

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **Conectando competencias a través del enfoque digital en la Comunicación**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Mirtha Lucia Calderon Portugal**

**Código 20091403**

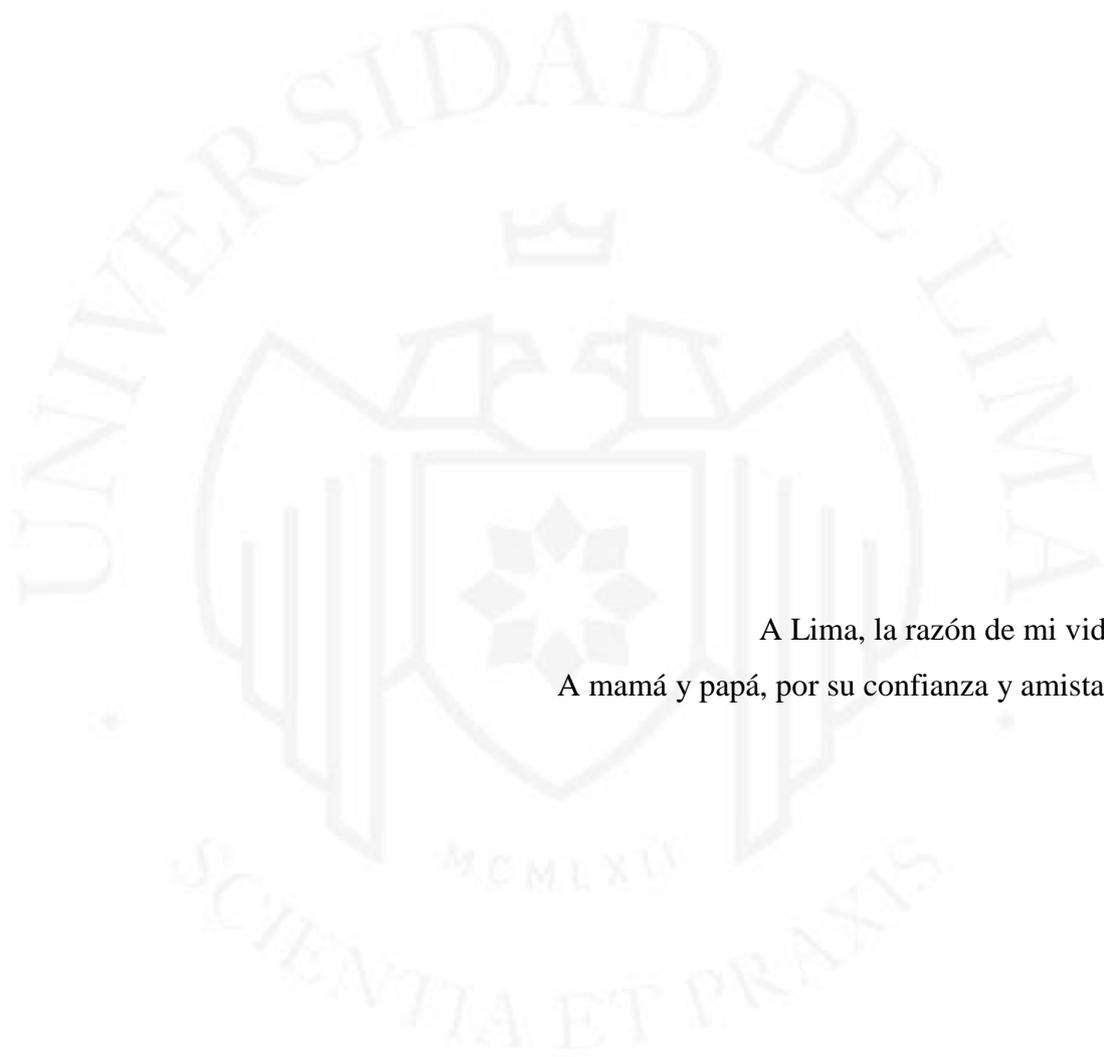
**Asesor**

**Carlos Rivadeneyra Olcese**

Lima – Perú

31 de enero de 2023





A Lima, la razón de mi vida.

A mamá y papá, por su confianza y amistad.

**Conectando competencias a través del enfoque  
digital en la Comunicación**



# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	6
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>1. EXPERIENCIA PROFESIONAL</b> .....	9
1.1 Clases de Periodismo.....	9
1.2. Grupo El Comercio .....	11
1.3. El Foco .....	15
1.4. Más Igualdad Perú .....	16
1.5. Congreso de la República .....	18
1.6. Planned Parenthood Global .....	19
<b>2. COMPETENCIAS PROFESIONALES</b> .....	25
2.1 Caso: Reportaje ‘Hambre durante el encierro: el drama de las chicas trans del Centro de Lima’ .....	25
<b>3. REFLEXIONES PROFESIONALES</b> .....	29
3.1 Aporte de la formación universitaria que recibí en la Universidad de Lima en mi crecimiento profesional.....	29
3.2 El impacto de los cambios tecnológicos.....	31
3.3 Principales cambios de la Comunicación.....	32
3.4 Recomendaciones a los recién egresados de la carrera de Comunicación.....	32
<b>REFERENCIAS</b> .....	34
<b>ANEXOS</b> .....	35

## RESUMEN EN ESPAÑOL

La exploración de las diversas especialidades de la Comunicación que ofrece la Universidad de Lima, a través de un enfoque digital, me permitió potenciar competencias creativas y desarrollar habilidades que han permitido que continúe escalando profesionalmente, tales como la capacidad de adaptarme a las tecnologías emergentes mediante el aprendizaje práctico, identificar y abrazar nuevas tendencias, y compartir conocimientos con personas de diferentes especialidades que tienen interés en las nuevas formas de comunicar. Por ese motivo, este trabajo se centra en destacar cómo esta formación transversal, centrada en potenciar mis talentos con mirada hacia el futuro junto a otros profesionales, ha sido determinante para abrirme puertas a oportunidades valiosas.

**Palabras clave:** Competencias, transversalidad, creatividad, especialidades, aprendizaje, digital, tecnología, oportunidades, talentos.

## RESUMEN EN INGLÉS

*Exploring the various specializations in Communication offered by the University of Lima, through a digital lens, has enabled me to enhance creative competencies and develop skills crucial for my ongoing professional advancement. These skills encompass the ability to adapt to emerging technologies through experiential learning, identify and embrace novel trends, and disseminate knowledge among individuals from diverse disciplines interested in innovative communication modalities. Consequently, this study aims to underscore how this interdisciplinary training, focused on augmenting my talents with a forward-looking perspective in collaboration with fellow professionals, has played a pivotal role in unlocking valuable opportunities. Keywords: Competencies, interdisciplinary, creativity, specializations, learning, digital, technology, opportunities, talents.*

**Keywords:** Competencies, interdisciplinary, creativity, specializations, learning, digital, technology, opportunities, talents.

# INTRODUCCIÓN

Cuando decidí estudiar Comunicación, tenía 15 años y un blog en el que escribía mis vivencias del día a día con humor e ironía. Era el año 2007, un momento en el que las redes sociales en el Perú todavía tenían poca relevancia mediática y en el que la información sobre estas nuevas plataformas digitales solo era accesible para universitarios y profesionales que, tras haber viajado al extranjero, habían comprobado las ventajas de contar con habilidades digitales para consolidar ideas, proyectos y estrategias hacia el futuro. Mi blog estaba alojado en Blogger<sup>1</sup>, un sitio web que apenas permitía personalizar la experiencia del usuario pero que, por ese entonces, me ayudó a explorar por primera vez el potencial de mi creatividad y marcó el inicio de una conexión significativa con el Internet que perdura hasta el día de hoy.

Esta experiencia se convirtió en un hito crucial en mi carrera, que al día de hoy está estrechamente relacionada con las plataformas digitales, las redes sociales y la producción, gestión y difusión de contenido dentro del Internet. También marcó mi primera incursión como autodidacta: aprendí conceptos básicos de programación y cómo editar códigos HTML para editar páginas web, una habilidad que hoy considero fundamental para cualquier comunicador que aspire trabajar en el rubro digital. Además, a través de esta experiencia comencé a adentrarme en el mundo de la fotografía, del video y del diseño gráfico, disciplinas con las que producía material para acompañar mis textos. Así conocí mis primeros programas de edición de imagen y la importancia del lenguaje no escrito dentro del Internet, dos aptitudes que son sumamente útiles cuando construyo proyectos con colegas de otras disciplinas de la Comunicación.

Durante la construcción de este primer blog, comprendí que tenía lectores frecuentes y que mi contenido era considerado valioso tanto por su fondo como por su presentación. Por este motivo, y para mejorar la experiencia de mis usuarios, decidí personalizar la navegación de mi sitio. Así, no solo publicaba una 'Entrada' (publicación), sino dos o tres a la semana; ofrecía contenido audiovisual, buscaba gadgets<sup>2</sup> o recursos gratuitos para insertar en mi sitio, etcétera. Además, aprendí la importancia de una buena jerarquía

---

<sup>1</sup> Blogger es un servicio creado por Pyra Labs en 1999 y adquirido por Google en 2003, que permite crear y publicar una bitácora en línea.

<sup>2</sup> Aplicación que se puede incorporar en la interfaz o diseño del blog para proporcionar funciones específicas o mejorar la experiencia del usuario. Son herramientas adicionales que se pueden agregar a la barra lateral, el pie de página u otras áreas del blog para ofrecer servicios o información adicional.

visual dentro de una web<sup>3</sup> para hacer de mi blog comfortable, legible y sobretodo, 'amigable' para extender el tiempo de visita de cada usuario. Así desarrollé la habilidad de saber cómo organizar y priorizar el contenido.

Con el tiempo, y con la intención de extender mi presencia digital al mundo físico, establecí amistad con otros adolescentes interesados en la escritura y la creación de contenido. Fue así como experimenté por primera vez lo que es formar parte de "una comunidad", un término que refleja la conexión entre quien produce contenido y quien lo consume. Se trata de un grupo que se vincula a través de la confianza (porque hay un usuario que apuesta por un producto) y en admiración (porque ese mismo usuario reconoce las habilidades creativas de quien crea el contenido). Este aspecto fue importante cuando inicié mi trabajo en redes sociales y comprendí que estas comunidades se hacían mucho más fuertes cuando se alimentaban de contenido y de comentarios dentro de un espacio digital.

Todo lo que narro está contextualizado entre los años 2007 y 2009, una época en la que no estaba extendido el uso de Facebook, Instagram, Twitter y TikTok. Por aquel entonces, destacar en el "pequeño" Internet peruano era cuestión de tiempo si uno era disciplinado y tenía deseo de compartir. Yo cumplía con esas características y fue así como los comentarios y seguidores llegaron, y la motivación para seguir creando y mejorando mi blog se intensificó.

Conectar con las emociones y necesidades de los usuarios curiosos y ávidos de contenido original ha sido mi dedicación en los últimos 16 años, desde diversos ámbitos de las Comunicaciones. Hoy hago creación de contenido, pero lo más importante es que lo hago con el propósito de generar cambios significativos que conlleven a que los derechos humanos sean reconocidos. Por eso quisiera destacar también que las competencias creativas, habilidades y capacidades que he desarrollado gracias a la transversalidad en mi formación, son las que me permiten generar ideas originales y abordar problemas y, sobre todo, soluciones. Estoy dedicándome a lo que me apasiona desde adolescente. Regresar a esos orígenes y descubrir que tomé la decisión correcta al elegir esta carrera a través de la introducción a este trabajo de titulación es un privilegio.

## **1. EXPERIENCIA PROFESIONAL**

---

<sup>3</sup> Krug, S. (2014). Don't Make Me Think: Revisited - A Common Sense Approach to Web Usability.

## 1.1. Clases de Periodismo (2013-2018)

A través de la comunidad de blogueros<sup>4</sup> conocí a la persona que me invitó a mi primera experiencia profesional en Comunicación: Clases de Periodismo<sup>5</sup>, la escuela digital de la periodista peruana Esther Vargas Camacho. En retrospectiva, considero que fue el espacio ideal para que alguien joven, que en ese momento había egresado del colegio con curiosidad por plataformas digitales y que tenía la intención de difundir contenido propio en formato texto, consolidase sus intereses.

Esther Vargas Camacho, la directora del sitio web, fue una de las primeras periodistas peruanas en reconocer que la prensa no podía ser ajena a las nuevas tecnologías<sup>6</sup>. Junto a un grupo de periodistas de Iberoamérica exploró las últimas tendencias y expuso cómo los medios de comunicación de los Estados Unidos, Europa y otras regiones del mundo, estaban utilizando los ‘nuevos medios’<sup>7</sup> para informar, al mismo tiempo que conectaban con sus lectores de una forma más íntima y generaban comunidad.

Clases de Periodismo (creado como blog el año 2008) surgió con el propósito de brindar a los periodistas y comunicadores hispanohablantes información relevante para hacer un trabajo más eficiente, siguiendo los valores de la profesión y sin desconectarse de estos importantes cambios que traía para la profesión la tecnología. Eso hacía que su contenido se dividiera en: (1) Información de actualidad sobre el periodismo internacional y sus protagonistas, (2) Soluciones digitales para simplificar procesos en las redacciones, (3) Recalcar la importancia de la defensa de la libertad de prensa en el mundo e identificar las buenas prácticas en el periodismo; y (4) Difundir y cubrir eventos de periodismo en sus diferentes rubros.

Ingresé como Redactora Junior en 2013 teniendo como función principal producir contenido que siga las cuatro temáticas expuestas anteriormente y así lo hice en diferentes temporadas, finalizando mi vínculo laboral con este proyecto en 2018.

Las lecciones aprendidas que más resalto durante esta etapa fueron las siguientes:

- La importancia de la verificación de información para no caer en información falsa o imprecisa al momento de redactar.

---

<sup>4</sup> Persona que crea o gestiona un blog.

<sup>5</sup> <https://www.clasesdeperiodismo.com/>

<sup>6</sup> Vargas, E. (2014). La conversión digital de una periodista. Recuperado de <https://somosperiodismo.com/esther-vargas-la-conversion-digital-de-una-periodista/>

<sup>7</sup> Orihuela, J. L. (2015). Los medios después de Internet. Editorial UOC.

- El valor que tiene el Internet para hallar experiencias positivas de otros periodistas alrededor del mundo, que están desarrollando, junto a profesionales de otras disciplinas de la comunicación (como publicidad, fotografía), herramientas que mejoran y complementan el trabajo de otros comunicadores.
- Cómo crear una comunidad en Twitter.
- Cobertura de eventos a través de diferentes redes sociales: explorar las transmisiones en vivo y los tuits en tiempo real, etcétera.
- Reconocer y valorar la importancia del material audiovisual, fotográfico o infográfico para enriquecer un texto dentro de una web, e identificar aplicaciones que permitan insertar este material de forma óptima dentro de una web.
- Conocer la situación de la libertad de prensa en otros países de Latinoamérica y del mundo, y reconocer por qué es importante denunciar los abusos contra el rubro.
- Identificar buenas y malas prácticas dentro de la prensa escrita, como el correcto citado cuando se emplea información recogida por otros colegas, o el reconocimiento de derechos de autor de fotógrafos y creadores audiovisuales.
- Hacer curaduría de contenido<sup>8</sup> de la forma correcta: Haciendo la selección de información de fuentes confiables, organizando y contextualizando datos, enfocando el contenido a una audiencia, además de incluir la cita al autor original. Además, lo más importante, saber cómo añadir a este contenido un aporte propio para enriquecer el contenido que se ha extraído de otra fuente.
- Conocer personalmente a periodistas referentes. Así pude saber quiénes eran los periodistas más importantes del país, a qué se dedicaban y cuáles eran sus trabajos más relevantes. Recuerdo con especial interés que por aquel entonces a través de estos eventos participé de la cobertura de los Premios Nacionales de Periodismo del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) en al menos dos oportunidades.
- Identificar herramientas digitales gratuitas para teléfonos móviles que permitan simplificar procesos frecuentes para periodistas, y sobre todo, para reporteros, como lo es el registro de información en audio, foto y video; la transcripción de textos, la organización de ideas, etcétera.

---

<sup>8</sup> Proceso de descubrir, recopilar, organizar y compartir información valiosa y relevante sobre un tema específico, de una o más fuentes.

Una lección que quiero resaltar es que, por aquel entonces, Esther Vargas Camacho participaba activamente de la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, hoy Fundación Gabo, a través del dictado de talleres en periodismo digital. Por lo que formar parte de Clases de Periodismo me permitió saber que existía un grupo organizado de periodistas jóvenes que reconocían el valor de la prensa escrita tradicional, pero que también valoraban que era posible contar historias a través de la web sin perder la conexión con el lector.

En Clases de Periodismo no solo fui redactora, sino que también me desempeñé por primera vez en lo que por aquel entonces se conocía como Community Manager. Mi trabajo era difundir los contenidos alojados dentro de la web de Clases de Periodismo en las diferentes redes sociales que tenía, que por ese entonces eran Facebook, Twitter y el desaparecido Google+. Fue mi primera experiencia gestionando contenido de una web y publicándolo en diferentes perfiles.

## **1.2. Grupo El Comercio (2017-2020)**

### **Perú21**

La primera vez que formé parte de la redacción de un medio tradicional fue en Perú21. Ingresé al periódico, dirigido en ese momento por Juan José Garrido Koechlin, en 2017, como Redactora Jr. del área web. Mi editora, una vez más, fue Esther Vargas Camacho, quien sabía que tenía conocimiento de redes sociales por mis textos en Clases de Periodismo y me delegó, a la par, ser Community Manager del diario como parte de mis responsabilidades.

Tres años después, ya con la periodista Cecilia Valenzuela como directora de Perú21, pasé a trabajar como reportera para la edición impresa de la sección Ciudad, siendo mi editor el señor David Tolentino. Finalmente, se me trasladó al Núcleo de la Zona País del Grupo El Comercio, espacio en el que cerré mi experiencia en la prensa escrita. A continuación dividiré esta etapa en este medio de comunicación en cuatro momentos.

#### **a. Redactora web.**

Trabajar en el área web de un medio impreso de circulación nacional (porque en aquel momento el tiraje llegaba al norte y sur del país), fue un reto desafiante porque mi trabajo era evaluado en tanto a mi productividad (cuántas notas producía al día) y a la relevancia

del contenido que producía. Esto se medía de dos formas. La primera es a través de Google Analytics, una herramienta de analítica web de la empresa Google que te da acceso a información del tráfico que llega a tu sitio web. Pero no solo eso, te permite conocer el tipo de audiencia (sexo, edad, lugar de ubicación), su comportamiento (a qué secciones de tu web ingresó con más frecuencia, a cuáles no, cuánto tiempo permanecen en el sitio web en promedio) y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web (si reprodujeron la publicidad dentro de un video, si hicieron clic a un banner publicitario, si se suscribieron con su correo electrónico al News Letter, etcétera). La segunda es a través de las estadísticas de las redes sociales ('Me gusta', las veces que se compartía una publicación, los comentarios, etcétera).

Por lo tanto, finalmente se trabajaba teniendo en cuenta que, a mayor productividad de notas, mayor número de usuarios ingresaban al sitio web; y que a más número de notas web relevantes, más reacciones en redes sociales (y más tiempo de permanencia de los usuarios dentro del sitio web).

Fue en este momento de mi carrera donde pude hacer una lectura más detallada y analítica sobre el comportamiento del lector y sus preferencias. Las notas de Espectáculos y Política, por ejemplo, eran preferidas mucho más que la de Cultura, Ciudad o Tecnología, hecho que no resulta sorprendente, pero sí desalentador, cuando lo que te gusta producir a ti no calza con los intereses de tus lectores. Sin embargo, la libertad que me daba mi editora me permitió encontrar la forma de poder continuar escribiendo con motivación a través del formato entrevista o a través de notas propias que yo propusiera en las reuniones editoriales. Ya con el paso de los años dominé mucho mejor las secciones del diario que en su momento me causaron recelo y logré convertirme en la subeditora web los fines de semana, tomando una responsabilidad mayor a ser el filtro final antes de publicar una nota dentro de la página web del diario.

A continuación, las lecciones aprendidas durante este periodo.

- La importancia de la inmediatez<sup>9</sup> y la verificación de datos para poder publicar rápidamente en nuestra web una noticia de último minuto. La web es el primer lugar en el que un medio publica una noticia en tiempo real.
- El trabajo en equipo dentro de una redacción y la relación de confianza que tiene que haber entre redactor, editor y, el filtro final, el community manager.
- La comunicación que tiene que haber entre redacción web y redacción impresa. En la redacción impresa están los periodistas más experimentados, y cuando se trata de una noticia de último minuto, el redactor web tiene que saber pedir ayuda al editor de la sección a donde pertenece la noticia. La existencia de una división entre web e impreso no es saludable para la calidad informativa de un medio.
- La importancia de saber la diferencia entre cada producto periodístico: columna de opinión, reportaje, crónica, informe, entrevista, nota informativa, etcétera.
- El contraste de información a través de la recopilación de dos posturas que se oponen en la elaboración de una nota informativa. Esto para la exposición de hechos a los lectores, sin emitir juicio de valor u opinión.

#### b. Community manager

A lo largo de mi carrera me he preguntado por qué muchas veces el trabajo del Community Manager no es valorado dentro de las redacciones y se le considera en oportunidades solo una persona que copia y pega información. Nada más falso.

La diferencia entre ser community manager de una web especializada en difundir información para periodistas y un medio de comunicación con edición digital e impresa me permitió entender la real importancia de este trabajo y de lo vital que era saber identificar el público objetivo para la creación de estrategias para redes sociales. Entre mis aprendizajes más resaltantes como community manager están:

- Garantizar la periodicidad de publicaciones en las redes sociales de un medio a través de la programación de contenido y de la organización del mismo en un cronograma de publicaciones, donde se observa también la supervisión del editor web.

---

<sup>9</sup> Tirzo, J. (2012). [Redes sociales y elecciones]. Revista Mexicana de Comunicación, 25(130), 30-31.

- La importancia de saber reconocer errores y disculparse con los lectores de forma rápida y sincera.
- La respuesta rápida al “último minuto” en la publicación de noticias en las redes sociales.
- Asumir la responsabilidad de ser el último filtro que tiene una redacción que ha publicado una nota en su edición web: Es el community manager quien da el último chequeo antes de que una publicación en redes se haga mediática.
- Monitorear el desempeño de la competencia en redes sociales.
- Monitorear aliados estratégicos para la difusión de información en redes sociales.

Un hecho importante durante esta etapa era que para Perú21 alcanzaba su máximo de lectores gracias a la difusión de sus notas web en sus redes sociales. Por lo tanto, mi trabajo era generar interés suficiente en titulares y textos para que más lectores ingresen a nuestra web. Mi desempeño en esta tarea podía medirse a través de una herramienta que hoy domino y que te permite un pleno análisis de las conductas de tus lectores: Google Analytics.

### **Reportera de la sección Ciudad y reportera para el Núcleo de la Zona País en El Comercio (2020)**

En el año 2020 terminé mis funciones en el área web de Perú21. En búsqueda de nuevos desafíos, solicité mi traslado al área audiovisual, que también es de mi interés. Sin embargo, la directora Cecilia Valenzuela consideró que mis habilidades podrían ser mejor aprovechadas en el área Ciudad, una sección que cubre noticias y eventos relacionados con la ciudad o área metropolitana en la que se publicaba Perú21 edición Lima. Esta sección generalmente incluía noticias locales, eventos comunitarios, actualizaciones sobre infraestructuras urbanas, cambios en políticas locales, y cualquier otra información relevante para los habitantes de Lima, como temas de transporte, salud, protestas ciudadanas, etcétera.

Siempre he sentido un profundo cariño por la dinámica que los ciudadanos de Lima tienen con su ciudad, por lo que me pareció una oportunidad valiosa para que el espíritu indagador que tengo como periodista se complementa con la búsqueda de la noticia. Casi siempre mis informaciones eran de denuncia o de análisis, por lo que tuve la oportunidad

de hablar tanto con ciudadanos como con autoridades o expertos en diferentes áreas, como urbanismo, salud, educación, etcétera.

- La importancia de tener confianza con el reportero gráfico que te acompañará en cada cobertura.
- La necesidad de tener una agenda de contactos para poder acceder rápidamente a una fuente confiable que te permita nutrir tus textos, verificar una información, cruzar información o acceder a una entrevista.
- El trabajo en equipo con el editor general del diario, quien es la persona que lee tu texto antes de que salga a imprenta.

### **1.3. El Foco (2020-2021)**

En 2020 renuncié al Núcleo de Zona País del diario El Comercio convencida que la prensa tradicional, la burocracia y su modelo de negocio estaba apuntando hacia la dirección equivocada, y que la brecha de desconfianza entre los medios tradicionales y sus lectores había llegado a un punto preocupante.

Ese mismo mes que decidí romper temporalmente con el periodismo, recibí la invitación de un excolega de Perú21 a formar parte de la Asociación de Periodistas El Foco, un medio digital nuevo que prometía ser una propuesta de periodismo comprometido con la independencia y “sin intocables”.

Fuimos seis periodistas los que participamos de ese espacio horizontal de debate y trabajo en equipo. Mi función dentro de este espacio fue seleccionar herramientas versátiles, sencillas y efectivas para generar una comunidad de lectores, todo esto en un contexto hostil como lo fue la pandemia y las protestas ciudadanas contra el gobierno del expresidente Manuel Merino. Además, a través de la producción de contenido digital, tenía que buscar una oportunidad de hacer sostenible El Foco. Fue así como inicié enfocando mi trabajo en la difusión de nuestra plataforma de suscripción, llamada Patreon, y en la edición de largos textos periodísticos hacia contenido gráfico y audiovisual para redes sociales.

El Foco es un medio que no hace curaduría de contenidos a diferencia de la prensa tradicional o las páginas de Instagram / Facebook que comparten noticias. Los periodistas producían investigaciones propias que requerían no solo de fuentes y corroboración de información, sino también de complementos importantes como fotografías propias,

gráficas, infografías, edición de material audiovisual para poder generar impacto en redes sociales. Estos aspectos los pude desarrollar con mucha holgura porque estaba familiarizada con este trabajo gracias a mi experiencia en Perú<sup>21</sup>.

Durante mi trabajo en El Foco pude hacer reportajes, pero también dirigir la estrategia digital. Se crearon las cuentas de Instagram y Tik Tok, permitiendo que el medio también participe en la búsqueda de nuevas audiencias, más jóvenes y con mucho interés por informarse a través de formatos más sencillos, pero con un alto nivel de calidad informativa y veracidad.

Actualmente, en tres años de trabajo, El Foco tiene una comunidad de 67,100 seguidores en Tik Tok y 17,900 en Instagram, además de sus lectores en Facebook (19,000) y en Twitter (52,400). Además de sus suscriptores en Patreon.

#### **1.4. Más Igualdad Perú (2020-2024)**

El periodismo y la búsqueda por visibilizar problemáticas, despertó en mí mucho interés por la justicia y por la búsqueda de la eliminación de las desigualdades que aquejan a la mayoría de ciudadanos del Perú. Es así como surgió mi interés por los derechos humanos y por el activismo. Un reportaje que me cambió la forma en la que concebía el mundo y me hizo repensar en el motivo por el cual quería hacer periodismo fue “Hambre durante el encierro”, que recogía testimonios de las mujeres trans de las casonas en el Centro de Lima, quienes no tenían medios para poder alimentarse durante la pandemia. La meta de difundir lo que ocurría y reunir fondos para que pudiesen solventar sus necesidades a través del reportaje funcionó. En ese momento fue que decidí volcar mis conocimientos digitales y de redacción hacia propósitos que me permitieran generar un cambio que mejore la calidad de vida de otros.

En 2020, en el auge del COVID-19, a través de una convocatoria abierta, fui seleccionada para formar parte del equipo de Comunicaciones de la asociación de Más Igualdad Perú, una organización que vela por los derechos de las personas LGBTIQ<sup>10</sup> en el Perú y que actualmente trabaja desarrollando iniciativas y proyectos sobre salud mental y educación para esta población vulnerable y discriminada dentro del país.

---

<sup>10</sup> Acrónimo de personas lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, intersexuales y queer.  
Anaya Cortez, K. (2022). Caja de herramientas sobre DDHH, diversidad sexual, corporal y de género. Editorial Consorcio de Investigación Económica y Social.

Ingresé a la asociación para desempeñar las funciones de Community Manager, pero dado que contaba con experiencia en temas de desarrollo de ideas para consolidar comunidades virtuales, poco a poco mis responsabilidades fueron virando hacia la redacción de contenido para nuestras redes sociales y para los materiales de los proyectos que teníamos con diferentes instituciones.

Así pasé a tener como función la Redactora Creativa, una experiencia que pensé solo podría vivir dentro del mundo de la publicidad (donde tuve un breve paso cuando estaba en la universidad como practicante).

La redacción creativa es un estilo de escritura que busca expresar ideas, historias o mensajes de una manera original, imaginativa e innovadora. En el caso de Más Igualdad, que trabaja temas sensibles como discriminación, violencia y salud mental, mi trabajo era que la información que esté presente en nuestros contenidos digitales capte la atención del lector y lo involucre emocionalmente. El enfoque que usamos va más allá de simplemente transmitir hechos o datos; busca despertar el compromiso del lector con los valores que compartimos en la organización, como lo es la igualdad de oportunidades y la empatía con las personas que se reconocen dentro de la diversidad.

En Más Igualdad Perú he tenido la oportunidad de trabajar proyectos con la Organización Internacional para las Migraciones (con migrantes y personas LGBTIQ+ en situación de desplazamiento), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (con adolescentes migrantes), la Fundación Triángulo de España y la Embajada de Suiza (en investigaciones y campañas de salud mental para personas LGBTIQ+) y con la Embajada de Canadá (sobre liderazgos LGBTIQ+ a nivel regional).

Más Igualdad Perú es, para mí, el espacio que me ha permitido explorar todas mis habilidades como comunicadora en diferentes especializaciones, demostrando así que soy capaz de aprender rápidamente de otros colegas y de continuar formándome gracias a los conocimientos que adquiero en la práctica. Por ejemplo, trabajé como investigadora en el documental Bajo El Arcoíris, que se realizó con el apoyo de Promsex, la Unión Europea, Hivos Latinoamérica y Adelante con la Diversidad. El material audiovisual es un recorrido por los activismos de diferentes regiones del país y participo de muestras cinematográficas como el Out Fest Perú.

Quisiera abrir un paréntesis importante para resaltar la experiencia que tengo hasta la fecha con la campaña Sí Acepto, una iniciativa que continúa gracias al apoyo de la organización Freedom to Marry, con la que se busca la aprobación del matrimonio civil igualitario para todas las parejas del Perú, incluyendo aquellas que están conformadas por personas del mismo sexo. A través de este trabajo, el equipo de Comunicaciones ha tenido la oportunidad de proponer acciones digitales, hasta ATL (paneles publicitarios en espacios de gran afluencia) y BTL (activaciones en ferias, parques y otros espacios públicos). Esto ha representado para mí quizás la más enriquecedora experiencia como Comunicadora, porque ha incluido también el desarrollo de una estrategia más completa para la difusión de los contenidos que se elaboran junto al equipo, a la par que he reconocido la importancia de la organización para la correcta ejecución de presupuesto, un aspecto con los que muchos comunicadoras no estamos acostumbrados a lidiar.

Pero también me ha permitido explorar otras acciones relevantes como participar en la mesa de trabajo junto a la Comisión de Acceso a la Justicia y Poblaciones Vulnerables de la Corte Suprema, hasta donde fuimos para reflexionar sobre la necesidad del matrimonio civil para todas las parejas en el Perú.

### **1.5. Congreso de la República (2022-2023)**

El año 2022, a través de la invitación de un excolega de Perú21, se me invita a formar parte del equipo de Comunicaciones de la bancada Avanza País, el que ha sido, definitivamente, el reto más difícil de mi carrera porque se trató de una oportunidad laboral fuera de mi zona de confort. Sin embargo, mis conocimientos en política gracias al trabajo en Perú21, me permitieron hacer de esta experiencia un hito.

Esta vez, mis responsabilidades eran gestionar, en coordinación con los despachos de los nueve congresista que conforman la bancada, las redes sociales del grupo parlamentario. Eso significaba elaborar el contenido, organizarlo en un cronograma y publicarlo de lunes a viernes. Además, tenía que coordinar los pedidos de entrevistas a congresistas cuyos equipos de prensa despachos no daban abasto.

Entre los contenidos que tenía que resaltar estaban los proyectos de ley que se presentaban, que entraban a las diferentes comisiones del Congreso, aquellos que pasaban a Pleno, los que se aprobaban y aquellos que eran promulgados por el Ejecutivo y finalmente, publicados como ley. Es decir, tenía que hacer seguimiento a los proyectos

de ley de forma conjunta con los abogados de la bancada para poder resaltar los beneficios que este traía y, en consecuencia, la importancia del trabajo que se estaba realizando en el parlamento.

El clima político del Congreso de la República entre el 2022 y 2023 incluyó un golpe de Estado, con intento de cierre de Congreso, crisis entre bancadas, cambios de ministros, denuncias constitucionales a ministros, denuncias a parlamentarios, etcétera. Sin mencionar que por aquel entonces, quien era presidente del congreso era el congresista José Williams Zapata, integrante de la bancada Avanza País. Esto significó un trabajo arduo, sin descanso, que obligaba a estar unos pasos antes de cualquier situación para poder reducir los márgenes de error y los imprevistos que pudiesen afectar la imagen de la bancada en conjunto.

Las dos palabras con las que podría resumir mi trabajo como parte del equipo de Comunicación de la bancada Avanza País son adrenalina y aprendizaje. Como periodista, tanto en Perú<sup>21</sup> como en El Foco, había tenido la oportunidad de ver la política desde la otra orilla del río, como parte de organizaciones por los derechos humanos, también; pero trabajando en el Congreso, pude conocer mejor cómo se hacen las leyes y cuál es el paso a paso para que se construya una iniciativa legislativa, conocimiento que considero valioso porque tengo la intención de continuar trabajando por los derechos de las personas a través de campañas que acompañen estrategias legales y de incidencia para conseguir objetivos mayores y propósitos que apuesten por causas justas.

#### **1.6. Planned Parenthood Global (2020-2021/2023-2024)**

Planned Parenthood Global es la rama internacional de Planned Parenthood Federation of America, la organización más grande a nivel mundial en servicios, investigación y lucha por el acceso a derechos sexuales y reproductivos. En asociación con más de 70 organizaciones de África y América Latina, trabaja para combatir las desigualdades en comunidades con menos recursos en este rubro.

En Latinoamérica, están presentes en cinco países: México, Guatemala, Ecuador y Nicaragua.

He pasado por dos etapas desde que ingresé a formar parte de esta importante organización y quisiera separar cada una de ellas para poder explicar mejor los desafíos que he ido atravesando con el paso de los meses y cómo fueron superados.

### **a. Pandemia y continuidad en asistencia técnica en redes sociales**

La crisis de salud provocada por la COVID-19 generó que los principales servicios de salud sexual y reproductiva del país, tanto en el sector público como en el privado, se vieran interrumpidos. Este impacto fue mayor en los grupos más vulnerables de la población, especialmente en mujeres con bajos ingresos, minorías étnicas, adolescentes e infancias. Esto se vio reflejado en la poca o nulo acceso a servicios de planificación familiar, métodos anticonceptivos e información general sobre salud sexual y reproductiva.

En este contexto, en 2020, un momento en la historia en el que el teletrabajo llegó a su punto más fuerte, postulé como consultora en Comunicaciones para el equipo de Perú de Planned Parenthood Global.

Fui seleccionada y mi función principal fue brindar asistencia técnica en redes sociales e identificar oportunidades en el ámbito digital para diferentes copartes dentro de Perú. Las copartes, a través del apoyo de Planned Parenthood Global, se dedican a brindar acceso e información sobre derechos sexuales y reproductivos; y también a hacer incidencia a través del fortalecimiento de las capacidades de profesionales de la salud sexual y reproductiva, como la Sociedad Peruana de Obstetricia y Ginecología.

Mi trabajo entre 2020 y 2021 fue realizar propuestas para que estas clínicas e instituciones pudieran visibilizar su trabajo en plataformas digitales, a la vez que pudieran hacer convocatorias y brindar sus servicios más allá de la presencialidad. Considero que este reto fue importante porque las personas a las que les brindaba asesoría eran ciudadanos cercanos a la tercera edad, por lo que el teletrabajo tenía un nivel mayor de dificultad. Quisiera hacer énfasis en este aspecto porque entre mis responsabilidades estaba hacer un seguimiento paso a paso de cómo deberían trabajar sus perfiles tanto en Facebook, Instagram, Twitter y sus páginas web. Además, me enfoqué en que desarrollen un sistema de atención a través de la telemedicina usando WhatsApp Business, una aplicación que tomó mayor relevancia para aquellas copartes de regiones donde el Internet solo permitía una comunicación fluida con sus usuarios y usuarias a través de esta aplicación.

Este momento en mi carrera me conectó mucho con lo que considero es el lado que despierta en mí el activismo: el acceso a la justicia y a las oportunidades para que más

mujeres, adolescentes, niñas y varones puedan ver reconocidos sus derechos y, principalmente, tener acceso a programas sociales para el cuidado de su vida y su salud. Finalizada la pandemia (2022) tuve una pausa en la organización, hasta que el año 2023 fui nuevamente convocada para participar en el equipo Perú como consultora, esta vez ya no directamente trabajando en las redes sociales de las copartes, sino como asesora en temas digitales para al menos 11 copartes a nivel nacional.

#### **b. Campaña Acompaña Su Decisión**

Acompaña su Decisión busca acabar con el estigma que existe alrededor de las mujeres que deciden interrumpir sus embarazos. La campaña, que actualmente está activa a nivel nacional, parte de una realidad: los peruanos y peruanas convivimos con muchas mujeres que han decidido abortar o que han pasado por un aborto. Según la Encuesta a mujeres en el Perú 2018 de Promsex, 19% de las mujeres contaron que tuvieron una interrupción voluntaria del embarazo alguna vez en sus vidas. Este porcentaje se traduce en 1.5 millones de mujeres que han experimentado la interrupción de un embarazo en el Perú.

Entre las personas que han pasado por esta experiencia están niñas y adolescentes víctimas de abuso sexual, que pese a la existencia de la ley de interrupción terapéutica del embarazo en el Perú hace 100 años y de un protocolo desde el año 2014, no pueden acceder a este derecho por los prejuicios que existen dentro del sistema de salud y el hostigamiento y amenazas de operadores judiciales. También mujeres que están pasando por distintas circunstancias, como el fallo de su método anticonceptivo, el haberse embarazado de un agresor, la desinformación sobre salud sexual y derechos reproductivos, etcétera.

Por tal razón, Acompaña Su Decisión busca hacer un llamado a la sociedad a responder de manera urgente, mostrando empatía y brindando apoyo a aquellas mujeres que están atravesando la decisión de interrumpir un embarazo sea cual sea el motivo. El objetivo es que puedan sobrellevar estas experiencias sin temor a ser juzgadas ni víctimas de violencia física o psicológica.

En la campaña Acompaña su Decisión tuve varias responsabilidades, entre las más importantes considero que está:

- Mapeo de radios regionales y negociación con las emisoras para la difusión de spots publicitarios.
- Mapeo de influencers y seguimiento al trabajo de la agencia de publicidad de la campaña.
- Redacción creativa y corrección de cronograma de publicaciones.
- Reuniones con la agencia de publicidad para la reformulación de la estrategia de acuerdo a los objetivos cumplidos.

### **c. Movimiento Niñas No Madres**

América Latina y el Caribe es la segunda región en el mundo con las tasas más altas de partos de niñas menores de 15 años<sup>11</sup>. De acuerdo con el Fondo de Población de las Naciones Unidas, 8 de cada 10 agresiones sexuales son a niñas de entre 10 y 14 años.

En ese contexto, en junio de 2023, participé como invitada en el equipo de Comunicaciones de Planned Parenthood Global que lideraba las estrategias de la campaña Son Niñas No Madres, justo en el momento en que el Comité de Derechos del Niño de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) emitió un fallo histórico en el caso de Camila, una niña de trece años, que además de enfrentar violencia sexual por parte de su padre desde los once años, fue forzada por el sistema de salud peruano a llevar adelante un embarazo producto de dicha violación, sin que se le informara sobre su derecho al aborto terapéutico.

El ciberactivismo ha permitido que más personas que no se conocen entre sí, actúen conjuntamente a favor de causas justas (Rheingold, 2004). Esto fue visible luego del proceso de litigio con el que Planned Parenthood Global y otras organizaciones internacionales y peruanas acompañaron a Camila. Fue en ese momento en el que se activó la campaña en redes sociales para resaltar la necesidad de que los Estados de Latinoamérica luchen contra la maternidad forzada y aseguren el acceso a servicios de interrupción del embarazo seguro para las niñas gestantes producto de abuso sexual. El resultado fue que la campaña se transformó en un movimiento y el hashtag

---

<sup>11</sup> Fondo de Población de las Naciones Unidas. (2024). Embarazo en Adolescentes. Recuperado de <https://lac.unfpa.org/es/temas/embarazo-en-adolescentes>

#NiñasNoMadres en un mensaje contundente que hasta el día de hoy sigue siendo tendencia y un reclamo a nivel mundial.

Estas son mis responsabilidades durante el desarrollo de la campaña:

- Mapeo del rebote en medios digitales de la campaña y el hashtag #NiñasNoMadres, que desde que surgió tiene 72 millones de menciones.
- Redacción creativa y corrección del cronograma de publicaciones de las redes sociales de la campaña.
- Cobertura de eventos en tiempo real organizados por Promsex (organización coligante en el caso Camila junto a Planned Parenthood Global).
- Gestión de las cuentas de Twitter e Instagram de la campaña: republicación de etiquetas, respuesta a comentarios, colaboraciones con otras plataformas, etcétera.

Actualmente estamos liderando una recolección de firmas a nivel mundial llamada Firmáton Niñas No Madres, y contamos actualmente con 300,000 firmas para exigir a los Estados Latinoamericanos que protejan la salud y los derechos de todas las niñas a través del acceso a información, a educación sexual integral y a servicios esenciales de salud como la anticoncepción de emergencia y la interrupción legal del embarazo.

#### **d. Iniciativa IDEA**

Finalmente, en agosto de 2023 fui convocada a participar como parte del equipo de Comunicaciones de Latinoamérica de Planned Parenthood Global, un honor que me permitió formar parte de la Iniciativa IDEA, el laboratorio de innovación social de Planned Parenthood Global para promover los derechos y la salud reproductiva en América Latina donde se convoca a profesionales de diferentes especialidades: desarrolladores web, activistas, periodistas, publicistas, comunicadores, etcétera.

Este evento, que se realizó en otros país de las región anteriormente, en 2023 llegó a Lima. Durante sus tres días de duración fue sede de una sinergia entre personas, organizaciones y empresas enfocadas en encontrar nuevas soluciones a las barreras de acceso a servicios integrales de salud sexual y reproductiva, la incidencia política para el cambio de leyes restrictivas que obstaculizan los derechos reproductivos, y la

transformación de patrones socioculturales que perpetúan los prejuicios sobre los derechos reproductivos.

Mis funciones fueron ser la Community Manager de las plataformas sociales de la Iniciativa IDEA, con un especial enfoque en resaltar los vínculos que este evento tenía con la publicidad, tecnología, medios digitales y emprendimiento de impacto social; y sobre todo, con la creatividad, la innovación y el talento al servicio de la búsqueda de soluciones. Es así como se me encargó:

- Gestionar la cuenta de Instagram de Iniciativa IDEA durante los días del evento.
- Gestionar la cuenta de Twitter de Iniciativa IDEA durante los días del evento.
- Corregir y proponer dentro del cronograma de publicaciones con la agencia de publicidad que se encargaba de hacer la propuesta de contenidos para las redes sociales.

Cerré el año 2023 consolidada como integrante del equipo de Comunicaciones de Planned Parenthood Global, segura de mis habilidades, consciente de la confianza que mi supervisora, Marianny Sánchez, Directora de Comunicaciones de Planned Parenthood Global en Latinoamérica, ha depositado en mí y con el propósito de continuar mi carrera profesional en esta organización.

## **2. COMPETENCIAS PROFESIONALES**

**Caso: Reportaje ‘Hambre durante el encierro: el drama de las chicas trans del Centro de Lima’**

**Objetivo**

El objetivo del reportaje era visibilizar las condiciones en las que estaban viviendo la comunidad de mujeres trans del Centro de Lima; quienes tras la llegada de la COVID-19 en el Perú estaban sufriendo graves episodios de discriminación y preocupantes dificultades económicas que las motivó a formar ollas comunes para poder sobrevivir, y recaudar fondos para que pudiesen solventar sus gastos.

### **Descripción del caso**

El Centro de Lima albergaba durante la época de la COVID-19 al menos 12 casonas habitadas por mujeres trans, la mayoría de ellas provenientes de diferentes regiones del Perú, dedicadas al trabajo sexual, portadoras del VIH. Entre ellas también había adolescentes. La situación de vulnerabilidad en la que ya vivían antes de la pandemia incrementó preocupantemente durante la primera ola de la COVID-19, donde acataron las restricciones de movilidad del gobierno, dejando así de generar ingresos para poder pagar sus viviendas o para poder alimentarse.

Durante la segunda ola el hambre obligó a muchas a salir a las calles a ejercer la prostitución, una práctica que finalmente las expuso a adquirir la COVID-19 y también a sufrir discriminación y violencia policial con mayor frecuencia.

La situación empeoró cuando el Gobierno decretó salidas de hombres y mujeres por días. La Policía Nacional y el personal de Serenazgo las humillaban por su identidad de género y las sometían a burlas y prácticas violentas por la forma de sus cuerpos.

A raíz de estos abusos y del surgimiento de una olla común de mujeres trans organizadas que alimentó durante meses a aquellas que no tenían ingresos económicos suficientes, decidí conocer su historia a través del testimonio de Kiara Flores, lideresa de la casona de la Avenida Colmena. El reto era contar la historia de forma honesta (yendo hacia el lugar de los hechos) y con información verificada, esto en un momento de la historia del Perú donde la prensa difundió mucha información falsa<sup>12</sup>. Otro reto fue exponer cada

---

<sup>12</sup> Sánchez Flores, M. (2022). Periodismo Zoom: Crisis y oportunidades para el periodismo peruano pos-COVID-19. Fondo Editorial PUCP.

testimonio sin prejuicios ni estereotipos contra las mujeres trans<sup>13</sup>, para que los lectores puedan reconocer que estas personas estaban viviendo en una situación de vulnerabilidad y por tal motivo, era necesario incluirlas dentro de la ayuda que brindaban instituciones públicas.

Contacté al exregidor Manuel Siccha, quien ayudaba a recolectar víveres y productos de primera necesidad para ellas, para poder comunicarme finalmente directamente con Kiara y se me hizo la invitación formal a este espacio íntimo donde llegaban al menos 150 mujeres trans que habitaban las casonas de la avenida Nicolás de Piérola y de los jirones Dávalos, Inclán, Washington, Chota y Peñaloza en el Centro Histórico.

### **Resultados obtenidos**

El formato del reportaje fue escrito y originalmente, estaba destinado a ser publicado solo en la versión impresa de Perú21. Sin embargo, me interesaba llevar la historia a la mayoría de plataformas posibles, ya que desde que inicié en el mundo digital confío y reconozco el poder de la versión web, y de cómo un contenido puede potenciarse a través de una galería de fotografías y material audiovisual. Es por ello que contacté a mi colega Renzo Salazar Camacho, fotógrafo del Grupo El Comercio, con quien había trabajado anteriormente para una plataforma LGBTIQ+ llamada Sin Etiquetas<sup>14</sup>. En ese tiempo fui testigo de su sensibilidad con los temas de identidad de género y supe que iba a ser cuidadoso con el tratamiento de las imágenes. Como era un espacio privado, necesitaba un profesional capaz de brindar comodidad, confianza y respeto a las protagonistas del reportaje, quienes con mucha amabilidad me habían abierto las puertas de sus casas y me estaban confiando parte de su día a día.

Fue así como, como parte del reportaje escrito, logramos obtener una galería de imágenes poderosa que acompañó la versión web y que también ha participado de varias muestras fotográficas a nivel nacional. La curaduría de las fotografías la hizo él y la elección de las imágenes de la versión web la realicé yo.

---

<sup>13</sup> Delta, G., Apolaya, J., & Arguedas, D. (junio de 2018). Guía sobre temática LGBTI para periodistas y medios de comunicación. Editorial Promoción y Defensa de los Derechos Sexuales y Reproductivos (PROMSEX).

<sup>14</sup> Medio creado por los periodistas Esteban Monzón Marchand y Esther Vargas Camacho.



- Versión web: <https://peru21.pe/lima/coronavirus-en-peru-hambre-durante-el-encierro-el-drama-de-las-chicas-trans-del-centro-de-lima-pandemia-covid-19-lgtbi-noticia/>



### **3. REFLEXIONES PROFESIONALES**

#### **3.1. Aporte de la formación universitaria que recibí en la Universidad de Lima en mi crecimiento profesional**

Considero que he sabido aprovechar la malla curricular de la carrera de Comunicación de la Universidad de Lima. Elegí libremente los cursos que sentía necesarios conforme se presentaban las oportunidades laborales, esto con el propósito de no encasillarme y no negarme la oportunidad de ingresar a diferentes centros de trabajo y también para aprender de profesionales de otros rubros de la Comunicación. Quiero responder esta pregunta reconociendo que hoy por hoy, soy un elemento valioso para el equipo de Comunicaciones de Planned Parenthood Global porque tengo criterio para reconocer piezas comunicativas efectivas que respondan a objetivos de cada submarca que desarrollamos (actualmente tres: Niñas No Madres, Acompaña Su Decisión e Iniciativa IDEA). Entre las piezas que actualmente me encargo de supervisar de cada una de estas submarcas está contenido audiovisual (en formato para redes sociales), gráficas para redes sociales y fotografías.

Mi formación académica además me permitió conocer desde muy joven que es posible transmitir o descifrar un mensaje a través de acciones (imágenes, prácticas), y no solo a través del lenguaje verbal o escrito (discursos). Al escribir sobre esto recuerdo con especial cariño el curso de Semiótica Narrativa y Semiótica de las Prácticas, por ejemplo, cursos analíticos que acuñaron mi pasión por la observación y por el análisis de cada elemento presente en un producto comunicacional o un espacio.

Otro aspecto importante dentro de mi formación académica es el componente audiovisual. Los cursos audiovisuales me introdujeron al mundo de la edición y del guión. Con el paso de los años, aprendí a adecuar las piezas que producía a las características de los nuevos formatos de redes sociales, como la velocidad, la brevedad y las tendencias. El haber sido directora en el curso de Géneros Audiovisuales, o el haber pasado horas en una isla de edición, me permitió familiarizarme con los desafíos que enfrentan las personas que producen el contenido en una campaña, tanto en la pre producción, durante

la grabación, como en la post producción, por lo que me siento muy cómoda trabajando dentro de un equipo audiovisual.

En Más Igualdad Perú actualmente desarrollo guiones a través de la redacción creativa, participo activamente en la filmación de contenido audiovisual para redes e incluso, he tenido la oportunidad muchas veces de editar videos para enseñar a los nuevos talentos que ingresan a la organización a hacerlo.

Los cursos de periodismo, por otro lado, me enseñaron a contar historias y sobre todo, a confiar en mi editor. Los profesores de periodismo de la Facultad siempre tienen interés en mejorar lo que entregas y ofrecerte correcciones dependiendo si escribes una crónica, un reportaje, un perfil o una columna de opinión. Esto es muy importante en una redacción, donde tu texto pasará por numerosas correcciones antes de salir impreso en papel y tiene que cumplir con el formato del género periodístico que te toca escribir.

Los cursos de diseño gráfico también fueron una herramienta que me ayudó a poder valerme por mí misma las primeras veces que busqué trabajo. Por ejemplo, como sabía diseñar y editar en vectores, pude acceder a ser Community Manager en Perú21 y, finalmente, llegar a la sección Ciudad, donde realmente me sentí plena como comunicadora, pues no solo contaba historias para el periódico impreso, sino que me esforzaba en llevar una versión más extensa y más nutrida a la web de Perú21, ya que tenía la capacidad de generar piezas audiovisuales interesantes para acompañar mi reportaje. El paso por Perú21 y por El Foco también me permitió entender cómo es el funcionamiento del Congreso de la República, darle una mirada crítica a los principales problemas del Perú y a entender que desde la ciudadanía también surgen voces importantes que pueden cambiar el destino del país y acercarlo a la justicia. Gracias al periodismo pude reconocer cómo los colegas “levantan” una noticia y de esta forma, hacer notas de prensa más relevantes para la ciudadanía. Esto me sirvió durante mi trabajo en el Parlamento, para destacar proyectos de ley beneficiosos que muchas veces pasan por alto debido a la alta desaprobación que tienen los congresistas.

### **3.2. El impacto de los cambios tecnológicos**

Los cambios tecnológicos permiten que un periodista pueda convertirse en un reportero digital, que pueda acompañar su trabajo con material de apoyo que realce la calidad y la confianza de la información que brinda. Considero que es responsabilidad del periodista tomarse el tiempo de brindar insumos importantes a su medio gracias a su teléfono móvil, como puede ser una grabación de voz, una filmación en video o fotografías. En estos tiempos, muchos periodistas incluso utilizan sus propias redes sociales para informar, hacer transmisiones en vivo o incluso, brindar sus opiniones. El periodismo cada vez se hace más digital y eso lo he vivido yo en carne propia, pasando de un medio escrito, prefiriendo mil veces la web que el papel (por muchas razones, entre ellas, porque puedo extenderme con los temas que me apasionan porque no hay límite de caracteres).

En cuanto a la forma en la que las organizaciones se relacionan con sus audiencias, creo que la tecnología ha sido determinante. Existen redes sociales para diferente público objetivo y también formatos que son más preferidos por unos que por otros. La realidad es que es necesario aprender la lógica de cada una de estas plataformas y ver cómo es posible que las grandes ideas de las organizaciones y sus mensajes realmente lleguen a más personas que lo necesitan.

Otro aspecto que me ha sorprendido de la tecnología es cómo he sido testigo de un cruce de experiencias entre diferentes disciplinas, desde la salud sexual y reproductiva con el concepto innovación, hasta la Publicidad hablando de feminismo y de deconstrucción. Creo que eso se debe a que las conexiones que se han hecho a través de la tecnología crean puentes entre profesionales de otros lados del mundo, que tienen ganas de crear y de compartir conocimientos y crean vínculos cimentados en espacios digitales. Un ejemplo sencillo es el WhatsApp, que actualmente incluso incluye canales de difusión y la posibilidad de hacer grupos.

Por último, y no menos importante, el curso Taller de Radio en plena pandemia me ayudó a reconocer el poder de mi voz y la versatilidad que puede tener para obtener propósitos mayores. En Planned Parenthood Global y en la mayoría de organizaciones no gubernamentales, la radio es un medio de comunicación importantísimo para llegar a las

zonas más alejadas y justamente, tuve como una de mis responsabilidades contactar con radios comunitarias y pedirles una alianza para la difusión de nuestro material sobre salud sexual reproductiva. Solo una comunicadora de Lima, consciente de la importancia de la radio y del gran trabajo que realizan los locutores en las regiones para el acceso a información verificada, habría podido lograr transmitir correctamente los propósitos de la campaña Acompaña Su Decisión, que finalmente, ha tenido presencia en radios de Cusco, Chanchamayo y Arequipa.

### **3.3. Principales cambios de la Comunicación**

- La tendencia hacia el contenido audiovisual: el inicio tiene que ser impactante, es mejor si es más breve y tiene que apelar a las emociones del usuario.
- La importancia de los perfiles de los profesionales de las comunicaciones/periodistas/publicistas en las redes sociales: las personas están interesadas en comunicar y se inspiran justamente en comunicadoras para saber cómo hacerlo y les toman de referencia.
- Los periodistas ahora valoran más lo digital que el papel. La necesidad de ver tu texto impreso en el periódico lo he vivido, pero ahora cada vez somos más quienes preferimos la edición web para poder volcar toda nuestra creatividad y pasión en un reportaje. El papel cada vez es más limitado (y menos atractivo para una persona que diariamente se somete a la estimulación de las redes desde su teléfono móvil).

### **3.4. Recomendaciones a los recién egresados de la carrera de Comunicación**

Ingresé a la Universidad de Lima a los 16 años, el 2009. Me retiré el 2011, retorné el 2014, terminé todos mis cursos en 2020 y me gradué el 2023. Este 2024, quince años después de mi primera vez en las aulas de la universidad, tengo la intención de titularme. Y todo este tiempo ha valido la pena. Por ello, recomiendo tomarse lo que se crea necesario para encontrar la verdadera vocación y para reconocer en lo que uno es bueno. No es necesario salir del colegio hacia la universidad. Es una opción. No es para todos. También les diría que hay que ser consciente que cada paso y cada decisión a través del mundo de la Comunicación nos lleva a otro puerto en donde adquiriremos más conocimiento y donde podremos aprender de otros profesionales, porque el trabajo siempre será en equipo.

También quisiera agregar que no me equivoqué al no elegir una especialidad dentro de la Facultad. Yo estaba inclinada a estudiar Periodismo, pero sentí que, dado mi carácter impulsivo y creativo, iba a terminar limitada. Afortunadamente, acerté. El haber llevado cursos de diferentes especialidades me ha ayudado a conocer personas que piensan totalmente distinto a mí, que no les gusta escribir, pero que tienen otras habilidades para crear de forma conjunta. Me puedo adaptar fácilmente a varios ambientes laborales, a diferentes requerimientos, y ofrecer a quienes me contraten una excelente calidad de trabajo porque realmente tengo los conocimientos para hacerlo y la experiencia me respalda.

Por último, les diría a los jóvenes que recién están entrando a la universidad que tratan de vincularse con sus compañeros de aula. Mi extenso paso por la universidad me desconectó muchas veces de círculos de amigos y de confianza, y esto fue perjudicial muchas veces para mí, porque no conocía a las personas de mi facultad, quienes finalmente iban a ser en algún momento colegas míos. Afortunadamente, los últimos años, ya con la confianza de una profesional que trabajaba, logré hacer varias amistades y contactos que me permiten mantenerme en conexión con mi casa de estudios.

## **REFERENCIAS**

Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA). (Marzo de 2020). La Salud y los Derechos Sexuales y Reproductivos, la Salud Materna y Neonatal y la COVID-19. Nueva York: UNFPA. Recuperado el 12 de febrero de 2024, de <https://www.unfpa.org/es/resources/la-salud-y-los-derechos-sexuales-y-reproductivos-la-salud-materna-y-neonatal-y-la-covid-19>

Krug, S. (2014). Don't Make Me Think: Revisited - A Common Sense Approach to Web Usability.

Orihuela, J. L. (2015). Los medios después de Internet. Editorial UOC.

Delta, G., Apolaya, J., & Arguedas, D. (junio de 2018). Guía sobre temática LGBTI para periodistas y medios de comunicación. Editorial Promoción y Defensa de los Derechos Sexuales y Reproductivos (PROMSEX).

Sánchez Flores, M. (2022). Periodismo Zoom: Crisis y oportunidades para el periodismo peruano pos-COVID-19. Fondo Editorial PUCP.

## **ANEXOS**

# **Conectando competencias a través del enfoque digital en la Comunicación**

Mirtha Calderón Portugal  
Asesor: Carlos Rivadeneyra

---

## **Conectando competencias: La transversalidad, el camino que elegí**

- Uno de los caminos que me ofreció la Universidad fue explorar especialidades.
- Lo hice y reconocí en lo que soy buena: habilidades, fortalezas, capacidades.
- Me especialicé a través de maestros y mentores, después de haber elegido el periodismo digital y la creación de contenidos.
- Siguiendo el siguiente paso: Maestría en Creación y Gestión de contenidos.



### Snapchat adquiere compañía de realidad aumentada

Snapchat quiere continuar posicionándose como favorita en los jóvenes y para ello ha adquirido Camo360, una compañía especializada en realidad aumentada con sede en Israel.

### PROTECCIÓN A LA PRENSA AMENAZADA

#### Rusia: Amenazan telefónicamente a periodista de investigación

Las amenazas a la libertad de expresión no cesan. Reporteros Sin Fronteras denuncia que el periodista ruso Mikhail Alifanov viene recibiendo amenazas luego de denunciar a un grupo criminal en Khakassia, Siberia.

#### Paraguay: Amenazan de muerte a periodista

El periodista argentino...



### 7 servicios que dijeron adiós este 2016

El 2016 no ha sido el mejor año para algunas empresas de aplicaciones.

### LO NUEVO DE INSTAGRAM DURANTE EL 2016

#### Instagram: Las increíbles mejoras en el 2016

Nuevas funciones, herramientas innovadoras e incluso la posibilidad de hacer transmisiones en vivo se han sumado a las características de este reconocido servicio, actualizando a más de 500 millones de usuarios a nivel mundial.

#### Crea videos, fotografías y GIF con esta app para Android

Camtastic ME es una aplicación interesante porque permite crear videos, hacer fotografías y también generar GIF animados en cuestión de segundos.



### Hackean Twitter de Sony Music y anuncian muerte de Britney Spears

Sony Music fue víctima de hackers. Horas después de anunciarse en los medios de comunicación la muerte del cantante George Michael, la reconocida discográfica publicó en su cuenta de Twitter la muerte de la cantante Britney Spears, alertando a todos los fans de la popular princesa del pop.



### 5 herramientas para trabajar con enlaces

Existen varias herramientas en la web que nos permiten trabajar con enlaces para mejorar nuestra productividad.

### AMENAZA A LA LIBERTAD DE PRENSA

#### Bulgaria: Amenazan a periodista que denuncia corrupción

El periodista Christo Stoyanov está sufriendo de graves amenazas contra su seguridad por dedicarse a denunciar...

# CLASESDEPERIODISMO.COM

Perú

## Lo dejaron todo para luchar contra el coronavirus en Loreto

Profesionales de la salud de Lima formará parte del primer hospital de campaña de EoSudal en Loreto, una de las regiones más afectadas por el avance del COVID-19.



Perú

## Planificación familiar no debe ser dejada de lado en esta pandemia (INFORME)

La salud sexual y reproductiva provee bienestar y estabilidad en los hogares en medio de la emergencia por eso es necesario. El coronavirus no afecta el derecho al acceso a métodos anticonceptivos y atención prenatal.



ULTRASONIDOS  
Tras el diagnóstico de un embarazo, los médicos brindan apoyo y atención prenatal.

## Artistas de la calle extrañan salir y no se rinden ante el COVID-19



## Los guardianes de los Pantanos de Villa en tiempos de pandemia

Los guardianes hacen un esfuerzo titánico por proteger a las aves migratorias que descansan en esta reserva natural de más de 263 hectáreas en el distrito de Chorrillos. La cuarentena aumenta la presencia de especies, pero no ahuyenta a pescadores ni impide que se arraje basura.



## Médicos y enfermeros venezolanos listos para luchar contra el coronavirus en Perú

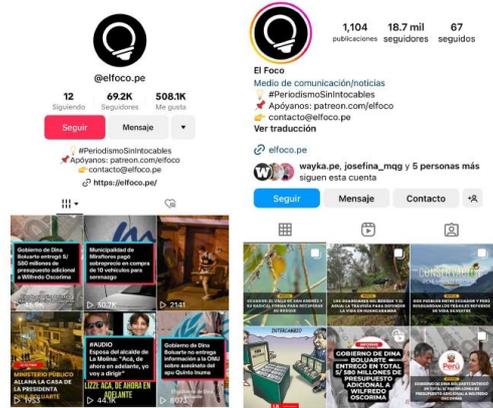
Esperan convocatoria del Gobierno en la banca de suplentes. Especialistas con colegiatura y Seruma pendientes necesitan permiso excepcional del Ministerio de Salud para servir al país en caso de agravar la emergencia sanitaria.



## Lo dejaron todo para luchar contra el COVID-19 en Loreto



# CIENTIA ET PRAXIS



SCIENTIA ET PRAEXA

# La responsabilidad del periodista

**Ante los usuarios difunden contenido y ante la opinión disfrazada de verdad.**

- No podemos disfrazar una opinión de noticia: Para eso hay columnas de opinión, las mesas de debate en televisión.
- Responsabilidad no solo del periodista: directores periodísticos de los canales de televisión y de los directores de los periódicos.
- Pérdida de credibilidad a los medios tradicionales.
- Periodismo independiente como alternativa de la falta de credibilidad en los medios y de la opinión por encima de la verdad. Debe buscar un modelo de negocio transversal y de ingresos múltiples..
- La prensa tradicional no ha perdido la batalla.

## Reportaje hambre durante el encierro

- Periodismo.
- Giro hacia la comunicación para el desarrollo.
- Uso herramientas de la comunicación audiovisual: Producción, fotógrafo, audiovisual.
- Uso herramientas de campañas publicitarias: Necesidad y un público al que tengo que persuadir para llegar a un objetivo.
- Quiebre en la etapa de periodismo, reingreso al activismo e ingreso al comunicación para el desarrollo desde lo digital.



## Reportaje



## Producto comunicacional: ¿Cómo lo elaboré?

1. Mapeo de necesidad y gancho (*razón, emociones, etc*)
2. Evaluación de la situación (ventajas, riesgos, elección de fecha, evaluación de coyuntura)
3. Coordinación
4. Investigación cualitativa sino y etnográfica (entrevistas previas)
5. Escaleta
6. Producción
7. Entrevistas (no de un día) - Filmación / fotografías
8. Guión para la locución
9. Edición
10. Publicación del producto en fecha programada

# Redacción creativa para:

**Visibilizar**  
los resultados del  
trabajo de mi  
equipo



**Sensibilizar**  
sobre  
problemáticas  
para generar  
conciencia



**Educar e informar**  
a través de fuentes  
verificadas



**Movilizar**  
por causas que  
nos identifican



## Campañas:

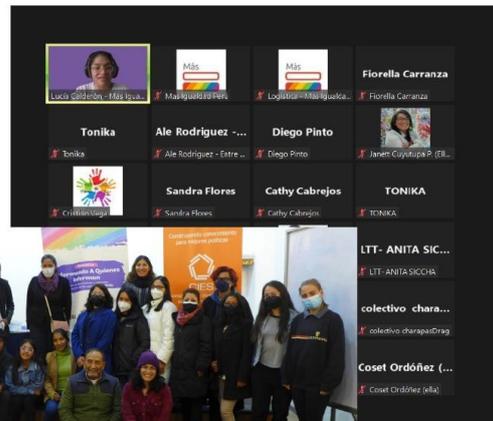


## Documentales:



SCIENTIA ET PRAEX

# Eventos y talleres:



# Reto profesional

**Integrante del Equipo de Comunicaciones Regional para América Latina de Planned Parenthood Global.**

- Trabajo virtual.
- Mapeo de oportunidades.
- Cubrir eventos.
- Gestión redes sociales.
- Coordinación con agencia.



...  
**Naciones Unidas condena a Perú por vulnerar los derechos de una niña víctima de violación juzgada por abortar**  
La menor, de 13 años, se quedó embarazada de su padre después de cuatro años de abuso.



SCIENTIA ET PRAEXA



### **El periodista puede ejercer más allá de una sala de redacción.**

Cuenta historias que conecten con las audiencias.

Sabe cuál es la información más relevante para sus audiencias.

- *Campañas publicitarias.*
- *En comunicación de desarrollo*
- *En comunicación corporativa.*

### **¿Qué hacemos?**

Desarrollo de narrativas, de estrategias, análisis del discurso, interpreta y elige insumos para producir contenido: redactado, audiovisual, etcétera.

CIENTIA ET PRAEX

# Inf. Turnitin

---

## ORIGINALITY REPORT

---

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://www.plannedparenthood.org">www.plannedparenthood.org</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://peru21.pe">peru21.pe</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://www.mesadeconcertacion.org.pe">www.mesadeconcertacion.org.pe</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://amnistia.org.mx">amnistia.org.mx</a> Internet Source	<1%
6	<a href="http://promsex.org">promsex.org</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://efeminista.com">efeminista.com</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1%

---

10	<a href="http://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://www.google.com">www.google.com</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://www.infobae.com">www.infobae.com</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://es.wikipedia.org">es.wikipedia.org</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://www.opinion.com.bo">www.opinion.com.bo</a> Internet Source	<1 %
15	Submitted to Corporación Universitaria Iberoamericana Student Paper	<1 %
16	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://ri.ues.edu.sv">ri.ues.edu.sv</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://www.grade.org.pe">www.grade.org.pe</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://es.unionpedia.org">es.unionpedia.org</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://esmeraldas2012.blogspot.com">esmeraldas2012.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://kbdto.wordpress.com">kbdto.wordpress.com</a>	

Internet Source

<1 %

22

[www.chicagotribune.com](http://www.chicagotribune.com)

Internet Source

<1 %

23

[www.granma.cu](http://www.granma.cu)

Internet Source

<1 %

24

[www.unav.edu](http://www.unav.edu)

Internet Source

<1 %

25

[cpj.org](http://cpj.org)

Internet Source

<1 %

26

[www.iespana.es](http://www.iespana.es)

Internet Source

<1 %

27

[www.minsa.gob.ni](http://www.minsa.gob.ni)

Internet Source

<1 %

28

[www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Internet Source

<1 %

29

[www.secretariasenado.gov.co](http://www.secretariasenado.gov.co)

Internet Source

<1 %

30

[www.vn.freelancer.com](http://www.vn.freelancer.com)

Internet Source

<1 %

31

[doczz.fr](http://doczz.fr)

Internet Source

<1 %

32

[goadmin.ifrc.org](http://goadmin.ifrc.org)

Internet Source

<1 %

33	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="http://lax102.fm">lax102.fm</a> Internet Source	<1 %
35	<a href="http://noticiascd.mx">noticiascd.mx</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://www.idea.int">www.idea.int</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://www.sexualidadjoven.cl">www.sexualidadjoven.cl</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://www.vanguardia.com">www.vanguardia.com</a> Internet Source	<1 %
39	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 31 (2015)", Brill, 2017 Publication	<1 %
40	<a href="http://alterinfos.org">alterinfos.org</a> Internet Source	<1 %
41	<a href="http://amnistiainternacional.org">amnistiainternacional.org</a> Internet Source	<1 %
42	<a href="http://buscaintegrada.pucsp.br">buscaintegrada.pucsp.br</a> Internet Source	<1 %
43	<a href="http://dge1.insp.mx">dge1.insp.mx</a> Internet Source	<1 %

44 [flash.solotutoriales.com](http://flash.solotutoriales.com) <1 %  
Internet Source

---

45 [jalayo.blogspot.com](http://jalayo.blogspot.com) <1 %  
Internet Source

---

46 [www.alltech.com](http://www.alltech.com) <1 %  
Internet Source

---

47 [www.obrasocialcajamadrid.org](http://www.obrasocialcajamadrid.org) <1 %  
Internet Source

---

48 Angel Ch Zegarra-López, Diego Garcia-Rabines, Alvaro Okumura-Clark. "Factors associated with depression in Peruvian LGBT + individuals exposed to discrimination and violence", *Journal of Gay & Lesbian Social Services*, 2022 <1 %  
Publication

---

49 [revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe](http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe) <1 %  
Internet Source

---

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On