



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**EL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LA INFORMACIÓN EN  
REDES SOCIALES: UN ANÁLISIS AL MEDIO NATIVO DIGITAL  
EL PORTAL UNIVERSITARIO DURANTE EL COVID-19 EN  
AGOSTO DEL 2020, REGIÓN PUNO.**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. LESLIE FIORELLA FLORES INFANTES**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**PUNO – PERÚ**

**2022**



## DEDICATORIA

*Este trabajo va dedicado a Gaela y Jairo por su paciencia y comprensión durante todo este tiempo de amanecidas y trabajo frente al computador, son mi más grande motivación, los amo por siempre, a mis queridos padres Elizabeth y Dante, por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, sé que este momento también es de ustedes, gracias por creer y confiar en mí y a mis hermanos Joseph y Fabiana, porque espero ser siempre un ejemplo para ambos, los quiero.*



## AGRADECIMIENTOS

*Quiero agradecer a Dios, porque sus tiempos son perfectos, a mi amada familia por su apoyo a lo largo de este trabajo de investigación.*

*A mi alma mater, Universidad Nacional del Altiplano, a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social y a mis docentes por todos sus conocimientos impartidos en los años de formación profesional, guardo las mejores enseñanzas teóricas y prácticas.*

*Agradecer también a mi asesora de tesis Dra. Rosario Vera del Carpio, por aceptar guiarme, orientarme y hacerme participe de sus conocimientos a lo largo de esta investigación, por sus palabras de aliento en momentos frustrantes y su motivación constante. He aprendido junto a usted de este proceso y le agradezco por ello.*

*A mis jurados, Dr. Javier Arturo Apaza Quispe, Dr. Mauro Octavio Tapia cruz, Dr. René Jesús Vargas Irure, por brindarme sus conocimientos y sugerencias en la mejora del trabajo de investigación.*

*Finalmente agradecer a los Periodistas Rocío Mayuri y Angel Apaza, por haber aceptado formar parte de esta investigación, sus conocimientos en la rama del periodismo digital han sido importantes para este proyecto, gracias por el tiempo dedicado.*

**LESLIE FIORELLA FLORES INFANTES**



# ÍNDICE GENERAL

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTOS**

**ÍNDICE GENERAL**

**ÍNDICE DE FIGURAS**

**ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

**ÍNDICE DE TABLAS**

**RESUMEN** ..... 10

**ABSTRACT**..... 11

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

**1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**..... 14

**1.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**..... 14

1.2.1. Pregunta general..... 14

1.2.2. Preguntas específicas ..... 15

**1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN** ..... 15

1.3.1. Hipótesis general..... 15

1.3.2. Hipótesis específicas ..... 15

**1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**..... 16

1.4.1. Objetivo general..... 16

1.4.2. Objetivos específicos ..... 16

## **CAPÍTULO II**

### **REVISIÓN DE LITERATURA**

**2.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO** ..... 18

2.1.1. Ámbito Internacional ..... 18



2.1.2. Ámbito Nacional .....	20
2.1.2. Ámbito Local .....	22
<b>2.2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>25</b>
2.2.1. La comunicación y los medios digitales .....	25
2.2.2. De la mass media a medios digitales .....	25
2.2.3. Los medios nativos digitales de información.....	26
2.2.4. Situación respecto a la Covid-19 .....	26
2.2.5. El periodismo en tiempos de pandemia .....	27
2.2.6. Tratamiento periodístico de las noticias.....	28
2.2.6.1. Géneros ciberperiodísticos .....	28
2.2.6.2 Fuentes periodísticas .....	32
2.2.7. Información en redes sociales (Facebook).....	38
2.2.7.1. Calidad de contenido.....	39
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b>	
<b>3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>43</b>
<b>3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>43</b>
3.2.1 Analítico.....	44
3.2.2. Descriptivo .....	44
<b>3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....</b>	<b>44</b>
3.3.1 Población.....	44
3.3.2 Muestra.....	44
<b>3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>45</b>
3.4.1 Técnicas .....	45
3.4.2. Instrumentos.....	47



3.4.2.1 Matriz de análisis de contenido.....	47
3.4.2.2. Matriz de valoración .....	47
3.4.2.3 Guía de entrevista.....	48

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

<b>4.1. ENTREVISTA A PROFESIONALES EN PERIODISMO DIGITAL</b> .....	50
<b>4.2. ANÁLISIS DE CONTENIDO A LAS PUBLICACIONES INFORMATIVAS DE “EL PORTAL UNIVERSITARIO” SOBRE COVID-19.....</b>	59
<b>4.3. CALIDAD DE LA REDACCIÓN PERIODISTICA EN LAS PUBLICACIONES DE “EL PORTAL UNIVERSITARIO”.....</b>	74
<b>4.4. ANÁLISIS VISUAL DE PUBLICACIONES INFORMATIVAS “EL PORTAL UNIVERSITARIO”.....</b>	90
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	99
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	101
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	103
<b>ANEXOS.....</b>	115

**ÁREA:** Periodismo digital

**TEMA:** Tratamiento periodístico de la información en redes sociales durante el covid-19 - región Puno.

**FECHA DE SUSTENTACIÓN:** 04 de julio del 2022



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Géneros ciberperiodísticos.....	60
<b>Figura 2</b>	Hipertextualidad.....	63
<b>Figura 3</b>	Palabras claves o Hashtags .....	64
<b>Figura 4</b>	Enlaces Externos .....	66
<b>Figura 5</b>	Multimedialidad .....	68
<b>Figura 6</b>	Instantaneidad .....	71
<b>Figura 7</b>	Interactividad .....	73
<b>Figura 8</b>	Uso del Hashtag .....	75
<b>Figura 9</b>	El titular informativo.....	76
<b>Figura 10</b>	Texto breve .....	79
<b>Figura 11</b>	Revisión ortográfica.....	81
<b>Figura 12</b>	Duplicidad del texto .....	83
<b>Figura 13</b>	Calidad de la redacción .....	84
<b>Figura 14</b>	Fuentes de información.....	86
<b>Figura 15</b>	Frecuencia de actualización diaria .....	87



## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1</b> Originalidad del elemento visual - Multimedialidad .....	90
<b>Ilustración 2</b> La información no verificada – Instantaneidad.....	92
<b>Ilustración 3</b> El correcto uso del hashtag en el texto informativo – Hipertextualidad ..	93
<b>Ilustración 4</b> Duplicidad del titular informativo - Redacción periodística enFacebook	94
<b>Ilustración 5</b> El texto breve y la narrativa - Redacción periodística en Facebook .....	95
<b>Ilustración 6</b> Revisión ortográfica- Redacción periodística en Facebook.....	97
<b>Ilustración 7</b> Credibilidad en la información.....	97





## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Identificación de la población y muestra de estudio del medio nativo digital “El Portal Universitario” en agosto del 2020.....	46
<b>Tabla 2</b>	Objetivos esperados con la aplicación de las técnicas e instrumentos a las publicaciones del medio nativo digital “El portal universitario”.....	49
<b>Tabla 3</b>	Matriz de coincidencias del tratamiento periodístico de la información en la red social Facebook durante la primera ola de contagio por la covid-19. ...	51
<b>Tabla 4</b>	Identificación de los Géneros ciberperiodísticos en el tratamiento periodístico de la información sobre covid-19. ....	60
<b>Tabla 5</b>	Hipertextualidad en los contenidos informativos sobre la covid-19.....	63
<b>Tabla 6</b>	Palabras claves o hashtag en la información sobre la covid-19.....	64
<b>Tabla 7</b>	Enlaces externos en la información sobre la covid-19.....	66
<b>Tabla 8</b>	Multimedialidad en los contenidos informativos sobre la covid-19.....	68
<b>Tabla 9</b>	Instantaneidad en los contenidos informativos sobre la covid-19 .....	71
<b>Tabla 10</b>	Interactividad en los contenidos informativos sobre covid-19 .....	72
<b>Tabla 11</b>	El Hashtag al inicio texto informativo en publicaciones sobre la covid-19	74
<b>Tabla 12</b>	El titular informativo en publicaciones sobre la covid-19.....	76
<b>Tabla 13</b>	El texto breve informativo en publicaciones sobre la covid-19.....	78
<b>Tabla 14</b>	Revisión ortográfica en el texto informativo sobre la covid-19 .....	81
<b>Tabla 15</b>	Duplicidad del texto informativo en las publicaciones sobre la covid-19 ...	82
<b>Tabla 16</b>	Calidad de la redacción periodística en Facebook.....	84



## RESUMEN

La presente investigación tuvo objetivo principal analizar el tratamiento periodístico de la información de las publicaciones realizadas por el medio nativo digital “El Portal Universitario” en la red social Facebook durante la crisis sanitaria por covid-19 en la región Puno. La investigación tuvo un enfoque mixto, diseño no experimental y de tipo analítico – descriptivo. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron el análisis de contenido tomando como muestra 46 publicaciones de carácter informativo de contexto regional durante el mes de agosto y la entrevista estructurada a dos profesionales en ejercicio del periodismo en medios digitales de comunicación. Los resultados nos permitieron determinar que el tratamiento periodístico de la información respecto a la covid-19 del medio nativo digital “El Portal Universitario” fue irrelevante y superficialmente abordada, desaprovechando las características periodísticas digitales aplicables en Facebook, presentado una baja calidad en la redacción periodística recurriendo excesivamente a la duplicidad de contenidos, mediante la acción de copia y pega de notas informativas trabajadas por otras fuentes periodísticas. En ese sentido el medio nativo digital “El portal Universitario” se convierte en un mal referente para el ejercicio del periodismo en redes sociales, que va más allá de repostear información y donde las exigencias se centran en la calidad de contenidos elaborados para medios digitales por estar al juicio constante de la audiencia, en un contexto donde el consumo de información por medios digitales se ha acelerado durante el periodo de confinamiento y la formación profesional del periodista digital ha sido importante en este escenario informativo.

**Palabras Clave:** periodismo digital, redes sociales, calidad de contenidos- covid-19



## ABSTRACT

The main objective of this research was to analyze the journalistic treatment of the information of the publication made by the native digital medium "El Portal Universitario" on the social network Facebook during the health critical situation due to covid-19 in the Puno region. The research had a mixed approach, non-experimental design and analytical-descriptive type. The data collection techniques used were content analysis taking as a sample 46 informative publications of a regional context during the month of august and structured interviews with two professionals practicing journalism in communication media. The results allowed us to determine that the journalistic treatment of the information about the covid-19 of the digital medium "El Portal Universitario" was irrelevant and superficially approached, wasting the digital journalistic characteristics applicable on Facebook and presenting a low quality in the journalistic writing resorting to the duplication of content, through the action of copying and pasting informative excessively notes produced by other journalistic sources. In this sense, the digital native medium "El portal Universitario" becomes a bad reference for exercise of journalism in social networks, which goes beyond reposting information and where the demands are focused on the quality of content prepared for digital media by being in the constant judgment of the audience in a context where the consumption of information by digital means has accelerated during the period of the confinement and the professional training of the digital journalist has been in this informative scenario.

**Keywords:** digital journalism, social networks, content quality- covid-19



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

La sociedad es el producto directo de las revoluciones tecnológicas e industriales, y estas han generado múltiples cambios que suponen riesgos y oportunidades. En ese sentido, dichos cambios han propiciado que la historia se escriba y documente a diario llenando las portadas de cualquier periódico. En el ámbito de la comunicación y difusión de contenidos a nivel masivo, el internet juega un papel importante debido a que su alcance es ilimitado, pues, diversos medios periodísticos nacidos en papel, radio y televisión migraron a espacios digitales y hacen uso de este recurso tecnológico, fomentando la cultura de la adhesión de las redes sociales al mundo periodístico, lo que a su vez ha llevado al nacimiento de otros medios de comunicación en la red, los llamados “Nativos digitales”, medios que no tienen un predecesor “tradicional” y cuyo fin al igual que los demás medios, es capturar audiencias presentes en el mundo digital.

Acontecimientos que han obligado a los distintos medios periodísticos a generar más contenidos de interés para la audiencia y que implica consolidar una información basada en brevedad, claridad, y manejo de fuentes verificadas, incorporando características periodísticas digitales en los contenidos, respetando la narrativa y el lenguaje de cada plataforma, permitiendo a la audiencia presentar su postura frente a la información publicada. Cabe resaltar, que cada contenido generado debe ser de calidad y veraz, ya que estos definirán el prestigio y credibilidad del medio periodístico (Moreno, 2020).

Durante el año 2020, se dio la primera ola de contagios de la COVID-19, llevando al confinamiento de la sociedad. Este acontecimiento llenó las portadas de múltiples



espacios de los medios de comunicación debido a la gravedad y novedad del virus. Asimismo, la situación propició un mayor consumo digital, específicamente las redes sociales. En situaciones críticas, los medios de comunicación son puntos clave para empeorar, revertir o auxiliar la conmoción social generada. Es en este contexto donde las personas demandan más información y los periodistas deben estar preparados para afrontar diversas situaciones (Pérez et al., 2020).

La sociedad de los últimos años es una sociedad hipermediática, la cual es muy susceptible a los medios de comunicación. En ese sentido, las búsquedas en su mayoría fueron respecto al coronavirus y las diferentes restricciones dadas por el gobierno de turno. Por ende, el periodista que genera contenido en tiempos de crisis, debe ser una persona que investigue de manera profunda la situación, se asesore con expertos en el tema y logre comunicar el mensaje sin atemorizar a la población (Calva et al., 2020).

A nivel de región Puno dos momentos importantes marcaron la búsqueda en internet, el primero relacionado con el primer caso confirmado de COVID-19 en abril del 2020 y el segundo al colapso del servicio de salud en el Hospital Regional, este último marcando el inicio del pico más alto de contagio en la región y al reporte de muertes diarias por la covid-19 a comienzos de agosto del 2020.

Ante este panorama la presente investigación tuvo como objetivo analizar el tratamiento periodístico de la información del medio nativo digital “El Portal Universitario” en la red social Facebook durante la crisis por COVID-19 en agosto del 2020, región Puno y se ha dividido en capítulos que hacen énfasis en el tema de estudio.



## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El tratamiento de las noticias es algo muy importante en el periodismo, esto quiere decir, que si no se realiza un adecuado tratamiento periodístico, la noticia no llegará correctamente a la audiencia y el impacto que tenga en esta puede ser un arma de “doble filo”. Por ende, los medios de comunicación juegan un papel importante en la sociedad, pues, los mensajes emitidos repercuten en el comportamiento de la audiencia (Prada et al., 2019).

Durante la crisis del COVID-19, distintos medios de noticias han tenido un rol muy importante en la vida cotidiana de las personas. Cabe resaltar, que esta situación ha representado un reto para los profesionales del periodismo porque repercutió en su dinámica y forma de comunicar (Moreno, 2020).

En el caso de “El portal universitario”, el cual es un medio de comunicación nativo digital con presencia en la red social Facebook, el tratamiento de los contenidos informativos sobre la crisis sanitaria originada por el COVID-19 en el contexto de la región Puno ha sido abordados superficialmente, dejando a cuestión la calidad de contenidos publicados y el trabajo periodístico que se ha realizado en redes sociales durante este complicado periodo de confinamiento. Por ende, esta investigación busca mostrar cómo se comporta este medio periodístico local frente a la temática del COVID-19.

## **1.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. Pregunta general**

¿Cómo fue el tratamiento periodístico de la información en la red social Facebook del medio nativo digital “El portal universitario” sobre el COVID-19 en el mes de agosto del 2020 en la región Puno?



### **1.2.2. Preguntas específicas**

- ¿Cuáles fueron los géneros ciberperiodísticos más utilizados para el tratamiento periodístico de la información sobre el COVID-19 en el medio nativo digital “El portal universitario” en el mes de agosto del 2020 en la región Puno?
- ¿Qué características periodísticas digitales se emplearon correctamente en el tratamiento periodístico de la información sobre el COVID-19 en el medio nativo digital “El portal universitario” en el mes de agosto del 2020, en la región Puno?
- ¿Cuál es la calidad de la redacción periodística en Facebook de los contenidos informativos sobre COVID-19 en el medio nativo digital “El portal universitario” en el mes de agosto del 2020, en la región Puno?

## **1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1. Hipótesis general**

El tratamiento periodístico de la información sobre el COVID 19, en el medio nativo digital “El Portal universitario” fue inadecuado al no recurrir a las fuentes para construir la noticia, además, la información no se adapta a la dinamicidad y narrativa propia de la red social Facebook, publicando contenido periodístico duplicado.

### **1.3.2. Hipótesis específicas**

- Los géneros ciberperiodísticos más utilizados por el medio nativo digital “El Portal Universitario” para el tratamiento periodístico de la información sobre el COVID-19, fueron los géneros informativos, donde el relato periodístico se limita al uso de la nota informativa.



- Las características periodísticas digitales como la multimedialidad, hipertextualidad, instantaneidad e interactividad, no se emplearon correctamente en el tratamiento periodístico de la información sobre el COVID-19 en el medio nativo digital “El portal universitario”

-La redacción periodística en Facebook de los contenidos informativos sobre el COVID-19 en el medio nativo digital “El portal universitario” es de baja calidad debido a la duplicidad del texto informativo.

#### **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar el tratamiento periodístico de la información sobre el COVID-19 en la red social Facebook el medio nativo digital “El portal universitario” en el mes de agosto del 2020.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Identificar los géneros ciberperiodísticos más utilizados para tratar periodísticamente la información sobre el COVID-19 en el medio nativo digital “El Portal Universitario” en el mes de agosto del 2020.
- Identificar, describir y explicar el empleo de características multimedias, hipertextuales, instantáneas e interactivas y el correcto aprovechamiento de sus elementos y formatos en el tratamiento periodístico de la información sobre el COVID-19 en el medio nativo digital “El Portal Universitario” en el mes de agosto del 2020.





- Determinar la calidad de la redacción periodística en Facebook, valorando el elemento hipertextual, estructura y originalidad del texto informativo en el medio nativo digital “El Portal universitario” en el mes de agosto del 2020.



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

##### 2.1.1. **Ámbito Internacional**

Borbor (2021) en su estudio titulado “Análisis de la cobertura periodística digital en crisis sanitarias : el caso GK y La Posta en la crisis del COVID-19”, tuvo como finalidad analizar el contenido comunicativo realizado por los medios digitales Gk y La Posta. El estudio tuvo un enfoque mixto y diseño no experimental. Las técnicas utilizadas fueron la observación y la entrevista, las cuales fueron aplicadas a todos los contenidos informativos de los diarios Gk y La Posta, y a ciertos directivos de los diarios estudiados. Los resultados evidenciaron el tratamiento de la información respecto al Covid-19. El autor concluyó que los medios de comunicación estudiados manejaron la información de forma idónea y objetiva. Por último, el autor recomendó la implementación de un manual de cobertura durante las crisis sanitarias que puedan ocurrir.

García (2021) en su estudio titulado “Análisis de la información difundida en la red social Facebook sobre el virus COVID-19 durante la pandemia y su influencia negativa”, tuvo como finalidad analizar la información difundida en Facebook respecto al covid-19. El estudio tuvo un enfoque mixto y diseño no experimental. Las técnicas utilizadas fueron la revisión bibliográfica, entrevista y la encuesta, las cuales fueron aplicadas a 145 personas que conforman la muestra de estudio. Los resultados mostraron la cantidad de información difundida en Facebook. El autor concluyó que la información difundida respecto al Covid-19



tuvo un impacto negativo en la audiencia debido a la redacción sensacionalista de muchos titulares. Por último, recomendó a los estudiantes denunciar a los medios de comunicación que difundan noticias falsas.

Lomas & Tenemaza (2021) en su estudio titulado “Análisis de contenido de la plataforma digital del Diario los Andes referente al COVID-19 en el Ecuador, período enero 2020 – junio 2020”, tuvieron como finalidad analizar el contenido digital de la plataforma respecto al covid-19. El estudio tuvo un enfoque cualitativo y diseño no experimental. Las técnicas utilizadas fueron el análisis de contenido, la observación y la entrevista, las cuales fueron aplicadas a una muestra conformada por 20 personas. Los resultados evidenciaron que los contenidos digitales cumplen parcialmente con las características de un adecuado contenido digital. El autor concluyó que existe un inadecuado método de generación de información respecto al covid-19, sin embargo, el tratamiento que le dio fue aceptable. Finalmente, recomendó al diario la complementación de la información utilizando diferentes herramientas tecnológicas.

Navarro (2021) en su estudio denominado “Análisis del fan page de FACSO como herramienta de comunicación interna durante el estado de emergencia sanitaria por el COVID-19 en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil”, tuvo como fin analizar el fan page FACSO como una herramienta de apoyo durante la crisis sanitaria por el Covid-19. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo y diseño no experimental. La técnica utilizada fue la encuesta, la cual se aplicó a una muestra de 223 personas. Los resultados mostraron la utilización del fan page FACSO. El autor concluyó el fan page FACSO cumple su función informativa de forma veraz y objetiva. Asimismo, recomendó actualizar constantemente los mecanismos de información para la audiencia.



Uvidia (2021) en su estudio titulado “Análisis de las noticias transmitidas por redes sociales, y su influencia en estudiantes de la carrera de Comunicación Social UG”, tuvo como finalidad analizar la influencia que ejercen las noticias sobre el Covid-19 publicadas en Facebook e Instagram. El estudio tuvo un enfoque mixto y diseño no experimental. Las técnicas utilizadas fueron la entrevista y la encuesta, que fueron aplicadas a una muestra conformada por 460 estudiantes. Los resultados evidenciaron el tratamiento del contenido informativo en las redes sociales. El autor concluyó que las noticias en medios digitales en su mayoría han generado incertidumbre y miedo a la población. Por último, recomendó analizar la noticia por su contenido y denunciar al medio de comunicación que difunda noticias falsas.

### **2.1.2. Ámbito Nacional**

Prieto & Ramos (2020) en su investigación titulada “Tratamiento periodístico de las noticias sobre el COVID-19 del diario “Sin Fronteras” Arequipa; marzo, abril y mayo del 2020”, tuvieron como finalidad determinar el tratamiento de las noticias respecto al Covid-19 del diario “Sin Fronteras” de Arequipa. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y diseño no experimental. La técnica utilizada fue la observación la cual fue aplicada a la muestra que está constituida por todos los periódicos en circulación durante los meses de marzo, abril y mayo del 2020. Los resultados evidenciaron el tratamiento de las noticias respecto al Covid-19. Los autores concluyeron que el diario “Sin Fronteras” tuvo un inadecuado tratamiento de las noticias sobre el Covid-19. Finalmente, los autores le recomendaron al diario “Sin Fronteras” que enfoque sus titulares en base al desarrollo y relevancia de las noticias.

Hualla & Yuca (2018) en su estudio denominado “El tratamiento periodístico de la cultura en los diarios de Arequipa: El Pueblo, Correo y La



Republica en abril y mayo del 2017”, tuvieron como fin analizar el tratamiento periodístico de la cultura en los diarios estudiados. El estudio tuvo un enfoque mixto y diseño no experimental. Las técnicas utilizadas fueron el análisis hemerográfico, la encuesta y la entrevista, las cuales fueron aplicadas a la muestra de 90 periódicos y personas. Los resultados evidenciaron la forma en como se realiza el tratamiento periodístico respecto a la cultura en dichos diarios. Los autores concluyeron que los diarios analizados no ofrecieron una cantidad significativa de noticias sobre temas culturales en sus ediciones diarias y tampoco le dan una mayor variedad en la presentación de sus noticias de carácter cultural en los diferentes géneros periodísticos. Finalmente, recomendaron a los diarios analizados que incorporen un suplemento cultural periódicamente con el fin de difundir la cultura.

Antúnez (2021) en su estudio titulado “La República y Perú21: Análisis del tratamiento noticioso en los diarios impresos durante la pandemia COVID-19”, tuvo como finalidad el tratamiento noticioso durante la pandemia por el Covid-19. El estudio tuvo un enfoque cualitativo y diseño no experimental. Los resultados evidenciaron que las noticias fueron presentadas en sus primeras páginas de forma informativa complementándose con imágenes y gráficos para mayor entendimiento de la audiencia. El autor concluyó que se los diarios estudiados cumplieron con su función informativa sin direccionarla a intereses personales.

Meneses (2020) en su estudio titulado “Tratamiento periodístico del COVID – 19 en la página de Facebook Sin Censura Cañete Noticias, Marzo - Abril, 2020”, tuvo como fin analizar el tratamiento periodístico respecto al covid-19 en la fanpage “Sin Censura Cañete Noticias”. El estudio tuvo un enfoque cualitativo y diseño no experimental. La técnica utilizada fue la observación y se aplicó a la muestra conformada por 33 post de la fanpage estudiada. Los resultados



evidenciaron el tratamiento periodístico respecto al COVID-19 de la fanpage. El autor concluyó que la fanpage no le da a sus contenidos un adecuado tratamiento periodístico. Por último, recomendó a la fanpage mejorar las deficiencias encontradas en su trabajo.

De la Cruz (2020) en su estudio titulado “Análisis de las fuentes periodísticas en la redacción de post sobre el COVID-19 de la fan page ‘Trujillo Limpio’, durante la cuarentena en el año 2020”, tuvo como finalidad analizar las fuentes periodísticas de la fan page “Trujillo Limpio”. El estudio tuvo un enfoque cualitativo y diseño no experimental. Las técnicas utilizadas fueron el análisis de contenido y la entrevista, las cuales fueron aplicadas a la muestra conformada por 35 noticias y el director de la fanpage “Trujillo Limpio”. Los resultados evidenciaron las diversas fuentes periodísticas utilizadas por la fanpage para la elaboración de sus contenidos. El autor concluyó que para la elaboración de los contenidos predominan las fuentes gubernamentales. Por último, recomendó al director de la fanpage abordar más géneros periodísticos, capacitar a sus trabajadores en la identificación de noticias falsas y concientizar a la audiencia respecto a la importancia de las fuentes de información.

### **2.1.2. Ámbito Local**

Vera et al., (2021) en su estudio titulado “Esfera pública de los universitarios puneños, un análisis a la red social El portal universitario”, muestran como un espacio de ocio se convierte en una esfera pública virtual, asimismo, mencionan el rol periodístico que toman los administradores de la red al compartir sus opiniones. Para ello realizaron un análisis a la página mediante la aplicación de fichas de registro y una entrevista a cuatro miembros fundadores de “El Portal Universitario”. Los autores concluyeron que los jóvenes universitarios han



encontrado en esta red social un espacio para emitir sus opiniones en referencia al contexto político y coyuntural que viven al interior de la Universidad Nacional del Altiplano; las nuevas herramientas incorporadas, como las reacciones, comentarios, número de veces compartidos y reproducciones se distinguen por estar relacionadas a la aprobación o desaprobación de la institución superior donde estudian; la cobertura de la red social está determinada por el número de seguidores, los cuales tienen edades de 18 a 34 años; los creadores de la red social “El portal universitario” no entienden el potencial de su poder y circunscribe su actuar a situaciones de coyuntura institucional que muchas veces no construye ciudadanía. Por lo tanto, esta nueva esfera pública donde predomina el individuo, se convierte en espacio de activismo político, quedando demostrado en sus comentarios, reacciones y reproducciones hoy convertidos en espacios de opinión.

Galindo & Puerta (2021) en su investigación titulada “Tratamiento periodístico de las notas informativas publicadas en los diarios Sin Fronteras y Los Andes con relación a la pandemia por COVID-19, Puno 2020”, tuvieron como finalidad analizar el tratamiento periodístico de las notas informativas respecto al COVID-19 publicadas en los diarios Sin Fronteras y Los Andes de la región Puno. La investigación tuvo un enfoque mixto y un diseño noexperimental. Las técnicas utilizadas fueron la hemerografía y el análisis de contenido, las cuales fueron aplicadas a 124 periódicos de la región. Los resultados evidenciaron que ambos diarios cubrieron las notas ampliamente, no obstante, el diario “Sin Fronteras” tuvo un mejor tratamiento de las noticias respecto al COVID-19. Los autores concluyeron que a pesar de que ambos diarios cubrían las noticias ampliamente, no realizaron un adecuado trabajo porque no respetaron el formato general de noticias. Por último,



recomendaron a los diarios estudiados que sigan abordando las noticias mejorando las deficiencias encontradas.

Gómez (2018) en su estudio titulado “Tratamiento de la información periodística en la sección policial de la edición regional del diario Sin Fronteras, Puno 2018”, tuvo como objetivo analizar el tratamiento periodístico de las noticias del diario Sin Fronteras. El estudio tuvo un enfoque mixto y diseño no experimental. Las técnicas utilizadas fueron el análisis de contenido, la entrevista y la encuesta, la cuales fueron aplicadas a 122 publicaciones del diario Sin Fronteras y a los periodistas que trabajan en dicho medio respectivamente. Los resultados evidenciaron el tratamiento periodístico de sus noticias. Por ende, el autor concluyó que el diario Sin fronteras tiene un adecuado tratamiento periodístico de sus noticias. Finalmente, recomendó a los redactores del diario en estudio que sigan con su trabajo e incluyan más géneros periodísticos en sus notas de prensa.

Luque (2021) en su estudio denominado “Tratamiento periodístico en los diarios “Correo” y “Sin Fronteras” frente a la COVID-19, periodo 2020”, tuvo como fin analizar el tratamiento periodístico de los diarios mencionados. El estudio tuvo un enfoque cualitativo y diseño no experimental. La técnica utilizada fue el análisis de contenido, la cual fue aplicada a la muestra constituida por 156 publicaciones de ambos medios de comunicación estudiados. Los resultados evidenciaron el tratamiento periodístico de las noticias de los diarios “Correo” y “Sin Fronteras” de Puno. Por ende, el autor concluyó que ambos diarios muestran preferencia por titulares de acuerdo a su función comunicativa, además, en mayor medida abarcaron el género informativo respecto al Covid-19. Finalmente, el autor recomendó a ambos diarios incluir más reportajes de investigación respecto a la crisis generada por el Covid-19.





## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1. La comunicación y los medios digitales**

La globalización ha generado retos en el mundo de la comunicación masiva, para Marshall McLuhan quien se refería “Homus electronicus”, en la era actual, ese hombre analógico que recibía el mensaje de modo vertical a través de un medio de comunicación masivo, ha ido desapareciendo y se convierte en un “Homus Digitalis”. Durante la última década, la humanidad vive una situación híbrida debido a que, algunos medios de comunicación son electrónicos y digitales (Han, 2018).

### **2.2.2. De la mass media a medios digitales**

Durante años se ha estudiado a los medios masivos de comunicación, también denominados mass media, los cuales han hegemonizado la información a nivel mundial, incluso llegando al punto de la manipulación ejercida por unos “cuántos” a una gran población que acepta de modo pasivo los mensajes sin tener derecho a una retroalimentación, convirtiéndose en meros receptores. Los medios digitales de comunicación surgieron a partir del auge tecnológico, en el que la televisión, radio y prensa tradicionales tuvieron que adaptarse a la modalidad digital y utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, esta migración tenía que ser necesaria debido a las exigencias de la transformación digital, por ello, se afirma se están produciendo cambios de forma rápida y progresiva. Asimismo, se da una transformación de la sociedad fruto de la adopción de la tecnología digital en las actividades diarias de las personas (Naranjo, 2017).



### **2.2.3. Los medios nativos digitales de información**

Kirschner & De Bruyckere (2017) definen a los medios nativos digitales como espacios interactivos que propician y crean nuevos lugares en la red para la realización de la labor periodística.

Corzo & Salaverría (2019), indican que la innovación tecnológica en el campo de la comunicación ha logrado generar diversos cambios, los cuales no solo han modificado la forma de trabajar del periodista, sino también en la percepción y conocimiento de las audiencias que pueda tener un medio de comunicación. Así mismo, los profesionales del periodismo interpretan el entorno y adhieren medidas basadas en nuevos recursos, los cuales suelen ser condicionados por las métricas digitales.

Para Zuluaga & Gómez (2019), el espacio digital ha diversificado la generación de nuevos contenidos periodísticos. También comentan que los medios tradicionales fueron los primeros en digitalizarse debido a que lanzaron ediciones en la red; al poco tiempo aparecieron los nuevos medios, aquellos nacidos directamente en internet y que no tuvieron un predecesor tradicional, los cuales fueron denominados “nativos digitales”. Por último, comentan que los medios nativos digitales son aquellos que no son impreso, y tampoco hacen uso de la radio o televisión, debido a que ellos han sabido aprovechar las bondades del internet para crearse un lugar en la esfera pública.

### **2.2.4. Situación respecto a la Covid-19**

Desde el inicio del estado de emergencia, la información sobre la crisis originada por la COVID-19, se ha convertido en sinónimo de poder para afrontar la situación. En ese sentido, la información acerca del COVID-19 ha explotado en



distintos medios de comunicación y esto se verifica en la cantidad de noticias referente a la situación (Casero, 2020).

Pleyers (2020) afirma que el COVID-19 no solo es una enfermedad endémica sino también social, pues, la información sobre este acontecimiento es abundante, haciendo que sea dificultoso que las personas accedan a información fidedigna. Esto representa un reto para el periodismo, el cual cumple con el rol de informar a la audiencia, por ende, el periodismo debe contrarrestar dicha información a través de información confiable. Asimismo, el acceso a internet de forma masiva, ha permitido que cualquier persona escriba y publique contenido no verificado en la red, principalmente en redes sociales como Facebook. Consecuentemente, la audiencia puede llegar a padecer ciertas anomalías como ansiedad, agotamiento emocional, agobio y en el peor de los casos, se puede dar una histeria colectiva.

#### **2.2.5. El periodismo en tiempos de pandemia**

Los medios de comunicación tienen una función importante la cual es informar, pues, en la era de la información quien posea la información tiene el poder. Asimismo, la coyuntura del COVID-19 ha servido para replantear el periodismo. Cabe resaltar que la situación originada por la COVID-19 ha sido de utilidad para acercar a los ciudadanos a despertar su interés por noticias de interés público. Sin embargo, este interés por las noticias ha desatado un sin número de rumores e información no verificada, información veraz y desinformación manipulada de forma intencional (Patwa et al., 2021).



## **2.2.6. Tratamiento periodístico de las noticias**

Tandoc (2018) comenta que es la forma particular de brindar información y a su vez tiene un rol importante en la sociedad. En ese sentido, Souza (1992) describe al tratamiento periodístico como un control completo de la información en un área delimitada o sobre un tema específico.

Salaverría (2019) comenta que el tratamiento periodístico se encarga de determinar la calidad de los contenidos de índole informativo que se difunden en la red, esto se debe a la dinamicidad que otorga el soporte en línea donde la utilización de diferentes características periodísticas digitales (hipertextuales, multimedia, interactivas y frecuencia de actualización) suelen trazar la diferencia ante los medios tradicionales.

### **2.2.6.1. Géneros ciberperiodísticos**

Según Gargurevich (1987), los géneros periodísticos son formas de expresión escrita que se utilizan para abordar información u opinión según la finalidad de quien los realiza. En ese sentido, los géneros periodísticos se utilizan de acuerdo a la intención de la información que posee el periodista, consecuentemente, la aplicación de los diversos géneros periodísticos depende del mensaje que desee transmitir el periodista.

En ese sentido, Salaverría (2005) comenta que los géneros ciberperiodísticos son instrumentos que los periodistas utilizan para ofrecer de manera organizada la información recopilada a su audiencia. La llegada del internet y la consolidación del periodismo en entornos virtuales, generó una consecuente de hibridación de géneros.



Pérez et al. (2016), comentan que los géneros ciberperiodísticos corresponden a la reestructuración que se origina de la recreación de los géneros pre existentes mediante el hipertexto, multimedialidad e interactividad, en esta fase se da una reestructuración del género anterior con recursos del mundo digital.

- **Géneros informativos**

Son aquellos géneros que se dedican a transmitir acontecimientos y datos de forma clara y precisa, sin necesidad de llegar al sensacionalismo. Dentro de este género se encuentra la noticia, la infografía y los datos en bruto, los cuales son organizados a través de una base de datos (Salaverría, 2005).

Gargurevich (1987) menciona que la noticia es uno de los principales subgéneros del periodismo debido a que tiene como fin primordial informar, es decir, dar a conocer acontecimientos de interés social de forma objetiva. Por otro lado, Begoña (2018) comenta que la infografía es un conjunto de expresiones gráficas cuyo contenido explica como funcionan los hechos suscitados. En ese sentido, Salaverría (2005) menciona que la infografía es una aportación informativa que se elabora en los medios digitales, específicamente visuales, aunque también pueden ser audiovisuales.

- **Géneros interpretativos**

La Fundación Universitaria San Pablo CEU (2018) comenta que los géneros interpretativos se caracterizan por realizar la descripción de un acontecimiento en el cual se incluye el punto de vista del periodista o redactor.

Salaverría (2005) comenta que en los géneros interpretativos se ubica el reportaje, este género tiene como propósito explicar y contextualizar a través de



variados recursos estilísticos, es el género más apto para el aprovechamiento de las posibilidades hipertextuales, interactivas y multimedia. Según Gargurevich (1987), el reportaje es un trabajo documental organizado que tiene como fin la divulgación con fines informativos en el cual se puede incluir algunas opiniones personales.

Por otro lado, Gargurevich (1987) comenta que la crónica periodística es una información valorativa y de interpretación de acontecimientos noticiosos, que pueden ser actuales o actualizados. En la crónica el periodística se puede dar a conocer un su punto de vista de algún hecho. En ese mismo sentido, Salaverría (2005) comenta que la crónica se diferencia de la noticia porque en la redacción se evidencia la presencia de un periodista. Asimismo, el proceso de la renovación, personalización y actualización de la crónica cumplen un rol importante ya que informa sobre asuntos de actualidad de forma inmediata como diferida, además, la crónica encuentra su espacio en los denominados weblogs.

- **Géneros dialógicos**

Según palabras de Salaverría (2005), los géneros dialógicos son los que se basan en la conversación de dos o más personas mediante textos escritos u orales que pueden ser realizados de forma sincrónica o asincrónica. En este tipo de géneros resalta la importancia del lector frente al redactor, debido a que ambos participan activamente en la construcción y organización de la información mediante procesos interactivos. Dentro de este género se encuentra la entrevista, la encuesta y el debate.

La Fundación Universitaria San Pablo CEU (2018) define a la entrevista como una conversación entre un periodista y una o más personas, los cuales interactúan mediante el modelo de pregunta-respuesta de manera abierta. En ese



mismo sentido, Gargurevich (1987) comenta que suelen ser realizadas a personajes públicos o de interés social. Asimismo, Salaverría (2005) identifica cuatro tipos de entrevistas:

- Donde el periodista realiza la entrevista para su posterior redacción y difusión escrita en algún medio digital.
- Donde el periodista es acompañado de los lectores y estos últimos son los que formulan las preguntas al entrevistado.
- Donde no tiene intermediario, sin embargo, algunas respuestas pueden volverse noticias.
- Y por último, donde es transmitida por un programa donde las preguntas son enviadas previamente por los lecto-autores.

Por otro lado, Salaverría (2005) afirma que la encuesta consiste en realización de una o más preguntas a los usuarios a través de un medio digital sobre un determinado tema actual.

- **Géneros argumentativos**

Salaverría (2005) comenta que la argumentación tiene el objetivo de persuadir al lector, por tanto, este género se hace presente en diversos subgéneros de opinión, tales como editoriales, columnas o sueltos. Asimismo, Pérez et al. (2016) comentan que este género es el que menos le han sabido sacar provecho en el internet y prueba de ello es la dificultad para encontrar contenido multimedia de este tipo.

Gargurevich (1987) define a la columna como un género periodístico de opinión, donde el redactor tiene la facultad de elegir un tema de acuerdo a su interés.



En ese sentido, Pérez et al. (2016), comenta que la columna muy pocas veces suele exponerse en internet, debido a que su lenguaje es de interacción.

#### 2.2.6.2 Fuentes periodísticas

Zunino (2019) comenta que las fuentes periodísticas son referentes a fiabilidad, es importante que el periodista para redactar o contar su historia tenga una o más fuentes, esto sustentará la veracidad de su informe. Las noticias están a la orden del día y va a depender del periodista que la información ofrecida sea verídica. En ese sentido, se pueden definir como personas o grupos de personas que conocen acontecimientos que el periodista convertirá en noticia.

- **Fuentes verificables**

Como su nombre lo dice, este tipo de fuentes pueden ser verificadas debido a la calidad de su contenido. Este tipo de fuentes suele dividirse en dos grupos:

- **Fuentes de información generalistas:** Este tipo de fuentes suele englobar información básica que pueden ser base de datos, informes, guías bibliotecarias, entre otras. Estas fuentes suelen tener una una información general y accesible. En ese sentido, se afirma que la mejor manera de informar sobre un acontecimiento social o político es recurriendo a expertos en el tema. En algunos casos, el periodista suele tomar como fuente a las personas que estaban cerca del acontecimiento, sin embargo, esto puede ser peligroso debido a que las personas suelen dar una opinión subjetiva, por ello el periodista debe tener criterio para construir su noticia y será desde su punto de vista que la importancia que tomará esa fuente. Este tipo de fuentes suele dividirse en dos grupos: las fuentes primarias son las más proximas a los





acontecimientos de la noticia, en este tipo de fuente se puede considerar a los testigos directos en primera instancia y luego a los expertos en el tema; las fuentes secundarias. Por otro lado, las fuentes secundarias son las que ofrecen al periodista una información que ya ha sido abordada periodísticamente, por ende, no están limitadas a ofrecer datos neutros sino a ofrecer datos ya configurados. Entonces, se entiende por fuentes secundarias como aquellas fuentes que ya han sido analizadas e interpretadas (Zunino, 2019).

- **Fuentes de información especializadas:** El tratamiento y uso de estas fuentes está a cargo de periodistas especializados en la materia, debido a que ellos tienen como finalidad conocer a detalle el suceso del acontecimiento, esto hace que busque antecedentes y consecuencias de los hechos con el propósito de mostrar información confiable y veraz. Estas fuentes pueden ser personales, que son consideradas como fuentes propias o del periodista, y documentales, los cuales suelen ser documentación publicada en cualquier medio que contienen datos fiables que sustentan, refutan o niegan la información oficial (Zunino, 2019).

- **Fuentes no verificables**

Este tipo de fuentes suele venir de internet. Pues, en los últimos años, la era de la información ha generado que el acceso a las noticias sea de forma inmediata. Cabe resaltar que los periodistas al obtener información en la red, deben ser más minuciosos para determinar la veracidad de los datos. Sin embargo, por medio de la red el periodista puede interactuar con la audiencia, lo cual puede



aprovechar para conseguir más datos y testimonios que puedan mejorar la información (Zunino, 2019).

Dentro de este tipo de fuentes suelen ubicarse las fake news, que según palabras de Patwa et al. (2021), indican que este término se utiliza para denominar la proliferación de noticias falsas que provocan una crisis de desinformación. Asimismo, afirma que este tipo de noticias se han convertido en un problema para discernir la veracidad de la información, donde, uno de sus objetivos es influir en la opinión social y crear incertidumbre, desestabilización o simplemente mofa de algún acontecimiento o personaje público. Resalta también que, en ciertos casos, suelen ser un medio para obtener seguidores en redes sociales para promocionar a un movimiento o interés económico de alguna persona o empresa. Finalmente, afirma que estas noticias crean un contexto peligroso debido a que las personas no son capaces de ponerse de acuerdo sobre acontecimientos culturales generando una polarización social.

### ***2.2.6.3 Calidad periodística***

Díaz (2018) indica que el lenguaje en los medios digitales tiene ciertas características que hacen que la información publicada en la red sea diferente a la publicada en otros medios. Dentro de esas características se encuentra la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

#### ***2.2.6.3.1. Características periodísticas digitales***

- **Hipertextualidad**

Arias & García (2018) comenta que la manera de interactuar a través de un medio tecnológico, principalmente la web, pone en evidencia la



omnipresencia de la hipertextualidad. La navegación mediante enlaces se encuentra arraigada a la mayoría de plataformas virtuales. En ese sentido, el aspecto de los hipervínculos es perdurar y mejorar a través del tiempo, no obstante, el destino al que conllevan estos enlaces sigue siendo una interrogante en el periodismo.

Díaz (2018) indica que la hipertextualidad ha sido la que más atención ha recibido desde que se iniciaron ciertos estudios en el periodismo digital, los constantes cambios ha hecho que el uso de este recurso sea mejor.

Dentro de este campo se puede incluir el concepto de hashtag, el cual, según palabras de La Rocca (2020), es una etiqueta que suele representar un tema donde los usuarios de una red social pueden incluir una opinión personal o aportación con solo escribir la cadena de caracteres de donde se nombra el tema. Asimismo, comenta que el hashtag sirve para indexar y recuperar información con el tema correspondiente.

- **Multimedialidad**

Angulo (2017) define a la multimedialidad como la agrupación de información de diversos tipos, tales como imágenes, textos, sonidos, videos, animaciones y bases de datos. También resalta que la obra periodística está evolucionando y el concepto de obra audiovisual dará paso al de obra multimedial.

Salaverría (2019) señala que la multimedialidad es la capacidad que le otorga el soporte de digital de poder combinar hasta tres elementos: texto, foto y/o audio.



- **Interactividad**

Palau & Sánchez (2020) señala que la interactividad es una característica propia de la red como medio de comunicaciones. También afirma que, se interactúa entre fuente de datos y redacción, redacción y público o entre el mismo público.

Angulo (2017) indica que la interactividad se emplea en la creación de contenidos para generar una mayor participación y confianza en la audiencia. Asimismo, comenta que existe la interactividad selectiva, la cual consiste en ofrecer al público una mayor hegemonía en la selección de contenidos, y la interactividad comunicativa, la cual se relaciona con la expresión y comunicación del público.

- **Instantaneidad**

Según Orihuela (2002) la instantaneidad se refiere al período con que los contenidos informativos se suelen actualizar en los medios digitales. Esta es una característica que ofrece la ventaja de la inmediatez e instantaneidad de hechos trascendentes que por lo general son convertidos en noticias.

#### ***2.2.6.4. Ética periodística***

Upo et al. (2020), indican que la ética es un valor primordial en todo tipo de trabajo, y, el del periodista, suele tener mayor relevancia debido a que él es el encargado de recopilar información dando credibilidad y confianza al medio de comunicación donde labora. También comenta que en este punto entra a tallar la dignidad del periodista, pues, muchas veces por no indagar en los hechos, suele caer en errores que pueden ser considerados como calumnias, y en ciertos casos,



estas pueden generar problemas sociales y más aún en esta era tecnológica. Asimismo, comenta que las redes sociales han traído una devastación al mudo periodístico, pues, cualquier persona puede publicar una “noticia y esta suele hacerse viral así sea falsa, por ende, el público debe aprender a reconocer las fuentes de información de donde sale dicha noticia. Por último, indica que las redes sociales seguirán siendo un espacio donde prolifera la información sea falsa o verdadera y esto desemboca en un problema llamado infodemia.

Según palabras de Patwa et al. (2021), la infodemia es la abundancia de información falsa sobre un tema en específico, es peligrosa debido a su rápida propagación entre medios de comunicación y personas. Además, es un fenómeno que ha ido avanzando con el pasar de los años, incluso más rápido que la propia enfermedad coronavirus. Cabe resaltar, que es uno de los fenómenos más peligrosos de la humanidad, con la facultad de viajar de un continente a otro. En pocas palabras, la infodemia suele comportarse como cualquier agente patógeno, con sintomatología propia, portadores identificables y hasta una supuesta cura.

Ante esta situación, Patwa et al. (2021), recomienda el uso del fact checking, la cual, es una técnica periodística que consiste en la verificación de las fuentes de información de una determinada noticia a través del análisis. Asimismo, comenta que el trabajo del verificador o fact checker, es una conexión entre la producción dentro de un diario y el respeto a la audiencia a través de la verdad en las noticias, por ende, en el equipo periodístico de un medio de comunicación, es importante la presencia de un periodista verificador de información, para que de esa manera se redacten noticias fidedignas y se pueda salvaguardar la reputación del medio de comunicación.



- **Credibilidad**

Estos tiempos de incertidumbre ponen en juego la credibilidad que pueda tener un medio de comunicación. Cabe resaltar que son muchos los factores que influyen en la credibilidad que pueda tener el público frente a un medio de comunicación. Entre esos factores se encuentra la política del gobierno de turno, asimismo, grupos de poder económico cuyos objetivos suelen ser turbios y por consiguiente, tratan de mantener desinformada a la población (Salvat, 2021).

- **Responsabilidad**

La situación del periodismo digital es complicada, esto se debe a que las redes sociales se han convertido en un “foco infeccioso” de noticias falsas, en ese sentido, se debe hacer énfasis en la responsabilidad del periodista y dicha responsabilidad consiste en el análisis exhaustivo de la fuente de información de la noticia. El periodista encargado de ello se le conoce como fact checking, el cual es un especialista en la identificación de noticias falsas. Cabe resaltar que esta estrategia ha demostrado ser muy útil en el ámbito periodístico (Salvat, 2021).

### **2.2.7. Información en redes sociales (Facebook)**

Pineda et al. (2019), indica que los avances tecnológicos de los últimos años han generado una serie de cambios en las dinámicas y prácticas sociales referentes al uso masivo del internet, esto hace posible el acceso rápido a información de manera completa e instantánea, pues, una persona puede acceder a las principales fuentes de noticias a nivel mundial. En ese sentido, la aparición de las redes sociales ha hecho posible la difusión de acontecimientos de índole política, económica y social a nivel mundial. Las redes sociales pueden ser utilizadas con distintos



objetivos que van desde la promoción de acciones sociales y culturales hasta la venta de productos o servicios.

En ese mismo sentido, Vera et al. (2021), comenta que en los últimos años las formas de comunicación e interacción han variado debido a la aparición de las redes sociales, haciendo que muchas personas migren a los medios digitales. Esta situación obliga a que el periodismo se digitalice dando lugar a un periodismo en tiempo real. Asimismo, Sánchez & Fernández (2020) comentan que los flujos de información desestructurados se han incrementado y estos suelen compartirse de forma vertiginosa por medio de las redes sociales, páginas web, blogs, entre otras. Esta información llega a la audiencia sin una previa supervisión de veracidad, por ende, cada persona tiene la labor de verificar si las fuentes de información son confiables.

### **2.2.7.1. Calidad de contenido**

#### ***2.2.7.1.1. Redacción de Facebook***

Colussi & Rocha (2020) indican que las redes sociales, específicamente Facebook, tiene los recursos necesarios para hacer una labor periodística de primer nivel, debido a que en esta red social se puede redactar sin un número límite de caracteres, adjuntar videos y audios, entre otras cosas.

- **El texto breve:** Estrella et al., (2019) indica que hay más dificultad en la lectura a través de la pantalla que en una hoja de papel, además, debido a la velocidad con la que el lector decide informarse, existe una tendencia por acortar los textos. En ese sentido Hagvar (2019) comenta que los textos no deben pasar los 200 caracteres, además, recomienda textos de que solo contengan cinco líneas, debido a que estos recogen



el 60 % de retroalimentación en los comentarios. García (2017) indica que las redes sociales suelen saturarse de forma rápida de innumerables actualizaciones de estado, también comenta que, si la noticia es demasiado extensa, aparecerá una leyenda de “leer más”, por ende, se debe ser cuidadoso para no ahuyentar al lector.

- **El titular:** Dentro del texto, la redacción de los titulares, es de suma importancia darle atención. Predominan los titulares informativos, claros y directos. En ese sentido, se deben evitar los títulos libres y los juegos de palabras que hacen que el lector llegue a un punto de reflexión y se tome el tiempo de captar el significado del titular, especialmente cuando no se cuenta con imágenes de apoyo para contextualizar. Cabe resaltar que los titulares suelen escribirse con una letra más grande que la del cuerpo de la noticia, esto se hace para llamar la atención del lector (Hagvar, 2019).
- **Revisión ortográfica:** Para Alcalde (2019), la instantaneidad de la comunicación en la era actual está fomentada por el excesivo uso de las redes sociales, donde aparentemente parece ser que el mensaje es más importante que la forma en cómo se escribe. Asimismo, reflexiona lo siguiente: “las redes sociales han ayudado a recuperar el interés por la corrección lingüística” puesto que “los usuarios son conscientes de que las faltas de ortografía, la precipitación y la descortesía devalúan sus mensajes”.





#### 2.2.7.2.2. *Narrativa en facebook*

Schmidt et al. (2020), define a la narrativa como la potencialidad de crear narraciones en distintos formatos para diferentes medios digitales, por ende, cada uno de ellos necesita una narrativa en específico.

Rodríguez et al. (2017), indica que la narrativa en Facebook abre paso a diversos tipos de formatos, los cuales son utilizados en distintos ámbitos, entre ellos el político, donde se destaca la interacción del político con su audiencia a través de la propaganda digital.

Facebook, al igual que otras redes sociales, permite a los medios periodísticos ser proactivos y les otorga la libertad para que decidan la oferta a sus lectores. Es evidente, que el receptor no es quién acude a la información, sino que la información está en busca de lectores. En ese sentido, los medios de comunicación adaptan su manera de comunicar y desarrollar una forma de narrar acomodada a Facebook (Real & López, 2010).

- **Duplicidad de contenidos:** Salas (2017) indica que existen dos clases de contenidos, los cuales se dividen en: los que son trasladados de medios tradicionales y los que son creados propiamente para la red. Este último, propicia que el periodismo se transforme y se conciba como un espacio de noticias interactivas.
- **El copia y pega:** Martínez (2017) comenta los siguiente: “las nuevas tecnologías nos ayudan a comunicar y, en algunos casos, a comunicar mejor. Pero su mal uso también puede contribuir al copia y pega, una falta de respeto al autor y al lector, que es engañado, y una admisión de



mediocridad”. En ese sentido, Meza (2013) indica que copiar la nota de una agencia de noticias indicando la procedencia, no se considera un plagio, sin embargo, esta acción desmerita el trabajo del periodista, dando como resultado que se le etiquete como un “periodista de baja calidad”.

#### ***2.2.7.2.3 Frecuencia de actualización***

Ni et al. (2021), comenta que la frecuencia de actualización se refiere al tiempo y velocidad en que los contenidos son actualizados en la plataforma digital. Asimismo, indica que en el ámbito periodístico, los contenidos suelen ser actualizados constantemente en lapsos de 40 minutos.



## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con los objetivos propuestos, se empleó el método mixto de investigación, que representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, así como su integración y discusión conjunta para realizar inferencias producto de la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno de estudio (Hernández et al., 2018).

Mediante el enfoque cualitativo se analizó los rasgos más característicos de los contenidos informativos publicados para la red social Facebook durante la crisis sanitaria por covid-19. La crítica de profesionales formados en el ejercicio del periodismo digital, permitió conocer la calidad del tratamiento periodístico en entornos digitales, mientras que por el enfoque cuantitativo se realizó una evaluación numérica estadística a las publicaciones informativas realizadas por el medio nativo digital “El Portal Universitario” en su red social Facebook, relacionados a tratar la actualidad crítica que se vivía en la región Puno a causa de la covid-19 durante el mes de agosto. Para después poder analizarlas, describirlas y compararlas.

#### 3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es no experimental de tipo analítico-descriptivo, sin introducir ningún elemento que varíe el comportamiento de las variables.



### **3.2.1. Analítico**

Según Rodríguez & Pérez (2017) es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes.

Con este método se analizó los contenidos informativos sobre la covid-19 publicados por el medio digital “El portal universitario” en su red social Facebook durante el periodo más crítico para la región Puno.

### **3.2.2. Descriptivo**

Abreu (2015) El objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia.

Con este método se describe la manera en cómo el medio digital “El Portal Universitario”, redacta y actualiza sus contenidos, aprovechando las cualidades de Facebook en el ejercicio del periodismo digital (uso de géneros ciberperiodísticos, características multimedia, hipertextuales, instantáneas e interactivas).

## **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.3.1 Población**

Conformada por las publicaciones realizadas por el medio nativo digital “El Portal Universitario” en su red social Facebook, durante el mes de agosto del 2020.

### **3.3.2 Muestra**

El muestreo no probabilístico, indica que: “el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones del investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las



muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación” (Hernández et al., 2018).

En ese sentido se tomó como muestra la información periodística sobre el COVID-19 de cobertura local y regional (Puno), publicada del 01 al 31 de agosto del 2020, en la red social Facebook del medio nativo digital “El Portal Universitario”. Haciendo un total de 46 publicaciones informativas previamente registradas en un cuadro cronológico, para su fácil sistematización.

### **Tabla 1**

*Identificación de la población y muestra de estudio del medio nativo digital “El Portal Universitario” en agosto del 2020.*

---

POBLACION: Total, de publicaciones realizadas por el medio nativo digital “El Portal Universitario” en el mes de agosto-2020	204 publicaciones
MUESTRA: Publicaciones informativas realizadas sobre el COVID-19 de cobertura local y regional por el medio nativo digital “El Portal Universitario” en el mes de agosto- 2020.	46 publicaciones analizadas

---

**Fuente:** Elaboración propia

## **3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.4.1 Técnicas**

Se realizó el estudio de 46 publicaciones mediante un análisis de contenido cuantitativo y se aplicó la entrevista estructurada a profesionales del periodismo en



medios digitales con la finalidad de obtener un compendio de conocimientos y procedimientos en el ejercicio de la labor profesional respecto al correcto tratamiento periodístico de la información en redes sociales., durante el período de confinamiento obligatorio por COVID-19.

#### **3.4.1.1. Análisis de contenido**

El análisis de contenido es un conjunto de procedimientos interpretativos de mensajes, textos o discursos, basado en técnicas de medida cuantitativas o cualitativas, que tienen como objetivo elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones de producción o empleo posterior de dichos mensajes, textos o discursos (Piñuel, 2015).

Para Rife et al. (1998), el AC es una técnica sistemática (una técnica de clasificación) que permite la asignación de valores numéricos, de acuerdo con reglas de medición válidas y analiza las relaciones que incluyen valores usando métodos estadísticos para describir la comunicación, dibujar inferencias sobre su significado o inferir desde su contexto de producción y del consumo.

Por su parte Hernández et al. (2018), afirma que el AC es el proceso por el cual las características del contenido de un mensaje son transformadas a unidades que permitan su descripción y análisis.

#### **3.4.1.2 Entrevista estructurada**

Es una técnica en la que un entrevistador solicita información a un entrevistado sobre un problema determinado, presupone entonces la existencia al menos de dos personas y la posibilidad de interacción verbal (Hernández et al., 2018).



### 3.4.2. Instrumentos

#### 3.4.2.1 Matriz de análisis de contenido

El empleo del análisis de contenido permite la construcción de una matriz de datos, por cuanto hace referencia a unidades de análisis, variables y valores o respuestas. Así mismo hace referencia al universo de estudio (Pardinas, 1976).

- **Unidades de análisis**

Las unidades de análisis constituyen segmentos del contenido que son caracterizados para ubicarlos dentro de las categorías (Krippendorff, 1990)

- **Las categorías**

Son niveles donde serán caracterizadas las unidades de análisis, “son casillas o cajones en las cuales son clasificadas las unidades de análisis” (Holsti, 1968)

Así mismo afirma Hernández, Fernández y Baptista (1995) la selección de categorías depende del planteamiento del problema.

Para esta investigación se empleó una primera matriz que cuenta con 10 categorías: fecha de publicación, titular, géneros cyberperiodísticos, redacción periodística en Facebook y características periodísticas digitales (hipertextualidad, multimedialidad instantaneidad e interactividad) cada categoría con sus respectivas unidades de análisis.

#### 3.4.2.2. Matriz de valoración

Es una evaluación alternativa generada a través de un listado, por medio de esta matriz se hace una descripción detallada del tipo de desempeño esperado



para su posterior análisis, “es una opción viable para otorgar criterios evaluatorios cuantitativos, cualitativos o mixtos” (Lopez Carrasco, 2007)

En ese sentido la segunda matriz de valoración de calidad en la redacción periodística cuenta con 5 categorías: hashtag, el titular informativo, texto breve, revisión ortográfica y duplicidad del texto informativo.

### **3.4.2.3 Guía de entrevista**

Una entrevista permite al investigador analizar las opiniones o cuestionamientos de los entrevistados desde su experiencia la contextualiza como “como una herramienta de recogida de información, que trata de entender el mundo desde el punto de vista del sujeto” (Corona, 2016).

Para esta investigación colaboraron dos profesionales en el campo del periodismo digital, que ejercen funciones en medios digitales y presentan experiencia en el tema. Para ellos se formularon 20 preguntas, todas relacionadas a exponer el periodismo en la red social Facebook y los retos de la profesión en el contexto pandémico. En la parte superior del formato se considera además el perfil del entrevistado y otros datos importantes de la realización de la entrevista





**Tabla 2**

*Objetivos esperados con la aplicación de las técnicas e instrumentos a las publicaciones del medio nativo digital “El portal universitario”*

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Objetivos</b>
<b>Entrevista</b>	Guía de entrevista	Obtener un compendio de procedimientos y conocimientos sistematizados en una matriz de coincidencias, respecto al ejercicio de periodismo en Facebook en tiempos de COVID-19
<b>Análisis de contenido</b>	Matriz de análisis de contenido	Analizar los contenidos informativos del medio nativo digital “El Portal Universitario” sobre el COVID_19 identificando los géneros ciberperiodísticos y características periodísticas digitales con fundamento teórico presentes en las publicaciones.
	Matriz de valoración de la redacción	Valorar la calidad del texto informativo en Facebook del medio nativo digital “El portal universitario “en base a características inherentes y sostenida en base teórica.

**Fuente:** Elaboración propia



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se detalla a continuación los resultados obtenidos tras la aplicación de las técnicas de investigación, “La entrevista estructurada” y “El análisis de contenido”. La primera aplicada a dos profesionales en el ejercicio del periodismo digital en redes sociales donde sus respuestas fueron encasilladas en una matriz de coincidencias para facilitar el análisis de sus respuestas y la segunda aplicada a 46 publicaciones del medio digital “El portal universitario” en su red social Facebook.

#### 4.1. ENTREVISTA A PROFESIONALES EN PERIODISMO DIGITAL

Se realizó dos entrevistas a profesionales en la rama del periodismo digital y que fueron seleccionados tomando en cuenta su experiencia en el ejercicio profesional del periodismo durante la primera ola de contagio por la covid-19 en el año 2020.

Las entrevistas realizadas a Roció Mayuri, periodista digital y cofundadora del medio digital “Prensa Independiente Tacna” y Ángel Apaza, jefe del área de redes sociales en Radio “Onda Azul”, en calidad de expertos. Ambas entrevistas se realizaron vía plataforma zoom, respondiendo a un cuestionario de 20 preguntas (ver anexo. 2)

Sus respuestas fueron posteriormente encasilladas en una matriz de coincidencias, que a continuación se presenta.

**Tabla 3**

*Matriz de coincidencias del tratamiento periodístico de la información en la red social Facebook durante la primera ola de contagio por la COVID-19.*

		<i>Tratamiento periodístico</i>			<i>Contenidos informativos</i>		<i>El periodista en medios digitales</i>		
<b>Entrevistados</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Géneros ciberperiodísticos</b>	<b>Características periodísticas digitales</b>	<b>Redacción periodística en Facebook</b>	<b>Narrativa en Facebook</b>	<b>Frecuencia de actualización</b>	<b>Formación especializada</b>	<b>Community manager periodístico o</b>	<b>Profesional en redes sociales</b>
	Las fuentes de información en la pandemia siempre ha sido OMS, seguido de los médicos, el director regional de salud	Los que más se han usado, ha sido entrevista, escuchar la información de primera mano y transmitirla al consumidor es lo que más se ha	cas periodísticas digitales	No es lo mismo que para el diario para la web, porque es otro público objetivo. Tengo que escribir de	En el caso de Facebook la narrativa es más ligera, no tan adornada y además por la inmediatez, la generación del yal, es querer ver	El promedio esta entre 5 a 7 notas diarias locales que puedan generar tráfico durante el día, claro que las notas deben ser	La formación en periodismo digital, es importante porque vamos con las tendencias y este profesion	En el ejercicio profesional hacemos de todo y necesitamos hablar de un tema, pero eso es el que no va a convertirse en los contenidos A mi	Profesional en redes sociales
<b>Rocío Mayuri (Periodista en el medio nativo digital "Prensa</b>									

<b>Independent e-Tacna")</b>	ellos se usado. Se palabras tenia que han acudir para utilizados recopilar nuevos recursos periodístico para la que más se recalcar es plataforma digital para durante la pandemia, términos la un poco al era lo que periodístico informació consumidor, más jalaba a os no es n no como las la población ético, han siempre da crónicas en y en el tema surgido la vivo. del covid-19 era lo que que copian n más tal cual la veraz. Por impactaba. informació tal hemos <b>Instantanei</b> n, obviando <b>dad:</b> Durante el de citar la confiamien fuente, no to, se han dándose el aprovechad tiempo de o las leer y transmision voltear la es en vivo. nota y <b>Interactivi</b> hemos	acuerdo a algo conciso y que me tome menos de un minuto. plataforma en la que estoy presente. <b>Duplicida d del texto:</b> En términos periodístic os no es ético, han surgido páginas que copian tal cual la informació n, obviando <b>dad:</b> Durante el de citar la confiamien fuente, no to, se han dándose el aprovechad tiempo de o las leer y transmision voltear la es en vivo. nota y <b>Interactivi</b> hemos	recogidas y redactadas por el equipo, adicional se comparte informació n de contexto nacional e internacio nal que considera mos relevante en los horarios de mayor tráfico.	al necesita saber cómo y de qué manera trabajar, suena sencillo, la formación veo darle tu para poder orientar a cualquier sus funciones, como persona y dile transmite salgo con el , no es el camarógra como fo y puede hacer tomas desde las aulas debería formarse. digo que quiero no	pero un mente diseñador, como periodista de productor audiovisual, pero se si me necesita de duele cuando formación veo "paginas X" que publican algo noticioso y cuando se cometen errores, los os son incomodos respecto a la profesión y se hacen notar. Necesitam os más
------------------------------	---	---	--	--	--

**dad:** El tiempo libre ha hecho que personas sean cercanas a sus dispositivos tecnológicos. No se conforma con ser solo espectador, quiere participar y dejar su opinión.

El tiempo libre ha hecho que personas sean cercanas a sus dispositivos tecnológicos. No se conforma con ser solo espectador, quiere participar y dejar su opinión.

respaldo del colegio de periodistas que permitan el ejercicio a profesionales colegiados y habilitados.

*Angel Apaza (jefe de redes sociales en "radio Onda Azul")*

Otras fuentes oficiales, como El peruano por decretos, El ministerio de La noticia como (notas informativas) lo seguido siendo trabajada, los reportajes

Para redes sociales se reduce el titular y el texto a uno más corto. **Duplicidad del texto:**

La información debe ser transformada a la narrativa ayuda aprovechar las historias entre

Es importante, te, aunque en la región Puno se habla del periodis

Una cosa simple, creo que crearte una página en Facebook es fácil, en realidad todos lo podemos

educación, por audio #Nacional” Reconocer de locales y mo funciones hacer.  
 por (una imagen iniciar la que eres Facebook. nacionales digital, Pero no  
 aprendo en estática, con nota con un medio que eres Facebook. , para el pero otras y por nada  
 casa, El un espectro hashtag, es que copia que copia que copia que copia que copia que copia  
 ministerio de audio) importante es pega, es que copia que copia que copia que copia que copia que copia  
 de salud, reportajes en perder credibilidad d. como medios locales aprendem os de los  
 respecto al por video, publicación credibilidad. d. como medios locales aprendem os de los  
 tema de la las es publicación credibilidad. d. como medios locales aprendem os de los  
 ivermectin entrevistas, noticiosas. **Multimedia** locales aprendem os de los  
 a y dióxido imágenes han **lidad:** Durante este os de los medios nacionales  
 de cloro. virales han **lidad:** Durante este os de los medios nacionales  
 El aporte tenido y contexto los medios nacionales  
 de los acogida y contexto los medios nacionales  
 especialista las resúmenes de noticias e internacio nales.  
 as y transmisión de noticias e internacio nales.  
 medios es en vivo en video internacio nales.  
 oficiales. ha sido empezaron nales.  
 En básico y útil a tener Muchas  
 realidad, durante este acogida, 5 veces se  
 quien te tiempo y se noticas en 2 ha  
 estaba ha puesto minutos. recurrido a  
 dando la por encima **Instantanei** estas  
 información de otros **dad:** El fuentes  
 n de géneros. hashtag donde  
 primera último copiábam  
 mano y minuto, ha os la  
 para sido imagen,  
 confirmar importante claro que

---

la veracidad de la información se recurriría a las llamadas o entrevistas .	para jalar el texto audiencia y generar interactividad, d. <b>Interactividad:</b> En este proceso, se cita la fuente, la cantidad de compartidos .	s actuales y ya estamos en la era de tener cosas también se hacen la radio, el docente se oponga. Y eso sorprende. De ahí el tema de la especialización importan te.
---	--	--

---

**Fuente:** Elaboración propia, según guía de entrevistas transcritas.



En cuanto al tratamiento periodístico en Facebook que los medios digitales de comunicación, le han dado a la información durante el contexto de crisis sanitaria, Mayuri asegura que la veracidad ha jugado un papel importante en este proceso de construcción informativa por ello las fuentes de información a las que se debía acudir fueron, “la OMS, seguido de los médicos, el director regional de salud” (Rocío Mayuri, 2021) además de otras fuentes oficiales como “El Peruano por lo decretos, El Ministerio de Educación, por aprendo en casa, en realidad toda aquella información de primera mano” (Angel Apaza, 2021).

Asimismo, el tratamiento periodístico comprendía el uso de recursos periodísticos adaptados a Facebook, donde géneros ciberperiodísticos como “la entrevista, fue uno de los más usados, escuchar la información de primera mano era lo que más interesaba” (Rocío Mayuri, 2021) al igual que “la noticia como tal continuó siendo trabajada, los reportajes en video o audio y las transmisiones en vivo fueron básicas” (Angel Apaza, 2021). Cada contenido informativo publicado cumplía con las características periodísticas digitales, una de ellas fue “usar correctamente los hashtags para poder ordenar la información y posicionar el contenido dentro de las tendencias” (Rocío Mayuri, 2021) “iniciar las notas informativas con un hashtag específico era importante” (Angel Apaza, 2021).

Por otro lado “lo audiovisual ha sido lo que más se ha trabajado durante la pandemia, era lo que más jalaba a la población y en el tema del covid-19 era lo más impactaba” (Rocío Mayuri, 2021), donde material informativo “como los resúmenes de noticias en video empezaron a tener acogida, 5 noticias en 2 minutos” (Angel Apaza, 2021).





“Las publicaciones breves de último minuto han sido importantes ya que generaban interactividad durante el contexto pandémico” (Angel Apaza, 2021) asimismo “durante el confinamiento se aprovechado las transmisiones en vivo”, un formato sin editar, permitiendo la reproducción a tiempo real de hechos noticiosos. (Rocío Mayuri, 2021) a través de estos formatos, la instantaneidad se hacía presente en el proceso informativo y lo cual aportaba también a la interactividad del medio digital “donde el usuario deja de ser solo consumidor y adopta un papel participativo donde su opinión es importante” (Rocío Mayuri, 2021). El contexto pandémico ha acercado a las personas al consumo de información por redes sociales y a interactuar mediante las mismas, Facebook en consecuencia permite que el usuario valore el contenido mediante comentarios, reacciones y compartidos, “siendo esta ultima la más valorada en el proceso de interactividad” (Ángel Apaza, 2021).

El ejercicio del periodismo, se ha adaptado en los últimos años a las diferentes plataformas digitales de consumo masivo, para Facebook la información debe ser trabajada tomando en cuenta la redacción periodística que en este caso difiere de los medios tradicionales “No es lo mismo lo que se redacta para el diario que para la web, porque es otro público objetivo. Tengo que escribir de acuerdo a la plataforma en la que estoy presente” (Rocío Mayuri, 2021), es decir “para redes sociales se reduce el titular y el texto a uno más corto” (Angel Apaza, 2021). Sin embargo, durante la crisis sanitaria “han surgido páginas que copian tal cual la información, obviando de citar la fuente, no dándose el tiempo de leer y voltear la nota y hemos tenido esos en problemas muchas veces durante la pandemia” (Rocío Mayuri, 2021) por lo tanto “cuando un medio reconoce que copia es pega, pierde credibilidad” (Angel Apaza, 2021).



Otro aspecto a considerar es la narrativa, para (Angel Apaza, 2021) “la información debe ser transformada”, además de ligera y menos adornada por la inmediatez de querer ver algo breve y que no tome más de un minuto” (Rocío Mayuri, 2021)

La sobrecarga informativa durante el estado de emergencia ha permitido, mantener una frecuencia de actualización optima, es conocido que para un medio digital con una cuenta en Facebook, la actividad diaria es una característica que favorece la interactividad entre los usuarios, en ese sentido promedio de actualización estuvo entre 5 a 7 notas diarias locales que puedan generar tráfico durante el día, claro que las notas deben ser recogidas y redactadas por el equipo, adicional se comparte información de contexto nacional e internacional que consideramos relevante en los horarios de mayor tráfico. (Rocío Mayuri, 2021) por otro lado agrega (Angel Apaza, 2021) “Para redes hay una estructura, en la mañana normalmente salen entre 5 a 6 noticias entre locales y nacionales, para el medio día la misma cantidad”.

La labor periodística durante el desarrollo de la crisis por la covid-19 ha sido de suma importancia donde el perfil del periodista digital ha cobrado importancia en un contexto donde el consumo masivo de información se daba por canales digitales, quedando demostrado la necesidad de un profesional especializado en la materia donde no cualquier persona puede atribuirse tal responsabilidad y como afirma (Rocío Mayuri, 2021) “una labor que no es tan fácil como parece y que desde las aulas debería formarse”. La era digital permite cambiar ese concepto de algunos docentes “porque sorprende que un practicante llegue y lo que tenga en mente realizar sean funciones tradicionales, más no funciones actuales. De ahí el tema de la especialización es importante”.



Lo cierto es que, durante este periodo de crisis, las funciones periodísticas han sido duramente cuestionadas, a causa de aquellas personas o grupos de personas, que tras crearse una página en Facebook que en realidad todos lo pueden hacer, con la clara diferencia “que uno se forma, que así mires un video en YouTube no vas aprender. Un profesional tiene base para hacer unos lineamientos, quien no haya aprendido eso, son aquellas personas que comparten información que solo hacen daño a la sociedad” (Angel Apaza, 2021). En un contexto donde las redes sociales tienen un rol influenciador y donde la crítica diaria es muchas veces destructiva. El verdadero periodista tiene que ser calificado por aquellos que, justificados en la libre expresión, creen convertirse en periodistas. “El necesario respaldo del colegio de periodistas debe permitir el ejercicio a profesionales colegiados y habilitados” (Rocío Mayuri, 2021)

#### **4.2. ANÁLISIS DE CONTENIDO A LAS PUBLICACIONES INFORMATIVAS DE “EL PORTAL UNIVERSITARIO” SOBRE COVID-19**

Para el análisis de contenido se utilizó como herramienta de barrido una matriz cronológica en la que se colocó datos como la fecha de publicación, fuente, encabezado de la publicación y enlace o link. Esto con el objetivo de tener una base de datos del contenido publicado sobre la COVID-19 durante el mes de investigación, seguida de una segunda matriz que identifica los géneros ciberperiodísticos y analiza el contenido bajo las características hipertextuales, multimedia, instantáneas e interactivas y una última donde se valora la redacción periodística en Facebook.

**Tabla 4**

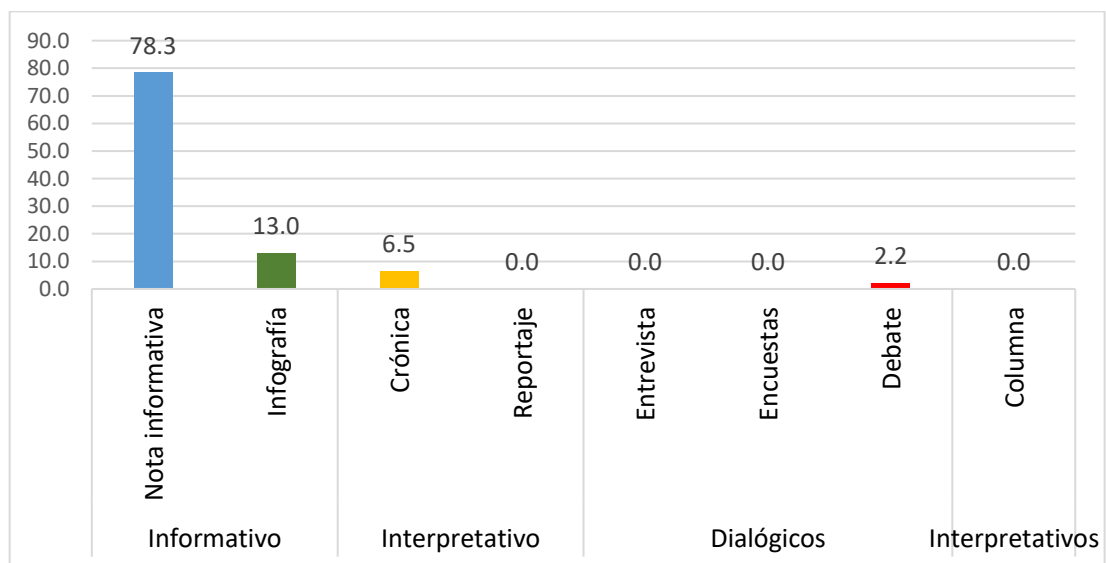
*Identificación de los Géneros ciberperiodísticos en el tratamiento periodístico de la información sobre covid-19.*

Géneros ciberperiodísticos	N°	%
<b>Informativos</b>	<b>42</b>	<b>91.0</b>
Nota informativa	36	78.3
Infografía	6	13.0
<b>Interpretativo</b>	<b>3</b>	<b>6.5</b>
Crónica	3	6.5
Reportaje	0	0.0
<b>Dialógicos</b>	<b>1</b>	<b>2.2</b>
Entrevista	0	0.0
Encuestas	0	0.0
Debate	1	2.2
<b>Argumentativos</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>
Columna	0	0.0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la matriz de análisis de contenido.

**Figura 1**

*Géneros ciberperiodísticos*



**Fuente:** Elaboración propia.



En la tabla 4 y figura 1, se observa que, para tratar la información sobre la covid-19 durante la crisis sanitaria regional, el género ciberperiodístico mayormente usado por el medio nativo digital “El portal universitario” es en primer lugar la nota informativa con un 78.3%, Tal como lo afirma Salaverría, “la noticia continúa siendo un género importante en entornos digitales” (Salaverría, 2005). Sin embargo, se evidencia una carente labor periodística respecto a la redacción de las notas informativas. Según el análisis de contenido aplicado, la mayoría de estas publicaciones fueron duplicadas, es decir “copiadas” íntegramente de diferentes fuentes de información de medios de comunicación con versión online posicionadas a nivel nacional y regional, así como de plataformas digitales de instituciones públicas locales y regionales (ver tabla N° 15). Según comentan Suárez & Cruz (2016) “el trabajo periodístico y las redes sociales, alteraron las dinámicas responsables de la labor periodística, comprometiendo la ética profesional”.

En segundo lugar, están las infografías 13.0, las cuales son un género informativo visual y empleado durante la crisis sanitaria para presentar lo que es complicado de entender mediante un texto, como datos estadísticos, los cuales son importantes para conocer la situación respecto a la covid-19. Seguidamente tenemos la crónica con un 6.5 %, el cual es un género que “El portal universitario” utilizó durante la visita del ministro Walter Martos a la ciudad de Puno y el inicio del “Plan Tayta” (operación que brinda protección a población vulnerable a la covid-19 en zonas de alto riesgo, implementado por el gobierno del Perú). Las breves publicaciones, daban seguimiento a las principales acciones de la autoridad visitante, un género que se adapta a las redes sociales y que cumple correctamente con la brevedad del texto, una cualidad importante para la calidad de la redacción en Facebook (ver tabla 13).



Finalmente, un 2,2% de las publicaciones pertenecientes al debate son un género dialógico que ha tomado relevancia en este contexto, importante para fomentar la interacción de la audiencia en tiempos de confinamiento. Estos formatos como las transmisiones en vivo, no solo facilitaron la labor periodística desde el lugar de los hechos, fueron además un formato frecuentemente utilizado para entablar entrevistas o “lives” con personajes de interés coyuntural, además de “los posts” o publicaciones con las preguntas y encuestas del día. Con “llamados a la acción”, aportaron a la interactividad de la audiencia. Para R. Mayuri, “el género dialógico mediante la entrevista fue importante durante el periodo de crisis, escuchar la información de primera mano y transmitirla al consumidor es lo que más se ha usado” (entrevista, 11 de agosto del 2021). Adoptado como formato clave, las transmisiones en vivo, permitieron la interacción y la retroalimentación entre el entrevistado, el periodista y la audiencia. “Las transmisiones en vivo han sido básicas y útiles durante este tiempo de crisis y se han impuesto por encima de otros géneros” (A. Apaza, entrevista, 12 de agosto del 2021). En ese sentido para “El portal universitario” este formato fue de utilidad para cubrir las “tomas de local” que “estratégicamente son marchas estudiantiles, huelgas que por el descontento de las diversas gestiones, el bajo nivel académico, la ausencia de una adecuada infraestructura y la sutil manipulación de los docentes y grupos por intereses políticos” (Vera, Yucra, & Barrientos, 2021) que se daban con frecuencia en la Universidad Nacional del Altiplano, y que se dejó de lado durante el contexto de crisis sanitaria en la región. (Ver tabla 9).

**Tabla 5**

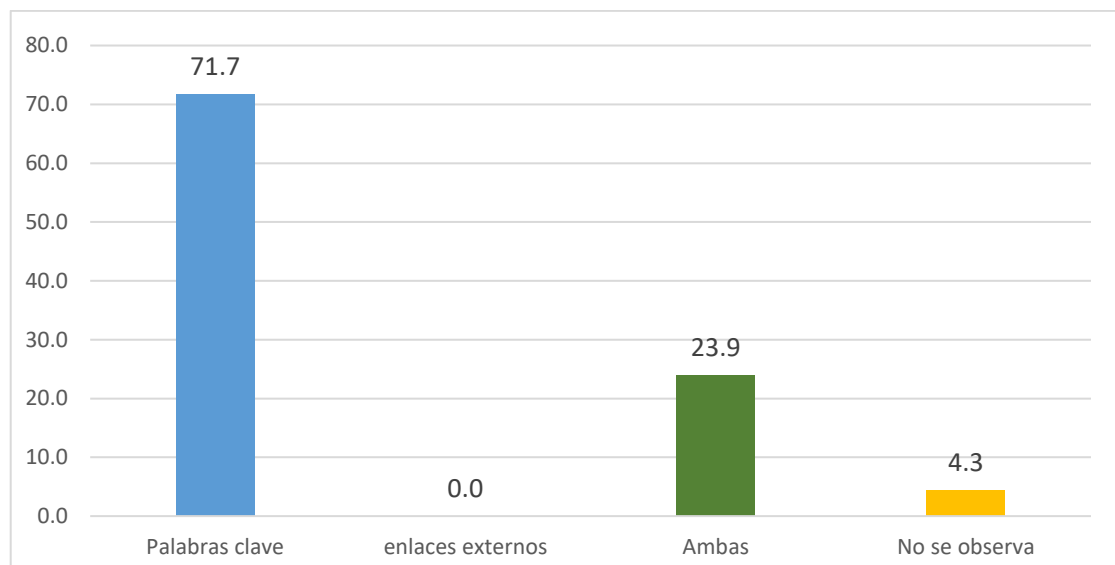
*Hipertextualidad en los contenidos informativos sobre la covid-19*

Hipertextualidad	N°	%
Palabras clave (#)	33	71.7
Enlaces externos	0	0.0
Ambas	11	23.9
No se observa	2	4.3
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la Matriz de análisis de contenido.

**Figura 2**

*Hipertextualidad*



**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 5 y figura 2, se muestra el uso de la característica hipertextual, en los contenidos informativos del medio nativo digital “El portal universitario”. Según la clasificación propuesta en el análisis, el 71,7% de las publicaciones incorpora palabras claves en el texto, es decir, utiliza frecuentemente los conocidos hashtags. En el 23,9% de las publicaciones, se aprecia el empleo de ambas, palabras claves y enlaces externos; y en el 4,3% de las publicaciones no se presenta esta característica hipertextual. Se puede

decir que “El portal universitario” incorpora esta característica en la mayoría sus contenidos informativos, “en el periodismo digital, el hipertexto permite enlazar bloques de contenidos informativos, permitiéndole al usuario disponer su propio orden de lectura” (Salaverría, Cibermedios: El impacto de internet en los medios de comunicación en España, 2005). Asimismo, cada elemento hipertextual guarda además una sub clasificación que se analiza en las siguientes tablas y gráficos.

**Tabla 6**

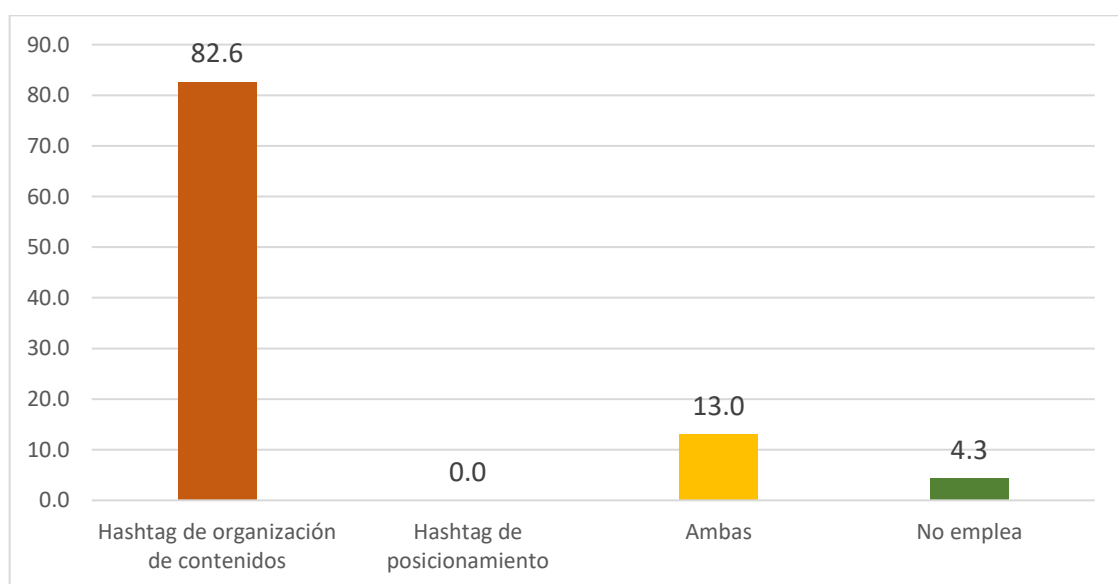
*Palabras claves o hashtag en la información sobre la covid-19*

Hashtag (#)	Nº	%
Hashtag de organización de contenidos	38	82.6
Hashtag de posicionamiento	0	0.0
Ambas	6	13.0
No emplea	2	4.3
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la Matriz de análisis de contenido.

**Figura 3**

*Palabras claves o Hashtags*



**Fuente:** Elaboración propia





En la tabla 6 y figura 3, se aprecia las palabras claves o hashtag (#) utilizadas en las publicaciones del medio nativo digital “El portal universitario”. Según su subclasificación, se identificó en el 82,6% de publicaciones el hashtag (#) de organización de contenidos. Es la más utilizada. Según A. Apaza, “la forma de trabajo (en Facebook) es utilizando un hashtag en específico: “#Local, #Regional, #Nacional” iniciar la nota con un hashtag, es importante en publicaciones noticiosas” (entrevista, 12 de agosto del 2021). Esta característica está presente en las publicaciones informativas del medio nativo digital “El portal universitario”, permitiéndole contextualizar la información al inicio del texto, sin embargo, el análisis evidencia también un uso excesivo e incorrecto del hashtag (#) de organización de contenidos, como se detalla en la tabla N°11. Tal como afirma R. Mayuri, “en la práctica, una regla importante del periodismo en Facebook es usar correctamente las palabras claves o hashtag para ordenar y posicionar los contenidos dentro de las tendencias actuales” (entrevista, 11 de agosto del 2021).

En un segundo lugar, se identificaron el uso de ambos hashtags, tanto de organización como de posicionamiento, que representa el 13%, del uso de ambos hashtags. Puede obedecer a un texto adornado y resaltado mediante la incorporación de palabras claves por doquier y sin una finalidad informativa. En el contexto de crisis sanitaria; la búsqueda de información sobre la covid-19 en Facebook a través de hashtag fue útil, ya que permitió filtrar contenido de interés y facilitar la búsqueda de información, ya sea mediante los hashtags que proponía el medio digital para una navegación interna de sus contenidos o los hashtags de posicionamiento (en tendencia), promovidos por organismos de salud y gobiernos de turno.

**Tabla 7**

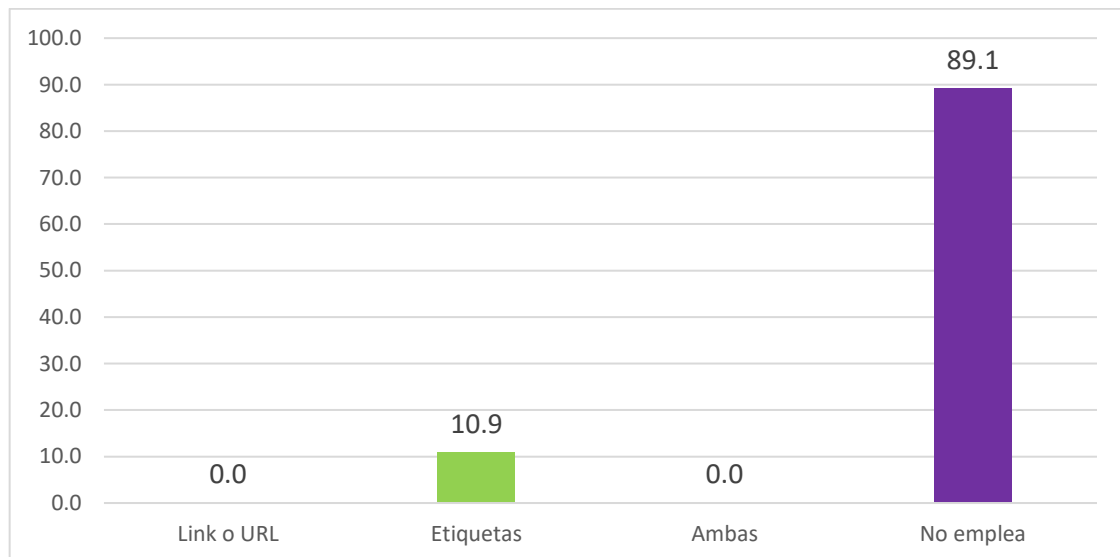
*Enlaces externos en la información sobre la covid-19*

<b>Enlaces Externos</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<b>Link o URL</b>	0	0.0
<b>Etiquetas</b>	5	10.9
<b>Ambas</b>	0	0.0
<b>No emplea</b>	41	89.1
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la Matriz de análisis de contenido.

**Figura 3**

*Enlaces Externos*



**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 7 y figura 4, se muestran los enlaces externos según su clasificación, en donde el 89,1% representa aquellas publicaciones que no utilizaron ningún enlace externo, es decir, se evitó usar Links o URL, ya que “El portal universitario” no cuenta con una edición digital en la web y este elemento no puede ser aprovechado como tal. Cabe resaltar que los links cumplen una doble función acceso a información más profunda y permite “llevar tráfico a la página por publicidad, a lo que han apelado algunos medios



conocidos” (R. Mayuri, entrevista, 11 de agosto del 2021), generando ganancias por cada visita obtenida. Para A. Apaza, “Facebook ayuda bastante a que cualquier medio de comunicación pueda tener acogida en su página web” (entrevista, 12 de agosto del 2021). Seguidamente se tiene un 10,9% donde se empleó la herramienta de la etiqueta, que “permite redireccionar o enlazar directamente a la página de interés etiquetada” (Facebook, 2021).

Considerando en ese sentido que la mayoría de los contenidos informativos de “El portal universitario” fueron duplicados (ver tabla 15) por ética, se debió redireccionarlos a los sitios web de las fuentes información de origen. Dada la coyuntura de la covid-19, muchos medios de comunicación se vieron en la necesidad de reducir su personal de prensa, “la pandemia afectó al gremio periodismo, ya que muchos periodistas se quedaron sin empleo” (Mayuri, 2021).

La crisis económica impidió mantener una planta de periodistas y una estructura de medio, la misma que generaba un costo, debido a que los medios de comunicación en el entorno digital se mantienen de la publicidad y de las visitas a la web. En ese sentido “El portal universitario” no debió solo citar la fuente, sino además insertar el link o URL, generando tráfico para el medio digital de donde duplico la información, otorgándole de ese modo los créditos y la compensación monetaria a la labor periodística realizada.

**Tabla 8**

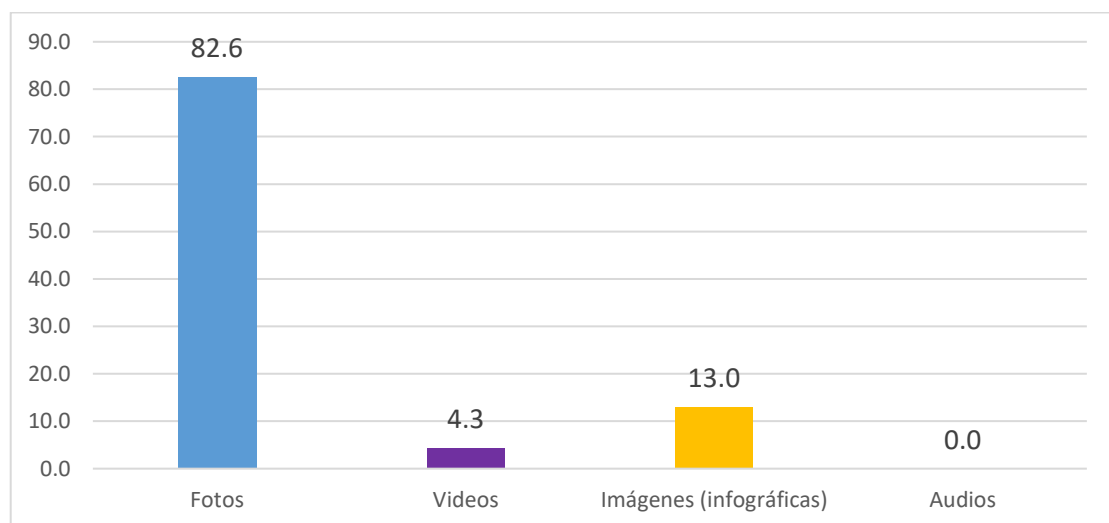
*Multimedialidad en los contenidos informativos sobre la covid-19.*

Multimedialidad	N	%
Fotos	38	82.6
Videos	2	4.3
Imágenes (infográficas)	6	13.0
Audios	0	0.0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la Matriz de análisis de contenido.

**Figura 4**

*Multimedialidad*



**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 8 y figura 5, se muestra la característica multimedia en las publicaciones del medio nativo digital “El portal universitario”, donde las fotos con un 82.6% fueron el elemento más utilizado para respaldar visualmente la información. Para R. Mayuri “la fotografía con un diseño o una frase tiene a veces más rebote o más alcance que una simple foto” (entrevista, 11 de agosto del 2021), un diseño que “El portal universitario” trabaja en las fotografías, incorporando el titular y subtítular informativo con el propósito de hacerla más atractiva visualmente. Seguido a este, se encuentran las



imágenes infográficas con un 13%, útiles para sintetizar la información estadística de interés sobre el número de contagios covid-19 en la región, un material elaborado por fuentes de oficiales de salud regional, que contaban con cifras actualizadas a diario. A partir de esto, “El Portal universitario” duplicó esta información, modificando el color y rotulando el material con su sello distintivo, una acción también presente en las fotografías (ver ilustración.1) y que “en términos periodísticos no es ético, han surgido páginas que copian tal cual la información, obviando citar la fuente” (Mayuri, 2021).

Finalmente, nombramos a los videos con 4.3%, un formato exitoso en Facebook, pero que “El portal universitario” ha trabajado mínimamente con transmisiones en vivo. Según las métricas de la red social, “todos los días son vistos en media 100 millones de videos en Facebook, lo que indica que el 20% del tiempo de los usuarios en digital es para ver videos” (Facebook, 2021). El confinamiento obligatorio por covid-19 ha predisposto a los usuarios a adoptar un rol frecuente como prosumidores de información, en un contexto donde el consumo y creación de videos se ha masificado. Tal como describe R. Mayuri, “lo audiovisual ha sido lo que más ha impactado durante la pandemia, era distinto ver una foto referencial de la puerta del hospital, con un titular: Se reportaron 50 muertos hoy; a un video con las ambulancias, los ataúdes y la gente llorando” (entrevista, 11 de agosto del 2021). Se debe tener en cuenta que, si bien lo audiovisual es un formato importante y de gran alcance, debe existir un filtro ético por parte del periodista y del medio, en donde no se exponga la miseria o la tragedia humana. En determinado momento, “El portal universitario” recurría a la difusión en vivo de conflictos entre estudiantes y el número de vistas crecía exponencialmente, lo que implica un cuidado de lo que se quiere transmitir a los usuarios, pues, en tiempos de redes sociales, el morbo, sobrepasa las barreras de la moral y el respeto por los muertos, donde un sinnúmero de material se comparte sin ser filtrado, muchas veces. Por ejemplo, se han visto situaciones como un



accidente, donde las personas en vez de auxiliar a los heridos, comienzan a grabar, lo que la rama psicológica ha denominado como el efecto- espectador; sin embargo, en el siglo de las redes sociales, afirma Martos, “hoy en día se produce en la mayoría una especie de “complejo periodista” y en lugar de contribuir a ayudar a las víctimas, se contribuye a difundir al mundo lo que allí está pasando” (Martos, 2017) de forma aficionada y sin ninguna ética periodística.

La multimedialidad en Facebook permite que géneros como el reportaje aprovechen todos los recursos de esta característica, como fotos y videos, integrados en los que se conoce como los “video social”, adaptados para esta red social únicamente, así mismo existe también el formato de las “stories” o historias de Facebook. Según afirma A. Apaza, “los resúmenes de noticias, en tiempos de pandemia, empezaron a tener acogida, 5 noticias en 2 minutos donde se aprovecharon las historias de Facebook” (entrevista, 12 de agosto del 2021). Un género ciberperiodístico que toma importancia en este formato multimedia de las “stories” son las crónicas, “que son mucho más cortas de lo que suelen ser las crónicas tradicionales, pero llevando este género a la actualidad de las redes sociales” (De Asis, 2018).

En “El portal universitario” la característica multimedia se limitó al uso de fotografías, cerrando la posibilidad de contenido dinámico, atractivo y diferente, que repercute en el proceso de interactividad (ver tabla 10).

**Tabla 9**

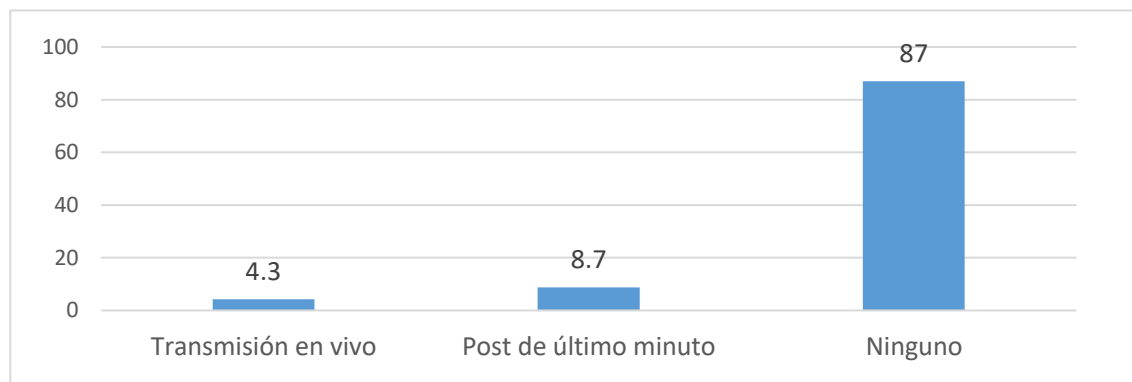
*Instantaneidad en los contenidos informativos sobre la covid-19*

<b>Instantaneidad</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Transmisión en vivo	2	4.3
Post de último minuto	4	8.7
Ninguno	40	87.0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la Matriz de análisis de contenido.

**Figura 5**

*Instantaneidad*



**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 9 y figura 6, se aprecia la característica instantánea en el tratamiento periodístico de la información del medio nativo digital “El portal Universitario, “donde se identificaron dos formatos que representan, esta cualidad propia de la red social Facebook, la transmisión en vivo con un 4.3%, como lo ya mencionado, este medio nativo digital evitaba recoger información desde el lugar de los hechos, contradiciendo su principal objetivo “Dar a conocer los sucesos ocurridos principalmente en las universidades y ciudades” (Portal Universitario, 2021).

Asimismo, se observan los posts de último minuto con un 8.7. %. Cabe resaltar que “un post” es una publicación en el estado de Facebook. Esta característica permite

publicar información en tiempo real, aunque no siempre debe estar presente, ya que funcionan perfectamente con información de último minuto. Sin embargo, es importante utilizarla acompañada de los hashtags *#Ahora*, *#EnVivo* y *#UltimoMinuto* para organizar el contenido y posicionarlo como información importante, además que estas publicaciones se caracterizan por ser breves, así que un texto amplio anularía completamente el propósito de la instantaneidad. Tal como afirma A. Apaza, “es más fácil leer último minuto, presidente Castillo asume el cargo y con solo eso, ya se sabe que está sucediendo algo, porque los que están en redes sociales se han acostumbrado a la información rápida” (entrevista, 12 de agosto del 2021). En ese sentido “El portal universitario” ha empleado correctamente esta característica, para transmitir información de último minuto haciendo uso de los hashtags y textos breves en este tipo de publicaciones; sin embargo, también ha perjudicado la credibilidad del medio, al publicar información de “último minuto” no verificada durante la pandemia, siendo duramente criticada por los usuarios y las instituciones de salud local (ver ilustración N°2). “Durante la pandemia una de las mayores falencias ha sido la credibilidad, lo que se debe recalcar es que, quien da primero la información no siempre da la información más veraz” (Mayuri, 2021).

**Tabla 10**

*Interactividad en los contenidos informativos sobre covid-19*

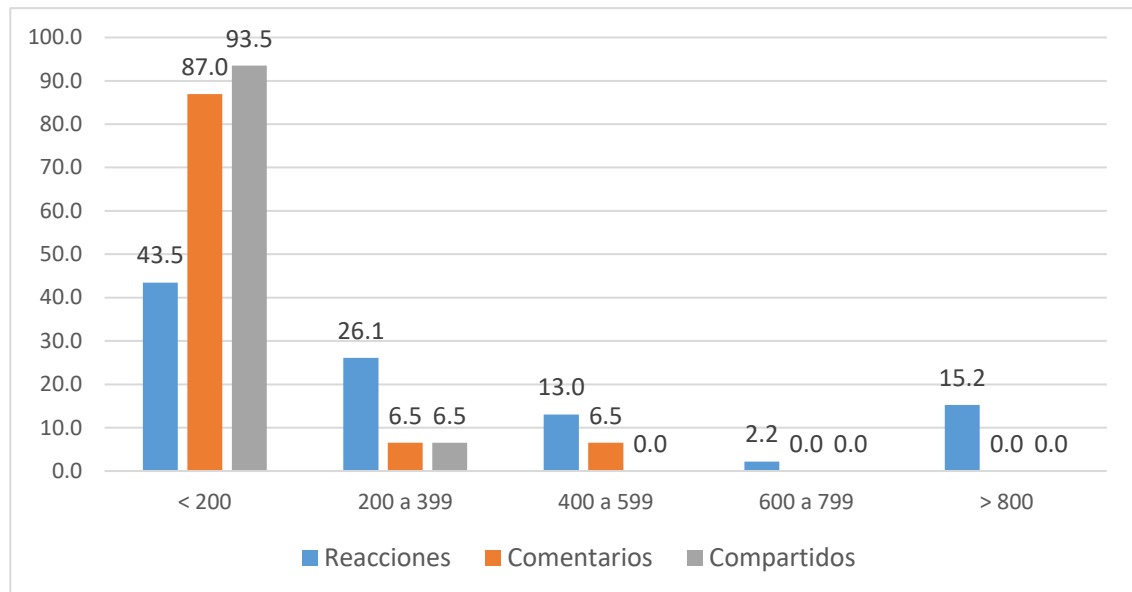
Interactividad	Reacciones		Comentarios		Compartidos	
	N	%	N	%	N	%
< 200	20	43.5	40	87.0	43	93.5
200 a 399	12	26.1	3	6.5	3	6.5
400 a 599	6	13.0	3	6.5	0	0.0
600 a 799	1	2.2	0	0.0	0	0.0
> 800	7	15.2	0	0.0	0	0.0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la Matriz de análisis de contenido.



**Figura 6**

*Interactividad*



**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 10 y figura 7, se muestra la característica de interactividad en las publicaciones informativas sobre covid-19 del medio nativo digital “El portal universitario”, que cuenta en la actualidad con más 380 mil seguidores. Sin embargo, se observa que la interactividad se mantuvo en niveles menores a 200 reacciones, comentarios y compartidos, lo que representa menos del 1% de la cantidad de seguidores que posee la red social, es decir, la interactividad se desarrolla en el intervalo más bajo. Asimismo la cantidad de compartidos resalta en este primer intervalo con un 93,5%, lo que indica que la información se replicó con más frecuencia por los usuarios, una acción valorada dentro del proceso de interactividad, ya que la publicación logra un alcance orgánico, lo que es bueno para el contenido informativo y para la página, “ya que actúa como medio de difusión, al ser una extensión de la red social” (Castillo et al., 2016) y sugiere que el contenido fue importante, interesante y fiable.

Se observan también, las reacciones con un 43.5%; es decir que, ante las publicaciones informativas, los usuarios prefieren utilizar emoticones para valorar un



hecho noticioso y los comentarios con un 87%, que dentro de este primer intervalo no tiene la relevancia esperada, lo que resulta congruente con la utilidad que se le ha dado al género dialógico, es decir, mínima. Esto ha demostrado que durante el periodo de confinamiento, los usuarios estuvieron poco interesados en compartir, reaccionar y comentar las publicaciones informativas sobre la covid-19, pese a que, según afirma R. Mayuri, “durante el periodo de confinamiento el consumo de las redes sociales ha crecido y el tiempo libre ha hecho que las personas sean más cercanas a sus dispositivos tecnológicos, donde el usuario se ha sentido parte de la noticia y no se conformó con ser solo espectador, quiere participar y dejar su opinión” (entrevista, 11 de agosto del 2021).

La interactividad ha sido una característica que “El portal universitario” no ha sabido aprovechar e incentivar dentro de su comunidad de seguidores, una que además afianza la relación del medio digital y el usuario; y que reafirma las falencias encontradas en el proceso del tratamiento periodístico, el limitado trabajo de géneros ciberperiodísticos, la recurrente duplicidad de contenidos (ver tabla 15) y la escasa frecuencia de actualización diaria de contenidos informativos sobre covid-19 durante el periodo de crisis sanitaria para la región. (ver figura 15).

#### **4.3. CALIDAD DE LA REDACCIÓN PERIODISTICA EN LAS PUBLICACIONES DE “EL PORTAL UNIVERSITARIO”**

**Tabla 11**

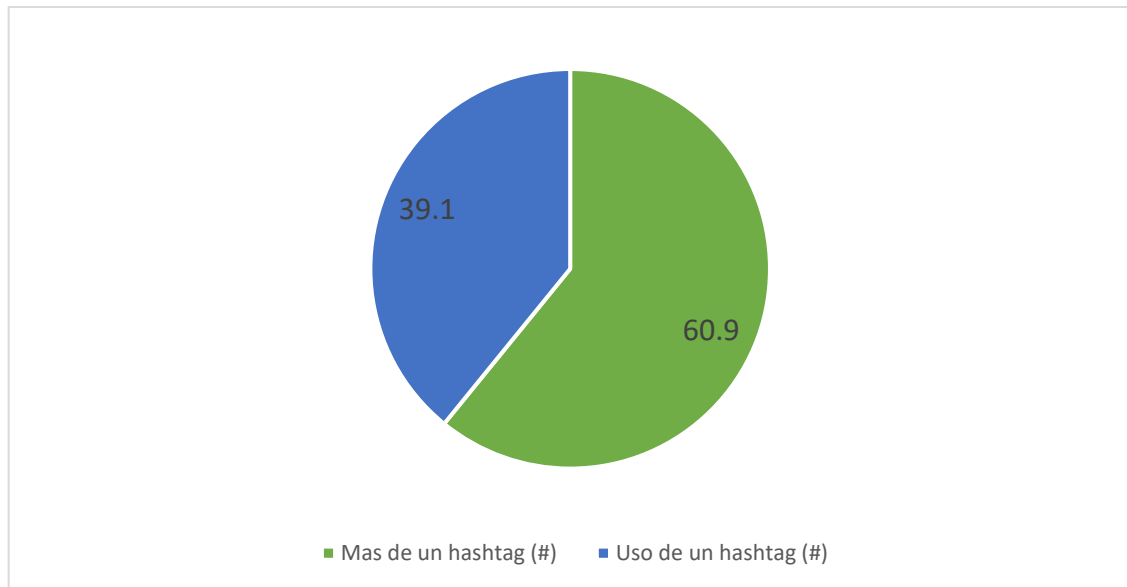
*El Hashtag al inicio texto informativo en publicaciones sobre la covid-19*

<b>Hashtag</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Más de un hashtag (#)	28	60.9
Un solo hashtag (#)	18	39.1
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la matriz de valoración de la calidad de la redacción en Facebook.

## Figura 7

### Uso del Hashtag



**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 11 y figura 8, se puede observar el número de hashtags utilizados al inicio del texto informativo sobre la covid-19 en el medio nativo digital “El portal universitario”. Con un 60.9%, se empleó más de un hashtag al inicio del texto informativo (ver ilustración 3), como se describe en la característica Hipertextual, los hashtags o palabras claves se utilizan al inicio del texto para contextualizar y organizar un contenido en redes sociales; sin embargo, utilizar más de uno dificulta la búsqueda y acceso a la información, lo cual es importante para medios digitales que no cuentan con un soporte web y que mediante el correcto empleo de los hashtags pueden segmentar sus contenidos informativos ya sea mediante un hashtag personalizado o uno que delimite la cobertura periodística. Sin embargo, el empleo de 2 a 4 hashtags diferentes al inicio del texto sugiere que las publicaciones no obedecen a una estructura de contenidos, es decir que “El portal universitario” no maneja una “pauta” o lo que se conoce como una parrilla de contenidos, lo cual es importante en medios digitales y propio de un medio periodístico digital con seriedad profesional. Se observa por el contrario contenidos desorganizados y poco

dinámicos, que no aportan a la calidad informativa mediante el uso de diferentes géneros y formatos periodísticos, lo que nos puede permite aseverar que todos sus contenidos son resultado de una improvisación diaria, mas no de un trabajo planificado.

En relación con el uso correcto del hashtag en las publicaciones, el 39.1% realiza adecuadamente su uso. En él se observa el empleo de una sola palabra clave al inicio del texto informativo, donde resalta la importancia de este elemento hipertextual para la organización de contenidos noticiosos, permitiendo al usuario ampliar su lectura accediendo fácilmente a la búsqueda organizada de información mediante los mismos.

**Tabla 12**

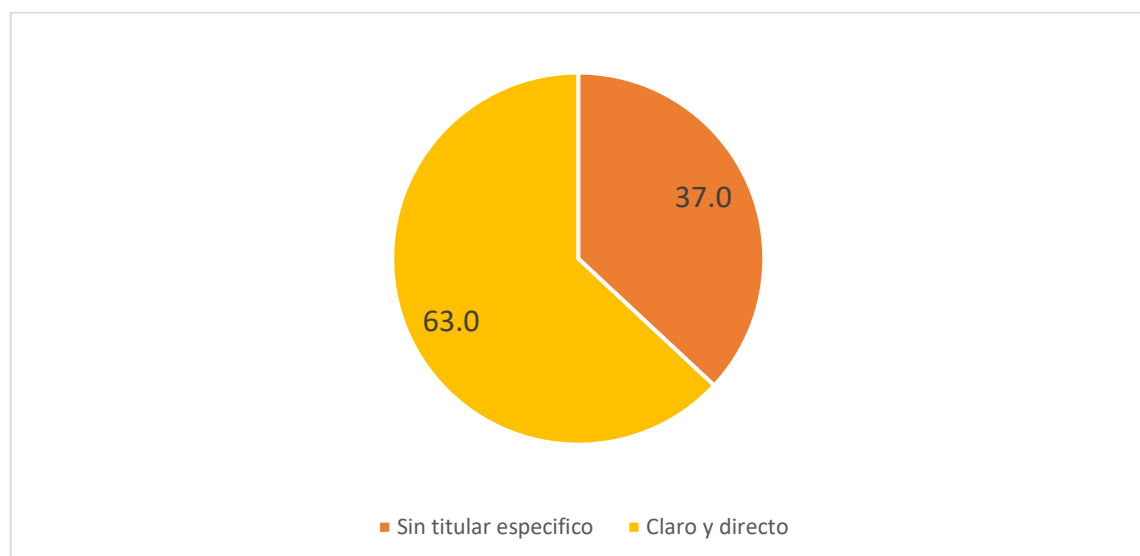
*El titular informativo en publicaciones sobre la covid-19*

<b>El titular informativo</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Sin titular específico	17	37.0
Claro y directo	29	63.0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la matriz de valoración de la calidad de la redacción en Facebook.

**Figura 8**

*El titular informativo*



**Fuente:** Elaboración propia



En la tabla 12 y figura 9, se muestra el titular informativo en las publicaciones sobre covid-19 del medio nativo digital “El portal universitario”, donde el 63% de titulares fueron claros y directos, tal como afirma Martín (2005). La redacción de titulares en la prensa electrónica merece una importante atención donde predominan los titulares claros y directos; por ejemplo: “Muere hombre de 70 años tras ser atropellado por un camión”.

En el contexto de las redes sociales, la rapidez es una característica que el usuario busca al momento de informarse, convirtiéndose en un asiduo lector de titulares. Entrar en el cuerpo del texto dependerá del titular y si este le resulta atractivo o no; de ahí la importancia “de poner titulares a los textos periodísticos que han elaborado los periodistas, ya que de los titulares dependerá la mayor o menor ganancia de lectores” (Zorrilla, 1996). Esta es una característica que ha estado presente en las publicaciones informativas de “El portal universitario”, pero a quienes no se les puede atribuir la redacción original de los titulares ya que la mayoría de los encabezados informativos fueron duplicados de diferentes medios de comunicación. (Ver ilustración 4).

En un medio periodístico digital, tal responsabilidad recae en el redactor digital, quien es el profesional más idóneo para asignar el titular más adecuado al texto informativo, que enganche al usuario y este pueda detenerse a leer la información. El trabajo de los periodistas “demanda un perfil más polivalente en el contexto digital” (García et al., 2013).

La ausencia de un redactor digital periodístico en “El portal universitario” evidencia la falta de contenidos informativos de calidad y esta es la razón de ser de este medio nativo digital, que nace en medio de un recurrente conflicto universitario. Cuando uno de los fundadores, “Roger, estaba involucrado en la política (PRI), sus compañeros le preguntaban si había “toma de local”, y él solo avisaba a sus compañeros de boca en



boca. Luego creó una página de manera personal y publicaba en su Facebook sobre cualquier incidencia política que había en la universidad. Subía la noticia con fotos; y su red personal fue creciendo en seguidores. Allí tomó una decisión, se unió con cinco amigos y surgió “El portal universitario”. Al inicio nunca imaginaron la trascendencia que se logró, hasta ahora”. Si bien la creación de este nativo digital, surge de manera improvisada desde el ánimo estudiantil, pasados ocho años no han podido involucrarse responsablemente en el trabajo periodístico.

Por último, se aprecia que el 37% de publicaciones no contaron con titular específico, es decir que no se aprecia la característica mencionada y en otras se ha publicado contenido sin un titular informativo en el texto, las mismas que fueron duplicadas en su mayoría por instituciones como la Red de Salud y El Gobierno Regional Puno, que emiten sus notas de prensa desde una óptica institucional.

El deber ser de “El portal universitario” es reelaborar la nota asignándole un titular informativo desde el ángulo noticioso, transformando a su vez el discurso de acuerdo a la narrativa digital. Ante esta situación se reafirma nuevamente la ausencia de un especialista en redacción para medios digitales.

### Tabla 13

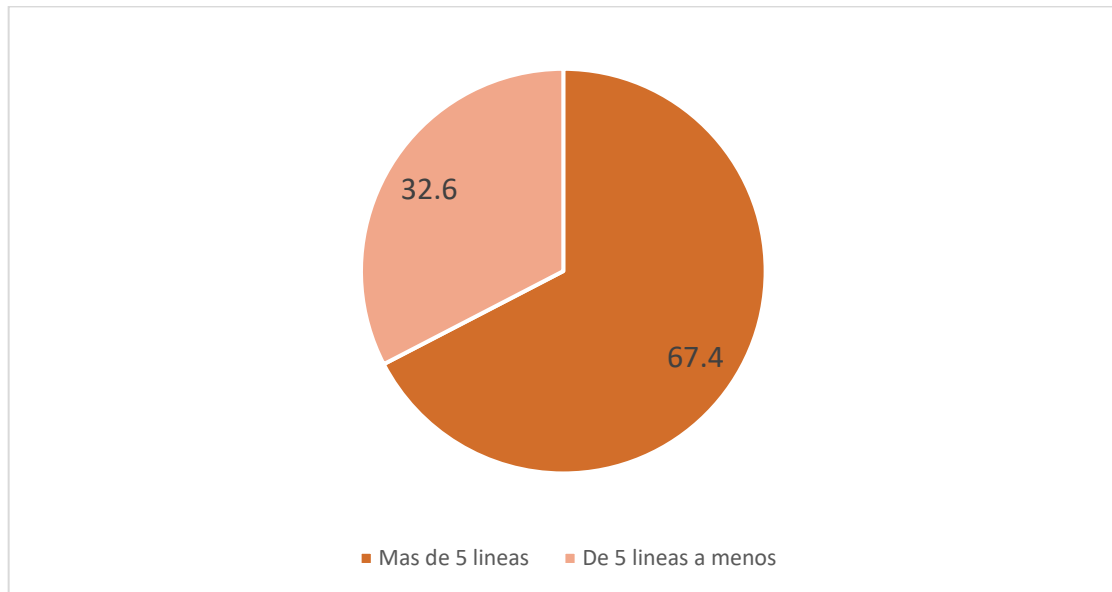
*El texto breve informativo en publicaciones sobre la covid-19.*

<b>Texto breve</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Más de 5 líneas</b>	31	67.4
<b>De 5 líneas a menos</b>	15	32.6
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la matriz de valoración de la calidad de la redacción en Facebook.

## Figura 9

*Texto breve*



**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 13 y figura 10, se observa el texto breve en las publicaciones del medio nativo digital “El portal universitario”, se muestra que el 67.4% presenta un texto de más de 5 líneas, es decir, un texto amplio que va en contra de la brevedad y del ejercicio del periodismo en Facebook. Tal como afirma R. Mayuri, “es querer ver algo conciso y leerlo en máximo dos párrafos y que me tome menos de un minuto” (entrevista del 11 de agosto del 2021). La acción recurrente del “copia y pega” en este medio nativo digital ha llevado a trasladar contenidos informativos cuyo texto funciona muy bien en una página web, pero en Facebook no recibe el mismo interés de parte del lector/usuario, debido a que la narrativa de esta red social difiere de la narrativa en la web o de medios tradicionales. “En el caso de Facebook la narrativa es más ligera, no tan adornada” (R. Mayuri, entrevista 11 de agosto del 2021).

El contexto pandémico ha revelado ciertas carencias para aquellos medios que ejercen el periodismo en redes sociales, dejando de lado la importancia que se le da a la reelaboración de contenidos escritos, donde la información, según afirma A. Apaza, “pasa



a un servidor del medio de comunicación, seguidamente al área de redes sociales donde se transforma, para luego ser publicada” (entrevista, del 12 de agosto del 2021). Es decir, la información textual que se encuentra en Facebook se caracterizara por ser breve, “escribir de acuerdo a la plataforma en la que estoy presente. No concuerdo con copiar lo de Facebook a Instagram o Twitter” (R. Mayuri, entrevista, del 11 de agosto del 2021).

En ese sentido, “El portal Universitario” evitó reelaborar el texto informativo en la mayoría de sus publicaciones, copiando contenidos amplios de hasta ocho párrafos e inclusive mutilando información que correspondía al género del reportaje e indiscriminadamente haciéndolo pasar como una nota informativa (ver ilustración 5). Lo que indica también un gran desconocimiento profesional en el tratamiento de la información para redes sociales en tiempos de pandemia. Para mantener su actividad diaria se dedicaron a copiar y pegar información indiscriminadamente de diferentes medios (ver tabla 15).

El portal universitario, en ese sentido, evitó recoger información y redactarla para las redes sociales, una labor que solo medios de comunicación de trayectoria han podido asumir. “El portal universitario” tenía que salir de su zona de confort, es decir debía salir del contexto universitario y recoger la información con conocimiento profesional y adecuándola a la narrativa de esta red social.

Por otro lado, se observa un 32.6% de publicaciones que presentaron textos menores a cinco líneas, y que corresponden a infografías, crónicas, transmisiones en vivo y noticias de último minuto. Para Quiroz (2014), “los textos que no sobrepasan los 200 caracteres, recogen hasta un 60% de retroalimentación en los comentarios”, lo cual es importante para el proceso de interactividad en Facebook.



**Tabla 14**

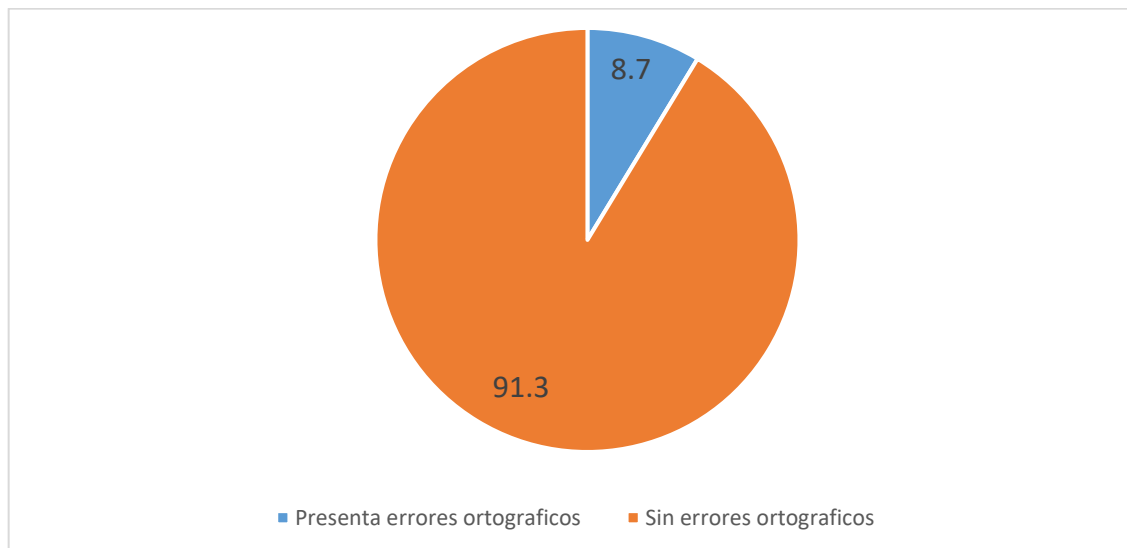
*Revisión ortográfica en el texto informativo sobre la covid-19*

Revisión ortográfica	N	%
Presenta errores ortográficos	4	8.7
Sin errores ortográficos	42	91.3
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la matriz de valoración de la calidad de la redacción en Facebook.

**Figura 10**

*Revisión ortográfica*



**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 14 y figura 11, podemos observar la revisión ortográfica del texto informativo en las publicaciones sobre covid-19 en el medio nativo digital “El portal Universitario”, donde el 91,3% no contenía errores ortográficos. “La actividad redactora ha cambiado desde la llegada del internet, que facilita la reproducción de textos, donde el copiar y pegar de forma cómoda e irresponsable evita la lectura, ignorando a fondo el contenido textual” (De la Fuente, 2010). En ese sentido, no se apreciaron muchos errores ortográficos, porque los textos informativos eran duplicados de medios que cuentan con

redactores de contenidos digitales, por ello este porcentaje no refleja un mérito para “El portal universitario”.

Durante el contexto pandémico el proceso de revisión de un contenido informativo era exhaustivo, ya que comprometía la seriedad del medio donde “se realizaban las correcciones ortográficas al texto antes de ser publicado en redes” (A. Apaza, entrevista del 12 de agosto del 2021). La revisión ortográfica para un medio digital tiene tal relevancia que va aunado a la credibilidad periodística.

Por otro lado, en un 8.7% de textos informativos se identificaron errores ortográficos, dentro de los cuales están contenidos las tildes, las mayúsculas y los signos de puntuación, que corresponden a contenidos duplicados, es decir, se copia la información, sin darse el trabajo de leer o revisar previamente el contenido que publican. (Ver ilustración 6)

**Tabla 15**

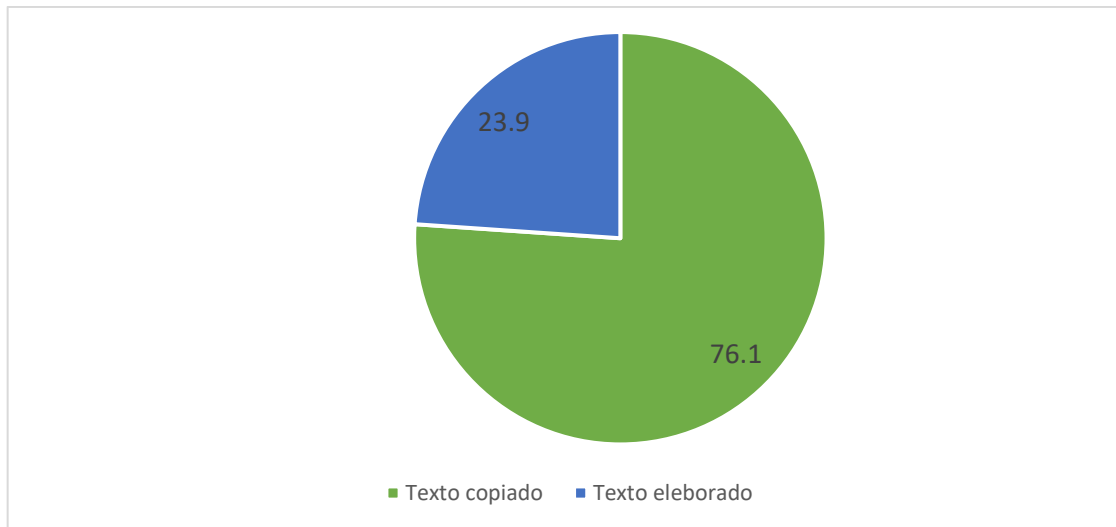
*Duplicidad del texto informativo en las publicaciones sobre la covid-19*

<b>Duplicidad del texto</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Texto copiado	35	76.1
Texto elaborado	11	23.9
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración en base a la matriz de valoración de la calidad de la redacción en Facebook.

**Figura 11**

*Duplicidad del texto*



**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 15 y figura 12, se muestra la duplicidad del texto informativo en la redacción periodística del medio nativo digital “El portal universitario”. Como ya se ha manifestado anteriormente, este cuadro incide en que el 76,1% de las publicaciones fueron duplicadas de otras fuentes de información. En ese sentido, la labor periodística es cuestionable cuando esta acción pasa a convertirse en un aspecto ético dentro de la profesión. Para R. Mayuri, “han surgido páginas que copian tal cual la información, obviando de citar la fuente, no dándose el tiempo de leer y voltear la nota” (entrevista del 11 de agosto del 2021). La crisis sanitaria ha puesto en manifiesto la importancia de la labor periodística como primera línea de acción, pero también ha develado ciertas carencias profesionales de algunos medios de comunicación digital. “No es un secreto que los medios obedecen a una línea editorial, o estoy con el gobierno de turno o no estoy, o toco la nota de alguna manera, y el periodista tiene que ceñirse a eso y las redes sociales durante la pandemia se han convertido en plataformas que les ha permitido cierta independencia y poder decir lo que no podían decir en sus medios” (R. Mayuri, entrevista

del 11 de agosto del 2021). Hubo una oportunidad que tuvo el portal universitario para demostrar su capacidad periodística a nivel regional, incluso con un notable potencial del usuario juvenil, que muchos medios hubiesen deseado, pero no demostraron el nivel profesional para la situación en pandemia. Esto derivó en que paulatinamente fueron reduciendo su cantidad de seguidores y, más que eso, el interés. Esto se demuestra en la baja interactividad de sus publicaciones (reacciones, comentarios y compartidos) y solo el 23,9% representan publicaciones elaboradas por el mismo medio digital “El portal universitario”. Durante ese periodo se publicaron diez notas de propia autoría donde se detectaron falencias respecto al uso del hashtag y redacción de titulares, sin embargo, cumplían con el texto breve.

**Tabla 16**

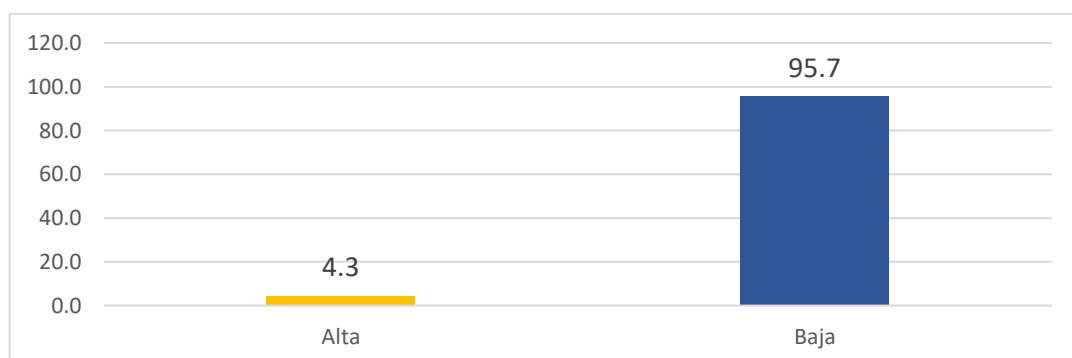
*Calidad de la redacción periodística en Facebook*

Calidad	N	%
Alta	2	4.3
Baja	44	95.7
<b>Total</b>	46	100.0

**Fuente:** Elaboración en base a la matriz de valoración de la calidad de la redacción en Facebook.

**Figura 12**

*Calidad de la redacción*



**Fuente:** Elaboración propia

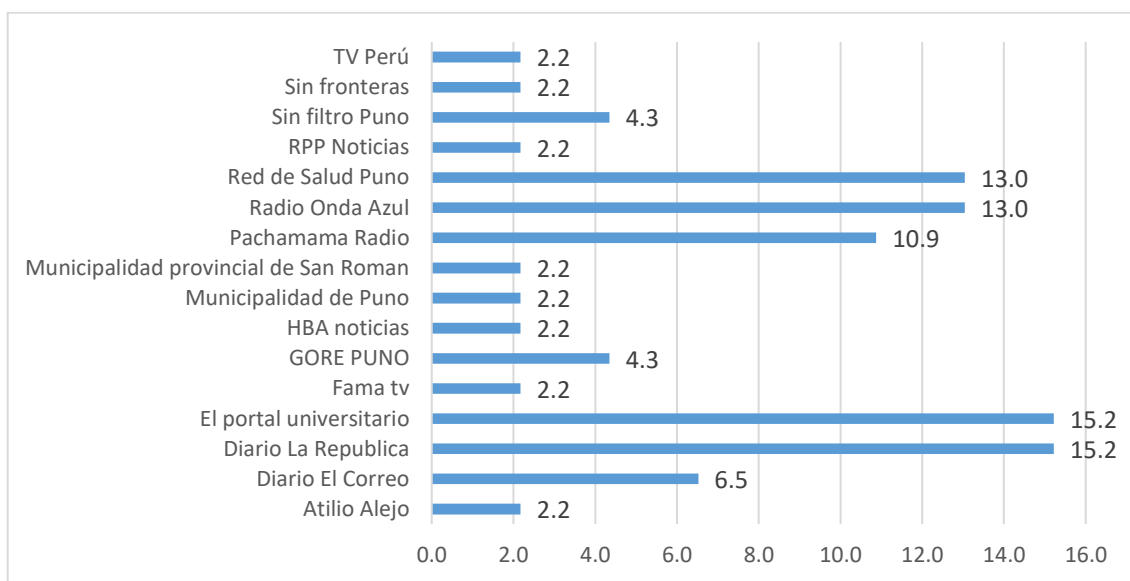


En la tabla 16 y figura 13, se muestra la calidad de la redacción periodística en Facebook del medio nativo digital “El portal universitario” durante la crisis sanitaria regional por el covid-19. Se puede observar que la calidad de la redacción en el 95,7% de sus publicaciones se considera de baja calidad, en el que se considera el hashtag, el titular informativo, el texto breve, la revisión ortográfica y la duplicidad del texto, cuyos cuadros y gráficos han sido analizados anteriormente y en el anexo 4, denominada Matriz de valoración de la redacción periodística en Facebook, que se ha desarrollado en base a las características del texto informativo en redes sociales, asignándoles un valor para demostrar si la calidad es baja o alta. El análisis ha llevado por consiguiente a estos resultados, en el que la baja calidad de redacción periodística para medios digitales, en este caso la red social Facebook, está relacionada con la carencia de profesionales del área, se suma a ello el hecho de que toda la información ha sido copiada o duplicada reafirmando lo dicho por Meza (2013). “Esta acción desmerita el trabajo del periodista, etiquetándolo como un periodista de “Baja calidad”. Finalmente, en el 4,3% de las publicaciones su contenido es considerado de alta calidad. De acuerdo al análisis de las publicaciones dentro de este porcentaje, cumplieron con una correcta redacción empleando los elementos mencionados. Cabe resaltar que aunque la calidad de la página es cuestionable, durante el periodo de confinamiento la red social se ha mantenido, pese a las críticas de los usuarios respecto a su labor como “periodistas” y la falta de credibilidad que el medio fue ganando a raíz de publicaciones que tuvieron efectos negativos en la comunidad, como el envenenamiento de perros en la costanera, el pasado 19 de enero del 2021, un hecho que obligo a “El portal universitario” a reconocer públicamente que era un medio que replicaba información, sin verificar previamente (ver ilustración.7).

En ese sentido, la página social continua con un ascendente número de seguidores, lo que podría ser muy persuasivo para un seguidor nuevo, sin embargo, es importante recordar que el proceso de interactividad es lo que debe ser valorado. Como se explicó anteriormente, las cifras se mantuvieron en el primer intervalo de -200 lo cual no es nada relevante ni congruente con el N° de seguidores a la fecha.

### Figura 13

#### *Fuentes de información*



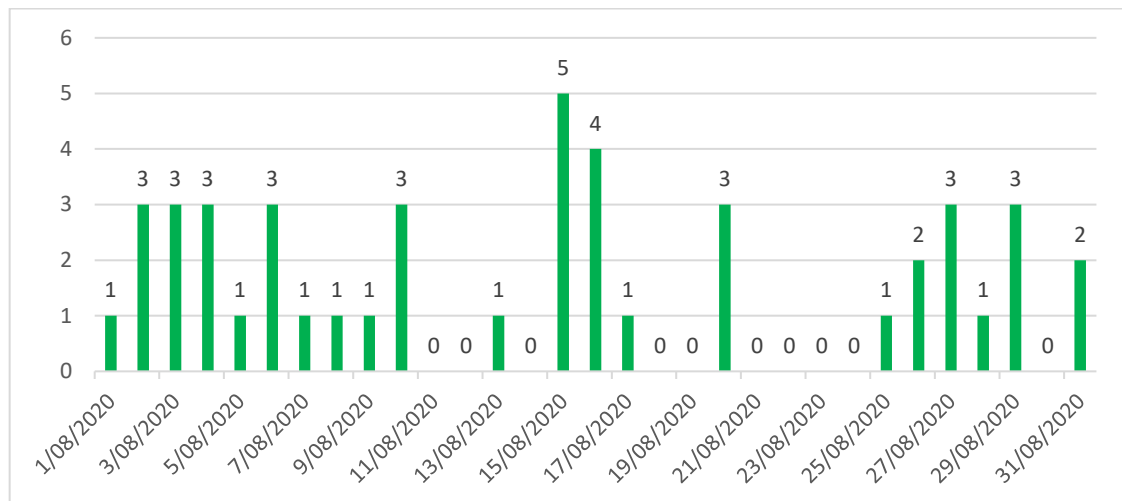
**Fuente:** Elaboración propia en base a la matriz cronológica de contenidos informativos sobre covid-19 en el medio nativo digital “El portal Universitario”

En la figura 14, se puede observar las fuentes de información de origen del medio nativo digital “El portal universitario”, donde el 15,2% de sus publicaciones fueron contenidos originales y trabajados por el medio en referencia, aunque se evidencia también un gran porcentaje de otros medios empleados y que en conjunto representarían un 84.8%. Asimismo, se identifica también que se tuvo preferencia por contenidos redactados por “La república”, con un 15.2%, seguido de la red salud Puno con un 13%, a lo que refiere R. Mayuri. “Las fuentes de información en la pandemia siempre han sido los médicos, el director regional de salud a ellos se tenía que acudir para recopilar”, es

decir, todo aquello referente del sector salud y, finalmente, radio Onda Azul, medio de posición y cobertura regional, con un 13%, siendo estas fuentes las más destacadas.

**Figura 14**

*Frecuencia de actualización diaria*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la matriz cronológica de contenidos informativos sobre covid-19 en el medio nativo digital “El portal Universitario”

En la figura 15, se observa la frecuencia de actualización diaria de publicaciones informativas sobre la covid-19 en el medio nativo digital “El portal universitario”, donde se aprecia en números el rango de 0 a 5 publicaciones diarias como máximo en el mes de agosto. Para la región Puno, este mes fue uno de los más críticos respecto a la covid-19, donde los picos de contagio, el colapso del sistema de salud y la cantidad de fallecidos por la enfermedad reflejaban un panorama adverso en la ciudad, tal como se muestra en el gráfico del documento técnico “Plan de preparación y respuesta ante posible segunda ola por covid-19 en la región puno (ver apéndice A).

Los medios de comunicación cumplían con la sobrecarga informativa y la presión en el área de prensa se intensificaba para el contexto regional. Según afirma A. Apaza, “esta situación la vivíamos desde tempranas horas del día, hasta altas horas de la noche,



donde se publicaban de 20 a 30 notas diarias con énfasis en la situación regional” (entrevista del 12 de agosto del 2021).

Sin embargo, para “El portal universitario”, la frecuencia de actualización diaria respecto a la información publicada sobre la covid-19 de contexto regional fue escasa y hasta ausente en los días 11, 12, 18, 19, 21, 22, 23, y 24 de agosto, lo que refleja una falta de interés del medio nativo digital por darle seguimiento al panorama crítico que se vivía en la región, obviando muchos de los recursos tecnológicos claves que facilitaron el recojo de información en tiempos de confinamiento, donde muchos periodistas se contagiaron y tuvieron que continuar con la labor desde sus hogares, manteniendo el compromiso con la audiencia, el telespectador y el usuario en redes sociales, que necesitaba la información a diario. “Antes de la pandemia, el periodista iba al lugar donde estaba la noticia, entrevistar y/o recoger la información, durante la pandemia más aún durante los meses de julio y agosto (críticos para la región), se utilizaron las plataformas de video conferencia y las llamadas telefónicas” (A. Apaza, entrevista del 12 de agosto del 2021), resguardando la integridad del periodista y manteniendo el compromiso y la seriedad informativa del medio, aún en tiempos de crisis.

La frecuencia de actualización diaria en una página de Facebook es una acción que representa el compromiso y la constancia informativa que va de la mano con la inmediatez, que ofrecen en la actualidad las redes sociales; y, aunque no existe un número ideal de publicaciones diarias que deba realizar un medio de comunicación, se debe garantizar el “engagement” (el nivel de compromiso de los usuarios con el medio). En ese sentido, si la frecuencia de actualización para una marca (empresa o negocio) suele ser de 1 a 2 publicaciones diarias, para un medio de comunicación, suele ser de “4-10 veces mayor, ya que las noticias son información con la que las personas interactúan durante todo el día” (Socialbakers, 2011).





Asimismo, se debe tomar en cuenta las horas de tráfico que tiene la red social, esto con el propósito de que el contenido tenga más visibilidad y por lo tanto genere mayor alcance e interactividad, una característica que, según el análisis de contenido realizado, “El portal universitario” no ha sabido aprovechar y fomentar dentro de su comunidad de seguidores. Para M. Mayuri, “la meta es que cada uno de los integrantes del equipo suba una nota al día y de acuerdo a los horarios de mayor tráfico en redes sociales. Claro que las notas deben ser recogidas y redactadas por el equipo”. Una de las mayores carencias identificadas a lo largo de este análisis es la duplicidad de contenidos, que como se ha mencionado anteriormente le resta credibilidad al medio y es una falta a la ética profesional periodística. Durante la situación de crisis sanitaria y, con la finalidad de mantenerse visibles, muchos medios han caído en los llamados Fake news. “Hasta el mes de agosto la gente estaba con pánico y las noticias falsas rondaban” (A. Apaza, entrevista del 12 de agosto del 2021). El hecho de mantener un perfil activo no involucra necesariamente publicar por publicar y cumplir con la meta de actualización diaria, se trata por el contrario de publicar contenidos de valor que vayan orientados a cumplir un propósito en específico como la interactividad, en un horario específico, es decir manejando una estructura, como refiere A. Apaza, “en la mañana normalmente salen entre 5 a 6 noticias entre locales y nacionales, para el medio día la misma cantidad” (entrevista del 12 de agosto del 2021) y a un público específico. “Creo que cada plataforma conoce a su público objetivo y son ellos quienes finalmente escogen que consumir” (M. Mayuri, entrevista del 12 de agosto del 2021). Es un planeamiento previo, por eso la importancia de una pauta, del empleo de formatos visuales y géneros periodísticos, evitando la duplicidad de contenidos y aportando con originalidad informativa.

#### 4.4. ANÁLISIS VISUAL DE PUBLICACIONES INFORMATIVAS “EL PORTAL UNIVERSITARIO”

##### Ilustración 1

*Originalidad del elemento visual - Multimedialidad*

##### Fotografías

The image shows a side-by-side comparison of a news article and its repost on a social media platform. On the left is the original article from 'La República', and on the right is a repost from 'EL PORTAL UNIVERSITARIO'. Red boxes and arrows highlight specific elements: a red box around the 'La República' logo, another around the 'EL PORTAL UNIVERSITARIO' logo in the repost, and a red box around the repost's title. Red arrows point from these boxes to the labels 'Rotulados' and 'Logo ó sello' below.

**La República**

SOCIEDAD

**Director de red de Salud de Juliaca señala que médicos se escapan de pacientes COVID-19 [VIDEO]**

Grave. El médico denunció que los galenos cobran sus sueldos, pero no hacen ninguna labor en el hospital. Sin embargo, sí estarían laborando en clínicas particulares.

Director de red de Salud de Juliaca, Enrique Sotomayor, increpó actitud de sus colegas. Foto: Captura de video.

**EL PORTAL UNIVERSITARIO**

#JULIACA\_COVID19||DIRECTOR DE RED DE SALUD DE JULIACA SEÑALA QUE MÉDICOS SE ESCAPAN DE PACIENTES COVID-19

El médico denunció que los galenos cobran sus sueldos, pero no hacen ninguna labor en el hospital. Sin embargo, sí estarían laborando en clínicas particulares.

Rotulados      Logo ó sello

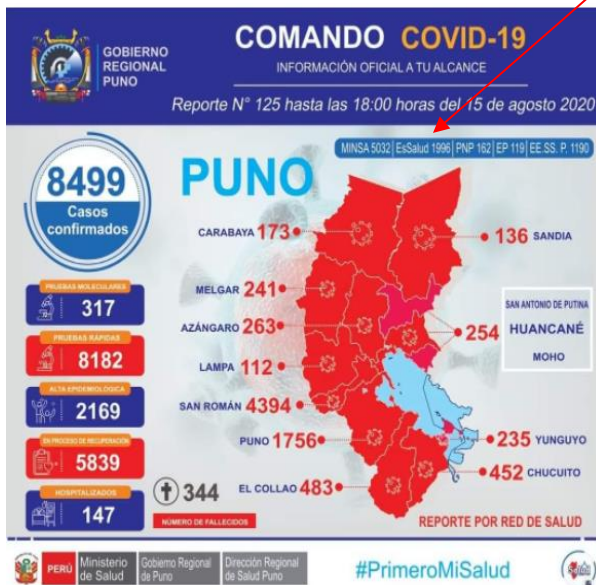
##### DESCRIPCIÓN:

Izquierda: Foto original del medio de comunicación “La República” en su versión online del 10 de agosto del 2020. Al pie se especifica el origen de la imagen como parte de una captura de video del mismo medio.

Derecha: Foto duplicada por “El portal universitario” para su red social Facebook, donde además se observa la incorporación del sello o logo de la página y un rotulado adicional al inferior de la foto. No se citan los créditos correspondientes a la fuente de la imagen.

### Gráficos infográficos.

Disposición de datos y gráficos idénticos.



Rotulado

Fuente y créditos

### DESCRIPCIÓN:

Izquierda: Infografía original publicada en conjunto por el Gobierno Regional de Puno y La Dirección de Salud Puno, como parte del reporte diario oficial de contagios en la región.

Derecha: Infografía duplicada por “El portal universitario”, en su red social Facebook, en este caso menciona a la fuente, pero se atribuye la realización del material gráfico.

## Ilustración 2

### *La información no verificada – Instantaneidad*

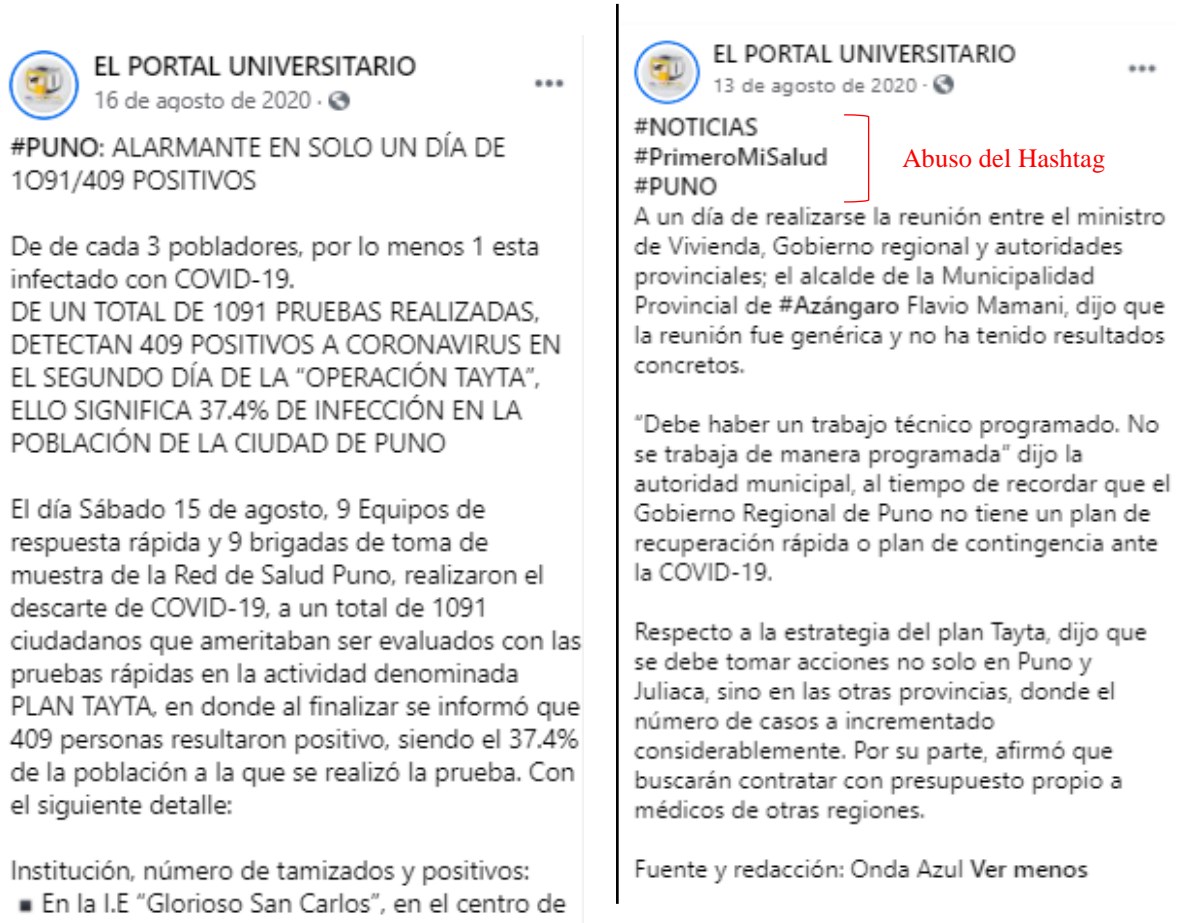


### DESCRIPCION:

La Red de Salud Puno, a través de su cuenta oficial de Facebook desmiente públicamente la información publicada por “El portal universitario” a pocos días de haber iniciado el periodo de confinamiento obligatorio. La falta de verificación ejercida le resta credibilidad y seriedad a este medio.

### Ilustración 3

*El correcto uso del hashtag en el texto informativo – Hipertextualidad*



The image shows two side-by-side screenshots of social media posts from 'EL PORTAL UNIVERSITARIO'. The left screenshot, dated August 16, 2020, shows a post with the hashtag #PUNO at the beginning of the text, which is correctly used to categorize the content. The right screenshot, dated August 13, 2020, shows a post with three hashtags (#NOTICIAS, #PrimeroMiSalud, and #PUNO) at the beginning, with a red bracket and the text 'Abuso del Hashtag' pointing to them, indicating that using multiple hashtags is considered an abuse.

**Left Screenshot (Correct Use):**  
EL PORTAL UNIVERSITARIO  
16 de agosto de 2020 · 🌐  
#PUNO: ALARMANTE EN SOLO UN DÍA DE 1091/409 POSITIVOS  
De de cada 3 pobladores, por lo menos 1 esta infectado con COVID-19.  
DE UN TOTAL DE 1091 PRUEBAS REALIZADAS, DETECTAN 409 POSITIVOS A CORONAVIRUS EN EL SEGUNDO DÍA DE LA "OPERACIÓN TAYTA", ELLO SIGNIFICA 37.4% DE INFECCIÓN EN LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE PUNO  
El día Sábado 15 de agosto, 9 Equipos de respuesta rápida y 9 brigadas de toma de muestra de la Red de Salud Puno, realizaron el descarte de COVID-19, a un total de 1091 ciudadanos que ameritaban ser evaluados con las pruebas rápidas en la actividad denominada PLAN TAYTA, en donde al finalizar se informó que 409 personas resultaron positivo, siendo el 37.4% de la población a la que se realizó la prueba. Con el siguiente detalle:  
Institución, número de tamizados y positivos:  
■ En la I.E "Glorioso San Carlos", en el centro de

**Right Screenshot (Abuse of Hashtag):**  
EL PORTAL UNIVERSITARIO  
13 de agosto de 2020 · 🌐  
#NOTICIAS  
#PrimeroMiSalud  
#PUNO  
Abuso del Hashtag  
A un día de realizarse la reunión entre el ministro de Vivienda, Gobierno regional y autoridades provinciales; el alcalde de la Municipalidad Provincial de #Azángaro Flavio Mamani, dijo que la reunión fue genérica y no ha tenido resultados concretos.  
"Debe haber un trabajo técnico programado. No se trabaja de manera programada" dijo la autoridad municipal, al tiempo de recordar que el Gobierno Regional de Puno no tiene un plan de recuperación rápida o plan de contingencia ante la COVID-19.  
Respecto a la estrategia del plan Tayta, dijo que se debe tomar acciones no solo en Puno y Juliaca, sino en las otras provincias, donde el número de casos a incrementado considerablemente. Por su parte, afirmó que buscarán contratar con presupuesto propio a médicos de otras regiones.  
Fuente y redacción: Onda Azul Ver menos

### DESCRIPCIÓN

Izquierda: Se observa el correcto uso del hashtag (#) en las publicaciones informativas de "El portal universitario" al inicio del texto, permitiendo organizar y contextualizar correctamente el contenido.

Derecha: El abuso del hashtag (#) al inicio del texto informativo, donde las palabras dejan de cumplir un rol como conectores de información.



## Ilustración 4

*Duplicidad del titular informativo - Redacción periodística en Facebook*

The image shows two side-by-side screenshots of news content. On the left is a screenshot from the website 'La República'. The header is red with the logo and the name 'La República'. Below the header, there is a navigation menu with categories like 'ÚLTIMAS NOTICIAS', 'POLÍTICA', 'ECONOMÍA', 'SOCIEDAD', 'MUNDO', 'DEPORTES', 'ESPECTÁCULOS', 'REDES SOCIALES', 'PERÚ', 'DÓLAR', and 'SUSCRIBETE'. The main content area has a red box around the title and sub-header: 'SOCIEDAD' followed by 'Coronavirus en Perú: Puno superó la cifra de 5 mil contagiados por COVID-19'. Below this is a sub-header: 'Ocho muertos y 278 nuevos contagios de coronavirus en un día se reportaron en la región del altiplano. En tanto, 82 personas recibieron el alta médica.' Below the text is a photograph of a fenced area with a sign that says 'EMERGENCIA' and 'CENTRO DE ATENCIÓN COVID 19 CORONAVIRUS'. On the right is a screenshot of a Facebook post from 'EL PORTAL UNIVERSITARIO' dated '6 de agosto de 2020'. The post content is enclosed in a red box and reads: '#PUNO #CORONAVIRUS||PUNO SUPERÓ LA CIFRA DE 5 MIL CONTAGIADOS POR COVID-19 Ocho muertos y 278 nuevos contagios de coronavirus en un día se reportaron en la región del altiplano. En tanto, 82 personas recibieron el alta médica.' Below the red box, there are three paragraphs of text: 'De acuerdo al último reporte de la Dirección Regional de Salud de Puno, en las últimas 24 horas, 8 personas fallecieron por coronavirus. De esta forma, la cifra total de víctimas mortales asciende a 226 muertes.'; 'Además, 278 personas dieron positivo a la enfermedad. Con ello, la cifra total de contagiados desde que se diagnosticó el primer caso, es de 5 164. Un total de 136 pacientes están hospitalizados actualmente.'; and 'La mayoría de casos se concentran en la provincia de San Román - Juliaca con 2588, le sigue Puno con 1193 y Chucuito con 322 infectados.' Below this, another paragraph states: 'Las dos primeras localidades cumplen cuarentena focalizada dispuesta por el gobierno central, por tener los más altos índices de contagios.'

## DESCRIPCIÓN


Izquierda: Titular y subtítular informativo de nota redactada por el medio de comunicación digital “La República” en su sitio web.

Derecha: Titulación y subtitulación informativa duplicada en publicación de “El portal universitario”


## Ilustración 5

*El texto breve y la narrativa - Redacción periodística en Facebook*

### Texto informativo adecuado a la narrativa en Facebook

 EL PORTAL UNIVERSITARIO  
15 de agosto de 2020 · 🌐

#ÚLTIMO: PREMIER Y MINISTROS VIAJAN A PUNO PARA AFRONTAR COVID-19  
Presidente de Consejo de Ministros Walter Martos, en compañía de los ministros de Vivienda, Salud y Defensa visitan la región Puno. Abordarán estrategias para afrontar la COVID-19 en coordinación con el gobernador regional de Puno y alcaldes provinciales. Además estarán congresista de la Bancada Puno./TvPeru

 EL PORTAL UNIVERSITARIO  
26 de agosto de 2020 · 🌐

#JULIACA|TRABAJADORES DE SALUD FUERON ENCONTRADOS EBRIOS EN HOSPITAL DE JULIACA  
Servidores habrían convertido en "cantina" las instalaciones del hospital Carlos Monge Medrano y fueron detenidos por la policía.

Escándalo. En plena cuarentena y estado de emergencia, un grupo de trabajadores del hospital Carlos Monge Medrano de Juliaca habrían convertido en "cantina" las instalaciones del nosocomio. Dos servidores, en aparente estado de ebriedad, fueron detenidos por los policías para las investigaciones.

Según los policías, pasado las 2 de la mañana, llevaron al hospital a un detenido para que pase prueba de descarte de COVID-19, pero se percataron que los trabajadores estaban con aliento alcohólico.

Los agentes intervinieron a las personas: Yilmer Omar Peralta Larico (trabajador de limpieza) y Katia Candy Villanueva Rosas (médico), quienes trataron de resistirse a la intervención.

Los policías de la comisaría sectorial dijeron que otros tres supuestos trabajadores (dos de sexo masculino y una femenina) fugaron del lugar luego de percatarse de la presencia de las autoridades.

Por disposición del fiscal de turno, Tito Nieto Portocarrero, ambos fueron sometidos a la prueba de dosaje cualitativo, que salió positivo, por lo que fueron detenidos para ser investigados por supuesto delito de violación a las medidas sanitarias.

En el video, que fue propalada en las redes sociales, los dos intervenidos negaron estar ebrios. Incluso advirtieron a los policías en denunciarlos, pues consideraban que estaban vulnerando sus derechos.

SERÍAN RETIRADOS  
Al respecto, el director del hospital Carlos Monge Medrano, Freddy Velásquez Angles, sostuvo que está pidiendo un informe detallado al médico de guardia para posteriormente tomar las acciones que corresponde.

Manifestó que de comprobarse que estaban ebrios, ambos serían retirados de acuerdo a los procedimientos administrativos. Los dos intervenidos están en calidad de contratados, sostuvo. Velásquez Angles, sobre la intervención policial, manifestó que ellos realizan su labor dentro de su competencia./Con información de [Diario Correo](#)

## DESCRIPCIÓN

Izquierda: texto informativo breve adecuado a la narrativa de Facebook, permite una fácil y rápida lectura del usuario.

Derecha: texto informativo amplio duplicado para Facebook desde la web del Diario Correo, acción que dificulta el consumo de información del usuario, no obedece a la narrativa de la red social perjudicando la dinamicidad de contenidos en la red social.

## Copiado incompleto de textos informativos- Reportaje periodístico.

SOCIEDAD

### Médico en Puno: “Nunca vi morir tantas personas por falta de oxígeno”

Con la moral baja. Mientras en Lima el Congreso y Ejecutivo se enfrascan en una guerra de poderes Puno enfrenta la peor crisis sanitaria. Diez médicos están graves y hay decenas de enfermeras contagiadas. Se sienten desamparados y Varios galenos fueron evacuados a Lima en **situación grave**. Los que aún quedan temen morir, como los pacientes infectados. Hasta el momento, **murieron 218** personas 4886 resultaron positivos. “En mi formación he visto morir personas por diversos males. Pero lo que se vive ahora es indescriptible. Nunca me imaginé vivir esto. Hablas con un paciente en una determinada hora y cuando regresas está muerto. Es increíble cómo la vida se va en minutos. Y no es uno. Son varios. Lo peor es la impotencia de no poder hacer nada. Tengo familia y sufro por los que dependen de mí”, contó el médico cirujano Roberto César Mayta Jara, quien labora en el hospital III de EsSalud Puno. Mayta aseguró que a él sus colegas los **ha quebrado** este escenario.

“Nunca vi morir a varias personas en un solo día por **falta de oxígeno**. O escuchar que te digan: ya no puedo, doctor: ¡Ayúdeme! Es triste todo lo que está pasando” aseguró.

Los residentes médicos nunca imaginaron ser las víctimas de un enemigo invisible. Por ello, los compañeros de Wilbert Sánchez Huarcaya, hicieron una cruzada por redes sociales para que las autoridades de salud se interesen más en la salud del médico. Contrajo el virus cuando trabajaba en el área de Ginecología del hospital Carlos Monge Medrano. Está grave. Su vida **pende de un hilo**.

“Por favor les pido a nombre de Wilber Sánchez, que está en el hospital de Juliaca, por favor para que este compañero sea evacuado. Aparte de residente, colega, es amigo. Es compatriota cusqueño...”, se oye decir entre lágrimas a Katuska Carpio Aguilar, médico residente a través de un audio difundido en varios grupos. “En este momento **está grave**. Está con diagnóstico de COVID, meningitis y todo el tiempo convulsionando. Es un compañero joven, residente. Está solo. No tiene familia cercana. Por favor intentemos apoyarlo”, dice a través de la

Tonny Tello Ramos, jefe de residentes del hospital EsSalud Juliaca. Dijo que la situación **es peor** que un campo de batalla donde uno no sabe que es lo que va pasar. “Vamos al hospital a cumplir nuestra guardia y no sabemos lo que va suceder. Al igual que nuestros pacientes, nosotros tampoco queremos partir pronto. Este virus está destruyendo vidas”, contó deprimido.

Pero no solo son los médicos sienten temor. **Las enfermeras** también sufren la difícil situación. Hasta ahora **180 enfermeras** contrajeron el virus en diversos centros de salud del Minsa y Essalud. Las que aún están en servicio no solo tienen que soportar las duras condiciones labores, sino también el trauma que significa ver morir a los pacientes que casualmente llegaron con la esperanza de restablecerse en su salud.

Texto faltante



EL PORTAL UNIVERSITARIO

6 de agosto de 2020 · 🌐



#PUNO  
#COVID19

MÉDICO DE PUNO: NUNCA VI MORIR A TANTA GENTE POR FALTA DE OXÍGENO.

Médicos y enfermeras de Puno no escondieron su lado humano y se quebraron frente a la situación dramática que viven los hospitales del Altiplano.

Varios galenos fueron evacuados a Lima en situación grave. Los que aún quedan temen morir, como los pacientes infectados. Hasta el momento, murieron 218 personas 4886 resultaron positivos. “En mi formación he visto morir personas por diversos males. Pero lo que se vive ahora es indescriptible. Nunca me imaginé vivir esto. Hablas con un paciente en una determinada hora y cuando regresas está muerto. Es increíble cómo la vida se va en minutos. Y no es uno. Son varios. Lo peor es la impotencia de no poder hacer nada. Tengo familia y sufro por los que dependen de mí”, contó el médico cirujano Roberto César Mayta Jara, quien labora en el hospital III de EsSalud Puno. Mayta aseguró que a él sus colegas los ha quebrado este escenario.

“Nunca vi morir a varias personas en un solo día por falta de oxígeno. O escuchar que te digan: ya no puedo, doctor: ¡Ayúdeme! Es triste todo lo que está pasando” aseguró.

Fuente: La República Ver menos

## DESCRIPCIÓN

Izquierda: Reportaje completo, redactado y publicado por el medio de comunicación

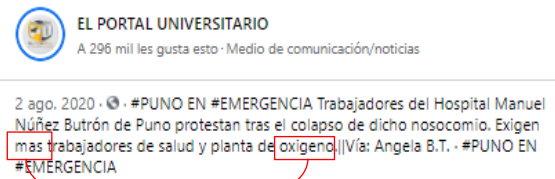
“La República” en su sitio web.

Derecha: Texto incompleto, copiado y publicado por “El portal universitario” donde se desmerece el formato periodístico.



## Ilustración 6

### Revisión ortográfica- Redacción periodística en Facebook



## Tildación

## DESCRIPCIÓN

Publicaciones informativas de “El portal universitario” donde se aprecia errores ortográficos de tildación, que son los más frecuentes en sus contenidos escritos.

## Ilustración 7

### Credibilidad en la información





## DESCRIPCIÓN

Tras la publicación de una nota informativa no verificada, que provoco seguidamente el envenenamiento de canes en la zona la costanera, el medio nativo digital “El portal universitario” emite un pronunciamiento, donde reconoce que es un medio que solo rebota información deslindando toda responsabilidad de los hechos.



## V. CONCLUSIONES

### **PRIMERA:**

El medio nativo digital “El portal universitario” no realizó un adecuado tratamiento periodístico de la información sobre el COVID-19, porque no recurre a las fuentes para elaborar una noticia, duplicando contenido informativo de diferentes medios de comunicación digital, asimismo no aprovecha la dinamicidad que ofrecen las características periodísticas digitales como la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad y narrativa propia de la red social al publicar contenidos extensos en texto y en un solo formato visual.

### **SEGUNDA:**

Los géneros ciberperiodísticos más utilizados en el tratamiento periodístico de la información fueron los informativos, donde las notas informativas fueron las más empleadas en el relato periodístico y las mayormente duplicadas lo que evidencia que el medio nativo digital “El portal universitario” prefiere copiar notas informativas, que interpretar, valorar y analizar la información que exige un trabajo periodístico más detallado y elaborado, ya que no adapta correctamente estos géneros a la narrativa de la red social Facebook

### **TERCERA:**

Según el análisis las características periodísticas digitales como la multimedialidad, hipertextualidad, instantaneidad e interactividad, se identificaron en los contenidos informativos del medio nativo digital “El portal universitario”, sin embargo sus elementos y formatos no se emplearon correctamente, respecto a la hipertextualidad, el insertar demasiadas palabras claves al inicio del texto, dificulta el acceso y búsqueda



de la información e impide su correcta organización, lo que evidencia la improvisación diaria respecto a la publicación de contenidos y la inexistencia de una pauta informativa. En lo que respecta a la multimedialidad, el uso recurrente de una sola estructura visual (foto y texto) impide la dinamicidad de contenidos, convirtiéndose en nada más alejado a un periódico tradicional, y que no tiene razón de ser, desaprovechando los formatos instantáneos que tiene Facebook para trabajar contenidos de calidad e inmediatez informativa y que estimulen la interactividad, una característica que se mantuvo en los rangos más bajos durante este mes.

#### **CUARTA:**

La redacción periodística presenta una baja calidad en los contenidos informativos del medio nativo digital “El portal universitario”, según lo analizado la brevedad del texto es una característica ausente debido a la recurrente acción adoptada por el medio digital de duplicar información, sobrecargando la publicación con amplios textos sin antes transformarlos para la red social dificultando la lectura, la cual debe ser ligera y rápida.



## VI. RECOMENDACIONES

### **PRIMERA:**

El medio nativo digital “El portal universitario” desconoce cómo hacer periodismo en redes sociales, las notables carencias profesionales, se ven reflejadas en la calidad de contenidos publicados durante el periodo de crisis sanitaria, restándole credibilidad y reputación al medio que se debe a una audiencia. En ese sentido, se requiere una reestructuración interna, donde verdaderos profesionales con formación periodística se ocupen de la gestión de contenidos informativos y cambien esta criticada rutina que el medio ha adoptado al duplicar contenidos que atenta contra toda la praxis y ética profesional

### **SEGUNDA:**

El constante cambio de los últimos años ha permitido a la rama periodística evolucionar a la par de la tecnología. Frente a ello, las exigencias profesionales y la formación en aulas deberían estar más acordes a la era digital, que cada vez gana más terreno sobre lo tradicional. Las nuevas aperturas laborales en la rama del periodismo digital y redes sociales exigen una modificación de la currícula de estudios respecto a los cursos teóricos y prácticos en periodismo. Las competencias con las que debe egresar un profesional en ciencias de la comunicación social deben permitirle desenvolverse profesionalmente en el contexto digital, que es actualmente el más demandado y competente. La formación toma relevancia en un contexto donde el ejercicio periodístico tiene mayor impacto en una plataforma digital y la presencia de un profesional es importante.



### **TERCERA:**

Proponer al Congreso de la República regular el hecho de la duplicidad de contenidos, la cual es una acción que atenta contra las buenas prácticas profesionales en la rama periodística digital, restándole créditos al esfuerzo y la autoría de estos contenidos informativos en webs o redes sociales, permitiéndoles a terceros beneficiarse económicamente. Esta es una acción que debe ser sancionada y debe servir como respaldo para aquellos medios y profesionales que ejercen dentro de las buenas prácticas periodísticas, recogiendo información y transformándola para medios digitales, una labor les merece esfuerzo.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angulo, H. (2017). Una nueva forma de hacer periodismo: el diseño multimedial en el periodismo digital boliviano. *Orbis Tertius - UPAL*, 151-175. Obtenido de <https://www.biblioteca.upal.edu.bo/htdocs/ojs/index.php/orbis/article/view/82>
- Antúnez, M. (2021). *La República y Perú21: Análisis del tratamiento noticioso en los diarios impresos durante la pandemia COVID-19*. Lima: Universidad Jaime Bausate y Meza. Obtenido de <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/247>
- Arias, F., & García, J. (2018). El destino del enlace periodístico: percepción de los editores y aplicación práctica de la hipertextualidad en los medios españoles. *Palabra Clave*, 275-309. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/649/64957526002/64957526002.pdf>
- Begoña, I. (2018). La infografía periodística en España: definición y tipología de uso . *Estudio sobre el Mensaje Periodístico* , 283-302. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/63729/4564456549513>
- Borbor, J. (2021). *Análisis de la cobertura periodística digital en crisis sanitarias : el caso GK y La Posta en la crisis del COVID-19*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://201.159.223.180/handle/3317/16931>
- Calva, D., Rivera, D., & León, T. (2020). Tratamiento informativo y competencias mediáticas de los medios nativos digitales en tiempos de Covid-19. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 17. Obtenido de



[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65760553/RISTI\\_2020-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1637621697&Signature=CbWgWm~A59B18e4clk-GPUNnP5MnQt167QLOm2x5eXeePWblb8iJa9ILOUVmWKehN8DkFjZuLf8ZOTDj0voZ66G8oBT4o8HgGijtIkdwI6OaZ02Grd-SaO1MmxMZGPJ1v-ED6qHERcTbm9wvt](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65760553/RISTI_2020-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1637621697&Signature=CbWgWm~A59B18e4clk-GPUNnP5MnQt167QLOm2x5eXeePWblb8iJa9ILOUVmWKehN8DkFjZuLf8ZOTDj0voZ66G8oBT4o8HgGijtIkdwI6OaZ02Grd-SaO1MmxMZGPJ1v-ED6qHERcTbm9wvt)

Casero, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 1-10. Obtenido de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3594133](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3594133)

Castillo, C., Cruces, L., & Guerra, M. (2016). La Veracidad de la Información Expuesta en las Redes Sociales. *Revista Educación y Tecnología*, 26-40. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6148884>

Colussi, J., & Rocha, P. (2020). Examining the journalistic genres hybridisation in content published by newspapers on Facebook Live. *The Journal of International Communication*, 20-35. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13216597.2020.1744467>

Cores, S.-a. R. (2005). *Deposito academico digital Universidad de Navarra*. Obtenido de <http://www.comunicacionsocial.es/p15.htm>

Corona, J. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *Scielo*, 3. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v14n1/ms16114.pdf>

Corzo, S., & Salaverría, R. (2019). Medios nativos digitales y analíticas web: cómo interviene el conocimiento de la audiencia en la construcción de noticias. *La innovación de la innovación: del medio al contenido predictivo*, 233-247. Obtenido de <https://dadun.unav.edu/handle/10171/56535>





- De Asis, C. (17 de Octubre de 2018). La crónica periodística en los tiempos de las redes sociales: medios latinoamericanos dan nuevo aliento al periodismo narrativo. Obtenido de <https://latamjournalismreview.org/es/articles/la-cronica-periodistica-en-los-tiempos-de-las-redes-sociales-medios-latinoamericanos-dan-nuevo-aliento-al-periodismo-narrativo/>
- De la Cruz, D. (2020). *Análisis de las fuentes periodísticas en la redacción de post sobre el COVID-19 de la fan page 'Trujillo Limpio', durante la cuarentena en el año 2020*. Trujillo: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27652>
- De la Fuente, M. (2010). Redacción y ortografía en la era de internet: Evaluación de los trabajos académicos estudiantiles. *Revista pedagógica*, 221-242. Obtenido de <file:///C:/Users/Compaq/Downloads/Dialnet-RedaccionYOrtografiaEnLaEraDeInternet-3829855.pdf>
- Díaz, J. (2018). Hipertexto en periodismo: realidad e investigaciones de futuro. *Anuario ThinkEPI*, 230-235. Obtenido de <file:///C:/Users/Compaq/Downloads/64584-Texto%20del%20art%C3%ADculo-197801-2-10-20180425.pdf>
- Estrella, A., García, N., Ortega, J., & Segovia, C. (2019). How does marketers' and users' content on corporate Facebook fan pages influence brand equity? *Electronic Commerce Research and Applications*, 1-18. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1567422319300444>
- Facebook. (2021). *Facebook*. Obtenido de [www.facebook.com/help/124970597582337/?helpref=uf\\_share](http://www.facebook.com/help/124970597582337/?helpref=uf_share)
- Fundación Universitaria San Pablo CEU. (2018). *Manual práctico de redacción periodística. Géneros informativos, interpretativos y de opinión*. Madrid: CEU



- Ediciones. Obtenido de  
[file:///C:/Users/Compaq/Downloads/Doxa\\_Comunicacion\\_n%C2%BA%2027\\_2018.pdf](file:///C:/Users/Compaq/Downloads/Doxa_Comunicacion_n%C2%BA%2027_2018.pdf)
- Galindo, R., & Puerta, A. (2021). *Tratamiento periodístico de las notas informativas publicadas en los diarios Sin Fronteras y Los Andes con relación a la pandemia por COVID-19, Puno 2020*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/15649>
- García, J., López, M., & Clemente, D. (2013). La organización de las redacciones en los nuevos diarios digitales españoles y su relación con los nuevos modelos de negocio. *Textual & Visual Media*, 141-160. Obtenido de <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/81/66>
- García, L. (2017). Periodismo de riesgo y catástrofe en los telediarios de las principales cadenas de televisión en España. *Chasqui*, 425-426. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/13261>
- García, X. (2021). *Análisis de la información difundida en la red social Facebook sobre el virus COVID-19 durante la pandemia y su influencia negativa*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54556>
- Gargurevich, J. (1987). *Nuevo Manual de Periodismo*. Lima: Causachun.
- Gómez, J. (2018). *Tratamiento de la información periodística en la sección policial de la edición regional del diario Sin Fronteras, Puno 2018*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/12499>



- Grundlingh. (2017). Identifying Markers of Sensationalism in Online News Reports on Crime. *Language Matters*, 117-136. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10228195.2017.1341543>
- Hagvar, Y. (2019). News Media's Rhetoric on Facebook. *Journalism Practice* , 853-872. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2019.1577163>
- Han, B. (2018). *Hiperculturalidad*. Barcelona: Herder Editorial.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Mc Graw Hill Education.
- Hualla, M., & Yuca, D. (2018). *El tratamiento periodístico de la cultura en los diarios de Arequipa: El Pueblo, Correo y La Republica en abril y mayo del 2017*. Arequipa: Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7297>
- Kirschner, P., & De Bruyckere, P. (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education*, 135-142. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0742051X16306692>
- La Rocca, G. (2020). La fuerza de un signo. Perspectivas teóricas para el análisis de los hashtags #. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 46-61. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3221/322164452004/322164452004.pdf>
- Lomas, R., & Tenemaza, D. (2021). *Análisis de contenido de la plataforma digital del Diario los Andes referente al Covid 19 en el Ecuador, período enero 2020 – junio 2020*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8217>



- Lopez Carrasco, M. A. (2007). Guia basica para la elaboracion de rubricas. *Innovacion educativa*.
- Luque, S. (2021). *Tratamiento periodístico en los diarios "Correo" y "Sin Fronteras" frente a la COVID-19, periodo 2020*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/16797>
- Martín, I. (2005). Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 24-29. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16009207.pdf>
- Martínez, J. (2017). "Copia y pega. Cómo las multinacionales construyen las noticias. Los breves de empresa en los diarios ""La Vanguardia"" y ""El Mundo de Catalunya"". Estudio de similitud entre los breves y las notas de prensa". Barcelona: Universitat Ramon Llull. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=114099>
- Martos, A. (2017). Comunicación verbal, lo que no nos cuentan. Obtenido de <https://blogs.20minutos.es/comunicacion-no-verbal-lo-que-no-nos-cuentan/2017/09/01/como-se-explica-la-conducta-de-grabar-en-lugar-de-ayudar-en-el-atentado-de-barcelona/>
- Mayuri, R. (11 de Agosto de 2021). (L. F. Flores Infante, Entrevistador)
- Meneses, J. (2020). *Tratamiento periodístico del Covid – 19 en la página de Facebook Sin Censura Cañete Noticias, Marzo - Abril, 2020*. Callao: Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/68384>
- Meza, E. (2013). Copiar y pegar: ¿hablamos de periodismo? *Revista UNIR*, 8.



- Moreno, O. (2020). La Divulgación de la información en la encrucijada de la crisis del COVID-19 en Paraguay Reacciones y transmisión de datos falsos y científicos a través de las redes sociales y los medios masivos. *Revista Sociedad Científica de Paraguay*, 30. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63798728/Divulgacion\\_Covid-19\\_Paraguay20200701-129495-1h56ukv-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1637621899&Signature=Z9jP8kbPF55No5C2Y0eFDdwnk1Zy15ayME1b~kjl4rd1wjihqU9Cs4bRbSdJB~We8l6klqe7duaj5NjCapKEkGCgOv78DMCDx6a51C](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63798728/Divulgacion_Covid-19_Paraguay20200701-129495-1h56ukv-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1637621899&Signature=Z9jP8kbPF55No5C2Y0eFDdwnk1Zy15ayME1b~kjl4rd1wjihqU9Cs4bRbSdJB~We8l6klqe7duaj5NjCapKEkGCgOv78DMCDx6a51C)
- Naranjo, F. (2017). *Transformación digital: Negocios y personas*. Madrid: Observatorio Digital.
- Navarro, M. (2021). *Análisis del fan page de FACSO como herramienta de comunicación interna durante el estado de emergencia sanitaria por el COVID 19 en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54762>
- Ni, X., Bu, S., & Markov, I. (2021). Prioritizing Original News on Facebook. *Computer Science*, 1-9. Obtenido de <https://arxiv.org/abs/2102.08465>
- Orihuela, J. (2002). *Nuevos paradigmas de la comunicación*. Quito: Editorial QUIPUS - CIESPAL. Obtenido de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1416>
- Palau, D., & Sánchez, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication & Society*, 1-16. Obtenido de <https://roderic.uv.es/handle/10550/78295>



- Patwa, P., Sharma, S., Pykl, S., Guptha, V., & Kumari, G. (2021). Fighting an Infodemic: COVID-19 Fake News Dataset. *Combating Online Hostile Posts in Regional Languages during Emergency Situation*, 21-29. Obtenido de [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-73696-5\\_3](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-73696-5_3)
- Pérez, A., Jiménez, C., Perlado, M., & Pedrero, L. (2020). Social Networks' Engagement During the COVID-19 Pandemic in Spain: Health Media vs. Healthcare Professionals. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18. Obtenido de <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/14/5261>
- Pérez, E., Vásquez, G., Villarreal, M., & Morales, C. (2016). Hacia la evolución de los géneros periodísticos. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 1-13. Obtenido de [https://comunicacionradiopinarcubava.cu/files/2020/05/Hacia\\_la\\_evolucion\\_de\\_los\\_generos\\_period.pdf](https://comunicacionradiopinarcubava.cu/files/2020/05/Hacia_la_evolucion_de_los_generos_period.pdf)
- Pineda, H., Jima, A., Paradela, M., García, C., Parra, E., Loayza, K., & Montoya, A. (2019). ¿Preparados para las Fake News? Un estudio exploratorio de la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia. *Contexto*, 1-39. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/288211651.pdf>
- Pleyers, G. (2020). Los movimientos sociales y la batalla por el significado de la crisis del coronavirus. *Pensamiento y Acción Interdisciplinaria*, 108-121. Obtenido de <http://revistapai.ucm.cl/article/view/632>
- Portal Universitario. (2021). Puno, Puno, Perú.
- Prada, O., Eslava, R., Chacón, E., & González, H. (2019). Gestión Editorial: Tratamiento de la información periodística. *Sapienza Organizacional*, 21. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553066143009/553066143009.pdf>



- Prieto, I., & Ramos, D. (2020). *Tratamiento periodístico de las noticias sobre el COVID-19 del diario "Sin Fronteras" Arequipa; marzo, abril y mayo del 2020*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa . Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/20.500.12773/11641>
- Real, E., & López, M. (2010). *Facebook: una nueva narrativa*. México: 7ma edición.
- Rodríguez, A., & Pérez, J. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, 175-195. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1647>
- Rodríguez, I., Ruiz, Y., Paíno, A., & Jiménez, L. (2017). El uso de Facebook como herramienta narrativa para articular el nuevo diálogo político. Estudio de caso de la II Asamblea Ciudadana de Podemos, 'Vistalegre II'. *Revista Latina de Comunicación Social*, 849-860. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/119296>
- Salas, J. (2017). *Uso del periodismo digital en las redes sociales Twitter y Facebook, por los estudiantes de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27479/1/FJCS-CS-512.pdf>
- Salaverría, R. (2005). *Cibermedios: El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *Profesional de la Información*, 1-27. Obtenido de



<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/6972>

9

Salvat, G. (2021). El lugar del periodismo ciudadano desde la credibilidad y la confianza.

*Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 639-648. Obtenido de  
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/71039/456445655696>

7

Sánchez, I., & Fernández, M. (2020). Comportamiento informacional, infodemia y

desinformación durante la pandemia de COVID-19. *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 1-7. Obtenido de

<http://www.revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/882>

Schmidt, A., Peruzzi, A., Scala, A., Cinelli, M., Pomerantsey, P., Applebaum, A., &

Gaston, S. (2020). Measuring social response to different journalistic techniques on Facebook. *Humanities and Social Sciences Communications*, 1-7. Obtenido de

[https://www.nature.com/articles/s41599-020-0507-](https://www.nature.com/articles/s41599-020-0507-3?fbclid=IwAR2Sz1TslBdGXDGq25LFnbqeyw4IU_2NsIUajn_TDJM11EF6B)

[3?fbclid=IwAR2Sz1TslBdGXDGq25LFnbqeyw4IU\\_2NsIUajn\\_TDJM11EF6BkEN9qSzX8](https://www.nature.com/articles/s41599-020-0507-3?fbclid=IwAR2Sz1TslBdGXDGq25LFnbqeyw4IU_2NsIUajn_TDJM11EF6BkEN9qSzX8)

Socialbakers. (2011). Obtenido de [socialbakers.com](https://www.socialbakers.com):

<https://www.socialbakers.com/blog/147-how-often-should-you-post-on-your-facebook-pages>

Souza, J. (1992). *Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo*. Madrid:

Paraninfo.

Suárez, J., & Cruz, J. (2016). Los dilemas deontológicos del uso de las redes sociales

como fuentes de información. Análisis de la opinión de los periodistas de tres países. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66-84. Obtenido de





<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1084/04es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2016-1084

Tandoc, E., Jenkins, J., & Craft, S. (2018). Fake News as a Critical Incident in Journalism. *Journalism Practice*, 673-689. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2018.1562958>

Upo, K., Cabrera, S., Guerrero, S., Córdova, E., Pezo, C., & Medina, L. (2020). Principios deontológicos del periodismo digital: una aproximación axiológica a la realidad. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 11-18. Obtenido de <https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/328>

Uvidia, A. (2021). *Análisis de las noticias transmitidas por redes sociales, y su influencia en estudiantes de la carrera de Comunicación Social UG*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54845>

Vera, R., Yucra, Y., & Barrientos, K. (2021). Esfera pública de los universitarios puneños, un análisis a la red social "El portal universitario". *Comunicación*, 12. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000100065&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000100065&script=sci_arttext)

Zorrilla, J. (1996). *Estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/1865/1/T20884.pdf>

Zuluaga, J., & Gómez, S. (2019). Medios nativos digitales en América Latina: agenda, sostenimiento e influencia. *Chasqui*, 301-315. Obtenido de <https://web.p.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=13901079&AN=141302028&h=h1FDR8uilQLc4Sz8IdtW>



GtVefa5YlunI7dffq5FFnMQ9zTITZ1xSIQ%2foJCZMOuTm6YiQl4rIv4KIHZG  
tGu3LWw%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=

Zunino, E. (2019). ¿Quién define la agenda? Las fuentes de información en la prensa digital argentina. *Comunicación y Sociedad*, 1-23. Obtenido de <http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e7394>



## ANEXOS



## ANEXO 01. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
<b>Variable independiente</b>	Géneros ciberperiodísticos	Géneros informativos	Noticias e infografías
		Géneros interpretativos	Reportajes y crónicas
		Géneros dialógicos	Encuestas, entrevistas y debates
		Géneros argumentativos	Columnas de opinión
<b>Tratamiento periodístico</b>	Fuentes periodísticas	Fuentes verificables	
		Fuentes no verificables	
<b>Variable dependiente</b>	Calidad periodística	Características del periodismo digital	Hipertextualidad
			Multimedialidad
			Interactividad
<b>Información en redes sociales (Facebook)</b>	Calidad de contenido	Ética periodística	Credibilidad
			Responsabilidad
<b>Variable dependiente</b>	Calidad de contenido	Redacción de Facebook	
		Narrativa	
		Frecuencia de actualización	



## ANEXO 02. GUÍA DE ENTREVISTAS



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

### MATRIZ DE ENTREVISTAS

<b>Nombre del entrevistado:</b>	<b>Mg. ROCIO MAYURI</b>
<b>Perfil profesional:</b>	Licenciada en periodismo por la Universidad Jaime Bausate y Meza, posee una Maestría en Gestión Pública y actualmente ocupa el cargo de sub gerente de desarrollo e inclusión social en la Municipalidad Provincial de Tacna. Es periodista digital y cofundadora del medio nativo digital “Prensa Independiente Tacna”
<b>Fecha de realización:</b>	11 agosto del 2021
<b>Hora:</b>	09:00 pm
<b>Lugar:</b>	Vía Zoom
<b>Observaciones:</b>	Sin observaciones

### GUÍA DE ENTREVISTA

Tema: El tratamiento periodístico de la información en la red social Facebook durante el contexto de la pandemia por covid-19 en su primera ola de contagio en el 2020.

**1. ¿Por qué Facebook se ha convertido en la plataforma más utilizada para el ejercicio del periodismo durante la pandemia?**

*Facebook se ha convertido en una necesidad también, además del alcance, por la independencia que le permite tener al periodista. La pandemia afectó al gremio periodismo, ya que muchos periodistas se quedaron sin empleo y tuvieron que generar sus propios medios.*

*Muchos periodistas vieron en las plataformas digitales una oportunidad de decir lo que, quizás cumpliendo una línea editorial de sus medios, no podían. No es un secreto que los medios obedecen a una línea editorial, o estoy con el gobierno de turno o no estoy, o toco la nota de alguna manera, y el periodista tiene que ceñirse a eso y las redes sociales durante la pandemia se han convertido en plataformas que les ha permitido cierta independencia y poder decir lo que no podían decir en sus medios es así como nace “prensa independiente Tacna” que es una iniciativa de cinco periodistas.*

**2. ¿Qué es lo que lo hace de Facebook atractivo para que medios tradicionales y nativos digitales tengan una cuenta en esta red social?**

*Además del alcance, la inmediatez que tienen. Es llegar en vivo y en el instante con la noticia, es lo que hace a Facebook atractivo, todos tienen el celular en la mano, todos han migrado a las clases virtuales, al teletrabajo, todos están en la pantalla y eso es lo que hace a Facebook atractivo como plataforma para darle soporte a un medio digital.*

*Considerando que Facebook ha sido según datos estadísticos el aplicativo más utilizado durante el periodo de confinamiento y sabiendo además que es la principal fuente de información.*

**3. ¿Qué importancia ha tenido la labor periodística al momento de publicar contenidos informativos por la red social Facebook durante el periodo de confinamiento?**



*Los que no hemos tenido la ventaja de realizar teletrabajo, hemos estado en las calles y bueno caminar por las calles parecía una película, no había buses, solo había militares y con los colegas solo nos podíamos reunir por zoom, algunos sufrieron de depresión, durante ese tiempo, porque ha sido muy fuerte con lo que nos hemos topado, en las puertas de los hospitales.*

*la labor periodística, ha sido importante para poder informar de manera responsable, en un medio digital si no estabas en la calle solo informabas lo que te llegaba de las redes sociales, cualquiera abre una página y pone “X” información, el periodismo es estar en el lugar de los hechos y eso le daba la confianza a la población de lo que se estaba informando.*

**4. *¿Ha sido posible realizar un adecuado tratamiento periodístico a contenidos informativos sobre la covid-19 en redes sociales? ¿Qué cree usted?***

*Se ha podido llegar a información y estadísticas, bueno era algo nuevo para todos, aunque un punto álgido durante fueron llegado el momento no se sinceraron las cifras y fue un punto álgido durante la transmisión de información, el gobierno manejaba unas y la prensa otras*

*Si ha sido posible, llevar la información responsable y de primera fuente.*

**5. *¿Cuáles han sido las fuentes más fiables para el tratamiento de la información durante el periodo de confinamiento?***

*Bien, hemos tenido bastante cuidado con los Fake news, llevamos como prensa independiente un curso de “fast checking” con la república, durante la pandemia aparecieron muchos medios digitales o muchas personas abusando de su derecho de libertad de expresión para abrir algún medio digital, había que tratar la información con responsabilidad, lo que se debe recalcar es que quien da primero la información no siempre da la información más veraz. Las fuentes de información en la pandemia siempre han sido los médicos, el director regional de salud a ellos se tenía que acudir para recopilar información.*

***Hablando de contenidos informativos en redes sociales desde sus elementos y formatos***

**6. *¿Cree usted que se ha tenido presente elementos como (la fotografía, videos y audios) y enlaces o palabras claves (Hashtag) al momento de desarrollar, ampliar y publicar contenidos informativos? ¿si pudiera dar una valoración a estos elementos, cuál sería?***

*Si, como plataforma digital es importante saber cómo hacer llegar la información y aprender lo que le gustaba a la población, es ahí donde te das cuenta que impacto tenía una fotografía con un texto o el impacto que tenía la misma fotografía en otro medio digital, pero con un diseño o una frase y ese tipo de post tenía a veces más rebote o más alcance que una simple foto y era lo mismo, hasta nos copiaban las notas y hemos tenido esos problemas muchas veces y decíamos: ¡es el mismo texto!, ni se preocuparon en voltear la nota, solo que a nuestra foto le pusieron su sello y un Lead out para que se diferencie, y tenía veinte mil reproducciones y la nuestra tenía la mitad.*



*Entonces porque las plataformas digitales tienen mayor alcance que un medio tradicional por la credibilidad también, porque prefieren creer en un medio digital (un fan page) que, en un diario, porque asumen que la línea editorial, o que la nota que me quieren vender ya viene con algo entre líneas.*

*Por otro lado, lo audiovisual ha sido lo que más se ha trabajado durante la pandemia que era lo que más jalaba a la población y en el tema del covid-19 era lo que más impactaba, porque era distinto ver una foto referencial de la puerta del hospital, con un titular “hubieron 50 muertos hoy” a un video con las ambulancias saliendo, los cajones y la gente llorando en la puerta, entonces lo audiovisual ha sido lo que más se ha trabajado durante la pandemia y bueno, los keywords (palabras claves) también teníamos que estar en tendencia con los hashtags que se estaban utilizando.*

**7. ¿Ha sido importante el empleo de los enlaces han sido importante para la ampliación del contenido informativo?**

*Creo que cada plataforma conoce su público objetivo. Digamos que al internauta que consume noticias en Facebook no le gusta leer mucho, entonces se sintetiza la información en un breve y van al enlace al que quiere profundizar en la información, aunque se ha caído mucho en el clickbait y muchas veces te venden en el titular algo y cuando abres la nota no decía nada de eso, creo que se ha llegado a un abuso con el de crear enlaces con el único propósito de llevar tráfico a la página o por generar tráfico para la publicidad, porque eso es a lo que han apelado algunos medios conocidos. Es importante para ampliar la información, pero no abusar del mismo.*

**8. La acción del “copia y pega” ya sea del texto informativo o de la fotografía ¿Cómo se considera dentro del marco periodístico digital?**

*No es ético, en términos periodísticos creo no es ético, han surgido páginas que copian tal cual la información, obviando de citar la fuente, no dándose el tiempo de leer y voltear la nota y esa es la extrañeza porque la república tiene la misma nota y tiene 10 compartidos y la página “tal” tiene 150 compartidos, porque si es el mismo el texto, incluso había temas de investigación. Pero bueno finalmente es la población que elige que consumir. En resumen, diría que no es ético, siempre se tiene que citar la fuente, dar los créditos a la fotografía, entre los colegas siempre se comparten las fotografías, pero citar las fuentes es lo ideal.*

**9. ¿Considera que la narrativa en medios digitales difiere de la narrativa en medios tradicionales, que cree usted? ¿Por qué?**

*Cada plataforma tiene su lenguaje, no es lo mismo lo que se redacta para el diario que para la web, porque es otro público objetivo, no es el mismo lector el del diario, al de la página web o al que busca la información en redes sociales y cada plataforma tiene diferentes características. Tengo que escribir de acuerdo a la plataforma en la que estoy presente. No concuerdo con copiar lo de Facebook a Instagram o Twitter.*

*En el caso de Facebook la narrativa es más ligera, no tan adornada y además por la inmediatez, la generación del ¡ya!, es querer ver algo conciso y leerlo en mínimo dos párrafos y que me tome menos de un minuto.*

**10. ¿Cuáles cree que han sido los géneros ciberperiodísticos más trabajados para desarrollar o ampliar información por redes sociales?**

*Creo que los que más se han usado, ha sido la entrevista, escuchar la información de primera mano y transmitirla al consumidor es lo que más se ha usado. Por lo menos en*



*Facebook no voy a mandarme con una crónica o con un editorial, porque no la van a leer. Incluso se han utilizado, gifs o videos, se han utilizado nuevos recursos periodísticos para la plataforma digital para adecuarnos un poco al consumidor. Pero si lo que se ha manejado bastante es la entrevista incluso las crónicas en vivo como la encerrona como marco Sifuentes que la utilizado bastante.*

**Desde su experiencia profesional.**

**11. ¿Cuál ha sido proceso de revisión que ha podido aplicar para un contenido informativo antes de su publicación?**

*Hemos ido primero a la fuente, nuestra fuente primordial era la OMS, luego los médicos, corroborar la información y bueno a pesar que todos son redactores siempre nos hemos pasado las notas “antes de” o sea compartir la información entre nosotros (El equipo) para dar el visto bueno.*

**12. Respecto a una página web ¿Qué tan necesario, es que un medio de comunicación cuente con uno?**

*Bueno contar con una web es útil y necesario, pero no indispensable, porque hay medios que tienen el soporte que tienen el soporte en la página de Facebook, nosotros llegamos tener un blog para notas más trabajadas, como mencionaba, solo trabajamos notas con dos párrafos como máximo y para notas que queríamos ampliar poníamos el URL y los reenviábamos al blog para leer la nota completa, en ese sentido era un soporte, muchas veces no hay mucha confiabilidad en la página de Facebook.*

**Considerando la formación periodística, desde su punto de vista y haciendo una autocrítica**

**13. ¿Cree usted que el contexto pandémico ha revelado carencias dentro del marco periodístico al momento de difundir una información en redes sociales?**

*Creo que habido falencias una de las mayores ha sido la credibilidad. Durante la pandemia se abusó también del derecho a la libertad de expresión, creo mi página de Facebook y me voy copiando notas de todos los lugares, llega un momento en que te vez con 10 mil seguidores empiezo a publicar notas solo para generar tráfico. Los periodistas han tenido que competir con los Fake news.*

**14. ¿Durante el periodo de confinamiento como se puede describir el nivel de interactividad?**

*Durante el confinamiento ha crecido el consumo de las redes sociales y eso se ha sabido aprovechar, el tiempo libre ha hecho que las personas sean más cercanas a sus dispositivos tecnológicos, viendo videos, buscando información y bueno Facebook continúa siendo la red social más consumida por los peruanos.*

**15. ¿Cree usted que la interactividad es una característica realmente valorada en el proceso periodístico en redes sociales? ¿Por qué?**

*Se han aprovechado las transmisiones en vivo, el usuario se siente parte de la noticia, no se conforma con ser solo espectador, quiere participar y dejar su opinión.*

**16. ¿Con que frecuencia debió ser actualizada la información en redes sociales durante el periodo de confinamiento? Considerando un valor numérico cual sería**





*Bueno, la meta es que cada uno de los integrantes del equipo suba una nota al día y de acuerdo a los horarios de mayor tráfico en redes sociales. Creo que el promedio esta entre 5 a 7 notas diarias que puedan generar tráfico durante el día. Claro que las notas deben ser recogidas y redactadas por el equipo, de ahí la molestia cuando veíamos que nuestras habían sido copiadas íntegramente para otras páginas. Adicional se comparte información de contexto nacional e internacional que consideramos relevante.*

**17. ¿Qué características se deben considerar al momento de priorizar la publicación de un contenido informativo?**

*Una regla de oro es usar correctamente los hashtags, para poder, uno ordenar mi información y posicionar el contenido dentro de las tendencias y el texto debe ser breve y conciso.*

**Para concluir y considerando lo anteriormente conversado.**

**18. ¿Cree que la formación profesional periodística es indispensable para el ejercicio del periodismo en redes sociales, lo que corresponde a la rama del periodismo digital?**

*Bueno yo particularmente, siempre he pensado que uno debe tener la formación de periodista se mucho de la ley torres y torres Lara que permite a cualquier persona de cualquier profesión, poder ejercer como periodista. Pero yo sí creo que tener la formación, porque la formación de da otra visión el enfoque yo puedo saber hacer un video y editarlo muy bien, pero si no tengo la formación no voy a saber que con qué imagen empezar o que con qué imagen voy a impactar más a la población lo que palabras utilizar, siempre he creído que el periodista debe serlo con todas sus letras yo sé que, si soy abogada, puedo tener mi programa de radio agarrar el micrófono y ya estoy ejerciendo el periodismo. Pero si creo que, si debe haber una formación para darte un respaldo, para darte el soporte.*

**19. ¿Cree que es importante una reestructuración académica donde se incluya al periodismo digital y redes sociales como una rama de formación desde pregrado?**

*Bueno hay especializaciones postgrado, en el caso de Bausate y meza mi alma mater, también existe en pregrado, pasas por el tema del periodismo digital y es importante porque vamos con las tendencias. Hace algunos años no podríamos haber hablado de un video reportero, pero ahora si sales con tu celular, tu celular tiene su micro incorporado, sales con tu tachito de luz. Y ese profesional necesita saber de qué manera trabajar, suena sencillo, pero darle tu celular a cualquier otra persona y dile transmite, no es tan fácil como parece y creo que desde las aulas debería formarse.*

**20. ¿Cree que el Community manager debería tener formación periodística para el manejo de contenidos informativos en las redes sociales?**

*Bueno lo que nos pasa en el ejercicio profesional hacemos de todo y necesariamente Community manager es el que va a gestionar los contenidos, pero tengo un diseñador, un productor audiovisual, pero se necesita de la formación para poder orientar y sus funciones, como cuando salgo con el camarógrafo y puede hacer tomas espectaculares, pero si yo no le digo que quiero él no va saber cómo enfocar la noticia.*

**21. ¿Qué opinión merece para usted el que el periodismo sea actualmente ejercido por personas ajenas a la profesión?**

*Bueno justo comentábamos en la oficina acerca de eso, un colega me comentaba que su hijo que está terminando el colegio, y me decía que lo estoy convenciendo para que no*



*estudie ciencias de la comunicación, si le gusta el periodismo y si le gusta las cámaras que estudie cualquier otra profesión porque igual va a poder ejercer el periodismo. Entonces puede gustarte estar en cámaras, puede gustarte hablar de un tema, pero eso no te convierte en periodista. A mí particularmente como periodista de formación, si me duele cuando veo “paginas X” que publican algo noticioso y cuando meten la pata, los comentarios son incómodos respecto a la profesión se hacen notar. Necesitamos más respaldo del colegio de periodistas que permitan el ejercicio a profesionales colegiados y habilitados.*



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### MATRIZ DE ENTREVISTAS

<b>Nombre del entrevistado:</b>	<b>Ángel Abimael Apaza Cotrado</b>
<b>Perfil profesional:</b>	Profesional en ciencias de la comunicación social, actualmente cursa una Maestría en gestión pública. Se desempeña como jefe del área de página web y redes sociales de radio “Onda Azul”, pertenece a la red de comunicadores indígenas en la región Puno y es miembro de la ANP (asociación nacional de periodistas)
<b>Fecha de realización:</b>	12 de agosto del 2021
<b>Hora:</b>	06:32 pm
<b>Lugar:</b>	Vía Zoom
<b>Observaciones:</b>	Tiempo limitado

#### GUÍA DE ENTREVISTA

Tema: El tratamiento periodístico de la información en la red social Facebook durante el contexto de la pandemia por covid-19 en su primera ola de contagio en el 2020.

**1. ¿Por qué Facebook se ha convertido en la plataforma más utilizada para el ejercicio del periodismo en el contexto pandémico?**

*Hay un tema en específico, que se ha hablado fuertemente en los meses junio, julio y agosto del año pasado. Si hablamos de Facebook creo que es un RS a nivel de la región Puno, que ha tenido mucha repercusión y que actualmente sigue siendo el referente para que muchos usuarios puedan buscar información, noticias y demás. En el medio de comunicación en el que estoy, resalta más la importancia el uso de esta red social ya que estamos dentro de las 5 páginas con más seguidores a nivel regional. Lo que nos compromete a su vez tener mucho más cuidado con las publicaciones que realizamos. Facebook ayuda bastante a que cualquier medio de comunicación pueda tener acogida en su página web, porque si en algún momento Facebook llegara a tener una caída o desapareciera, creo que muchos medios de comunicación que comparten información por este medio tendrían el mismo fin (desaparecer)*

**2. ¿Qué es lo que lo hace atractivo a Facebook para que medios tradicionales y nativos digitales tengan una cuenta en esta red social?**

*En la actualidad el tener un fan page, hizo que los medios comunicación vieran el potencial de la red social y los motores de búsqueda en sus manos, (el celular) cuando*



por ejemplo ocurre un accidente, la gente se pregunta: ¿Quién lo habrá publicado?, ingresan al aplicativo (Facebook) buscas el referente y te sugiere cualquier medio de comunicación, le das me gusta a la página de tu interés y listo Facebook ya te recomienda contenido, respecto a tus búsquedas.

**3. ¿Qué importancia ha tenido la labor periodística al momento de publicar contenidos informativos por la red social Facebook durante el periodo de confinamiento?**

Ha tenido muchísima relevancia, como experiencia, lo curioso en tiempos de pandemia, es que se empieza a tener más y más información. varios medios tuvieron que despedir al personal (periodistas) por temas de presupuesto, lo que ocasiono que surgieran varias páginas de Facebook, que compartían información del periodista, mas no del medio, lo que género que a su vez que se tuviera grandes cantidades de información muchas verídicas y muchas falsas también. Las famosas “Fake news”. Lo que observamos es la presión del área de prensa: “Publica, publica... tantas personas han fallecido, esto está pasando aquí, este es el total de contagios...”. Esta situación la vivíamos desde tempranas horas del día, hasta altas horas de la noche, y esta información es la que exigía la población: “¡Cuantos, fallecidos, cuantos fallecidos!” y lo hacían notar en los comentarios. Como medio de comunicación tocaba informar al respecto, y algo que se adoptó como política del medio, era publicar lo que vaya ayudar a la población, no lo que provoque miedo. enfocando lo bueno del contexto, por ejemplo: “se recuperaron 16 infectados”. Hasta el mes de agosto la gente estaba con pánico y las noticias falsas rondaban. Algo que se ha tenido que tomar en cuenta es que el periodista como referente del medio de comunicación dejaba de serlo en su casa y compartía esta información (de pánico) es sus páginas sociales.

**4. ¿Ha sido posible realizar un adecuado tratamiento periodístico a contenidos informativos sobre la covid-19 en redes sociales? ¿Qué cree usted?**

Como experiencia en Facebook, hicimos una publicación sobre la ivermectina y Facebook nos sanciono y al sancionarnos, estuvimos sin publicar tres días, bajo una advertencia drástica, con la posibilidad inclusive de cerrar nuestra página si volvíamos a realizar una publicación similar (respecto a la ivermectina) la advertencia era clara, no se puede incitar a la comprar de medicinas que no hayan sido recomendadas por los entes reguladores de salud, por lo tanto la publicación no era verídica y se censuraba, eso por parte de Facebook.

Ahora si vamos al tema de la responsabilidad como página, la política, era no meter pánico a la población, pero la discusión era con el área de prensa, sobre la información se decía: “Pero eso es lo que vende, no nos leerán, no vamos a vender, no nos van a escuchar” entonces en ese momento era difícil realizar las coordinaciones, porque los colegas empezaron a contagiarse. Solo tres colegas estuvieron presencialmente en el medio de comunicación el resto trabajaba desde casa. Y bueno los que ya veníamos trabajando con las publicaciones digitalmente no había problema, el problema era con aquellos colegas que estaban acostumbrados a lo tradicional.

Respecto a las publicaciones, si tocábamos el tema de los fallecidos por la mañana, necesariamente en la tarde se tenía que publicar una nota respecto a los recuperados, ese tipo de estrategia ayudo a que el medio de comunicación se volviera confiable y que creciera la cantidad de seguidores.

**Hablando de contenidos informativos en redes sociales desde sus elementos y formatos**



5. ***¿Cree usted que se ha tenido presente elementos como (la fotografía, videos y audios) y enlaces o palabras claves (Hashtag) al momento de desarrollar, ampliar y publicar contenidos informativos? si pudiera dar una valoración a estos elementos ¿cuál sería?***

*Es más fácil leer un flyer o volante digital, por ejemplo: “último minuto, presidente castillo asume el cargo” y con solo leer eso ya sabe que está sucediendo algo, porque seamos sinceros los que están en redes sociales se han acostumbrado a la información rápida, pero también hay una buena cantidad de personas que desean contrastar la información y ampliar la lectura para eso están las publicaciones de una web en Facebook (enlaces)*

*Es curioso tienes más acogida con un titular llamativo y una buena imagen que con un titular largo y extenso. Lo mismo pasa con los videos en tiempo de pandemia los resúmenes de noticias empezaron a tener acogida, 5 noticias en 2 minutos, un resumen de las más importantes, para ello se aprovecharon las historias de Facebook.*

*Aunque los hashtags son propios de Twitter, en Facebook recuerdo que en algún momento se metía hashtag a todo, ahora la forma de trabajo es utilizando un hashtag en específico: “#Local, #Regional, #Nacional” iniciando la nota con un hashtag, es importante, si, ahora en publicaciones noticiosas o en el caso de publicaciones que contengan imágenes solo un hashtag, pero en el caso de videos ahí si necesitamos poner las palabras claves y/o emoticones con el propósito de hacer la publicación más atractiva.*

6. ***¿Considera que la narrativa en medios digitales difiere de la narrativa en medios tradicionales, que cree usted?***

*Definitivamente, para todo comunicador, cuando nos hemos formado, por lo menos en la generación mía, no nos han hablado mucho del tema digital, de un tiempo aquí el tema de la tecnología ha avanzado mucho. El tema de la narrativa ayuda mucho, aprovechar las historias de Facebook, los últimos minutos.*

*Ahora los titulares para el medio radial son extensos, con bastante texto, pero para redes sociales la información debe ser transformada, reduciendo el titular a uno corto y el texto a uno para redes sociales y otro para la página web en nuestro caso. Incorporando las palabras claves, imágenes, enlaces, etc.*

7. ***¿Cuáles cree que han sido los géneros periodísticos más trabajados para desarrollar o ampliar información por redes sociales durante la pandemia? Y ¿Por qué?***

*Se ha seguido trabajando con la noticia como tal (notas informativas) si, ahora los reportajes por audio (una imagen estática, con un espectro de audio) también por video, el tema de las entrevistas, imágenes virales han tenido acogida y las transmisiones en vivo ha sido básico y útil durante este tiempo y se ha puesto por encima de otros géneros.*

***Desde su experiencia profesional.***

8. ***¿Cuál ha sido proceso de revisión que ha podido aplicar para un contenido informativo antes de su publicación?***

*Antes de la pandemia, el periodista iba al lugar donde estaba la noticia, entrevistar y/o recoger la información ir al área de prensa, escuchar lo que se tenía que redactar y lanzar por el medio de comunicación. En la actualidad muchas veces se puede ir al lugar de los hechos, pero por el tema de la pandemia y más aún durante los meses de julio y*



*agosto. No había instituciones abiertas. Lo que se hizo en el medio de comunicación es justamente utilizar las plataformas de video conferencia, las llamadas telefónicas también fueron de ayuda. Una vez recabada la información, el audio como tal. Nuevamente desde casa se procede con la redacción de la nota. Y pasa a un servidor del medio de comunicación, seguidamente se pasaba al área de redes sociales y se transformaba la información, antes de ser publicada. en este tiempo se utilizaron muchas fotos referenciales por el tema del confinamiento.*

*Ahora en ese proceso también se hacían las correcciones ortográficas, antes de publicar. El medio de comunicación también recurría a un especialista de salud, para confirmar la veracidad de la información en las llamadas o entrevistas telefónicas y ahí la responsabilidad del personal de salud que maneje el tema y pueda transmitirnos lo importante para publicar.*

**9. ¿A qué otras fuentes se han recurrido para verificar la información en tiempos de pandemia?**

*A las paginas oficiales de salud a nivel nacional, sin embargo, algo que nos choca como medio de comunicación es aquella información que se repite en varias páginas, pero que no estaba confirmada, y se decía: “Yo, vi la información en tres páginas esta publicada, porque no me dejás publicar”, la respuesta era “NO”, y leías la noticia y no tenía fundamento, pero vendía.*

*Ahora, otras fuentes oficiales, el peruano por lo decretos, el ministerio de salud que es lo que dice, sobre el uso de la ivermectina y el dióxido de cloro, en su momento nadie acreditaba eso.*

*Ha sido fundamental los especialistas y los medios oficiales, en realidad quien te estaba dando la información de primera mano.*

**10. ¿Cuál es el tratamiento respecto a las notas informativas que se toman de otras fuentes de autoridad?**

*En un inicio no había inconvenientes con respecto al copia y pega de información, no había sanciones respecto a eso, pero en la actualidad si tenemos que voltear la nota, nosotros que trabajamos con Google Access, que es la forma de cómo generar dinero por redes. Lo que pasa es que por algún tiempo se copiaba y pegaba, citando a la fuente claro, sin embargo, nos quitaron la publicidad, porque (para Google Access) nos consideraron un medio que copia y pega información. Desde entonces aprendimos a que se tiene que voltear la nota.*

**11. ¿El “copia y pega” como se considera esta acción dentro del marco periodístico digital?**

*Algo que aprendí, es que lo que publicas en redes sociales se queda en redes sociales, reconocer que eres un medio que copia es pega, es perder credibilidad.*

*En tiempo de pandemia han salido muchas páginas, que compartían información enfocado con lo terrible y catastrófico (respecto a la pandemia en la región) entre de esas hemos estado muchas páginas que hemos tratado de llevar de alguna u otra manera la información que pueda ayudar a la población. Nosotros estamos prestos a que nos puedan copiar, ponle un sello a la nota, ponle un sello a la imagen, para que se evite la copia, ha sido una recomendación, pero de alguna u otra forma, como medios locales aprendemos de los medios nacionales e internacionales. Si muchas veces se ha recurrido a estas fuentes donde copiábamos la imagen, claro que el texto siempre ha*





*sido volteado, la recomendación es citar la fuente, reconocer de donde ha salido la información.*

*Desde ese punto no podría criticar, incursionar en las redes ha sido un tema nuevo para todos.*

**12. ¿Cree usted que el contexto pandémico ha revelado carencias dentro del marco periodístico al momento de difundir una información en redes sociales?**

*Creo que ha sido respecto al tema de las Fake news, lo fácil que es crear una página de Facebook abre las puertas a que puedas tener acceso a información falsa o tendenciosa, entonces eso es algo real que nosotros como periodistas vemos. “¡oye, salió esto!” y cuando empiezas a revisar los perfiles y las publicaciones que hacen la mayor parte son informaciones falsas orientadas a una línea política, orientada al morbo, lo rojo es lo que vende más y de ese tipo de informaciones es lo que se ha visto más.*

**13. ¿Durante el periodo de confinamiento como se puede describir el nivel de interactividad?**

*Se ha tenido bastante interactividad, tanto para las personas que ven la información, como para los que teníamos que publicar. El comunicador no ha parado durante el periodo de confinamiento, había mucho que hacer y durante todo el día estábamos con la información, y como medio se ha estado publicando mucho contenido. El hashtag último minuto, ha sido importante para jalar audiencia y generar interactividad.*

**14. ¿Cree usted que la interactividad es una característica realmente valorada en el proceso periodístico en redes sociales dentro de la región?**

*Si, muchas veces las notas informativas en Facebook tienen más interactividad que en la web. Por ejemplo: en Facebook suele tener más reacciones, compartidos y comentarios, pero en la web la estadística nos demuestra que esta misma nota no tiene el alcance esperado, lo que nos lleva a pensar si realmente las personas han leído, nuestra información. Sin embargo, se valora más la cantidad de compartidos.*

**15. ¿Con que frecuencia debió ser actualizada la información en redes sociales durante el periodo de confinamiento?**

*Bueno si hablamos del 1 al 10, podemos considerar 7 u 8 publicaciones. Hemos estado publicando mucho. En el medio hay una estructura, en la mañana normalmente salen entre 5 a 6 noticias entre locales y nacionales, para el medio día la misma cantidad, en total diariamente estamos publicando de 15 a 20 notas y durante el contexto pandémico (mes de agosto) de 20 a 30 publicaciones, con énfasis en la situación regional.*

**16. ¿Qué características se deben considerar al momento de priorizar la publicación de un contenido informativo?**

*En el medio se priorizan de tres tipos, las más relevantes, las que están en coyuntura (notas ampliadas) y las que nosotros consideramos de importancia y que deben ser publicadas.*



***Para concluir y considerando lo anteriormente conversado***

***17. ¿Cree que la formación profesional periodística es indispensable para el ejercicio del periodismo en redes sociales, lo que corresponde a la rama del periodismo digital?***

*Es importante, aunque en la región Puno no se habla del periodismo digital, pero debería ponerse en consideración ya que estamos en la era digital, porque sorprende que un practicante llegue y lo que tenga en mente realizar sean funciones tradicionales, mas no funciones actuales. Cuando se le dice que estas cosas también se hacen la radio, el docente se oponga. Y eso sorprende. De ahí el tema de la especialización importante.*

***18. ¿Cree que es importante una reestructuración académica donde se incluya al periodismo digital y redes sociales como una rama de formación desde pregrado?***

*Muy necesario e importante en la actualidad, en el área de la comunicación tenemos muchos profesionales desempeñando funciones en otras ramas y con el tema de la tecnología y con la pandemia muchos hemos tenido que reinventarnos sobre todo los que estábamos en lo tradicional. Es curioso por eso ver a un practicante ante la negativa de su docente por no permitirles realizar prácticas en redes sociales. En ese sentido si podría decir que los docentes deben tomar en consideración es tema y porque ya estamos en la era de tener profesionales en esta rama.*

***19. ¿Es fácil hacer periodismo en la red social Facebook?***

*No tan fácil en realidad, para quien se acostumbra, agarras el ritmo y puedes hacerlo rápido. Pero en el caso de un practicante, voltear una nota, realizar un social video, no es fácil.*

***20. ¿Qué opinión merece para usted el que el periodismo sea actualmente ejercido por personas ajenas a la profesión?***

*Una cosa simple, creo que crearte una página en Facebook es fácil, en realidad todos lo podemos hacer. Pero no por nada uno se forma, que así mires un video en YouTube no vas aprender. Un profesional tiene base para hacer unos lineamientos, quien no haya aprendido eso, son aquellas personas que comparten información que solo hacen daño a la sociedad, porque no tienen una estructura los contenidos son tendenciosos, etc.*

## ANEXO 3. MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

### MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La muestra se analizará de acuerdo a las siguientes unidades:

1. GENEROS CIBERPERIODISTICOS		2. HIPERTEXTUALIDAD		3. MULTIMEDIALIDAD		4. INSTANTANEIDAD		5. INTERACTIVIDAD	
COD		COD		COD		COD		COD	reacciones
1	NOTAS INFORMATIVAS	1	PALABRAS CLAVES (hashtag) (a) hashtag de organización de contenidos (b) hashtag de posicionamiento (c) ambas	1	FOTOS	1	PUBLICACIONES DE ULTIMO MINUTO	1	-200
2	INFOGRAFIA		2	VIDEOS	2	VIDEOS	2	800- a más	comentarios
3	REPORTAJE		3	IMAGENES (infográficas)	3	AUDIOS	3	200-399	compartidos
4	CRONICAS	2	ENLACES EXTERNOS	4		4	400-599	1	-200
5	ENTREVISTAS		(a) link o URL (b) etiquetas (c) ambas	4		4	600-799	2	200-399
6	ENCUESTAS	3	AMBAS			5	800- a más	3	400-599
7	DEBATE						5	800- a más	4
8	COLUMNAS							5	800- a más



MEDIO DIGITAL	N° DE PUBLICACIONES	TITULAR O ENCABEZADO	GENEROS CIBERPERIODÍSTICOS	CARACTERÍSTICAS PERIODÍSTICAS DIGITALES						
				HIPERTEXTUALIDAD		MULTIMEDIALIDAD	INSTANTANEIDAD	INTERACTIVIDAD		
				Código	hazhbg enbccc				reacciones bomentarios compartidos	
	1	Reporte 110 sobre casos de coronavirus	2	1	c	3	-	1	1	1
	2	Fuerzas armadas y PNP acordaron determinar acciones frente a cuarentena focalizada para Puno y Juliaca	1	1	a	1	-	1	1	1
	3	Cinco Médicos y cuatro enfermeras llegaron a ESSALUD PUNO, para combatir y sobrelevar el colapso de hospitales.	1	1	a	1	-	1	1	1
	4	#ENVIVO - Trabajadores del HVMB protestan tras colapso del hospital.	1	3	c	2	2	3	1	1
	5	Rioplío en Ilantoni Alcalde Azangarino Flavio Mamani derramo lágrimas ante el irrespeto de normas sanitarias en su pueblo	1	1	a	1	-	4	1	1
	6	Inician operativos: se activan operativos a vehículos por parte de personal policial	1	1	a	1	-	1	1	1
	7	¿Qué opinas al respecto? Municipalidad de San Román no restringirá el comercio ni el transporte urbano	7	1	a	1	-	5	3	1
	8	Reporte 113 sobre casos de coronavirus	2	1	a	3	-	1	1	1
	9	Origenaton puno: la campaña solidaria para implementar plantas de oxígeno en la ciudad de puno.	1	3	c	1	-	1	1	1
	10	Puno supera los 200 muertos por covid-19 tras registrar 19 decesos en un día	1	3	c	1	-	3	1	1
	11	Juliaca: plantean atención en mercados desde 5 am a 1pm	1	1	a	1	-	1	1	1
	12	Puno supero la cifra de 5 mil contagiados por covid-19	1	1	a	1	-	2	1	1
	13	Médico Puno: Nunca vi morir a tanta gente por falta de oxígeno	1	3	a	1	-	3	1	1
	14	Subdirector encargado del Hospital Regional Manuel Núñez Buitron de Puno, médico Jorge Lopez Tejada, mediante un documento dirigido al gobernador regional y al director encargado de la región de salud Puno, comunica que está contagiado con coronavirus.	1	1	a	1	-	1	1	1
	15	Juliaca y Puno: Contratan médicos para los penales penitenciarios	1	1	a	1	-	2	1	1
	16	Juliaca: ya no habría reunión con dirigentes para definir cuarentena por 15 días	1	1	a	1	-	1	1	1
	17	Esperan que iermechina producida por el hospital de Puno no se vendida a mayor precio por persona inescrupulosas	1	1	a	1	-	1	1	1
	18	Comando covid provincial puno acuerda elevar propuesta a comando regional acerca de la cuarentena obligatoria en toda la region puno	1	1	a	1	-	1	1	1
	19	Suspenden ferias en P.omata para evitar contagios por coronavirus	1	1	a	1	-	1	1	1

TARJETA =

20	Director de Red Juliaca señala que médicos escapan de pacientes con covid 19	1	3	a	-	1	-	5	1	1	2
21	Pedían atención mental para pacientes que padecen covid 19	1	1	a	-	1	-	1	1	1	1
22	Último: Premier y ministros viajan a Puno para afrontar Covid-19	4	1	a	-	1	1	1	1	1	1
23	Ahora: El gobernador regional Agustín Luque Chajña junto al premier, Walter Martos y ministros de salud, vivienda y defensa	4	1	a	-	1	1	1	1	1	1
24	En vivo - Presidente del consejo de ministros y titulares del ministerio de salud se encuentran en Puno para supervisar megaoperación TAYTA	4	1	a	-	2	2	1	2	1	1
25	Ahora-Confirman deceso de Jesús Isaac Tasuri Morales, quien anoche fallecería en una polera con un infarto cardíaco a causa de la	1	1	a	-	1	1	5	3	3	2
26	Derecan 277 positivos por covid 19 en el primer día del plan TAYTA	1	1	a	-	1	-	2	1	1	1
27	Alarmando en un solo día 1031408 positivos	1	1	a	-	1	-	1	1	1	1
28	Alcalde de Puno pidió prisión preventiva para médicos y enfermeras por abandonar hospitales	1	3	a	-	1	-	5	3	1	1
29	Ahora 100 balones de oxígeno fueron trasladados desde el aeropuerto Internacional Inca Manco Capac, para ser distribuidos en hospitales de Puno y Juliaca.	1	1	a	-	1	1	2	1	1	1
30	Importante este es el reporte del comando covid-19 sobre la situación del coronavirus en nuestra región Puno hasta el 19 de agosto.	2	1	a	-	3	-	1	1	1	1
31	Se suspende actividades económicas desde 15:00 hasta las 04:00 horas en la ciudad Puno	1	3	a	-	1	-	2	1	1	1
32	Fallece directora de la Ugel Lampa a causa de la covid 19	1	1	a	-	1	-	2	1	1	1
33	Jóvenes de la provincia de MDHO entregan máscas y eucalipto a peñoneros	1	3	a	-	1	-	5	1	1	1
34	Región de Puno sobrepasa los 10.000 casos a nivel regional.	2	1	a	-	3	-	1	1	1	1
35	Advierten que clausuran establecimientos que incumplan con nuevo horario.	1	1	a	-	1	-	2	1	1	1
36	Juliaca: trabajadores fueron encontrados ebrios en hospital de Juliaca	1	3	a	-	1	-	3	1	1	1
37	Yalter Aduviri Calisaya, dio positivo al coronavirus	1	1	a	-	1	-	2	1	1	1
38	Miembros del Colegio de Ingenieros diagnosticados con COVID-19 reciben subvención económica de P 500 soles	1	-	-	-	1	-	2	1	1	1
39	Médicos loretaños realizan atención domiciliaria en Azángaro	1	1	a	-	1	-	1	1	1	1
40	Plantean cuarentena hasta el 13 de septiembre en la provincia de Puno	1	1	a	-	1	-	5	2	1	1
41	La dirección regional de salud Puno y el comando covid-19 informan a la ciudadanía regional el reporte Nro 136 sobre casos de coronavirus...	2	3	c	b	3	-	5	1	1	1
42	Fiden que fiscalía actúe legalmente contra Orlando Arapa y Hernán Fuentes	1	1	a	-	1	-	2	1	1	1
43	Se reduce número de entierros por covid 19 en Puno	1	1	a	-	1	-	3	1	1	1
44	En Puno empresas de taxis y motocicletas amenazan romper la cuarentena desde el martes primero de septiembre	1	-	-	-	1	-	4	2	2	2
45	La dirección regional de salud Puno y el comando covid-19 informan a la ciudadanía regional el reporte Nro 140 sobre casos de coronavirus....	2	3	c	b	3	-	3	1	1	1
46	Mañana llega la primera planta de oxígeno para Juliaca	1	1	a	-	1	-	1	1	1	1



## ANEXO 4. MATRIZ DE VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LA REDACCIÓN EN FACEBOOK

### MATRIZ DE VALORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La siguiente matriz valora la calidad de la redacción per

Donde:	
<b>Redacción periodística en facebook</b>	
ALTA(4 <)	1
BAJA(< 3)	2

A	<b>hashtag (#)</b>	<b>puntaje</b>
	Uso de un hashtag (#)	1
	Mas de un hashtag (#)	0
B	<b>El titular informativo</b>	<b>puntaje</b>
	claro y directo	1
	sin titular especifico	0
C	<b>texto breve</b>	<b>puntaje</b>
	De 5 lineas a menos	1
	Mas de 5 lineas	0
D	<b>revisión ortografica</b>	<b>puntaje</b>
	sin errores ortograficos	1
	presenta errores ortograficos	0
E	<b>duplicidad de contenido</b>	<b>puntaje</b>
	texto elaborado	1
	texto copiado	0

MATRIZ DE VALORACION DE LA REDACCION PERIODISTICA EN FACEBOOK						
N° publicaciones	A	B	C	D	E	total
1	0	0	1	1	0	2
2	0	0	0	1	0	2
3	0	0	1	0	1	2
4	0	0	1	0	1	2
5	1	1	0	1	0	3
6	0	1	1	1	1	4
7	0	1	0	1	0	2
8	1	0	1	1	0	3
9	0	1	0	1	0	2
10	0	1	0	1	0	2
11	0	1	0	1	0	2
12	0	0	1	0	0	2



13	0	1	0	1	0	2
14	0	1	0	1	1	2
15	0	1	0	1	0	2
16	1	1	0	1	0	3
17	0	1	0	1	0	2
18	0	0	0	1	1	2
19	0	1	0	1	0	2
20	1	1	0	1	0	3
21	0	1	0	1	0	2
22	1	1	1	1	1	5
23	1	0	1	0	1	3
24	0	0	1	1	1	3
25	0	1	0	1	1	3
26	0	0	1	1	0	2
27	1	1	0	1	0	3
28	0	1	0	1	0	2
29	1	0	1	1	0	3
30	1	0	1	1	0	3
31	1	1	0	1	0	3
32	0	1	0	1	0	3
33	0	1	0	1	0	2
34	0	0	1	1	1	3
35	0	1	0	1	0	2
36	1	1	0	1	0	3
37	1	1	0	1	0	3
38	0	1	0	1	0	2
39	1	1	0	1	0	3
40	1	1	0	1	0	3
41	0	0	1	1	0	2
42	1	0	0	1	0	2
43	1	1	0	1	0	3
44	0	0	0	1	1	2
45	1	0	1	1	0	3
46	1	1	0	1	0	3

### ANEXO 5. CUADRO DE DUPLICIDAD DE CONTENIDOS INFORMATIVOS

N° publicación	TÍTULO	FUENTE	ENLACE DE ORIGEN	OBSERVACIONES DE LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA
1	Reporte 110 sobre casos de coronavirus	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/299514208394168">https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/299514208394168</a>	texto copiado
2	Fuerzas armadas y PNP acordaron determinar acciones frente a cuarentena focalizada para Puno y Juliaca	Radio Onda Azul	<a href="https://radioondaazul.com/fuerzas-armadas-y-ppp-se-reunen-para-determinar-acciones-frente-a-la-cuarentena-focalizada/">https://radioondaazul.com/fuerzas-armadas-y-ppp-se-reunen-para-determinar-acciones-frente-a-la-cuarentena-focalizada/</a>	texto copiado
3	Cinco Médicos y cuatro enfermeras llegaron a ESSALUD PUNO, para combatir y sobrellevar el colapso de hospitales.	Atilio Alejo	sin enlace de origen	no copiado
4	#Envivo-Trabajadores del HMINB protestan tras colapso del hospital.	El Portal Universitario		no copiado
5	Rompio en llanto! Alcalde Azangarino Flavio Mamani derrama lagrimas ante el irrespeto de normas sanitarias en su pueblo	Pachamama Radio	<a href="https://archivo.pachamamaradio.org/regional/104-azangarino-11150-alcalde-de-azangarino-llora-ante-el-irrespeto-de-normas-sanitarias">https://archivo.pachamamaradio.org/regional/104-azangarino-11150-alcalde-de-azangarino-llora-ante-el-irrespeto-de-normas-sanitarias</a>	texto copiado
6	Inician operativos: se activan operativos a vehículos por parte de personal policial	El Portal Universitario		no copiado
7	¿Qué opinas al respecto? Municipalidad de San Roman no restringirá el comercio ni el transporte urbano	Municipalidad Provincial de San Roman	<a href="https://munisanroman.gob.pe/portal/home">https://munisanroman.gob.pe/portal/home</a>	texto copiado
8	Reporte 113 sobre casos de coronavirus	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684">https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684</a>	texto copiado
8	Reporte 113 sobre casos de coronavirus	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684">https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684</a>	texto copiado
9	Oxigenaton puno: la campaña solidaria para implementar plantas de oxígeno en la ciudad de puno	Diario La Republica	<a href="https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/03/oxigenaton-puno-la-campana-solidaria-para-implmentar-dos-plantas-de-oxigeno-en-la-region-irsd/">https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/03/oxigenaton-puno-la-campana-solidaria-para-implmentar-dos-plantas-de-oxigeno-en-la-region-irsd/</a>	texto copiado
10	Puno supera los 200 muertos por covid-19 tras registrar 19 decesos en un día	Diario La Republica	<a href="https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/04/coronavirus-en-puno-supera-los-200-muertos-por-covid-19-tras-registrar-19-nuevos-decesos-en-un-dia-irsd/">https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/04/coronavirus-en-puno-supera-los-200-muertos-por-covid-19-tras-registrar-19-nuevos-decesos-en-un-dia-irsd/</a>	texto copiado
11	Juliaca: plantean atención en mercados desde 5 am a 1 pm	Radio Onda Azul	<a href="https://radioondaazul.com/juliaca-plantean-atencion-en-mercados-desde-las-500-hasta-las-1300-horas/">https://radioondaazul.com/juliaca-plantean-atencion-en-mercados-desde-las-500-hasta-las-1300-horas/</a>	texto copiado
12	Puno supero la cifra de 5 mil contagiados por covid 19	Diario La Republica	<a href="https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/05/coronavirus-en-peru-puno-supero-la-cifra-de-5-mil-contagiados-por-covid-19-juliaca-irsd/">https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/05/coronavirus-en-peru-puno-supero-la-cifra-de-5-mil-contagiados-por-covid-19-juliaca-irsd/</a>	texto copiado
13	Medico Puno: Nunca vi morir a tanta gente por falta de oxígeno Sub director encargado del Hospital Regional Manuel Nuñez Butron de Puno, médico Jorge López Tejada, mediante un documento dirigido al gobernador regional y al director encargado de la región de salud Puno, comunica que está contagiado con coronavirus.	Diario La Republica	<a href="https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/05/medico-en-puno-nunca-ji-morir-tantas-personas-por-falta-de-oxigeno-irsd-coronavirus/">https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/05/medico-en-puno-nunca-ji-morir-tantas-personas-por-falta-de-oxigeno-irsd-coronavirus/</a>	texto copiado (reportaje)
14	Juliaca y Puno: Contratan medicos para los penales penitenciarios	El Portal Universitario		no copiado
15	Juliaca y Puno: Contratan medicos para los penales penitenciarios	Radio Onda Azul	<a href="https://radioondaazul.com/realizan-contratacion-de-medicos-en-los-penales-de-juliaca-y-puno/">https://radioondaazul.com/realizan-contratacion-de-medicos-en-los-penales-de-juliaca-y-puno/</a>	texto copiado

16	Juliacca: ya no habria reunion con dirigentes para definir cuarentena por 15 dias	fama tv	<a href="https://www.facebook.com/AgenciaNoticiasPuno/posts/2925896484304478">https://www.facebook.com/AgenciaNoticiasPuno/posts/2925896484304478</a> <a href="https://www.facebook.com/famatv27/posts/3449819745103472/">https://www.facebook.com/famatv27/posts/3449819745103472/</a>	texto copiado/ De Agencia de noticias andina (hora: 08:20) despues por fama tv (hora: 10:27)
17	Esperan que ivermectina producida por el hospital de Puno no se venda a mayor precio por persona inescrupulosas	Radio Onda Azul	<a href="https://radioondaazul.com/esperan-que-ivermectina-producida-por-hospital-de-puno-no-sea-vendida-a-mayor-precio/">https://radioondaazul.com/esperan-que-ivermectina-producida-por-hospital-de-puno-no-sea-vendida-a-mayor-precio/</a>	texto copiado
18	Comando covid provincial puno acuerda elevar propuesta a comando regional acerca de la cuarentena obligatoria en toda la region puno	El Portal Universitario		No copiado
19	Suspenden ferias en Pomata para evitar contagios por coronavirus	Diario La Republica	<a href="https://larepublica.pe/sociedad/2021/08/27/apurimac-bus-vuelca-en-cotabambas-y-deja-15-muertos-lrsl/?ref=scrollinterna11">https://larepublica.pe/sociedad/2021/08/27/apurimac-bus-vuelca-en-cotabambas-y-deja-15-muertos-lrsl/?ref=scrollinterna11</a>	texto copiado
20	Director de Red Juliacca señala que medicos escapan de pacientes con covid-19-video-lrsl/	Diario La Republica	<a href="https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/10/puno-director-de-red-de-salud-de-juliacca-senala-que-medicos-se-escapan-de-pacientes-covid-19-video-lrsl/">https://larepublica.pe/sociedad/2020/08/10/puno-director-de-red-de-salud-de-juliacca-senala-que-medicos-se-escapan-de-pacientes-covid-19-video-lrsl/</a>	texto copiado
21	Pediran atencion mental para pacientes que padecen covid 19	Radio Onda Azul	<a href="https://radioondaazul.com/puno-pediran-atencion-de-salud-mental-para-punenos-que-padecen-la-covid-19/">https://radioondaazul.com/puno-pediran-atencion-de-salud-mental-para-punenos-que-padecen-la-covid-19/</a>	texto copiado (incompleto)
22	#Ultimo: Premier y ministros viajan a Puno para afrontar Covid-19	tv-peru	sin enlace de origen	no copiado
23	#Ahora: El gobernador regional Agustín Luque Chayña junto al premier Walter Martos y ministros de salud, vivienda y defensa	El Portal Universitario		no copiado
24	#En vivo: Presidente del consejo de ministros y titulares del ministerio de salud se encuentran en puno para supervisar megoperación TAYTA	El Portal Universitario		no copiado
25	#Ahora-Confirman deceso de Jesus Issac Tacuri Morales quien anoche falleciera en una polleria con un infarto cardiaco a causa de la covid 19	El Portal Universitario		no copiado
26	Detectan 277 positivos por covid 19 en el primer dia del plan TAYTA	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/permalink.php?id=48450510702689&amp;story_fbid=962675207599007">https://www.facebook.com/permalink.php?id=48450510702689&amp;story_fbid=962675207599007</a>	texto copiado
27	Alarmente en un solo dia 1091/409 positivos	Sin filtro Puno	<a href="https://m.facebook.com/NoticiasSinFiltroPunoTV/posts/1200774166951149?_rdi">https://m.facebook.com/NoticiasSinFiltroPunoTV/posts/1200774166951149?_rdi</a>	texto copiado/no cito fuente
28	Alcalde de Puno pidio prision preventiva para medicos y enfermeras por abandonar hospitales	Diario La Republica	<a href="https://www.facebook.com/NoticiasSinFiltroPunoTV/posts/1200774166951149?_rdi">https://www.facebook.com/NoticiasSinFiltroPunoTV/posts/1200774166951149?_rdi</a>	texto copiado
29	#Ahora 100 balones de oxigeno fueron trasladados desde el aeropuerto internacional Inca Manco Capac, para ser distribuidos en hospitales de Puno y Juliacca.	GORE PUNO	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoRegionalPuno/posts/3190077207752825/">https://www.facebook.com/GobiernoRegionalPuno/posts/3190077207752825/</a>	texto copiado
30	situacion del coronavirus en nuestra region Puno hasta el 15 de agosto	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/299514208394168">https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/299514208394168</a>	texto copiado
31	Se suspende actividades economicas desde 15:00 hasta las 04:00 horas en la ciudad Puno	Municipalidad de Puno	<a href="https://www.facebook.com/municipalidadpuno/photos/municipio_saludables%3AAn-ordenanza-municipal-n%2A8A-065-2020-empse-suspende-las-act/629713014637541/">https://www.facebook.com/municipalidadpuno/photos/municipio_saludables%3AAn-ordenanza-municipal-n%2A8A-065-2020-empse-suspende-las-act/629713014637541/</a>	texto copiado

32	Fallece directora de la Ugel Lampa a causa de la covid 19	RPP Noticias	<a href="https://pp.pe/peru/puno/puno-fallece-directora-de-la-ugel-a-causa-de-la-covid-19-noticia-1287477">https://pp.pe/peru/puno/puno-fallece-directora-de-la-ugel-a-causa-de-la-covid-19-noticia-1287477</a>	texto copiado
33	Jóvenes de la provincia de MOHO entregan matico y eucalipto a personas	Diario El Correo	<a href="https://diariocorreo.pe/edicion/puno/jovenes-de-moho-entregan-matico-pobladores-en-juliaca-947913/">https://diariocorreo.pe/edicion/puno/jovenes-de-moho-entregan-matico-pobladores-en-juliaca-947913/</a>	Texto copiado incompleto (obviaron penúltimas líneas)
34	Region de puno sobrepasa los 10.000 casos a nivel regional.	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684">https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684</a>	no copiado
35	Advierten que clausuraran establecimientos que incumplan con nuevo horario. Juliaca: trabajadores fueron encontrados ebrios en hospital de Juliaca	Diario El Correo	<a href="https://diariocorreo.pe/edicion/puno/juliaca-advienten-que-clausuraran-establecimientos-que-incumplan-nuevo-horario-948291/">https://diariocorreo.pe/edicion/puno/juliaca-advienten-que-clausuraran-establecimientos-que-incumplan-nuevo-horario-948291/</a>	texto copiado
36	Juliaca: trabajadores fueron encontrados ebrios en hospital de Juliaca	Diario El Correo	<a href="https://diariocorreo.pe/edicion/puno/trabajadores-de-salud-fueron-encontrados-ebrios-en-hospital-de-juliaca-948459/">https://diariocorreo.pe/edicion/puno/trabajadores-de-salud-fueron-encontrados-ebrios-en-hospital-de-juliaca-948459/</a>	texto copiado
37	Walter Aduviri Callisaya, dio positivo al coronavirus.	Pachamama Radio	<a href="https://archivo.pachamamaradio.org/regional/11652-walter-aduviri-callisaya-arroja-positivo-al-coronavirus">https://archivo.pachamamaradio.org/regional/11652-walter-aduviri-callisaya-arroja-positivo-al-coronavirus</a>	texto copiado
38	Miembros del Colegio de Ingenieros diagnosticados con COVID-19 reciben subvención económica de 1' 500 soles	Radio Onda Azul	<a href="https://radioondaazul.com/miembros-del-colegio-de-ingenieros-diagnosticados-con-covid-19-reciben-subvencion-economica-de-1-500-soles/">https://radioondaazul.com/miembros-del-colegio-de-ingenieros-diagnosticados-con-covid-19-reciben-subvencion-economica-de-1-500-soles/</a>	texto copiado
39	Médicos loretanos realizan atención domiciliaria en Azángaro	Pachamama Radio	<a href="https://archivo.pachamamaradio.org/regional/104-azangaro/11669-medicos-loretanos-realizan-atencion-domiciliaria-en-azangaro">https://archivo.pachamamaradio.org/regional/104-azangaro/11669-medicos-loretanos-realizan-atencion-domiciliaria-en-azangaro</a>	texto copiado
40	Plantean cuarentena hasta el 13 de septiembre en la provincia de Puno	Sin filtro Puno	<a href="https://www.facebook.com/NoticiasSinFiltroPunoTV/posts/1210207276007838">https://www.facebook.com/NoticiasSinFiltroPunoTV/posts/1210207276007838</a>	texto copiado
41	La dirección regional de salud puno y el comando covid-19 informan a la ciudadanía regional el reporte Nro 136 sobre casos de coronavirus...	red de salud puno	<a href="https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684">https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684</a>	texto copiado
42	Piden que fiscalía actúe legalmente contra Orlando Arapa y Hernán Fuentes	Pachamama Radio	<a href="https://archivo.pachamamaradio.org/regional/121-salud-orlando-arapa-y-hernan-fuentes">https://archivo.pachamamaradio.org/regional/121-salud-orlando-arapa-y-hernan-fuentes</a>	texto copiado
43	Se reduce número de entierros por covid 19 en Puno	Pachamama Radio	<a href="https://archivo.pachamamaradio.org/regional/103-puno/11722-se-reduce-el-numero-de-entierros-por-covid-19-en-puno">https://archivo.pachamamaradio.org/regional/103-puno/11722-se-reduce-el-numero-de-entierros-por-covid-19-en-puno</a>	texto copiado
44	En Puno empresas de taxis y mototaxis amenazan romper la cuarentena desde el martes primero de setiembre a la ciudadanía regional el reporte Nro 140 sobre casos de coronavirus...	sin fronteras	sin enlace de origen/ edición física del diario	no copiado
45		red de salud puno	<a href="https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684">https://www.facebook.com/redsaludpunooficial/posts/2995142083941684</a>	texto copiado
46	Mañana llega la primera planta de oxígeno para Juliaca	HBA Noticias	<a href="https://www.facebook.com/HBANoticias/posts/3568354616562523/">https://www.facebook.com/HBANoticias/posts/3568354616562523/</a>	texto copiado

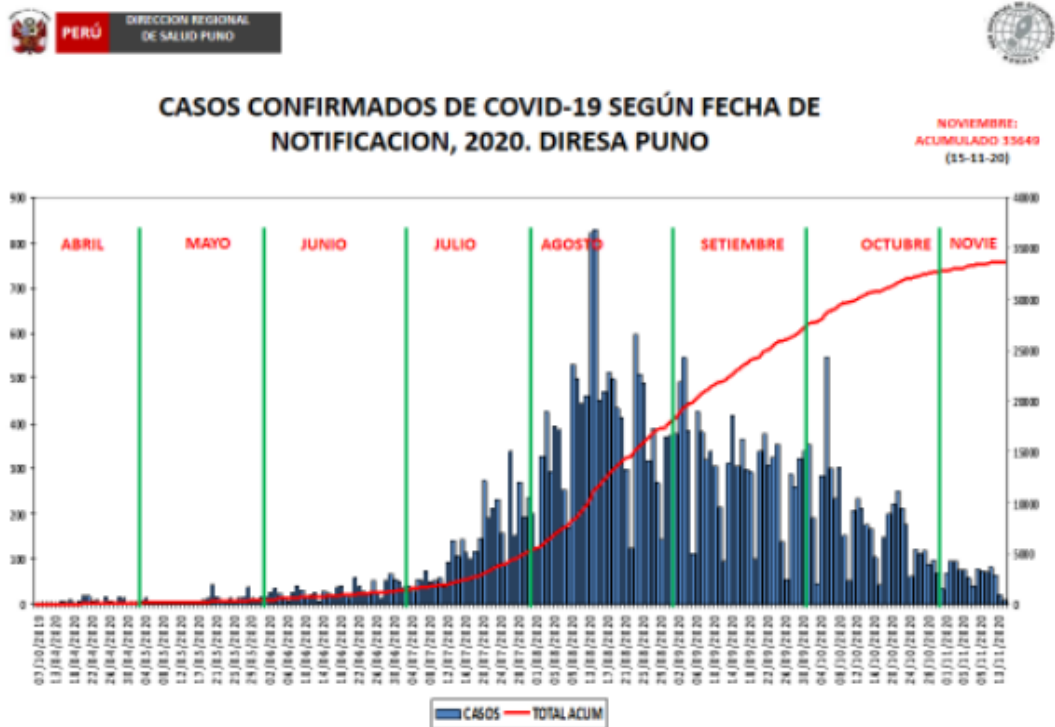


## ANEXO 6. MATRIZ CRONOLÓGICA DE PUBLICACIONES

MATRIZ CRONOLÓGICA DE PUBLICACIONES						
fecha	cobertura	seccion tematica	frecuencia de actualizacio	encabezado	fuentes	enlace
1-Ago	Regional	covid-19	1	Reporte 110 sobre casos de coronavirus	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32220613065001216">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32220613065001216</a>
2-Ago	Regional	covid-19	2	fuerzas armadas y FNP acordaron determinar acciones frente a cuarentena focalizada para Puno y Juliaca	Radio Onda Azul	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32221974027685120">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32221974027685120</a>
2-Ago	Regional	covid-19	3	Cinco Médicos y cuatro enfermeras llegaron a ESSALUD PUNO, para combatir y sobrellevar el colapso de hospitales.	Atilio Alejo	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32223204377762085">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32223204377762085</a>
2-Ago	Regional	covid-19	3	Trabajadores del HMMB protestan tras colapso del hospital.	El portal universitario	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/videos/368835974151745">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/videos/368835974151745</a>
3-Ago	Regional	covid-19	3	Irrespeto de normas sanitarias en su pueblo	Pachamama Radio	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32225117775706005">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32225117775706005</a>
3-Ago	Regional	covid-19	3	¿Qué opinas al respecto? Municipalidad de san Roman no restringirá el comercio ni el transporte urbano	Municipalidad provincial de San Roman	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/322254980034202386">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/322254980034202386</a>
3-Ago	Regional	covid-19	3	Reporte 113 sobre casos de coronavirus	El portal universitario	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/322266245344087036">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/322266245344087036</a>
4-Ago	Regional	covid-19	3	Reporte 115 sobre casos de coronavirus	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3222924658517576837">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3222924658517576837</a>
4-Ago	Regional	covid-19	3	organiza la campaña solidaria para implementar planas de oxígeno en la ciudad	Diano La Republica	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/322267878750470314">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/322267878750470314</a>
4-Ago	Regional	covid-19	3	Puno supera los 200 muertos por covid-19 tras registrar 19 decesos en un día	Diano La Republica	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/3223486297133693">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/3223486297133693</a>
5-Ago	Regional	covid-19	1	Juliaca: plantean atención en mercados desde 5 am a 1pm	Radio Onda Azul	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32231435736936349">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32231435736936349</a>
6-Ago	Regional	covid-19	1	Puno supera la cifra de 5 mil contagiados por covid 19	Diano La Republica	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3223333985867426664">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3223333985867426664</a>
6-Ago	Regional	covid-19	3	Médico Puno: nunca almorzaré tanta gente por falta de oxígeno	Diano La Republica	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32233924543936735">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32233924543936735</a>
6-Ago	Regional	covid-19	3	suavemente se encargaron de limpiar y limpiar el área de la zona de comercio, médico Jorge López Tejeda, mediante un documento dirigido al gobernador	El portal universitario	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/32235337406548782">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/32235337406548782</a>
7-Ago	Regional	covid-19	1	Juliaca y Puno: contratan médicos para los penales penitenciarios	Radio Onda Azul	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/322365515159423377">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/322365515159423377</a>
8-Ago	Regional	covid-19	1	Juliaca: ya no habría reunión con dirigentes para definir cuarentena por 15 días	Tama tv	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3223681630036339">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3223681630036339</a>
9-Ago	Regional	covid-19	1	Esperan que ivemercita producida por el hospital de puno no se vendida a mayor	Radio Onda Azul	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3224274782474407">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3224274782474407</a>
10-Ago	Regional	covid-19	3	Comando covid provincial puno acuerda elevar propuesta a comando regional	El portal universitario	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/322458637684946144">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/322458637684946144</a>
10-Ago	Regional	covid-19	3	Suspenden leñas en Ptomata para evitar contagios por coronavirus	Diano La Republica	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/32244000385662483">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/32244000385662483</a>
10-Ago	Regional	covid-19	1	Director de Red Juliaca señala que médicos escapan de pacientes con covid 19	Diano La Republica	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3224676394846746391">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3224676394846746391</a>
13-Ago	Regional	covid-19	1	Pediran atención mental para pacientes que padecen covid 19	Radio Onda Azul	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32255193684566554">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32255193684566554</a>
15-Ago	Regional	covid-19	1	premier y ministros viajan a Puno para afrontar covid 19	iv-peru	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/32259362367417559">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/32259362367417559</a>
15-Ago	Regional	covid-19	5	Juliaca	El portal universitario	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/322600321781412577">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/322600321781412577</a>
15-Ago	Regional	covid-19	5	En vivo Presidente del consejo de ministros y titulares del ministerio de salud se	El portal universitario	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/videos/3015664487657764">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/videos/3015664487657764</a>
15-Ago	Regional	covid-19	5	polleria con un infarto cardiaco a causa de la covid 19	El portal universitario	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32260387560710433">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32260387560710433</a>
15-Ago	Regional	covid-19	5	Detectan 277 positivos por covid 19 en el primer día del plan TAYTA	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3260103644072169">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3260103644072169</a>
16-Ago	Regional	covid-19	4	Alamante en un solo día 1081405 positivos	Sin filtro Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32642074503828444">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32642074503828444</a>
16-Ago	Regional	covid-19	4	Alcalde de Puno pide prisión preventiva para médicos y enfermeras por	Diano La Republica	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/32634705367045519">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/posts/32634705367045519</a>
16-Ago	Regional	covid-19	4	100 balones de oxígeno fueron trasladados hasta el aeropuerto inca manco capac	GOPE PUNO	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32634705367045519">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32634705367045519</a>
17-Ago	Regional	covid-19	1	Reporte del comando covid	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32643813403101055">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32643813403101055</a>
17-Ago	Regional	covid-19	1	Se suspende actividades economicas desde 15:00 hasta las 04:00 horas en la ciud	Municipalidad de Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3266461063436416">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3266461063436416</a>
20-Ago	Regional	covid-19	1	fallece directora de la ugel lampa a causa de la covid 19	PPP Noticias	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3271421342626180">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3271421342626180</a>
20-Ago	Regional	covid-19	3	Jóvenes de la provincia de MCHD entregan matico y eucaipto a personas	Diano El Correo	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/327232215932634">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/327232215932634</a>
20-Ago	Regional	covid-19	3	region de puno sobrepasa los 10000 mil casos a nivel nacional	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3276205642461958">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3276205642461958</a>
25-Ago	Regional	covid-19	1	Aduerten que clausuraran establecimientos que incumplan con horario en cuarent	Diano El Correo	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3289408687808320">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3289408687808320</a>
26-Ago	Regional	covid-19	2	Juliaca: trabajadores fueron encontrados ebrios en hosp. Carlos monge	Diano El Correo	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32941423070670215">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32941423070670215</a>
26-Ago	Regional	covid-19	2	Yalter Aduviri Calisaya, dio positivo al coronavirus	Pachamama Radio	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32941423070670215">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32941423070670215</a>
27-Ago	Regional	covid-19	3	Miembros del Colegio de Ingenieros diagnosticados con COVID-19 reciben subv	Radio Onda Azul	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3293637120442810">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3293637120442810</a>
27-Ago	Regional	covid-19	3	Médicos botanicos realizan atención domiciliar en Azángaro	Pachamama Radio	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32956648433751012">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/32956648433751012</a>
27-Ago	Regional	covid-19	1	plantean cuarentena hasta el 13 de septiembre en la provincia de Puno	Sin filtro Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/329814315800383663">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/329814315800383663</a>
28-Ago	Regional	covid-19	1	Reporte 116 sobre casos de coronavirus	Red de Salud Puno	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3298952500187272">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3298952500187272</a>
23-Ago	Regional	covid-19	3	Piden que fiscalí actúe legalmente contra Diland Arapa y Hernán tuentes	Pachamama Radio	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/33020205948528594">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/33020205948528594</a>
23-Ago	Regional	covid-19	3	Se reduce numero de entierros por covid 19 en Puno	Pachamama Radio	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3302363883171467">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3302363883171467</a>
29-Ago	Regional	covid-19	3	martes primero de setiembre	sin fronteras	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3304205702995285">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/3304205702995285</a>
31-Ago	Regional	covid-19	2	Reporte 140 sobre casos de coronavirus	GOPE PUNO	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/331004935748693">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/331004935748693</a>
31-Ago	Regional	covid-19	2	Mañana llega la primera planta de oxígeno para Juliaca	HBA noticias	<a href="https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/331067315691677">https://www.facebook.com/EPportaluniversitario/photos/331067315691677</a>



## APÉNDICES



Apéndice A.- Gráfico de contagio durante la primera ola por covid-19 en la región Puno