestarle la atención y concentración debida a una entrevista o una comunicación por radio de los Bomberos cuando se está coordinando al mismo tiempo por teléfono con un equipo en una móvil o se regulariza un desembolso en efectivo de algún redactor que precisa su dinero porque acaba de llegar de comisión.

Un aspecto que también incide en la producción de la sección Comunicaciones es la falta de más redactores por turnos para cubrir el cada vez más creciente número de programas informativos en radio y televisión a lo largo del día. Aunque este es un aspecto que corresponde estrictamente al campo de los Recursos Humanos, contar con más personal ayudaría a descentralizar las labores en el área y brindar un mejor servicio informativo.

5.4. Fortalezas y debilidades

Ingresar al área de Comunicaciones como primer estadio de mi experiencia laboral me permitió mejorar mis habilidades de redacción y la forma cómo se selecciona, sobre la marcha, aquellos aspectos de la información que son noticiables y siguen los padrones de contenido de un medio de comunicación, según su línea editorial. Por ejemplo, al cubrir informaciones sobre emergencias de los Bomberos para El Comercio hay que darle prioridad a las zonas donde se concentra el público objetivo del Diario. Cuando estas emergencias suceden en lugares distantes, antes de consumir los recursos del medio en un traslado que bien podría no ser necesario, es labor de Comunicaciones verificar la magnitud de los hechos monitoreados y valorar si se amerita el despliegue de un equipo hasta la zona. Lo mismo sucede en el caso de informaciones recogidas de otros medios de comunicación, radial o televisiva, que si bien consignan informaciones generales no le dan la debida relevancia a temas que, por agenda propia, sí son relevantes para El Comercio. Un ejemplo de este caso se registra con relativa frecuencia en la sección Lima, que cada cierto tiempo organiza campañas sobre seguridad vial, salud o contaminación, y que se ve enriquecida en algunos casos con los aportes informativos (voluntarios o no) de otros medios de comunicación, y que son reportados por la sección Comunicaciones.

Con relación a las debilidades del área estas corresponden a los problemas registrados al momento del monitoreo, así como al poco tiempo con el que se cuenta para capacitar debidamente a los nuevos redactores que ingresan a la sección. Este último aspecto es consecuencia directa, vale precisar, del aumento sistemático de programas periodísticos para monitorear, que obligan a los redactores con algo de

experiencia a recortar el tiempo disponible que tienen para orientar a los nuevos redactores en las maneras cómo construir una noticia más completa y conforme a la línea editorial de un diario como El Comercio.

5.5. Innovaciones efectuadas

La metodología de trabajo en la sección Comunicaciones no está reglamentada ni dirigida según cánones establecidos o rígidos. Por el contrario, salvo un entrenamiento preliminar a cargo de los redactores con mayor experiencia en el área, el criterio de selección y presentación de las noticias – antes de su envío por correo electrónico a la Redacción – corre por cuenta y riesgo del redactor de turno. No obstante, conforme el trabajo de algunos redactores era percibido por los editores y demás periodistas del Diario se establecían tácitamente algunos procedimientos de verificación de datos aplicados por algunos redactores de Comunicaciones, que se hacían extensivos para toda el área. Por ejemplo, a título personal en más de una vez decidí validar datos proporcionados por radios y televisoras con fuentes propias como policías o contactos en instituciones públicas establecidos durante experiencias laborales ajenas a El Comercio porque consideré necesario brindarle mayor profundidad a las informaciones preliminares o porque algo en ellas no parecía convincente.

Esta suerte de cruce de datos, opcional, ya que según el procedimiento ya detallado en el caso de alertas procedentes de otros medios de comunicación, formalmente bastaba con precisar lo que dicho medio informaba, fue saludada por quienes recibían los despachos y luego imitada por otros colegas del área, a fin de

brindarle mayor solidez a sus despachos y hasta otras aristas informativas, dependiendo de la fuente consultada.

APORTES

Como se ha observado, la labor de un periodista de Comunicaciones del Diario El Comercio es, además de administrar móviles y dinero en efectivo, confiados por la empresa para su eficiente gestión, servir como un filtro primario de informaciones. En un país como el nuestro, y sobre todo en la ciudad de Lima, con sus infinitos contrastes y matices, la producción de información noticiable no se detiene. Sin embargo, como ya se revisó en el marco teórico de este informe, no todas las noticias son asumidas por un determinado medio de comunicación, en este caso, el Decano de la Prensa peruana, que tiene una agenda propia y un público establecido al cual debe informar. De esta manera, es labor del periodista de Comunicaciones discernir, en base a lo que sabe precisa el Diario en cuanto a contenidos de información, cuáles de todas las noticias de las que está al tanto pueden ser útiles para alguna sección del medio. Una vez establezca esta importancia, su labor será gestionar la posible cobertura de esta información y apoyar con su trabajo al equipo que eventualmente salga de la Redacción hacia la calle, a cubrir el evento informativo.

Tras casi seis años de laborar en esta área, considero que este desempeño ayuda a formar o perfilar el olfato periodístico. Impulsa a razonar y decidir en contados segundos qué información es relevante para el medio en el que laboramos, cómo podemos ampliarla y con qué fuentes, toda vez que por la práctica de la profesión hemos identificado cuáles nos son confiables y con cuáles podemos contar (ver Capítulo III, apartado 3.11).

Como egresados de Periodismo tenemos noción sobre qué es noticia, qué aspectos debemos destacar al momento de informar y cómo podemos comunicar estos eventos al público que nos lee o nos observa. No obstante, estas nociones son ampliamente desarrolladas en la práctica del monitoreo de medios, que permite no solo apreciar y valorar el contenido informativo que otros medios y otros periodistas ofrecen, sino también ahondar con mayores detalles – por fuentes propias – e incluso mejorar estos reportes originales, hasta verlos publicados en un medio impreso de la importancia de El Comercio.

Otro aspecto que considero importante en cuanto al ejercicio del periodista de Comunicaciones, como se entiende en el Decano, es el entrenamiento en tiempo real para captar qué informaciones, de una rueda de prensa, una entrevista o un simple enlace en vivo, pueden ser convertidas rápidamente en reportes de correo electrónico o futuros “breves” útiles para el medio en el que trabajas. Obviamente esta práctica también puede hacerla cualquier periodista de otra área que tenga una radio o un televisor cerca, mas en Comunicaciones el factor tiempo es crucial, por lo que los reportes no solo deben ser rápidos, sino también precisos, con el contenido informativo necesario para llamar la atención de los editores y justificar su inmediata cobertura y/o publicación.

CONCLUSIONES

7.1. Teórico conceptuales

En la práctica del periodismo diario se suele comentar que la teoría de la profesión no siempre es necesaria. Sin embargo, en la práctica que he tenido ocasión de ejercer he corroborado que la teoría juega un papel primordial a la hora de guiar las decisiones que como profesionales tomamos a lo largo de una cobertura periodística. Es con teorías como el Newsmaking o la Agenda Setting con las que periodistas del área de Comunicaciones de El Comercio ejercemos a diario nuestra labor, discerniendo a título personal qué informaciones consideramos válidas o útiles para el medio en el que trabajamos.

Así, según los objetivos planteados en este proyecto de sistematización, considero que tras esta revisión cronológica de mis funciones como redactora he llegado a las siguientes conclusiones:

1. La función de monitoreo de medios, como la que se aplica en la sección Comunicaciones del diario El Comercio, contribuye a agilizar, encaminar y de cierta forma mejorar la redacción de quienes comienzan a ejercer el periodismo diario.
2. Como redactor (a) del área de Comunicaciones de El Comercio es necesario entrenarse en el ejercicio - en tiempo real - de los sentidos para determinar qué

valores noticiosos de una información son útiles o válidos para un medio, según su línea editorial.

3. A pesar de que temas tan relevantes como el ALC-UE pueden centrar la atención general de un medio de comunicaciones, en el detalle de la construcción noticiosa de un medio del tamaño de El Comercio, estos temas macro no restan espacio ni validez a las informaciones diarias que se siguen sucediendo en el país y el mundo.
4. Al ser función social de la prensa, como formadora de opinión pública⁴¹, informar sobre todo tema que puede serle útil a su público, es deber también de los periodistas que trabajamos en un medio estar al tanto de estas informaciones para poder brindar un mejor análisis o cobertura sobre el mismo.

7.2. Metodológicas

Si bien no hay reglamentos o pautas específicas a seguir en la labor periodística, mucho menos estas existen en un área como Comunicaciones de El Comercio, donde el ejercicio de la labor dependen en buena cuenta del criterio noticioso de cada redactor. No obstante, como señala Mauro Wolf sobre el Newsmaking, las decisiones del gatekeeper no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien en relación a un conjunto de valores que incluyen criterios

⁴¹ “[Los medios noticiosos] nos dicen acerca de qué hay que pensar. Ellos definen los límites y categorías de la información (...) Y al definir la realidad, también definen los límites de la acción colectiva: no se puede hacer nada acerca de lo que no se conoce. Y es difícil reaccionar en contra de lo que parece natural”. SALINAS, Raquel. “No es fácil romper la dependencia: el caso de las noticias” En: Diálogos de la Comunicación. N° 24. Lima: Secretaría Ejecutiva de FELAFACS, 1989. pág. 28.

profesionales y organizativos, como la eficiencia, la producción de noticias, la velocidad.

Así, una buena instrucción del periodista, así como un entendimiento de la línea editorial del medio en el que se desempeña, facilitan el desempeño bajo presiones tales como la rapidez, bullicioso y exactitud con las que se debe trabajar en un área con las características ya descritas.

A raíz de esta revisión considero que los aspectos metodológicos que se aplican en la sección Comunicaciones son:

1. Atención al contenido noticioso de las informaciones, según la línea editorial del medio para el que se labora. Como la labor de monitoreo de los demás medios de comunicación y de las frecuencias de radio de la Policía y los Bomberos es constante, resulta imprescindible deslindar o descartar cualquier información que no pueda ser de utilidad para el medio.
2. Validación de datos. Así como los reporteros que cubren comisiones, los redactores de Comunicaciones deben tener la certeza de que gran parte de los datos que maneja son, sino exactos, verídicos y contrastables. Esta información, al proceder en su mayoría de otros medios de comunicación, puede ser verificada recurriendo a fuentes como el Serenazgo, instituciones públicas u otros colegas siguiendo la misma información. Para este propósito son indispensables las llamadas telefónicas, el intercambio de correos electrónicos en tiempo real y hasta el uso de medios alternativos de comunicación como

servicios de mensajería en internet. El uso de estos recursos varía según el grado de confianza que se mantenga con la fuente.

3. Redacción rápida y enfocada en los puntos fuertes de la noticia. Debido a la celeridad con la que se debe trabajar para informar a las instancias pertinentes en la Redacción o la Mesa Central de Redacción, un redactor de Comunicaciones debe trabajar en tiempo real sus reportes, tratando de concentrar en escasas líneas o párrafos qué atributos encuentra en la información que maneja para que esta, a su vez, sea ampliada por la sección que corresponda. Paralelamente, y por la mecánica de funcionamiento del área, el redactor de Comunicaciones debe informar de manera verbal a la sección de Redacción que corresponda, así como al área de Fotografía, a fin de que los editores respectivos valoren por su cuenta la información a mano y estimen si cuentan o no con un equipo periodístico para realizar la cobertura, o sí el hecho informado por Comunicaciones amerita el desplazamiento de un equipo.

4. Coordinación constante entre periodistas y las demás instancias del Diario. Toda cobertura periodística, al menos en El Comercio, se realiza con un equipo que colabora entre sí para obtener la mejor y mayor cantidad de datos posibles con relación a un tema. Esta cobertura muchas veces empieza en la sección Comunicaciones, por lo cual es básico que haya un buen nivel de comunicación escrita y verbal entre el equipo que sale a cubrir la información, el redactor de Comunicaciones que la sigue desde su base, y la Mesa Central de Redacción, que determina qué tan amplia será la cobertura impresa de aquella información.

BIBLIOGRAFÍA

BASTENIER, Miguel Ángel. El Blanco Móvil. Curso de Periodismo. Madrid: Grupo Santillana Ediciones, 2001.

DIARIO EL COMERCIO. Publicado por Empresa Editora El Comercio S.A. Cuerpo informativo A, secciones Lima y Política. Ejemplares desde el 1 de marzo hasta el 30 de junio del 2008.

DIARIO LA REPÚBLICA. Publicado por Grupo La República S. A. Ejemplares desde el 1 de marzo hasta el 30 de junio del 2008.

ESPINOZA CRUZ, Susana E. Relaciones de poder entre el Estado y la industria de la Comunicación: ámbitos de sentido y construcción de la legitimidad social. En: Revista electrónica Razón y Palabra, Número 17, www.razonypalabra.org.mx. Revisada el 15 de mayo del 2002, a las 6:19 p.m.

GOMIS, Lorenzo. *El periodismo como método de interpretación sucesivo de la realidad social*. En: Sociología del periodismo. HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena. Tomo I. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 1997. Pág. 69 – 93.

GOMIS, Lorenzo. *Los medios forman cada día el presente social de referencia*. *Ibid.* Pág. 53 – 65.

GRUPO EL COMERCIO. Principios Rectores para sus diarios y revistas. Conducción general por Alejandro Miró Quesada. Impresiones comerciales Amauta, noviembre 2003.

MAR DE FONCUBERTA. *“El periodismo, información de actualidad. La noticia, pistas para percibir el mundo”*. En: Sociología del periodismo. HERNÁNDEZ

RAMÍREZ, María Elena (Compiladora) Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 1997. Pág. 95 - 120.

MATHIEN, Michael. “Acercamiento sistemático de la producción de noticias en las empresas de comunicación masiva”. En: Diálogos de la Comunicación. N° 24. Lima: Secretaría Ejecutiva de FELAFACS, 1989. Pág. 86.

MEDIALOG. <http://www.medialog.com.mx/portal/quienesomos.asp>. Revisada el 19 de diciembre del 2008, a las 11:02 p.m.

MEDIATICO.COM.
http://www.mediatico.com/es/periodismo_de_investigacion/028.asp. Revisada el 19 de diciembre del 2008, a las 10:36 p.m.

ORBEGOZO, Manuel Jesús. Lima: Fondo Editorial de la UNMSM, 2000.

OYARCE CRUZ, Jacqueline. Cómo vender y cómo comprar. Criterios para mirar la prensa peruana. En: Revista Electrónica Matices,
<http://www.matices.de/14/14.ppoems.htm#oben>.
Revisada el 19 de diciembre del 2008, a las 8:12 p.m.

RODRIGO ALSINA, Miguel Ángel. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1989.

RONCAGLIOLO, Rafael. *El NOMIC: comunicación y poder*. En: Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación. N° 3, abril – junio 1982. Quito: CIESPAL. Pág. 32 – 39.

SALINAS, Raquel. “No es fácil romper la dependencia: el caso de las noticias”. En: Diálogos de la Comunicación. N° 24. Lima: Secretaría Ejecutiva de FELAFACS, 1989. Pág. 28.

TOVAR GIL, Gloria. El periodismo de interpretación. Definición y aplicación en el discurso televisivo. Tesis para optar por el grado de Lic. en Ciencias Sociales, Universidad de Lima, agosto, 1991.

VAN DIJK, Teun A. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós, 1997.

VAN DIJK, Teun A. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información.* Barcelona: Paidós, 1990.

WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas.* Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1996.

ANEXOS

8.1. Entrevista a Sandra Morón, ex redactora de la sección Comunicaciones de El Comercio

- Nombre, cargo actual y tiempo laboral en El Comercio.

Sandra Morón Audante, ex redactora de Comunicaciones y actual editora de Duotone Press. Trabajé en Comunicaciones por casi siete años.

- ¿En qué consistió tu labor como redactora de Comunicaciones?

Comunicaciones del 2008 es distinto al de 1998. No teníamos la cantidad de noticieros que tenemos ahora, prácticamente se monitoreaba solo el canal 4 ó el 5, había una revisión más exhaustiva de los diarios y había un monitoreo a las radios mucho mayor que ahora. Y el escáner tomaba más importancia, con todo lo que era policiales para la sección Lima. Mi labor iba al monitoreo y al resumen de los noticieros, que casi eran pasados en tiempo real. También estaba el manejo de las móviles y el criterio periodístico que se utiliza para repartir las unidades móviles. También trabajábamos más de la mano con Redacción para la elaboración del cuadro de comisiones y casi nos involucrábamos en alguna toma de decisiones. Había una gran responsabilidad.

- Con relación al criterio de selección de noticias, ¿te parece atinada la labor de Comunicaciones?

Sí, y es por eso que creo que el periodista que entra a hacer monitoreo en Comunicaciones debe hacer calle. Porque esto forma y da criterio periodístico. Puedes tener muy buena formación académica, pero hacer periodismo y estar en

la cancha es otro tema. Es lo que te permite decir que determinado accidente merece cobertura, o si determinada captura debe ser informada y cubierta por la sección que corresponde. Ahora todo depende del medio donde trabajas porque me imagino que hacer Comunicaciones en el Trome, por ejemplo, debe ser distinto a hacer Comunicaciones en Expreso, ni qué decir de El Comercio o Perú21. A lo mejor cubren la misma información, pero el criterio periodístico va a ser distinto.

- ¿Consideras que la forma de reportar las alertas y resúmenes por correo electrónico, que se hace con la sintaxis y el formato de una nota periodística, aporta un valor agregado al trabajo de la sección Comunicaciones?

Creo que es importante que haya un lenguaje periodístico porque tú tienes una formación periodística y quien te lee es un periodista. Y allí está el valor agregado del periodista que se dedica a Comunicaciones. A diferencia del periodista que puede tener más tiempo para redactar una nota, el periodista de Comunicaciones tiene la capacidad de, en cuestión de minutos, redactar una nota correctamente y poniendo todos los datos que hagan que el jefe que está al otro lado, el periodista que está al otro lado y que tiene que salir a la calle diga que esa información sí la tiene que cubrir. Porque si se colocan los hechos en bruto se te va a escapar información.

- ¿Qué mecanismos se usan para evitar esta carencia de información?

Los mismos que en cualquier otra área de Redacción, con la misma rigurosidad. No se trata de decir que se escuchó por el escáner, sino de verificar información. Efectivamente, dijeron que había un accidente, pero ¿qué más hay? Para saberlo

llamo a los Bomberos. Además, las fuentes que tiene el periodista de Comunicaciones no son 10 ni 20, sino dos o tres que implican serenazgos, policías. Los círculos son pequeños y deben ser recorridos rápido. Ahora, de hecho que la herramienta de informar por correo es importante porque lamentablemente hay que deslindar responsabilidades, pero también hay formas de comunicar, hay que pararse, llamar, informar personalmente. No somos máquinas, tenemos que aplicar un criterio periodístico, hay que saber para qué medio se está trabajando y qué noticias cubre mi medio. Quien entra a trabajar a un medio respeta la línea del medio.

- ¿Cuál consideras es la importancia de la sección Comunicaciones para las diversas áreas de El Comercio?

Absoluta. Todos los medios tienen un área con estas funciones, pero solo medios grandes como El Comercio se dan el lujo de tenerla definida o de subcontratar el servicio. Que la labor no esté bien enfocada, que los reglamentos no sean los más viables, que no haya las herramientas adecuadas, que no exista la comunicación interna para que la gente que no está en Comunicaciones entienda el trabajo de la gente del área es otro tema.

- ¿Qué consideras que falta mejorar en la sección Comunicaciones?

Comunicación interna. En el caso de los medios es más difícil de entender porque se confunde con el área de Imagen, cuando en realidad corresponde a Recursos Humanos. Y Comunicaciones es un área de informaciones periodísticas, hechas por periodistas para periodistas, a pesar que suene muy largo. Una vez que se entiendan los roles la gente de Redacción va a entender

que nosotros somos un apoyo. Que puede venir cualquier redactor que puede no haber cubierto una comisión y que puede contrastar contigo esa información que sí cubrió RPP o Canal N, sin necesidad de estar volteando notas. Y tienes la información de primera mano. Es un trabajo coordinado.

8.2. Entrevista a Pedro Ortiz, editor adjunto de la Mesa Central de Redacción de El Comercio

- Nombre, cargo actual y tiempo laboral en El Comercio.

Pedro Ortiz Bisso, editor adjunto de la Mesa Central de Redacción. Llevo 17 años en El Comercio.

- ¿Cuáles son las funciones de la Mesa Central de Redacción de El Comercio?

La Mesa Central es la instancia donde se planifica el trabajo diario, define y coordina las coberturas informativas. Asimismo, realiza la supervisión final de los textos antes de su impresión.

- ¿Cómo considera que la sección Comunicaciones contribuye a las labores de la Mesa Central de Redacción o la Redacción del Diario?

Desde el punto de vista logístico, la Sección Comunicaciones provee de medios y recursos para realizar y/o complementar gran parte de las coberturas informativas diarias o de largo aliento. Paralelamente es una suerte de central de alerta que informa de los sucesos que ocurren en la localidad o el resto del país al poner a la Redacción al tanto de las coberturas que realizan otros medios de

comunicación, así como de las operaciones policiales o de emergencia que se llevan a cabo.

- Desde su punto de vista, ¿qué clase de informaciones se espera que la sección Comunicaciones brinde a la Mesa y/o a la Redacción?

Información amplia y exacta sobre el acontecer local y nacional. Me gustaría que en sus alertas no se privilegie solamente la información política y se dé cuenta también del acontecer deportivo, cultural y farandulero.

- ¿Cómo considera que se ha venido desempeñando la sección Comunicaciones en los últimos meses?

Se entrega información rápida a la Redacción. Sin embargo, esta rapidez ha venido acompañada de imprecisiones, en particular en cuanto a nombres.

- ¿Considera acertado u oportuno el criterio de selección de noticias aplicado por la sección Comunicaciones para sus despachos de emergencias, enviados por correo electrónico?

Da la impresión de que no existiese una instancia previa que supervise el lanzamiento de los informes. Y las imprecisiones generan dudas.

- ¿Considera acertado u oportuno el criterio de selección de información aplicado por la sección Comunicaciones para sus resúmenes de programas periodísticos?

Esta pregunta está amarrada a la anterior. Desconozco si en Comunicaciones existe algún editor que decide el contenido de las alertas. En todo caso, pareciera que no existiese.

- Desde su punto de vista, ¿considera útil que los redactores de la sección Comunicaciones “procesen” los datos del monitoreo como pequeñas notas informativas, antes de reportarlas por correo electrónico?

Es sumamente importante. Si bien la inmediatez es básica en un área como esta, las imprecisiones generan que la credibilidad se debilite. Es imperioso afinar los procesos para que los errores se minimicen. Capacitar a los redactores y profundizar la supervisión de su trabajo son dos tareas ineludibles.

- ¿Qué aspectos considera faltan desarrollar en la sección Comunicaciones?

Me gustaría conocer su organización interna, si tienen un editor o jefe que supervise las informaciones antes de lanzar las alertas, si hay preocupación por capacitar a los redactores, saber cuán informados se encuentran del acontecer nacional o internacional. Y aunque parezca increíble, me gustaría saber cuántos de ellos leen El Comercio.

8.3. Entrevista a Leticia Correa, ex redactora de la sección Comunicaciones de El Comercio

- Nombre, cargo actual y tiempo laboral en El Comercio.

Leticia Correa Silva, ex redactora de la sección Comunicaciones y actual ejecutiva de cuentas de Duotone Press. Trabajé ocho años la sección Comunicaciones.

- ¿Cuáles eran sus labores en la sección Comunicaciones?

El área de Monitoreo y toda su cobertura. Como área dentro de El Comercio lo que hacíamos era recoger toda la información que saliera tanto en la prensa escrita, desde que revisábamos los diarios de todos los días, escuchar las radios informativas más importantes de la ciudad, ver los programas noticiosos más importantes y aparte el escáner que es el equipo con el que se rastrean las emergencias de la Policía y los Bomberos.

- ¿Cuándo ingresó a trabajar a El Comercio le explicaron qué es lo que se esperaba de los periodistas de la sección?

No, fue un trabajo empírico. Las cosas se fueron aprendiendo poco a poco. Había una noción sobre qué es lo que se quería conseguir. Comunicaciones era un abastecedor de nuevas informaciones, de noticias imprevistas. No se hacía un archivo de noticias ni de resúmenes, que fue lo que se hizo después con el IP Noticias. Solo se monitoreaba todo para el día a día y se priorizaban las emergencias policiales, además de los temas políticos.

- ¿Para ese rastreo de emergencias se limitaban a alertar que había ocurrido algo o verificaban antes esa información?

Sí, esa información se verificaba con la Policía o con algún otro medio de comunicación que también estuviera en ese tema, con los Bomberos o con alguna entidad que también estuviera relacionada, ya sea serenazgo, alguna municipalidad, etc.

- ¿Ese trabajo estaba reglamentado o era opcional para el redactor que estuviera de turno?

Cuando yo llegué ya había una suerte de seguimiento, es decir, no te podías ceñir solo a lo que dijera el escáner sino que había que confirmar de alguna manera. Si era algo muy grave o muy importante eso se podía obviar, si nadie más sabía había que arriesgarse porque dentro del tema de Comunicaciones, que ahora se entiende menos, era el ir a ver qué pasa. Hemos tenido este dato y con este dato íbamos a ver qué pasa, ahora no, se espera que se tenga la información y que la emergencia valga realmente la pena para desplazar a un equipo.

- Dentro de todas las áreas de Redacción que atiende Comunicaciones como tal, ¿cuáles son las que consideras guardan mayor coordinación con el área?

En el caso de El Comercio con Lima, que se encarga del área policial. Además de Política, con que se coordinaba los temas del día, aunque ellos tenían sus comisiones más programadas.

- ¿Consideras que la labor de monitoreo ayuda a las personas del área a discernir qué hechos, de toda la oferta noticiosa, pueden ser noticia para un medio como El Comercio?

Creo que sí, es una buena preparación porque vas viendo en la práctica la semilla. Porque en la universidad vas aprendiendo qué es lo que vale como noticia, el contenido o las cualidades que tiene que tener, pero a raíz de este tipo de trabajo y de manera un poco empírica vas aprendiendo. Ya tienes el conocimiento teórico, pero sí vas aprendiendo qué es lo que importa y qué es lo que no. Ahora también eso depende del medio dónde estás. Lo que para El Comercio puede ser muy importante para el Trome, El Popular o El Chino no lo

es. Y lo que para esos medios es una nota bomba para El Comercio simplemente será un breve. Y de eso también te vas dando cuenta.

- ¿Consideras que la forma en que Comunicaciones presenta la información que procesa a la Redacción de El Comercio ese pertinente o recomendable?

Creo que sí porque nuestro trabajo definitivamente implica un manejo periodístico. Si bien no tienes que darle el color o todo el trabajo para una nota bonita tienes que resaltar lo más importante del tema. Mínimo un lead.

- ¿Consideras que la práctica de casi tomar noticias al vuelo porque en Comunicaciones se trabaja contra el tiempo mejora la redacción de un periodista que trabaja en esta área?

Creo que sí ayuda, pero tampoco es determinante porque también te puede pasar que tus notas solo sean de esa manera y luego tienes que trabajar para luego hacer tus notas, aunque sean breves, un poco más entretenidas. Ayuda a la rapidez porque te ayuda a armar más rápido un tema y acomodarlo todo en menos tiempo del que un redactor de otra área dispone.

- ¿Cuáles consideras son los aportes de Comunicaciones como sección a El Comercio?

En primer lugar aporta información puntual, a la vez de un servicio de información general sobre aspectos que podrían ser relevantes para algún colega. La información es tan vasta que no puedes estar a veces al tanto de todo y no todo sale en los cuadros de comisiones.

- ¿Qué consideras que debería mejorar en la sección Comunicaciones?

Creo que hay que desligar algunos trabajos u ocupaciones que demandan tiempo, como el tema policial, que si bien es cierto ya no es tan relevante para El Comercio, sí sería bueno contar con esa información. De 10 notas policiales una o dos van a ser realmente interesantes y van a ameritar en el futuro un seguimiento, que a veces no se puede dar por falta de tiempo. A veces también cuando estás preparando un resumen te das cuenta que te falta leer más y tener mayor background para que cuando un entrevistado dice algo interesante tú sepas que es la primera vez que lo está diciendo, o que está mintiendo o que se está burlando de alguien y lo puedas trasladar dentro de tu información.