

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y**  
**HOTELERÍA**



**COBERTURA INFORMATIVA Y DIFUSIÓN DEL**  
**“DIARIO AHORA” DURANTE LA PANDEMIA POR**  
**COVID-19**

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

**Presentado por:**

**LLAQUE SAKUMA, Miguel Ángel**

**Asesor:**

**Mg. Ronald Arturo Márquez Buitrón**

**UCAYALI - PERÚ, febrero 2023**

# Cobertura informativa diario Ahora

## INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.unsa.edu.pe">repositorio.unsa.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="http://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="http://repositorio.ute.edu.ec">repositorio.ute.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="http://recursosbiblio.url.edu.gt">recursosbiblio.url.edu.gt</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	<1%
9	<a href="http://renati.sunedu.gob.pe">renati.sunedu.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1%

## **DEDICATORIA**

A Dios, por permitirme la vida.

A mis padres, hermanos, esposa e hijos y a toda mi familia, por el apoyo incondicional que me brindan para lograr cada meta que me propongo, por la motivación que representan para superarme profesionalmente y dar cada paso en este aspecto.

## **AGRADECIMIENTOS**

A esta casa de estudios, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, por crear las oportunidades para que más profesionales alcancen sus metas.

Al “Diario Ahora”, por la predisposición y amabilidad durante el desarrollo de información al proporcionarme la información necesaria para lograr su conclusión.

Al docente asesor, por su orientación especializada para la correcta elaboración de esta investigación.

## **RESUMEN/PALABRAS CLAVE**

Este trabajo tuvo como objetivo analizar la cobertura informativa del “Diario Ahora” durante la pandemia por Covid-19, es una investigación descriptiva que utilizará como instrumentos de recolección de datos las fichas bibliográficas y las guías de entrevista hacia el personal del diario. Se realizó una revisión bibliográfica de información relacionada con el tema en ámbitos internacionales, nacionales y locales, motivada por la evidente limitación en la cobertura informativa que poseía este diario frente a las medidas de aislamiento dictadas por el Estado durante la época de pandemia, caracterizada por la retransmisión de información de ámbito nacional e internacional y la publicación de noticias que, si bien estuvieron relacionadas con la pandemia y la actualidad en ese momento, fluctuaban entre la evidencia y la posibilidad.

Palabras clave: difusión, diarios, cobertura informativa, periodismo, pandemia.

## **ABSTRACT/KEYWORDS**

The objective of this study was to analyze the informative coverage of the “Diario Ahora” during the Covid-19 pandemic. It is a descriptive research that will use bibliographic files and interview guides with the newspaper staff as instruments for data collection. A bibliographic review of information related to the subject in international, national and local environments was carried out, motivated by the evident limitation in the informative coverage that this newspaper had in view of the isolation measures dictated by the State during the pandemic period, characterized by the retransmission of national and international information and the publication of news that, although related to the pandemic and current events at that time, fluctuated between evidence and possibility.

Keywords: diffusion, newspapers, news coverage, journalism, pandemic.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN/PALABRAS CLAVE.....	iv
ABSTRACT/KEYWORDS.....	v
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I: DATOS GENERALES.....	13
1.1. Información general de la empresa.....	13
1.2. Área y funciones de la empresa.....	13
1.2.1. Administrativa.....	13
1.2.2. Periodística.....	14
1.2.3. Impresión.....	15
1.2.4. Redacción.....	18
1.2.5. Diagramación.....	20
1.3. Historia de la empresa.....	20
1.4. Descripciones de los servicios, a quiénes se dirige y bienes.....	22
1.4.1. Servicios.....	22
1.4.2. Bienes.....	22
1.4.3. Público objetivo.....	22
1.4.4. Fuentes de financiamiento.....	22
1.5. Misión y visión.....	24
1.5.1. Misión.....	24
1.5.2. Visión.....	24
1.5.3. Valores.....	25

1.5.3.1. Puntualidad.....	25
1.5.3.2. Excelencia.....	25
1.5.3.3. Escucha.....	25
1.5.3.4. Responsabilidad.....	25
1.5.3.5. Claridad.....	25
1.5.3.6. Transparencia.....	26
1.6. Retos y proyecciones.....	26
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	27
2.1. Actividad profesional desarrollada.....	27
2.2. Propósito del puesto y funciones asignadas.....	27
2.3. Realidad problemática o contextual.....	28
2.4. Objetivo del estudio o caso.....	30
2.4.1. Objetivo general.....	30
2.4.2. Objetivos específicos.....	30
2.5. Conceptos de investigación o de estudios.....	31
2.5.1. Cobertura informativa.....	31
2.5.1.1. Aspecto 1: Información.....	32
2.5.1.1.1. Indicador 1: Cantidad.....	33
2.5.1.1.2. Indicador 2: Confiabilidad.....	34
2.5.1.2. Aspecto 2: Realidad.....	35
2.5.1.2.1. Indicador 1: Periodo.....	36
2.5.1.2.2. Indicador 2: Aceptación.....	37
2.5.2. Difusión.....	37
2.5.2.1. Aspecto 1: Masiva.....	39
2.5.2.1.1. Indicador 1: Integral.....	40

2.5.2.1.2. Indicador 2: Comprensión.....	41
2.5.2.2. Aspecto 2: Condicional.....	41
2.5.2.2.1. Indicador 1: Digital.....	42
2.5.2.2.2. Indicador 2: Normas sanitarias.....	43
2.6. Matriz conceptual.....	44
CAPÍTULO III: APLICACIÓN PROFESIONAL.....	45
3.1. Antecedente de investigación.....	45
3.1.1. Antecedentes internacionales.....	45
3.1.2. Antecedentes nacionales.....	48
3.2. Teoría y práctica del desempeño.....	51
CAPÍTULO IV: PRINCIPALES CONTRIBUCIONES.....	54
4.1. Contribuciones profesionales.....	54
4.1.1. Contribución profesional 1.....	54
4.1.2. Contribución profesional 2.....	54
4.2. Contribuciones sociales.....	55
4.2.1. Contribución social 1.....	55
4.2.2. Contribución social 2.....	56
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES.....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXOS.....	64

## ÍNDICE DE FIGURAS E IMÁGENES

Figura 1. Fotografía del área de recepción del diario Ahora.....	14
Fotografía tomada por el autor	
Figura 2. Fotografía del periodista Alex Segovia.....	15
Fotografía tomada por el autor	
Figura 3. Fotografía del área de impresión.....	16
Fotografía tomada por el autor	
Figura 4. Fotografía de la maquinaria de impresión.....	16
Fotografía tomada por el autor	
Figura 5. Fotografía del producto final del área de impresión.....	17
Fotografía tomada por el autor	
Figura 6. Fotografía del formato de carátula del periódico.....	18
Fotografía tomada por el autor	
Figura 7. Fotografía del formato de página central del periódico.....	19
Fotografía tomada por el autor	
Figura 8. Fotografía del formato de parte posterior del periódico.....	19
Fotografía tomada por el autor	
Figura 9. Fotografía del área de diagramación.....	20
Fotografía tomada por el autor	
Figura 10. Fotografía de la fachada del Diario Ahora.....	21
Fotografía tomada por el autor	
Figura 11. Fotografía de las regiones donde circula el diario: Pucallpa, Huánuco, Loreto, Amazonas y San Martín.....	21
Fotografía tomada por el autor	
Figura 12. Fotografía del exhibidor de anuncios del “Diario Ahora”.....	23
Fotografía tomada por el autor	
Figura 13. Fotografía del “Diario Ahora” entregando vales de consumo por el Día de la Amistad.....	24
Fotografía tomada por el autor	

Figura 14. Fotografía del puesto de venta ubicado en el Agustín Cauper con Jr. 28 de Julio.....	29
Fotografía tomada por el autor	
Figura 15. Fotografía de la entrevista con el periodista Alex Segovia Sinahuara.....	53
Fotografía tomada por el autor	
Figura 16. Fotografía del puesto de venta ubicado entre las Av. Raymondi con Jr. Tacna.....	67
Fotografía tomada por el autor	
Figura 17. Fotografía del puesto de venta ubicado en el Jr. Coronel Portillo con Jr. Ucayali.....	67
Fotografía tomada por el autor	
Figura 18. Fotografía del puesto de venta ubicado entre los jirones 7 de junio y Jr. Salaverry.....	68
Fotografía tomada por el autor	
Figura 19. Fotografía del puesto de venta ubicado entre Jr. Libertad con Jr. Ucayali .....	68
Fotografía tomada por el autor	

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de suficiencia profesional titulado “Cobertura informativa y difusión del “Diario Ahora” durante la pandemia por Covid-19”, cuya temática se encuentra orientada a analizar de qué manera el “Diario Ahora” manejó sus funciones informativas durante la pandemia. Esta investigación es de nivel descriptivo, es decir, la información fue obtenida de fuentes indirectas, a través de artículos, tesis, investigación e información publicada en internet, sin embargo, también se utilizaron fuentes de información directas, a través de entrevistas al personal de la sede de estudio que colaboró con brindar la información sobre la empresa, datos históricos, la distribución de sus áreas, funciones, la misión, visión y sus proyecciones.

La cobertura que los medios de comunicación masiva, sea prensa escrita, radial o audiovisual, independientemente de las plataformas, ha desempeñado un rol esencial en la comunicación de la situación diaria respecto a la evolución de la pandemia por COVID-19 durante los años de mayor incidencia, (2020 y 2021), puesto que se abordó la realidad desde perspectivas diversas, unos con mesura y otros en los que se incluían posibilidades a partir de los datos.

Mendoza (2020) refiere que la información falsa o en muchos casos, la reconfiguración de la información, siempre ha existido en el Perú y en otros países, sin embargo, existe la necesidad de prever y tener fuentes actualizadas, calificadas y propias, buscando un mecanismo de verificación de la información a través de un área dedicada a este asunto.

Así también, esta situación obligó a la difusión de las noticias a través de medios virtuales debido al aislamiento social obligatorio, hecho que representó una dificultad para los negocios y empresas dedicados a la venta de periódicos, cuyas ventas disminuyeron en más del 70% durante este espacio de tiempo, según refiere el portal web de RPP Noticias (2020).

La situación de la cobertura informativa por parte del “Diario Ahora” en la ciudad de Ucayali fue también afectada durante la pandemia, puntualmente desde las primeras medidas de aislamiento que tomó el Estado en el mes de abril del 2020, mes en el que despegaron los casos por esta enfermedad en el departamento de Ucayali, registrándose durante los 12 meses próximos una cantidad mínima de 733 casos

mensuales con picos de más de 4000 casos, siendo los meses con mayores casos los de mayo de 2020 (4449 casos), agosto de 2020 (3770 casos) y marzo de 2021 (4268 casos), según lo publicado por el Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades (2023).

Dichos meses fueron críticos debido a que todavía se evidenciaban dificultades para controlarlos, motivo por el cual el acceso a la información se veía limitado, ya que el seguimiento sobre los casos los realizaba la Dirección Regional de Salud, esto según el análisis propio de la publicación realizada por el diario en su sitio web el 30 de abril del 2020 (Diario Ahora, 30 de abril del 2020).

Es así que, el diario se limitó a propagar la información por su página web, a través de noticias individuales y revistas digitales, retransmitiendo lo que las fuentes oficiales del ámbito nacional e internacional difundían, mientras que las noticias relacionadas al ámbito local fluctuaban entre la evidencia y la posibilidad, según el análisis propia de las noticias provistas por la revista digital publicada por el diario en su sitio web el día 24 de marzo del 2020 (Diario Ahora, 24 de marzo del 2020).

En este sentido, el interés por el desarrollo de esta investigación radica en la evaluación que se puede realizar de los abordajes mencionados, sobre todo, en el caso de la prensa escrita en Ucayali, que es la de mayor accesibilidad para el público, dado que se puede desprender el efecto que causó en los lectores, y el colectivo mismo, el tratamiento noticioso que se le dio a la pandemia referida en el lapso de su mayor gravedad. Ciertamente esto se encuentra íntimamente relacionado con las ciencias de la comunicación, pues un rol fundamental de esta es la examinación de los medios de difusión masivos y, sobre todo, su consumo.

Este trabajo se estructura en cuatro capítulos, en el primero se consideran los datos generales de la empresa; en el segundo se considera la actividad profesional desarrollada, los objetivos del trabajo, propósitos del puesto y el desarrollo de los conceptos de investigación; en el tercero, se detallan los antecedentes de la investigación y la aplicación profesional; en el cuarto, se consideran las principales contribuciones profesionales y sociales del trabajo. Finalmente se consideran conclusiones y recomendaciones que surgieron a partir del desarrollo del trabajo.

## CAPÍTULO I: DATOS GENERALES

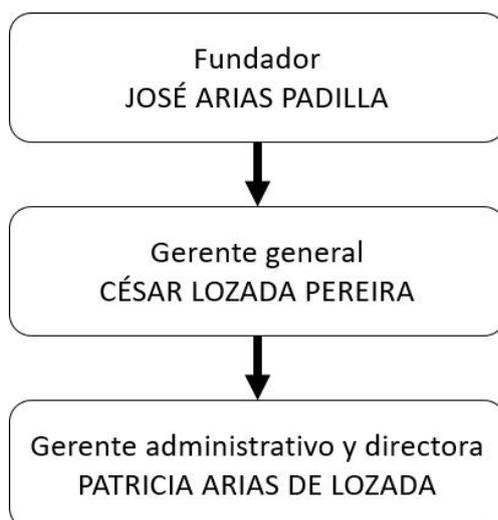
### 1.1. Información general de la empresa

El “Diario Ahora” es una empresa que está dedicada al rubro de la prensa escrita, cuya labor principal es la obtención de las noticias a través de reporteros y de fuentes externas confiables para posteriormente publicarlas a través de periódicos y desde su sitio web.

### 1.2. Área y funciones de la empresa

#### 1.2.1. Administrativa

Esta área está encargada de planificar, dirigir y coordinar las actividades, además de monitorear el trabajo y proponer la línea del trabajo editorial, finalmente evalúa el producto y al personal y decide el contenido y la presentación del producto. Esta área se encuentra encabezada por el dueño Sr. José Arias Padilla, el gerente Sr. César Lozada Pereira y la directora Sra. Patricia Arias de Lozada. Se presenta a continuación un diagrama que ordena la jerarquía en la empresa:



Así también, como parte del área administrativa, se considera a la secretaria de la empresa, la señorita Marilyn Capcha.

Figura 1. *Fotografía del área de recepción del diario Ahora*



*Fuente: Elaboración propia*

La imagen muestra el área de recepción del “Diario Ahora” y a la secretaria encargada de la misma.

### **1.2.2. Periodística**

Esta área posee las funciones de obtener y verificar la veracidad de la noticia a través del trabajo de reporteros y entrevistadores. Las noticias internacionales son obtenidas de internet, mientras que, para la cobertura de noticias locales, el diario cuenta con reporteros designados a diversos puntos de información para esta labor, quienes se mencionan a continuación:

- Denis Saavedra (8 años trabajando en la empresa)
- Juan Castillo (12 años trabajando en la empresa)
- Alex Segovia (8 años trabajando en la empresa)
- Tony Reátegui (3 años trabajando en la empresa)
- Miller Murrieta (8 años trabajando en la empresa)

Cabe resaltar que durante la situación de aislamiento social que atravesaba la región y el país, el diario contó con un solo reportero para cubrir la información, el mismo que salía a las calles con los permisos y la protección necesaria para recoger las notas periodísticas.

Figura 2. Fotografía del periodista Alex Segovia



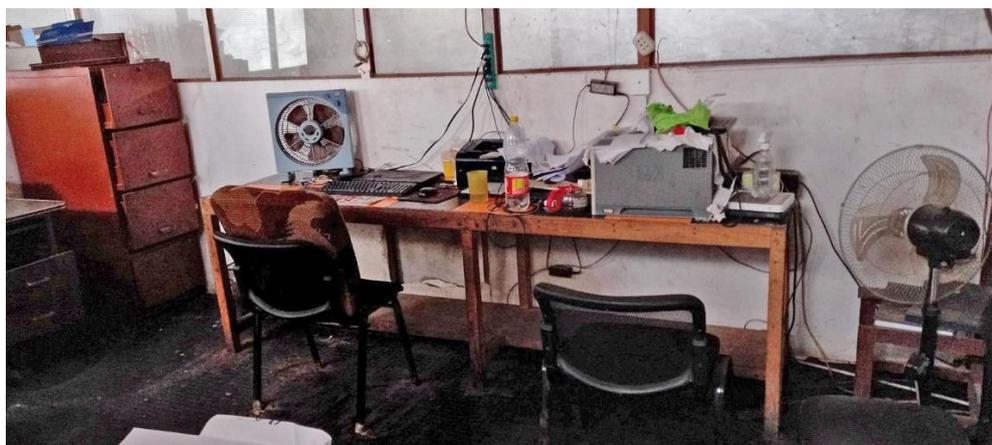
*Fuente: Elaboración propia*

En la imagen se puede observar al reportero Alex Segovia revisando sus notas en el área de trabajo periodístico, cabe resaltar que fue el único reportero que trabajó para el “Diario Ahora” durante la pandemia.

### **1.2.3. Impresión**

Esta área se encuentra encargada de la producción de los periódicos, utilizando la impresión rotativa debido al gran volumen de periódicos que requiere la empresa. El horario de trabajo de esta área comienza a las 10 pm hasta las 4 am. El encargado de esta área es el Sr. Domingo Sangama.

Figura 3. Fotografía del área de impresión

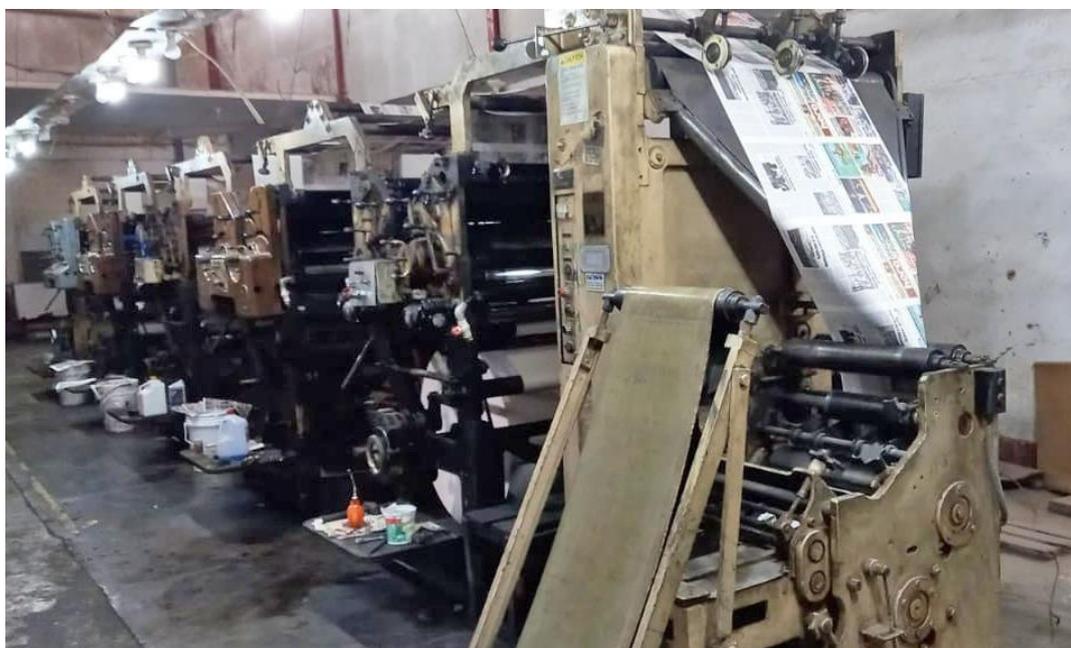


*Fuente: Elaboración propia*

La imagen muestra una sección del área de impresión en la que los encargados realizan una revisión final y, de ser necesarias, correcciones al periódico antes de proceder a su impresión definitiva.

Cabe mencionar que, durante la situación de aislamiento social, el diario no emitía su versión impresa, sino que publicaba las noticias a través de su sitio web.

Figura 4. Fotografía de la maquinaria de impresión



*Fuente: Elaboración propia*

La imagen muestra una vista total de la maquinaria que se utiliza para la impresión rotativa en el “Diario Ahora”, debajo de esta se pueden observar los materiales que utilizan para su correcto funcionamiento.

Figura 5. *Fotografía del producto final del área de impresión*



*Fuente: Elaboración propia*

La imagen muestra una vista frontal de la maquinaria de impresión y el producto final impreso listo para ser compaginado por los encargados y posteriormente vendidos a los consumidores.

#### 1.2.4. Redacción

Esta área se encarga de escribir y producir bajo ciertos criterios todas las notas informativas a ser publicados, de modo que respondan al contenido, al interés público y a las normas de textualidad. El encargado de esta área es el Sr. José Arias.

En cuanto a la línea editorial, el “Diario Ahora” es un medio periodístico impreso y online dirigido a todo público, puesto que utiliza, en la redacción, expresiones sencillas y pertinentes; además, se enmarca en los principios de ética, responsabilidad, veracidad, objetividad y respeto a los lectores. Cobertura la información policial, social, política, deportiva y acogemos con criterios de libertad y de evaluación las innovaciones ideológicas que se presenten para su difusión.

Así mismo, es de prioridad toda la información concerniente a la Amazonia peruana, la que se desarrolla con especial interés, puesto que es nuestro propósito el desarrollo armónico y constante de esta región del Perú.

Figura 6. Fotografía del formato de carátula del periódico.



Fuente: Elaboración propia

La imagen muestra el formato de la página frontal que utiliza el “Diario Ahora” para los periódicos que distribuye.

Figura 7. Fotografía del formato de página central del periódico.



Fuente: Elaboración propia

La imagen muestra el formato de la página central del “Diario Ahora” en la que se puede observar la manera en que se distribuyen los contenidos.

Figura 8. Fotografía del formato de parte posterior del periódico.



Fuente: Elaboración propia

La imagen muestra el formato de la página posterior del “Diario Ahora” observándose que suele contener la sección de espectáculos.

### 1.2.5. Diagramación

Esta área está encargada de la organización del material informativo a publicar, distribuyendo apropiadamente la información en función de la línea periodística, de los segmentos de la publicación y del mayor impacto que producirá en el lector. El horario de trabajo en esta área empieza a las 8 pm hasta las 10 pm. El encargado de esta área es el Sr. Ramiro Rodríguez.

Figura 9. Fotografía del área de diagramación



*Fuente: Elaboración propia*

Esta imagen muestra espacio de trabajo de los diagramadores dentro de esta área, los materiales y herramientas que utilizan para realizar su labor.

### 1.3. Historia de la empresa

El diario fue fundado por José Arias Padilla en 1984, que trabajó como profesor de la Universidad Nacional de Ucayali, también en el Ministerio de Agricultura y finalmente como periodista en el diario Ímpetu de Ucayali. El diario estuvo ubicado originalmente en un local alquilado frente al Reloj Público en la calle 9 de diciembre.

Inicialmente la empresa utilizaba el formato  $\frac{1}{4}$  con el estencil con una periodicidad interdiaria y posteriormente de modo diario debido a la demanda del público, lo que lo llevó a utilizar impresión offset posteriormente y, finalmente en 2009, impresión rotativa, debido al gran volumen de impresión que se requería.

Desde 1988 el diario cuenta con un local propio ubicado en el Jr. Fitzcarrald 384 en la ciudad de Pucallpa, desde donde los “canillitas” a las 5 am compran los diarios para distribuirlos. En 1992 el diario incorporó el laboratorio de fotografías.

Figura 10. Fotografía de la fachada del Diario Ahora



Fuente: Elaboración propia

Esta imagen muestra la fachada del local propio del “Diario Ahora” adquirido por la empresa en el año 1988, tras 4 años de alquilar un local frente al Reloj Público en Pucallpa.

El diario se expandió a Tarapoto, Iquitos y San Martín, y en 1994 ya salía en Huánuco, los periódicos se imprimían en Pucallpa y eran transportados vía terrestre.

Figura 11. Fotografía de las regiones donde circula el diario: Pucallpa, Huánuco, Loreto, Amazonas y San Martín.



Fuente: Elaboración propia

Esta imagen muestra los lugares en los que el diario tiene circulación: Ucayali, Huánuco, Loreto, Amazonas y San Martín.

Así también es necesario mencionar las dificultades que atraviesa en sus funciones producto de las circunstancias sociales actualmente que impiden la llegada de materia prima como el papel y, en consecuencia, la impresión de ejemplares.

En relación a la pandemia, respetando las medidas de bioseguridad en bien del personal y los lectores, el 20 de marzo hasta junio del 2020 dejó de circular el periódico.

#### **1.4. Descripciones de los servicios, a quiénes se dirige y bienes**

##### **1.4.1. Servicios**

Publicación de noticias, artículos, anuncios, eventos sociales y acontecimientos importantes de interés para la población.

##### **1.4.2. Bienes**

Local de la empresa, máquinas de impresión, papel y periódicos, dirigidos a todos los lectores de la población.

##### **1.4.3. Público objetivo**

La población ucayalina en general, pero a través de sus secciones como política, deportes y entretenimiento, sectoriza su público según sus preferencias.

##### **1.4.4. Fuentes de financiamiento**

Las fuentes de financiamiento que posee la empresa es la publicidad, las ventas y las suscripciones digitales, cuyo costo es de 15 nuevos soles mensuales. Las ventas físicas del diario son irregulares, depende de las circunstancias políticas, sociales, deportivas o económicas que atraviese el país y la ciudad.

Así también, aun cuando el “Diario Ahora” decidió colaborar con el trabajo brindándonos información de carácter general como la historia, organización, distribución de áreas y funciones de la empresa, respecto a la cantidad de ejemplares que vende regularmente, el diario se reserva la información. En cuanto a la publicidad, el alquiler de los espacios publicitarios disminuye durante los primeros meses del año y llega a su mejor momento durante los tres últimos meses del año.

Figura 12. Fotografía del exhibidor de anuncios del “Diario Ahora”.



*Fuente: Elaboración propia*

La imagen muestra un anuncio del “Diario Ahora” ubicado en la fachada del local propio en el que ofrece sus servicios de publicidad.

Así también, a modo de publicidad propia, el diario realiza promociones durante las festividades de San Juan, Navidad y por el Día de la Amistad, fechas en las que ofrece vales de consumo en restaurantes.

Figura 13. Fotografía del “Diario Ahora” entregando vales de consumo por el Día de la Amistad.



*Fuente: Elaboración propia*

Esta imagen muestra la entrega de premios que realizó el “Diario Ahora” por el 14 de febrero Día de la amistad.

Cabe mencionar que la empresa refiere que las ventas del diario van en declive por el tema de la tecnología y las redes sociales.

## **1.5. Misión y visión**

### **1.5.1. Misión**

Generar y difundir la información con veracidad a la población, obteniéndola y verificándola siempre, comunicando de manera imparcial e inmediata las noticias, contribuyendo con el desarrollo de una sociedad democrática y solidaria, y brindando soluciones de difusión también para los anunciantes.

### **1.5.2. Visión**

Ser una de las mejores empresas de comunicación del país, posicionada en el ámbito digital a través de las redes sociales y los recursos que ofrece internet a través del sitio web.

### **1.5.3. Valores**

#### **1.5.3.1. Puntualidad**

Cumpliendo con la presencia del diario en el mercado cada día, convirtiéndose en un recurso informativo para el público más que una opción.

#### **1.5.3.2. Excelencia**

Buscando siempre ofrecer la mayor calidad en la información brindada, tanto en la redacción como en la percepción de confianza en la información por parte del público.

#### **1.5.3.3. Escucha**

Tomando en cuenta las opiniones y necesidades de la población para compartirlas con el público en general. Este valor también se pone en práctica en el apoyo social a grupos sociales con limitados recursos económicos a través de notas informativas siempre que se requiera.

#### **1.5.3.4. Responsabilidad**

Priorizando siempre la veracidad en la información y verificándola antes de hacerla pública, evitando de esta manera distorsionar la información real.

#### **1.5.3.5. Claridad**

Garantizando siempre que el contenido de la información sea de un manejo lingüístico pertinente y asimilable para toda la población.

### **1.5.3.6. Transparencia**

Socializando el modo en que se consigue la noticia y el modo en que se evalúa y verifica la información, consiguiendo de esta manera que el público compruebe que la información no se ha alterado con otros fines.

## **1.6. Retos y proyecciones**

Entre los retos que posee la empresa, uno es mantenerse en el mercado, tanto físico como virtual, lo que implica mantener solvencia económica, principalmente, obteniendo productividad, hecho por el cual se han habilitado suscripciones en el sitio web del diario, incrementado la rentabilidad de la empresa a través del contenido que se difunde de manera virtual, pretendiendo también mejorar el diseño del sitio web, agregando características según las necesidades del público como nuevos tipos de suscripciones, venta de ejemplares a pedido, entre otros, esto en el aspecto tangible. En este sentido, es necesario crear en el público objetivo el interés en el contenido de los periódicos, creando afinidad y confianza a través de la transparencia en la información y la utilización de fuentes fidedignas, hecho que se reflejará en el consumo del diario, ya sea físico o a través de las publicaciones en redes sociales y página web.

La proyección principal de la empresa es instalarse con mayor fuerza en el ámbito digital, esto debido a la rentabilidad que genera ya que el público objetivo que abarca es significativamente mayor, sobre todo actualmente en el que la mayor parte de la población se ha familiarizado con el uso de herramientas digitales, redes sociales y la navegación por internet, además debido a que, a través de las suscripciones digitales, se consigue una fuente más de ingresos económicos.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Actividad profesional desarrollada**

En el “Diario Ahora”, en cuanto a las actividades desempeñadas por el reportero de manera específica en el lapso de la pandemia generada por la COVID-19, el conjunto de acciones fue más preciso y, a la vez, más complejas en lo referido a su cumplimiento, pues no se podía dejar pasar los momentos oportunos para llegar en el momento apropiado a cubrir la nota, ya que es la labor de los reporteros.

De esta manera, se asignó una credencial de parte de la empresa al reportero, la que estuvo visada por el jefe de la VI región policial de Ucayali; sin embargo, se tenía que obtener puntualmente el pase respectivo que se brindaba de manera oficial a través de los medios digitales, la que se renovaba cada cierto lapso; de esta manera no se tenía muchos problemas que sortear o solucionar en el desplazamiento.

Además, se tenía, en primer término, que revisar el reporte oficial del Ministerio de Salud acerca de la morbilidad y mortalidad por COVID-19 en la región y a nivel nacional.

De este modo, se cubrieron las notas relevantes que desencadenaron en una reflexión masiva y profunda en la región Ucayali, como el fallecimiento por causa de la COVID-19 de un excongresista, hecho que derivó en una alarma social que llevó a un mayor cuidado con respecto de la enfermedad al colectivo ucayalino.

Finalmente, obtenida la nota, el reportero tenía que realizar una pre-redacción de modo tal que quede lista para la edición y publicación del diario.

### **2.2. Propósito del puesto y funciones asignadas**

El puesto de reportero tenía las funciones siguientes:

- Revisar los mensajes de whatsapp sobre las tareas encomendadas.
- Contestar los mensajes de whatsapp con la posibilidad de alguna nota que no se haya incluido en la asignación de tareas.

- Coordinar con el director periodístico acerca del trabajo diario.
- Recibir las orientaciones para conseguir los nexos que permitan el logro del acceso a la nota.
- Acudir a las diferentes instituciones a conseguir la nota y obtenerla.
- Realizar la primera redacción de la nota.
- Entregar la nota redactada con las evidencias al director periodístico para la revisión.
- Corregir la nota, de ser necesario.
- Vigilar la entrega de la nota para la redacción final y publicación.

### **2.3. Realidad problemática o contextual**

La coyuntura sanitaria que atravesó el país y el mundo durante la pandemia afectó de diversas formas a la población. La educación, salud y trabajo se vieron afectados por la pandemia, sobre todo por la ausencia de medidas de contingencia y por las desigualdades sociales en el país.

A nivel internacional, precisamente en España, en donde según Sánchez-Duarte y Magallón (2020), la situación del periodismo y la evolución de la información durante la pandemia fue negativa, llegándose a confirmar 214 noticias falsas sobre la pandemia, un gran porcentaje (68.7%) con la intencionalidad de desinformar acerca de los contagios y prevención.

En cuanto a esta situación del periodismo en Chile y Colombia durante la pandemia, Greene et al. (2022) refieren que los medios han jugado un rol importante contrarrestando las noticias falsas sobre la pandemia, incrementando así la credibilidad y confianza por parte de la población.

A nivel nacional, según Puente (2020), el periodismo ha sido criticado por la falta de capacidad para informar durante la pandemia, sin embargo, esto se debe, según el autor a problemas que ha arrastrado el periodismo desde hace décadas, como lo son la renuencia al cambio tecnológico, la disminución de audiencia y la reducción de

inversión publicitaria, hecho que afecta sobre todo a los medios informativos tradicionales.

La situación de los medios de información locales en los departamentos del país también se vio afectada en gran medida, sobre todo a aquellos cuya actividad principal era la venta de periódicos o diarios. Sin embargo, puntualmente el diario Ahora, que es la sede de estudio de esta investigación encontró el modo de disminuir los estragos, haciendo uso de internet y los recursos digitales a su alcance, hecho que requirió la preparación del personal.

Así también, si bien se había difuminado parcialmente una dificultad y se logró obtener un medio para publicar la información, era necesaria la obtención de las notas, por lo que, acatando las normas sanitarias vigentes en el momento y con la capacitación adecuada del personal encargado de la obtención de los hechos, salió a las calles para obtener la noticia.

Específicamente en la ciudad de Pucallpa, la situación durante la pandemia fue poco alentadora, ya que obligó a que los puntos de venta situados en la zona céntrica de Pucallpa y los “canillitas” no puedan cumplir con sus labores. Este hecho ha repercutido en la actualidad, ya que, cuatro de los siete puntos de venta en esta zona siguen trabajando mientras que tres de ellos no volvieron a retomar sus actividades debido a las medidas de aislamiento social durante la pandemia.

Figura 14. Fotografía del puesto de venta ubicado en el Agustín Cauper con Jr. 28 de Julio.



Fuente: Elaboración propia

En la imagen se muestra la situación actual de uno de los tres puntos principales de venta de diarios en la zona céntrica de Pucallpa, cerrado desde hace más de un año como consecuencia de la pandemia.

Cabe mencionar también que, el diario Ímpetu tenía contrato con los diarios de El Popular y Libero de la ciudad de Lima en la época de pandemia, por lo que se vendía en Pucallpa, sin embargo, actualmente ya no por vencimiento de contrato, estos diarios se imprimían en Pucallpa.

En este sentido, se determinó trabajar con el “Diario Ahora” debido a que es uno de los tres medios de comunicación impresos regionales en Ucayali de mayor consumo junto a los diarios Ímpetu y Choche, esto se ha comprobado a través de un sondeo realizado por cuenta propia en la zona céntrica de Pucallpa (ver Anexo 3), consultado en los puntos de venta activos las preferencias del público sobre el consumo de los diarios, obteniéndose que en los cuatro puntos los tres diarios de mayor consumo son los mencionados líneas arriba.

Finalmente, otra de las razones por las que se determinó trabajar con esta empresa fue el proceso de mejora constante al que fue forzado debido al incremento de la demanda por el público, evidenciándose en la rápida consecución de bienes narrados en la historia de la empresa.

## **2.4. Objetivo del estudio o caso**

### **2.4.1. Objetivo general**

Explicar las características de la cobertura informativa y de la difusión del “Diario Ahora” durante la pandemia por covid-19.

### **2.4.2. Objetivos específicos**

Analizar las características de la obtención de información y la aceptación de la realidad que refleja a través de la noticia durante la pandemia por covid-19.

Explicar el impacto de la difusión masiva a través de los medios virtuales en el público y los factores condicionantes durante la pandemia por covid-19.

## **2.5. Conceptos de investigación o de estudios**

### **2.5.1. Cobertura informativa**

La cobertura informativa consiste en la capacidad que tiene un medio de comunicación de disponer recursos para acercarse a un determinado suceso de interés con la finalidad de informar sobre este al público teniendo en cuenta la ética e integridad de las personas como aspectos fundamentales.

Solís (citado por Alvines, 2021) define la cobertura informativa como la “aproximación de los periodistas a los sucesos de interés sin perder la ética como compromiso de conciencia individual” (p. 9).

En función de lo afirmado por este autor se considera que la cobertura informativa está relacionada al acercamiento del periodista a los sucesos que son objeto de interés por el público, sin embargo, se debe tomar en cuenta a la ética como factor fundamental, respetando la integridad de las personas y la integridad de la información que se recolecta, evitando alteraciones y buscando que llegue a su publicación de la manera más impoluta posible.

Martínez (citado por Mamani y Morales, 2020) define la cobertura informativa como “la vigilancia completa de la información en una zona delimitada o acerca de una cuestión dada” (p. 33)

Este autor agrega la vigilancia total como condición para que se cumpla con la cobertura informativa, por lo que, para afirmar que existe, el periodista, reportero o encargado de la recolección de información necesita estar dedicado totalmente al cuidado del suceso del que se pretende informar, comunicando su evolución en el tiempo. Así también, a partir de esta definición se puede considerar que existe la cobertura informativa cuyo abordaje se delimita a la zona y otra que se delimita a la cuestión de la que se pretende informar.

Gómez (2015) define la cobertura informativa como “el resultado de la organización que los medios de comunicación realizan acerca de los acontecimientos o sucesos actuales en la sociedad” (p. 31).

Respecto de la definición de este autor se puede inferir que considera la cobertura como el producto que se obtiene a partir de la información que obtienen los

medios de comunicación sobre un acontecimiento o suceso en particular, es decir, a la noticia que se comparte con el público, definición con la que no me encuentro de acuerdo debido a que la cobertura está relacionada con la cantidad que abarco de una determinada cuestión, no con el producto como resultado de la organización de la información.

Boyer (2022) define la cobertura informativa como “el proceso de hallar, conseguir, analizar y difundir un suceso actual y veraz de manera objetiva” (p. 22).

Este autor considera que la cobertura informativa está relacionada con todos los procedimientos que implica la noticia, es decir, desde encontrarla hasta su difusión, sin embargo, es necesario determinar de manera clara que la difusión no es un procedimiento que se encuentre dentro de la cobertura informativa, si bien es cierto la información sobre la que se tiene cobertura es susceptible de ser difundida, no siempre es un requerimiento esto último.

En este sentido, defino la cobertura informativa como el acercamiento del personal periodístico asignado para recolectar la información a una zona determinada o a un suceso particular sobre el que se pretende informar, tarea que realizará considerando los aspectos éticos fundamentales.

A continuación, se consideran los siguientes aspectos para el concepto de cobertura informativa:

#### **2.5.1.1. Aspecto 1: Información**

La información es considerada como los datos que se obtienen acerca de un suceso determinado, la misma que debe haber sido organizada pertinentemente pues esta debe ser relevante y debe tener una finalidad.

Al respecto, Maisanche (2015) indica que “el periodista debe ser cauteloso con la información que emita en los medios de comunicación”, refiriendo que las noticias deben tener un respaldo comprobable.

Según esta cita, la información debe ser expuesta al público, como una noticia, con el compromiso total del medio informativo, considerando en todos aquellos

aspectos en los que tiene responsabilidad y que la información que comparte será compartida muchas veces, y en casos de manera equívoca y malinterpretada.

También, Boyer (2022) indica que “los medios informativos deben comprometerse con el lector de dar una presentación de sus notas con una contextualización real y un análisis a profundidad al momento de tratar la información recogida” (p. 11).

Este autor indica que es de suma importancia tratar adecuadamente la información, comprobar siempre la veracidad de las fuentes y verificarlas, agregar todos los elementos que sean necesarios para su interpretación correcta y la exhibición de las fuentes en la redacción de la misma, no con el sentido de delegar responsabilidad, sino con la intención de generar confianza en el público que lee la noticia.

En este sentido, Cabanillas (2017) refiere que los medios de comunicación deben presentar la información tratándola según el público que vaya a recibir el mensaje.

Es así que, se concibe la información como un aspecto fundamental dentro de la cobertura informativa, puesto que según el modo en que se organice, influirá de diferente manera en el consumidor. Sin embargo, es fundamental la recolección adecuada de la misma, atendiendo al propósito de la noticia, filtrando datos que son innecesarios y agregando las características que sean necesarias para que el posterior tratamiento contextualice adecuadamente al lector.

A continuación, se consideran los siguientes indicadores para este aspecto:

#### **2.5.1.1.1. Indicador 1: Cantidad**

La cantidad está relacionada con el tamaño de la información que se pretende comunicar, indicador que debe ser tomado en cuenta durante el tratamiento de la información, ya que la brevedad en la información es una característica que garantizará que el lector la retenga.

Al respecto, Boyer (2022) refiere que “el periodista debe redactar la información mediante frases cortas y directas donde el lector pueda retener la información leída” (p. 25)

Según lo descrito por este autor la brevedad y precisión en la redacción son virtudes que tendrán un efecto positivo en el lector, para muchos leer un texto de más de cuatro líneas les genera aburrimiento y en el peor de los casos rechazo, por lo que resumir la intención comunicativa y el hecho en el espacio de texto necesario, sin obviar información necesaria, es fundamental para la retención adecuada de la noticia en el público.

En relación a ello, Gómez (2015) indica que la cantidad de la información que se publica sobre un determinado tema no se traduce en la calidad de la noticia.

En este sentido, la cantidad de información que se obtenga no necesariamente se traduce como ideal, siempre y cuando esta responda a las necesidades de la noticia, esta será de utilidad, recordando que la brevedad es un aspecto clave en la noticia y abrumar al lector con datos innecesarios generará aburrimiento y desviará su atención del propósito real de la noticia.

#### **2.5.1.1.2. Indicador 2: Confiabilidad**

La confiabilidad está relacionada con la medida en que el lector percibe que la información que se difunde traduce la realidad de los hechos, es decir, la garantía que tiene el lector de que la noticia que lee es la que realmente está sucediendo.

Cabanillas (2017) indica que este indicador está relacionado con las fuentes, ya que, según su veracidad y confiabilidad, pondrán en duda la credibilidad del medio informativo.

Este autor hace hincapié en el efecto negativo que genera la ausencia de veracidad y confiabilidad en una sola noticia para la totalidad del medio informativo, ya que el lector no se limitará a dudar de las notas que lee, sino de aquellos que le hicieron llegar esa información, poniendo en tela de juicio las intenciones de los mismos y generando presunciones negativas.

En esta línea, Gómez (2015) también refiere que, entre los procesos que afectan la confiabilidad, se encuentra el tratamiento de la información, ya que influirán siempre factores políticos, culturales e ideológicos en este.

Finalmente, considero que lograr confiabilidad en la noticia, desde el medio informativo es totalmente factible en cuanto a su obtención, ya que, el medio informativo puede garantizar la transparencia del proceso de obtención de la información mediante la solicitud de verificación de las fuentes, mientras que, por el lado del lector, se convierte en un aspecto subjetivo que se ve afectado por la opinión propia y la del entorno.

#### **2.5.1.2. Aspecto 2: Realidad**

La realidad implica la consideración de las características del contexto en que se obtiene la información, es decir, si esta se encuentra dentro del periodo en que el suceso está ocurriendo y en el lugar en que está ocurriendo.

Boyer (2022) indica que se pretende “que el acontecimiento no aparezca de forma aislada sino vinculado con diversos elementos informativos que enriquezcan su comprensión” (p. 23)

Esta cita indica que el hecho no se debe mencionar aislado de todos aquellos elementos que intervinieron en su cometido, sino más bien, mencionarlos y detallar su rol en el hecho noticioso, de modo que se consiga la comprensión adecuada de esta realidad por parte del público que lo consume.

Cabanillas (2017) refiere que la organización de la información como su selección debe cumplir con el criterio de ser concreta, es decir, debe reflejar fielmente la realidad.

Este autor manifiesta que la información que se comunica como noticia debe considerar todas las características que permitan al lector comprender la realidad en la que está sucediendo, agregando esto transparencia también en cuanto a la veracidad de los hechos que se transmiten.

Al respecto, Gómez (2015) refiere que mientras mayor sea la injerencia social que tenga el acontecimiento para la sociedad, mayor será la confrontación de la

información, por lo que se generará una percepción más completa y confiable de la realidad.

Entonces, otorgar al lector los detalles y características del suceso para lograr generar en el un debate interno y con los individuos de su entorno, generará en ellos la confianza de que la noticia está reflejando la realidad de la situación, en otros términos, los llevaría a ubicarse en la nota informativa y comprender, a partir de los detalles, que la información es totalmente veraz y confiable.

A continuación, se consideran los siguientes indicadores para este aspecto:

#### **2.5.1.2.1. Indicador 1: Periodo**

El periodo está referido al espacio de tiempo en el que tiene lugar la información y en el que es de interés el suceso, por lo que este periodo tiende a variar según la gravedad y al hilo de sucesos que surjan a partir de uno.

Boyer (2022) refiere que “la prensa ofrece a los lectores los acontecimientos periodísticos que les interesan en intervalos fijos de tiempo” (p. 22)

El autor hace referencia a que el período en que la información será noticia depende totalmente del interés público que esta represente, considerando que este último es quizás un requisito para que un hecho noticioso se transforme en la noticia. Es así que, mientras aún sea de interés el hecho, este será noticia.

Cabanillas (2017) refiere que, entre los factores que componen la información periodística, se considera el tiempo determinado en el que se han de recolectar y difundir la noticia.

Este indicador refiere totalmente el ciclo de las noticias al que es susceptible todo medio informativo, haciendo referencia al tiempo en que la noticia permanece en su auge, y el mismo que depende totalmente de la injerencia social que tenga, pues a mayor envergadura social, mayor será la cantidad de personas que hablen sobre ella incrementando el tiempo que permanecerá en la mente de las personas, así también, si el suceso del que se informa desencadena en nuevo sucesos de interés social, también permanecerá durante más tiempo.

#### **2.5.1.2.2. Indicador 2: Aceptación**

La aceptación está relacionada con el momento en que el lector concibe que la información que está obteniendo a través de la noticia que se ha difundido es veraz y confiable, es decir, válida.

Al respecto, Cabanillas (2017) refiere que, en el proceso de tratamiento de la información, se pretende que esta sea aceptada evitando el roce con el resto, fomentando ideas que no contravengan con las de la mayoría.

Esta cita quiere decir que, si la intención comunicativa que posee la noticia después de tratarla difiere de la que ya posee el público objetivo, esta será rechazada, y no solamente la nota sino probablemente el medio de comunicación que la imparte también sea objeto de rechazo en sus próximas ediciones.

Maisanche (2015) indica que el público, al recibir la noticia, se convierten en generadores de noticias y opinión crítica, esto a través del análisis, comprensión y la aceptación de la información.

Este indicador está íntimamente relacionado con el proceso de tratamiento de la información, organizándola y redactándola de modo que se ajuste al público que se ofrece, entonces, cuando el lector se familiarice con la noticia, con el hecho de que ha sido redactada para él, genere una afinidad con el medio informativa y se convierta en un repetidor de la misma, propagando no solo el hecho noticioso sino la confianza en el medio.

#### **2.5.2. Difusión**

La difusión es el proceso y función de un medio de comunicación que consiste en socializar entre el público las informaciones, análisis y opiniones que brinda o provee.

Andomor (citado por Vidal, 2021) refiere que la difusión “es aquella técnica de comunicación que permite propagar la información de todo tipo, empleando para ello los medios de comunicación social en forma de noticias.” (p. 21)

Según la definición de este autor la difusión está referida a la propagación de hechos que cumplan con considerarse noticia indiferentemente del tipo, para lo que se utilizan los medios de comunicación, hecho que tiene total sentido para esta investigación, ya que precisamente si esta no se divulga a través de un medio de comunicación no es considerada como tal, condición que, siendo prescindible, implicaría que cualquier traspaso de información sea considerado de tal manera.

Kayser (citado por Gómez, 2015) refiere que la difusión es el proceso de comunicar “los acontecimientos de actualidad que se refieren a los asuntos públicos, las cuestiones internacionales, la política, etc.” (p. 30)

La definición de este autor es un poco más general, si bien es cierto la difusión implica comunicar, para fines de esta investigación implica que se comunique una noticia, un hecho de interés público cuya información haya sido sometida a un tratamiento informativo que determinará la medida en que sea digerible para la población determinada como objetivo.

Rodríguez (citado por Alvines, 2021) acerca de la difusión refiere que se encarga de “publicar datos importantes de hechos públicos en su real contextualización” (p. 9).

Esta definición implica sobre todo la condición de la contextualización de la información, divulgar la noticia con todas las características necesarias para que su interpretación no sea sesgada, sino que transmita de manera objetiva los hechos que se pretenden informar.

Muñoz-Sani (2022) indica que la difusión está relacionada con “proporcionar información veraz y oportuna a la sociedad” (p. 43).

Esta definición también agrega un condicionante al proceso de la difusión de la información, esta es la veracidad que, si bien no es necesaria para difundir otro tipo de hechos, para la difusión de noticias es de vital importancia, porque de ello depende la confianza que represente para el público objetivo.

Es así que, la difusión, desde mi punto de vista, se define como el acto de comunicar con veracidad y de manera objetiva a la población la noticia, la misma que

debe considerarse como la información recolectada sobre un hecho de interés y sometida a un tratamiento noticioso.

A continuación, se consideran los siguientes aspectos para el concepto de difusión:

### **2.5.2.1. Aspecto 1: Masiva**

Este aspecto está relacionado con la característica de que la noticia, una vez difundida, tiene un alcance de propagación tremendo, serán muchos los individuos que tendrán acceso a la misma.

El portal de PuroMarketing (2023) indica que “el ciclo de las noticias hará que otro titular se haga con su espacio en los medios y que otra historia ocupe el terreno” (párr. 3)

Esta cita hace referencia al ciclo de vida de la noticia y que llegará al punto en que ya no sea de interés público, por lo que dejará de considerarse como tal y su espacio será ocupado por otro hecho noticioso que si cumpla con las características para convertirse en una. En el transcurso de la pandemia, se pudo evidenciar que este ciclo no es el mismo en cada caso, depende mucho de la envergadura y, en el caso de hechos noticiosos que tengan que ver con la salud, su evolución es de interés público, por lo que podría permanecer por meses e incluso años.

Respecto a esta característica, Gómez (2015) indica que la poseen los medios de comunicación, teniendo la posibilidad de llegar a toda la población, por lo que implica también responsabilidad.

Este autor recalca la importancia de considerar la responsabilidad que tiene el alcance de la noticia y, en consecuencia, que lo que se está comunicando les llegará probablemente a miles de personas, por lo que la difusión indiscriminada y que genere sesgos interpretativos intencionalmente en la población debe ser tratada con pinzas.

McCombs y Shaw (citados por Mamani y Morales, 2020) refieren que este aspecto influye en el público al seleccionar la información que se les brinda de acuerdo al interés de la noticia, su importancia o por el espacio provisto por el propio medio de comunicación.

Este aspecto es muy importante porque es una característica innata en los medios de comunicación actualmente y al alcance masivo que tienen los sucesos de interés, ya sea por los medios escritos o digitales, lo mismo que implica un mayor cuidado al momento de difundir una noticia, puesto que incurrir en cuestiones negativas como la divulgación de noticias falsas alteración intencionada de información, por ejemplo, tendría un efecto irreparable en el medio informativo.

A continuación, se consideran los siguientes indicadores para este aspecto:

#### **2.5.2.1.1. Indicador 1: Integral**

Este indicador está referido a la percepción de que la noticia está abarcando y comunicando todos aquellos aspectos que son necesarios para que el lector la comprenda de manera adecuada.

Al respecto, Vidal (2021) refiere que, integrar aspectos de interés y de relevancia es un factor que está determinado por el tipo de audiencia al que se pretende alcanzar con la difusión.

Según este autor, debe existir la característica de ser integral, y considerar aspectos que además de facilitar la comprensión posterior del público, logren generar la idea de veracidad, ya sea a través del criterio implícito de la transparencia y verificación, o explícito a través de la exposición de las fuentes que garantizan que la noticia es veraz.

Así también, Gómez (2015) refiere la importancia de integrar a la noticia factores como la veracidad del hecho y la exposición social de los sujetos involucrados en ella, siempre y cuando no afecten su integridad.

Este indicador tiene relación total con el contexto de la noticia, es decir, otorgar la información necesaria y veraz para que el lector comprenda adecuadamente la noticia, evitando una redacción orientada al interés propio o a factores políticos, religiosos y económicos, sino buscando que se entienda la situación real de la información.

### **2.5.2.1.2. Indicador 2: Comprensión**

Este indicador refiere la medida en que el lector forma una idea clara sobre la noticia que se ha difundido, de esto depende mucho el tratamiento noticioso que se le dé y el público al que se dirija.

Respecto a este indicador, Gómez (2015) refiere que para lograr en el lector una comprensión objetiva, es imprescindible hacer de su conocimiento la realidad social y el contexto en el que se encuentra.

Lo precisado por este autor se traduce en que es necesario que la persona que lee la noticia conozca aquellos aspectos necesarios de la misma, en la medida que no desvíen el fin de esta, sino que colaboren con que la idea que se forme el individuo sea la esperada, sin sesgos.

Así también, Boyer (2022) indica que un factor fundamental para lograr la comprensión del lector es un adecuado lenguaje periodístico, haciéndola entendible y atrayendo la atención del público.

Es así que, la comprensión en la medida que sea lograda por el lector, estaría determinada totalmente por el modo en que se ha elaborado la noticia, dependiendo totalmente del tratamiento que recibe y de los fines del medio informativo. Así también, es necesario comprender que hay que ajustar la redacción, organización y detalles necesarios sobre el contexto a la población que se pretende llegar, facilitando su asimilación.

### **2.5.2.2. Aspecto 2: Condicional**

Este aspecto abarca los requerimientos que son necesarios para la difusión adecuada de la información, en esta investigación en específico, durante la pandemia existieron limitaciones como el aislamiento social que afectaron la difusión de la noticia.

Castells (citado por Mamani y Morales, 2020) refiere que actualmente “las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada sobre en el

procesamiento de la información, la generación del conocimiento y las tecnologías de la información” (p. 25).

Este autor hace referencia a dos aspectos, la generación de conocimiento que cambia debido a que la tecnología ha favorecido precisamente la descentralización del conocimiento, permitiendo el acceso a la misma información en América como en Europa y Asia; y el segundo, relacionado como el procesamiento de información, que se ha visto enormemente simplificado a través de las herramientas informáticas que ofrece la tecnología, desde el reconocimiento de textos en fotos e imágenes, hasta el análisis de grandes volúmenes de datos en segundos con las herramientas y equipos adecuados.

Así también, Maisanche (2015) indica que las nuevas tecnologías condicionan la difusión de la prensa escrita y su futuro en este rubro.

Lo que indica este autor es que, a medida que avance el tiempo, el ser humano encontrará mayor afinidad con internet y las conexiones virtuales, por lo que considerarlos se convertirá en una gran ventaja en los medios de comunicación.

Además, Alvines (2021) indica que existen “cambios en esta sociedad de la información que afectan el proceso de la información” (p. 11)

Respecto a este aspecto, debido al enfoque de la investigación, es necesario considerar las condiciones que limitan la difusión de información, en el caso puntual de este estudio, afectado por la pandemia, hecho que llevó a tomar medidas impredecibles y utilizar herramientas para las que la mayoría de medios informativos locales no estaban preparados.

A continuación, se consideran los siguientes indicadores para este aspecto:

#### **2.5.2.2.1. Indicador 1: Digital**

Este indicador está relacionado a la digitalización de la noticia para su difusión, es decir, con la necesidad de que la noticia se difunda a través de medios digitales para que pueda cumplir con su propósito.

Al respecto, Alvines (2021) indica que los avances tecnológicos, en lugar de representar una dificultad para la cobertura y difusión de la información, se deberían aprovechar para la publicación de contenidos.

Lo que refiere este autor indica que el medio de comunicación debe aprovechar las múltiples bondades que ofrece la tecnología en beneficio de sus propias actividades, aprovechando la conexión a internet, plataformas, e incluso redes sociales para obtener información para luego verificarla y, también, por la posibilidad de utilizar estos medios para difundirla.

Sin embargo, Maisanche (2015) indica que este indicador digital representa en cierto sector de la población una desventaja debido al desconocimiento.

En este punto, el “Diario Ahora” ha tenido la certeza de aprovechar su sitio web durante el periodo de aislamiento social, mermando el impacto, sobre todo, económico que ocasionó esta medida, afianzando también en el personal encargado las competencias digitales necesarias para continuar mejorando el diseño y la experiencia de usuario de su sitio web y generando ingresos a través de suscripciones, factor que, como han referido los autores, supo aprovechar.

#### **2.5.2.2.2. Indicador 2: Normas sanitarias**

Este indicador está relacionada a la consideración de las normas sanitarias de manera previa a la difusión de la noticia, las implicaciones prácticas que ocasionaron las normas sanitarias emitidas durante la pandemia y que afectaron con el proceso común de difusión de la noticia a través de los periódicos.

Alvines (2021) indica que las normas sanitarias producto de la coyuntura obliga a los medios informativos buscar alternativas para trabajar y adaptarse a todo lo nuevo.

Este autor considera el trabajo remoto, por ejemplo, como alternativa de diversos medios de comunicación para poder continuar con sus labores, además de la utilización de plataformas de videoconferencias para conseguir información e incluso a través de llamadas telefónicas.

Así también, Mamani y Morales (2020) refieren que, más allá de acatar las normas sanitarias, el rol del medio informativo es informar al público sobre salud, apoyar con las recomendaciones a la población.

En este punto, es totalmente necesario hacer referencia al acatamiento total de las normas sanitarias impuestas por el gobierno durante la pandemia, medidas que llevaron a disminuir el personal temporalmente y a dificultar la difusión de información mediante medios físicos, sin embargo, el diario a través de su sitio web, como mencionan los autores estuvo constantemente incitando a la población a cumplir con las normas sanitarias establecidas.

## 2.6. Matriz conceptual

<b>Conceptos de investigación</b>	<b>Aspectos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Aspectos de medición</b>
Cobertura informativa	Información	Cantidad	Impacto
		Confiabilidad	
	Realidad	Periodo	Intención
		Aceptación	
Difusión	Masiva	Integral	Opinión
		Comprensión	
	Condicional	Digital	Alcance
		Normas sanitarias	

## **CAPÍTULO III: APLICACIÓN PROFESIONAL**

### **3.1. Antecedente de investigación**

En este apartado se consideran los estudios o investigaciones previas realizadas sobre los conceptos que se abordan en este trabajo de suficiencia profesional, es así que, se consideran trabajos de investigación que abordan las realidades y principales deficiencias que atravesaron los medios de comunicación para el manejo de las noticias durante la pandemia. A continuación, se presentan los antecedentes internacionales:

#### **3.1.1. Antecedentes internacionales**

Casanova (2021) en su trabajo de investigación titulado “Retos y desafíos del periodismo ecuatoriano en tiempos de Covid-19” realizado en la Universidad Técnica de Ambato en Ecuador, tuvo como objetivo mostrar la realidad que viven los periodistas al cubrir las noticias relevantes relacionadas con la COVID-19 en las provincias del país ecuatoriano, encontrando que durante la pandemia los medios de comunicación ecuatorianos se mantuvieron en constante lucha contra el gobierno por la difusión y manipulación de la información.

Este autor hace hincapié principalmente en el manejo de la información contra el que ha tenido que luchar el periodista ecuatoriano, hecho que, en función de la opinión de muchos periodistas, tiene que ver con diversos factores, como la incapacidad del gobierno de poder llevar un control adecuado del registro de casos y tratamiento de los mismos durante la pandemia, así también, declaran la influencia de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional sobre los datos sobre la pandemia, de modo que se garantice la calma en la población, sobre todo cuando estos poseen los recursos económicos y humanos suficientes para llevar a cabo estas acciones.

Finalmente, en muchos casos se ha vulnerado la libertad de expresión, como es el caso del periodista Juan Sarmiento, el mismo que fue sentenciado a prisión y un pago por el supuesto daño moral a un gobernador de este país, considerándose este una

grave violación a la libertad de expresión el país, hecho al que se le añaden las múltiples y graves amenazas a su seguridad.

Calderón y Guerrero (2020) en su trabajo de investigación titulado “Análisis del tratamiento informativo de los medios impresos Diario Correo y Opinión sobre la COVID19 periodo de marzo abril 2020” realizado en la Universidad Técnica de Machala en Ecuador, tuvo como objetivo analizar el tratamiento informativo de los medios impresos locales de la provincia de El Oro sobre la pandemia por Covid 19, concluyendo que en ambos diarios la información relacionada con el coronavirus ha sido considerada un hecho noticioso, ya que cumple con los criterios de actualidad, novedad e interés público, sin embargo, cada diario ubicó estas noticias en diferentes secciones.

Este autor considera dos puntos principales durante su investigación sobre el tratamiento de la información durante la pandemia, el primero relacionado con los criterios para considerar un hecho noticioso los datos relacionados con el Covid 19, tomando en cuenta que ambos diarios, Correo y Opinión, consideran la información relacionada con el Covid 19 como un hecho noticioso al poseer las características de actualidad, novedad y de interés público, criterios a los que se añade el hecho de que involucra una gran cantidad de personas, presenta una evolución debido a la naturaleza de la pandemia y, finalmente, el hecho de que la noticia es tal mientras siga dando hechos que comunicar durante muchos días. Coincidiendo este aspecto con lo referido en el desarrollo de los conceptos de este trabajo.

Mientras que, el segundo punto estuvo relacionado con la sección del diario en la que se publicaba con mayor frecuencia las noticias relacionadas con la pandemia, siendo la sección de actualidad para el diario Opinión y, en el caso del diario Correo, se creó una nueva sección denominada “Emergencia Sanitaria” en la que se concentraron las noticias relacionadas a este evento. Cabe mencionar también que, el autor de esta investigación refiere que un rol muy importante fue el que cumplieron los mediadores, tales como personas, agencias, prensa internacional y también nacional.

Gómez (2020) en su tesis titulada “Análisis de la generación noticiosa sobre la pandemia COVID 19 en el diario El Comercio” realizada en la Universidad UTE en Ecuador, tuvo como finalidad analizar la generación noticiosa realizada por el diario El Comercio entre marzo y agosto del 2020 sobre la pandemia por Covid-19, encontrando que el diario basa la difusión de la noticia en función de su propio Código Deontológico, sin embargo, el autor ha encontrado que en el país en que se realizó el estudio no existen periodistas especializados en temas de salud tan coyunturales, lo que retrasa el avance del periodismo en Ecuador, dando lugar así a la creación de dudas durante el proceso de recepción de información.

A partir de la investigación de este autor, se puede colegir que, en los medios de comunicación ecuatorianos, durante los procesos de tratamiento de información y difusión de la misma, se consideran códigos basados en la ética y normativa constitucional del país en el que se encuentran, considerando como noticia los hechos de interés y evitando ocultar datos y tergiversarlos durante el proceso de tratamiento; sin embargo, como menciona el autor, una de las principales dificultades por las que atravesó la generación noticiosa de este medio es la ausencia de periodistas que posean conocimientos especializados sobre el tema de salud relacionado con el coronavirus, hecho que afecta la interpretación adecuada de lo que se recolecta de las fuentes, afectando el proceso de tratamiento, al no poder transformar la información adecuadamente haciéndola digerible para todo público.

Por lo tanto, existe la gran posibilidad de generar dudas en la población y en muchos casos provocar que la población tome a la ligera la noticia que lee, sin considerar el real impacto de la misma, precisamente por la ausencia de explicaciones suficientes durante la difusión. Este hecho permanecerá latente en la medida en que los profesionales periodistas en Ecuador no consideren los temas de salud como aspectos en los que deban especializarse.

### **3.1.2. Antecedentes nacionales**

En cuanto a los antecedentes nacionales que abarcan los conceptos que se abordan en esta investigación, se consideran los siguientes:

Mamani y Morales (2020) en su tesis titulada “Cobertura noticiosa en la cuarentena en los portales web y red social de Radio Yaraví y la República Sur y la percepción de los médicos del hospital COVID-19, Arequipa, 2020” realizada en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, tuvo como objetivo analizar la cobertura mediática sobre el nuevo coronavirus en los portales web y red social de dos radios conocidas y la percepción de los médicos sobre las mismas, encontrando que la mayoría de participantes refiere que hubo sobreinformación, sesgo informativo y sensacionalismo en las noticias.

Este autor, en su investigación encontró varias características de las noticias publicadas en los portales web y red social de las radios estudiadas. En primer lugar, la sobreinformación, causada por la publicación de informaciones sobre el coronavirus que en muchos casos no fueron corroboradas, mencionando, por ejemplo, casos de presunta negligencia médica en su página web y transmisiones en vivo en Facebook que no tienen ninguna finalidad de informar.

En segundo lugar, el sesgo informativo, ocasionado por la falta de amplitud y contextualización de la noticia, generando la idea en el público de que se ocultan datos, así también, evidencian que no todo lo que se difunde a través del portal web y la red social Facebook es seria y posee rigurosidad periodística, esto generaría dudas sobre la veracidad y calidad del contenido de las noticias y poca fiabilidad en la rigurosidad de las mismas. Finalmente, el sensacionalismo, generado por un manejo de información repetitiva a modo de causar sensación sin sensibilidad social, caracterizada por la tendencia a satisfacer la necesidad del momento sin mayor elaboración.

Bustinza y Cuito (2022) en su tesis titulada “Estrategias en la recolección de información del periodismo escritos de los diarios Correo, La República, El Pueblo y Los Andes y su relación con la adaptación al trabajo remoto durante la primera ola de la Covid-19 en Arequipa 2020” realizada en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, tuvo como objetivo determinar las nuevas estrategias de recolección de información que ha utilizado el periodismo escrito durante la primera ola de la Covid-19, encontrando que, efectivamente, existió relación entre las nuevas estrategias de recolección y el trabajo realizado durante el aislamiento social por los periodistas, significando un nuevo proceso de adaptación.

Este autor precisa que entre las nuevas estrategias de recolección de datos adoptadas por los diarios se encuentran las conferencias de prensa virtuales, videollamadas a través de distintas plataformas, estrategias precisamente adoptadas en función del nuevo estilo de trabajo remoto que se tuvo que implementar por obligación debido a las medidas de aislamiento social dictadas por el Gobierno durante el estado de emergencia por pandemia, por lo que las estrategias convencionales como las entrevistas cara a cara de manera individual o colectiva y conferencias de prensa fueron imposibles de realizar.

Estas medidas llevaron a los diarios a adaptarse al trabajo remoto garantizando ciertas medidas, como el acceso a internet de manera estable, la telefonía móvil, el acceso a plataformas y sistemas informáticos, para lo cual además requirieron capacitaciones en el personal a través de profesionales, sin embargo, en la investigación se detalla que ni siquiera el 50% de los periodistas que laboraron durante la primera ola de Covid-19 recibió capacitación, lo que permite inferir que estas capacitaciones y preparación fueron necesarias solamente al nivel de acercamiento a la noticia, recolección y difusión, mientras que para el tratamiento y la redacción no fueron del todo necesarias.

Pinedo (2022) en su tesis titulada “Cobertura noticiosa y especialización en periodismo científico: un análisis de las noticias de ciencia y salud producidas durante los tres primeros meses de la pandemia de la Covid-19 en los diarios impresos El Comercio y La República” realizada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, tuvo como objetivo identificar las características y el proceso periodístico en la cobertura de temas de ciencias y salud e indagar el nivel de especialización en cuanto al periodismo científico presente en las redacciones, encontrando que existe una deficiente valoración periodística, así también, las noticias de ciencia y salud poseen carácter internacionales y las fuentes nacionales son limitadas.

Según este autor, el periodismo científico es fundamental cuando se abarcan noticias relacionadas con la salud como fue el caso de la pandemia, ya que se ha evidenciado que muchas de estas carecen de sentido y en muchos casos se trata de utilizar terminología precaria al respecto, utilizando términos impropios e impertinentes. En muchos casos, se utilizan términos científicos o técnicas sin explicar a qué se refieren y en los peores casos se recomiendan, a través de encabezados, el uso de ciertos medicamentos que no tienen un respaldo científico ni beneficio comprobado como es el caso del uso de ivermectina, por ejemplo, medicamento que actualmente no tiene evidencia científica convincente sobre su efectividad ante la Covid-19 (BBC News, 2021), sin embargo, muchos de los medios publican y recomiendan su consumo, esto precisamente se debe a la carencia de profesionales especializados y, además, la carencia de criterios y de capacidad investigativa del personal responsable en los medios de comunicación que los publican. Finalmente, el autor hace referencia a que mucha de la información relacionada a estos temas de salud y ciencia son noticias que rebotan de fuentes internacionales, ya que a nivel nacional son limitadas las fuentes científicas o de salud confiables y comprobadas.

### **3.2. Teoría y práctica del desempeño**

El desempeño cotidiano del reportero se alterna con otras funciones que integralmente corresponden al trabajo periodístico, además de las específicamente reporteriles.

En tal sentido, el desempeño cotidiano es la coordinación acerca de los desplazamientos a realizar para obtener datos acerca de lo relacionado con el estado de emergencia sanitaria, lo que implicaba la revisión de fuentes virtuales como las del Ministerio de Salud o de la Dirección Regional de Salud de Ucayali; de observarse alguna limitación en la información, la comunicación se establecía con el director regional de salud y/o los directores de hospitales o centros de salud.

Otro aspecto esencial en el primer momento del día era la revisión y jerarquización de los hechos a cubrir proveniente de vecindarios o de empresarios, filántropos o denuncias de actividades que contravenían el estado de emergencia.

Luego de esta fase, el reportero salía a cumplir con la misión encomendada; si en el transcurso del día y del trabajo se recibía alguna denuncia o situación que deba cubrirse se estaba atento y se abría un lapso para atender, en función de la trascendencia; a veces, podía tratarse de un accidente, un asesinato, un asalto o similares.

Así también, el reportero tenía que analizar y comprobar la veracidad de la información que se iba a cubrir, de modo que la publicación sea satisfactoria.

Como labor añadida, en ocasiones tenía que fungir de entrevistador, aun cuando ya se había concertado citas con el director periodístico, pero ante eventos sorpresa, había que asumir la función.

Otras de las labores realizadas por el reportero en oficina era la de atender las llamadas del público brindando informaciones sobre ciertos casos, a continuación, realizaba la primera redacción de las notas con una pre-edición propia; entonces, aquí se contribuía con la configuración de lo que se iba a publicar de manera impresa y lo que se difundiría de manera digital.

En cuanto a la problemática del diario, esta era la disponibilidad pecuniaria, por lo que muchas veces o se recurría a fondos propios para el desplazamiento, a la

contribución del personal o a la de algún negociante que deseaba una espontánea y rápida publicidad de sus productos o servicios; esta situación, muchas veces, impedía que se cobrara todo lo planificado. Respecto de las publicaciones que ya se iban a realizar, de todas maneras, se tenía que realizar la revisión, es decir la evaluación del trabajo debidamente redactado, que evidencie la ocurrencia y los hechos sucedidos.

Ahora bien, en el contexto de la pandemia generada por la COVID-19, era de alta necesidad tomar medidas de precaución que salvaguarde la vida de los reporteros y, en general, de los periodistas, debido a los riesgos que se asumían respecto de la contracción de la enfermedad, por lo que se empleó indumentaria y recursos de bioseguridad, como el uso de mascarillas KN 95, la conservación del distanciamiento social

En lo referido a la realización o concreción de las actividades previstas, era necesario el desarrollo de un plan diario para ejecutarlo, como se reitera, saliendo, luego de coordinar, a la consecución de la información, para realizar el proceso de recojo, acopio, redacción previa, análisis, evaluación y pre-edición del material recabado para el diario y organizarlo según su difusión virtual o para impresión.

El reportero respondía y compartía un propósito específico del “Diario Ahora” de Pucallpa: el compromiso con la información.

Así también, debido a los problemas de difusión física a través de los periódicos que atravesó la empresa durante la pandemia hizo que se intensificaran las transmisiones en vivo en la página de Facebook dedicando el trabajo en su totalidad a la difusión a través de esta red social, que fue la de mayor acogida seguida de la página web del diario.

El encargado de direccionar y trabajar la parte virtual fue el diagramador de la empresa, elaborando también los flyers para el diario virtual. Es necesario mencionar también que la mayor concurrencia de lectores en una noticia en la red social de Facebook alcanzó la cantidad de 500 mil.

Es así que, el enfoque de las noticias generó un impacto positivo en el público, hecho que se puede atribuir a la transparencia de la información, evidenciada a través de las transmisiones en vivo en las que se pueden observar los hechos en primera

persona, y confirmándose a través de la cantidad de interacciones de las personas con las noticias.

Con la finalidad de reunir mayor información sobre la labor de reportaje durante la pandemia se coordinó una entrevista con el periodista Alex Segovia Sinahuara, trabaja 8 años en el diario y fue el único periodista en brindar cobertura de las noticias durante los días más difíciles durante la pandemia.

Figura 15. *Fotografía de la entrevista con el periodista Alex Segovia Sinahuara*



*Fuente: Elaboración propia*

La imagen muestra el momento de la entrevista con el reportero Alex Segovia, que fue de suma importancia por la información brindada.

## **CAPÍTULO IV: PRINCIPALES CONTRIBUCIONES**

### **4.1. Contribuciones profesionales**

#### **4.1.1. Contribución profesional 1**

La principal contribución lograda a través del desempeño del reportero en época de pandemia se da a través de la capacidad y habilidad para obtener la noticia para que el diario cumpla con su rol de informar a la población sobre el caso.

Desarrollando lo afirmado previamente, el rol del reportero consiste fundamentalmente en la obtención de las notas, sin embargo, las limitaciones relacionadas con el acceso a lugares públicos, las medidas de bioseguridad y la propia posibilidad de contraer el virus, afectaron totalmente la viabilidad para acercarse al lugar del suceso y obtener las notas informativas. Por lo tanto, el reportero utilizó sus habilidades para conseguir la información de fuentes confiables, mediante contactos que facilitaron su ingreso a los establecimientos de salud, habilidades que no se aprenden durante la formación, sino que se recurre a estas durante la práctica profesional. En consecuencia, la obtención de notas fue constante y verídica, otorgándole a la empresa información continua que mantenía la atención del público enfocada a seguir la evolución del suceso mediante el diario.

Sin embargo, no se pretende dar a entender que un reportero o periodista debe tener a disposición familiares o conocidos que faciliten la obtención de la noticia, sino al hecho de la capacidad y habilidad que implica conseguirla, es así que, si bien en este caso se utilizaron los medios descritos por el reportero, existen otras habilidades o medios que se pueden utilizar para conseguir información.

#### **4.1.2. Contribución profesional 2**

Precisamente, durante el lapso de la pandemia generada por la COVID-19 fue un deber internalizar como núcleo de la praxis de las comunicaciones la veracidad, la objetividad y la ética profesional para generar un clima social de tranquilidad, en

medio del natural pánico por el alto nivel de contagio de la enfermedad, y se orientó las emociones del colectivo, brindando la oportunidad de interactuar con el Diario a través de la página web y la página de Facebook, de esta manera se contribuyó a partir de una modificación de las estrategia comunicacional con miras a combatir la grave coyuntura, lo que permitió propuestas y respuestas precisas, ajustadas a la verdad, que infundían serenidad y confluían la participación de profesionales de la salud que guiaban los tratamientos a través de estos medios.

Lo mencionado también implica la predisposición y la capacidad de respuesta del periodista a cambiar las estrategias de difusión aprovechando aquellos medios que, en este caso, era el único disponible ante la crisis de salud por pandemia; cabe mencionar que estos cambios implican también una preparación por lo menos necesaria en el uso de los recursos tecnológicos.

## **4.2. Contribuciones sociales**

La comunicación social, tratada profesionalmente, desarrolló su rol formativo de la comunidad, pues, pese a que la COVID-19 fue una enfermedad de la que no se conocía lo suficiente o se conocía muy poco, gracias a las comunicaciones se pudo promover acciones que permitieron que el público practicase formas de protegerse o prevenir este flagelo.

### **4.2.1. Contribución social 1**

La difusión de información acerca de la naturaleza y características de la COVID-19, así como sus forma de contagiarse de esta enfermedad derivó en que se fueran implementando algunos tratamientos, no solo médicos para contrarrestar la enfermedad, sino de carácter natural; la complejidad inicial para obtener datos confiables fue superándose en la medida que las pesquisas que se realizaron no solo fueron entre el público o en los nosocomios, sino explorando artículos científicos que se escribían acerca de cómo se desarrollaba este problema de salud pública, lo que permitía mayor precisión en los datos socializados y el desarrollo de acciones cada vez más certeras entre la población, siendo un ejemplo la implementación del llamado

“Comando matico”, quienes pudieron contribuir aliviando el mal a muchas personas, gracias al empleo racional de este vegetal debido a sus propiedades antiséptica y antitusígena, cuya evolución y respaldo científico se mencionan en diversos artículos científicos como el de Vilcapoma (2021).

#### **4.2.2. Contribución social 2**

Considerando que se ha seguido la educación superior como comunicólogo, lo que conlleva una formación deontológica que impele a brindar o proveer información fidedigna, con una interpretación pertinente y omitiendo segundas intencionalidades e intereses personales o de grupo, de tal forma que la confianza en la información que se difunde constituya la esencia de la labor y desarrolle plena credibilidad en la sociedad.

Se ha contribuido en la práctica con informar a la población sobre el conocimiento del virus, la sintomatología que permitió reconocer en primera instancia si una persona se encontraba infectada, el modo de propagación que puso en conocimiento a la población sobre las medidas que debía tomar para evitarla. Además, se orientó a través de la difusión, los procedimientos a seguir una vez que contraía el virus, para que decida sobre las acciones a tomar.

Es así que, a través de las diferentes informaciones se buscó crear conciencia en la población con la finalidad de menguar el incremento de casos durante la pandemia, así como, a través de la comunicación responsable se evitó la desinformación, histeria colectiva y el pánico que entre la gente se podía apreciar.

## CONCLUSIONES

1. A través de la indagación, se ha evidenciado que el “Diario Ahora” posee una organización jerárquica muy cerrada, recayendo la responsabilidad en dos figuras administrativas, el gerente general César Lozada Pereira y la gerente administrativa y directora Sra. Patricia Arias de Lozada. Sus áreas se encuentran distribuidas en las áreas administrativa, periodística, de redacción, de diagramación y de impresión. El “Diario Ahora” cumple actualmente con la misión de informar a través de medios tradicionales (periódicos) y también, como parte de su misión, se ha introducido en la publicación virtual a través de internet y redes sociales, siendo esta última área en la que pretende incrementar su actividad en los próximos años.
2. En cuanto a la actividad desarrollada, se ha descrito el rol desempeñado como reportero, a través de la obtención de la noticia durante la pandemia, tarea que se ha realizado tomando en cuenta las medidas de bioseguridad necesarias, cuidando siempre realizar una pre-redacción fidedigna de la noticia, respetando siempre la integridad de las personas que son sujeto de noticia. Los principales conceptos que se han trabajado en esta investigación son los de cobertura informativa y difusión.
3. En cuanto a los antecedentes de la investigación a nivel internacional, en diversos estudios se han encontrado dificultades relacionadas con la veracidad en las cifras relacionadas con los infectados y morbilidad por el covid-19, factor que se ha tratado de solucionar a través de la búsqueda de fuentes de verificación fidedignas; mientras que, a nivel nacional, los problemas relacionados con la cobertura y difusión estuvo relacionada con el sesgo informativo, la sobreinformación y el sensacionalismo.
4. En cuanto a las contribuciones de la investigación, el aspecto deontológico de las comunicaciones permite la socialización de los hechos de modo real y claro, evitando riesgos en la población y favoreciendo su evolución responsable; así también, el abordaje profesional de las comunicaciones, tanto los procesos como

la información y su difusión contribuye de manera relevante con las acciones favorables que la sociedad desarrolla para resolver sus problemas y cristalizar sus objetivos.

5. En función de los objetivos de investigación, la cobertura informativa del “Diario Ahora” estuvo caracterizada por dificultades relacionadas con el personal, ya que las fuentes de información fueron principalmente los tres hospitales de la región, según se obtuvo en la entrevista con el reportero responsable durante la pandemia, único reportero debido a las dificultades económicas que presentó el diario y las empresas en general durante la pandemia, por lo que el diario tuvo que reducir el salario de los empleados en un 50%; en cuanto a la difusión, las medidas de aislamiento tomadas por el Estado hizo imposible la circulación de los periódicos, por lo que el diario se introdujo en internet a través de su página web y redes sociales, sin embargo, debido a que no se poseían conocimientos especializados al comienzo, fue un poco difícil empezar, no obstante, actualmente ya se cuenta incluso con suscripciones en su página web, generando así ingresos.
6. Respecto a aceptación de la realidad que se refleja a través de la noticia, esta se ha confirmado a través la interacción de la población con las publicaciones durante la pandemia y comentarios en estas, evidenciándose un impacto positivo a través de la difusión masiva mediante estos medios virtuales.

## RECOMENDACIONES

1. Ante casos de extremo riesgo, como el que se vivió durante la pandemia COVID-19, se prevea todos los materiales y recursos de bioseguridad para realizar el trabajo, tanto de coordinación, producción, edición y difusión de la información objetiva, como el de campo, en donde hay que contactar e interactuar con el peligro; esto se puede generalizar para cualquier caso de cobertura, procesamiento y difusión de las comunicaciones; por ello, es de suma importancia la previsión del acceso a los diferentes implementos de protección y el trabajo, no solo en equipo, sino además colaborativo.
2. Es de importancia orientar en términos educativos y objetivos el comportamiento de los colectivos, pero con responsabilidad, puesto que, al margen de falsas modestias, es claro que la comunicación social, en efecto, direcciona el pensamiento y la actitud de las personas y los pueblos; así, pese a no necesariamente asumir una labor formativa, se incorpora el rol educativo de la prensa; en tal sentido, la orientación a la persona común y corriente sobre asuntos de higiene, formas de menguar el trámite administrativo para su atención en una dependencia o procesos de reclamo para ciertos servicios o bienes, van a la par de la cobertura de la información.
3. A los periodistas, considera que la profesión debe convertirse en una guía para orientar a la población, debemos crear conciencia y responsabilidad en la sociedad frente a este tipo de situaciones de gran envergadura e impacto como fue el covid-19, orientando de forma concreta el uso de los elementos de seguridad, evitando generar, a través de la desinformación o sensacionalismo pánico o histeria colectiva.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvines, J. (2021). *Percepción de la cobertura informativa de la crisis sanitaria, Punto Aparte TV, de la provincia de Utcubamba, 2021*. [Tesis de titulación]. Universidad Particular de Chiclayo, Chiclayo. [http://repositorio.udch.edu.pe/bitstream/UDCH/1114/1/T044\\_43233711\\_T.pdf](http://repositorio.udch.edu.pe/bitstream/UDCH/1114/1/T044_43233711_T.pdf)
- BBC News (2021). *Ivermectina: cómo la falsa ciencia inventó un fármaco "milagroso" contra la covid-19*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-58828993>
- Boyer, L. (2022). *Análisis del tratamiento de la información periodística del diario regional Tumbes 21 durante el mes de noviembre, 2020*. [Tesis de titulación]. Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes. <https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63616/TESIS%20-%20BOYER%20RASCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bustanza, F. & Cuito, L. (2022). *Estrategias en la recolección de información del periodismo escritos de los diarios Correo, La República, El Pueblo y Los Andes y su relación con la adaptación al trabajo remoto durante la primera ola de la Covid-19 en Arequipa 2020*. [Tesis de titulación]. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú. [http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/14242/CCbuluf\\_cuchld.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/14242/CCbuluf_cuchld.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Calderón, C. & Guerrero, S. (2020). *Análisis del tratamiento informativo de los medios impresos Diario Correo y Opinión sobre la COVID19 periodo de marzo abril 2020*. [Trabajo de titulación]. Universidad Técnica de Machala, Ecuador. [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16399/1/T-3975\\_CALDERON%20OROZCO%20CLAUDIA%20CAROLINA.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16399/1/T-3975_CALDERON%20OROZCO%20CLAUDIA%20CAROLINA.pdf)
- Casanova, M. (2021). *Retos y desafíos del periodismo ecuatoriano en tiempos de COVID-19*. [Trabajo de investigación para titulación]. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32353/1/BJCS-CS-621.pdf>

- Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades (2023). *Sala COVID-19*. <https://www.dge.gob.pe/covid19.html>
- Diario Ahora (24 de marzo del 2020). Revista Digital Ucayali. *Diario Ahora*. [https://issuu.com/diarioahora/docs/revista\\_digital\\_ucayali\\_24\\_de\\_marzo\\_del\\_2020?utm\\_medium=referral&utm\\_source=diarioahora.pe](https://issuu.com/diarioahora/docs/revista_digital_ucayali_24_de_marzo_del_2020?utm_medium=referral&utm_source=diarioahora.pe)
- Diario Ahora (30 de abril del 2020). Se elevan a 671 los Casos positivos de Covid-19 en Ucayali. *Diario Ahora*. <https://diarioahora.pe/ucayali/se-elevan-a-671-los-casos-positivos-de-covid-19-en-ucayali/>
- Gómez, A. (2020). *Análisis de la generación noticiosa sobre la pandemia COVID 19 en el diario El Comercio*. [Tesis de titulación]. Universidad UTE, Ecuador. [http://192.188.51.77/bitstream/123456789/21425/1/73041\\_1.pdf](http://192.188.51.77/bitstream/123456789/21425/1/73041_1.pdf)
- Gómez, M. (2015). *Cobertura periodística en los medios impresos guatemaltecos sobre la niñez y adolescencia*. [Trabajo de titulación]. Universidad Rafael Landívar, Guatemala de la Asunción. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/01/Gomez-Maria.pdf>
- Greene, M., Cerda, M. & Ortiz, G. (2022). Prácticas periodísticas en tiempos de pandemia de coronavirus. Un estudio comparado entre Chile y Colombia. *Revista de Comunicación*, 21(1), 195-213. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A10>
- Maisanche, W. (2015). *Las estrategias de comunicación periodística y la difusión de contenidos en la página web del Diario El Herald de la ciudad de Ambato*. [Trabajo de titulación]. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/16091/1/FJCS-CS-384.pdf>
- Mamani, L. & Morales, S. (2020). *Cobertura noticiosa en la cuarentena en los portales web y red social de Radio Yaraví y la República Sur y la percepción de los médicos del hospital COVID-19, Arequipa, 2020*. [Tesis de titulación]. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. [http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/11996/CCmaapl\\_m%26movisp.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/11996/CCmaapl_m%26movisp.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Mendoza, M. (2020). *El periodismo durante la pandemia de Covid-19*. <https://www.ulima.edu.pe/en/node/17976>
- Muñoz-Sani, L. (2022). Coberturas periodísticas: difusión de información durante la programación de noticias de Radio Fragata 96.1 FM. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 5(10), 39-58. <https://doi.org/10.46296/rc.v5i10.0078>
- Pinedo, X. (2022). *Cobertura noticiosa y especialización en periodismo científico: un análisis de las noticias de ciencia y salud producidas durante los tres primeros meses de la pandemia de la Covid-19 en los diarios impresos El Comercio y La República*. [Tesis de licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/23157/PINEDO\\_CABELLO\\_XILENA\\_FRANKXUA%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/23157/PINEDO_CABELLO_XILENA_FRANKXUA%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- PuroMarketing (2023). *¿Cuánto dura una noticia o un tema del momento? Solo tienen 7 días antes de que se hable de otra cosa*. <https://www.puromarketing.com/55/31576/cuanto-dura-noticia-tema-momento-solo-tienen-dias-antes-hable-otra-cosa>
- RPP Noticias (2020). *Ventas de periódicos en Perú han caído en más del 70 % durante la cuarentena*. <https://rpp.pe/peru/actualidad/coronavirus-covid-19-ventas-de-periodicos-en-peru-han-caido-en-mas-del-70-durante-la-cuarentena-video-noticia-1257698>
- Sánchez-Duarte, J. & Magallón, R. (2020). Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España. *Revista Española de Comunicación en Salud*, (1), 34-38. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>
- Vidal, H. (2021). *Difusión periodística y aceptación del espectador en la plataforma Facebook sobre la Copa Perú, 2021*. [Tesis de titulación]. Universidad Privada del Norte, Lima. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30138/Vidal%20Ayala%e2%80%8b%20%e2%80%8bHarrison.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vilcapoma, J. (2021). La sabiduría de los ancianos indígenas amazónicos y el comando matico frente al COVID19. *Trayectorias Humanas Trascontinentales*, (11), 1-13. <https://www.unilim.fr/trahs/4015&file=1>

## ANEXOS

**Anexo 1.** Entrevista realizada al reportero Alex Segovia Sinahuara

- *¿Cómo impacto en ti y tu trabajo el tema de la pandemia? ¿Cómo manejaste el tema de la prevención?*

Fue difícil pero necesario adoptar medidas, imagínate pagar 35 soles por una mascarilla KN-95, aparte de la falta de costumbre del uso de mascarilla, guantes. Pensar que no teníamos la más mínima idea de lo que era el Covid-19, pensábamos que era falso lo que veíamos por televisión, lo que pasaba en China y Ecuador, no creíamos que podía llegar al Perú.

- *¿Cómo deciden ingresar a brindar información virtual?*

Por la crisis de la pandemia, más o menos el 20 de febrero empezamos a hacer pruebas de transmisiones en vivo para las redes.

- *¿Las fechas más fuertes de la pandemia exactamente cuáles fueron?*

Entre el 15 de abril a los primeros días de mayo fue terrible, aparte que no teníamos datos exactos de las autoridades sobre los fallecidos y contagiados.

- *¿Cómo obtenías información en medio de la crisis?*

Teníamos como fuentes de información a los tres hospitales de la región, el Hospital Regional, el Seguro y el Amazónico, nos valíamos de familiares y amistades para ingresar y obtener información, claro, bajo nuestra propia responsabilidad por el alto riesgo de contagio.

- *¿Manejaban cifras de infectados y muertos?*

Sí, fue impactante a pesar de estar siempre viendo muertos, entre los tres hospitales se llegó a 37 muertos en un solo día, siendo el Amazónico el que registraba mayor cantidad. Otra fuente de información fue el Comando Covid que estaba a cargo del ingeniero Nolasco Cristóbal.

- *¿En el plano laboral cómo les afectó?*

Bueno, bajó el sueldo al 50%, nos mantuvimos los 15 trabajadores con la mitad de sueldo y con el apoyo del estado a través de los subsidios. Además, me ayudaba trabajando con el Colegio Médico del Perú como corresponsal. Realmente marcó un antes y después en mi vida. De los 10 médicos transportados a Lima, 2 fallecieron, uno de ellos fue el ex director del Hospital Regional Tomás Amayo Lima.

- *Agradezco tu tiempo y vivencias, ¿tienes algún detalle más que quisieras agregar?*

Fue una dura experiencia, pero hay que mirarla con calma y sacar lo mejor de ella a pesar de todo, nos acoplamos a los cambios debido a la pandemia. Actualmente llegamos a 199 mil seguidores en las redes, es una innovación a través de lo digital.

Anexo 2. Carta de aceptación de la empresa "Diario Ahora"



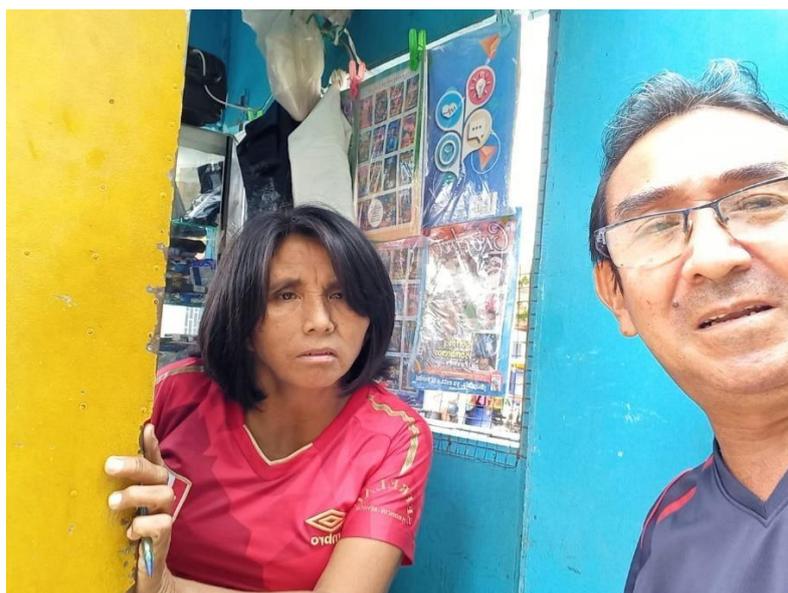
**Anexo 3.** Fotos de los principales puntos de venta en la zona céntrica de Pucallpa

Figura 16. Fotografía del puesto de venta ubicado entre las Av. Raymondi con Jr. Tacna



*Fuente: Elaboración propia*

Figura 17. Fotografía del puesto de venta ubicado en el Jr. Coronel Portillo con Jr. Ucayali



*Fuente: Elaboración propia*

Figura 18. Fotografía del puesto de venta ubicado entre los jirones 7 de junio y Jr. Salaverry



Fuente: Elaboración propia

Figura 19. Fotografía del puesto de venta ubicado entre Jr. Libertad con Jr. Ucayali



Fuente: Elaboración propia