

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



LOS PERIODISTAS CIUDADANOS EN EL PERÚ. #ALERTANOTICIAS DE CANAL N EN TWITTER

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

Branca Luciana Viaña Diaz del Olmo
Código 20081079

Asesora

Thelmy María del Carmen Mendoza Michilot

Lima – Perú
Setiembre del 2017





**LOS PERIODISTAS CIUDADANOS EN EL
PERÚ. #ALERTANOTICIAS DE CANAL N EN
TWITTER**

RESUMEN

Los llamados periodistas ciudadanos han concitado la atención académica prácticamente desde el estallido de la web 2.0. En esta investigación se corrobora que son ciudadanos de a pie que buscan compartir información sobre eventos que observan en su quehacer diario y en sus ciudades, temas de interés público que por lo general no atraen la atención de las autoridades. Por ello, cansados de que no se haga caso a sus denuncias, alzan su voz y utilizan las redes sociales como medio de expresión a la espera de una respuesta. El trabajo aborda una coyuntura elegida aleatoriamente (noviembre y diciembre del 2016) captada por casi un centenar de cibernautas que respondió al hashtag #AlertaNoticias de Canal N en Twitter, el *microblogging* más usado en el país y de mayor alcance para la difusión de noticias. Bajo una metodología mixta, con énfasis en lo cualitativo, la investigación hace etnografía virtual y recoge el sentir de los ciudadanos que lograron que sus denuncias sean rebotadas en Canal N y América Tv. En las entrevistas realizadas, ellos sostienen que no buscan suplir el rol de un periodista, sino más bien colaborar con ellos debido a que no siempre pueden cubrir todo el acontecer diario. Su papel, sin embargo, va más allá. Gracias a la inmediatez de las redes sociales, pueden ser aliados efectivos en la ampliación de la opinión pública y su cristalización en beneficio de una sociedad más participativa y democrática.

PALABRAS CLAVE:

Periodismo ciudadano, Twitter, opinión pública, noticia, redes sociales, ciudadanía.

INTRODUCCIÓN

La participación de los ciudadanos en el debate de los asuntos públicos es una preocupación recurrente en el mundo online y el mundo offline. En el espacio virtual, con mayor razón, los académicos examinan si el aporte de los cibernautas en campos como el reporte de acontecimientos de relevancia social o ciberperiodismo los convierte automáticamente en potenciales periodistas y representantes de un movimiento remplazante de la prensa tradicional y digital.

En el caso peruano, son aún pocas las investigaciones sobre el llamado ‘periodismo ciudadano’ pese a que diversos medios de comunicación lo han legitimado, creando espacios donde los usuarios aportan con noticias de actualidad, y pese también a la activa participación que las encuestas reconocen a miles de peruanos en este campo, principalmente a través de redes sociales como Facebook, el canal de Youtube, aplicaciones como Whatsapp y el *microblogging* de Twitter. (IPSOS, 2016).

La presente investigación busca sumarse a esta inquietud académica y analizar la labor que cumplen los cibernautas en la publicación de informaciones -principalmente a través de Twitter-, la relevancia temática de sus aportaciones en el debate público local y las motivaciones que los alientan para ser llamados ‘periodistas virtuales’, ‘colaboradores periodísticos’ o ‘periodistas ciudadanos’.

Fundamentan este trabajo tres ejes temáticos prioritarios: en primer lugar, la definición de lo que se ha convenido en denominar periodismo ciudadano, interesa saber si existe realmente, cuáles son sus principales características y manifestaciones; y de periodista ciudadano, categoría que ha sido abordada principalmente desde la clásica teoría de usos y gratificaciones. En segundo lugar, la opinión pública, entendida como una convicción global hacia la sociedad y el poder, en la que los medios de comunicación cumplen rol preponderante mediante sus tareas de planificación o cobertura de la noticia, recopilación y selección del material informativo, producción de la noticia y su difusión o publicación. (Rodrigo, 1993). En tercer lugar, Twitter como plataforma propicia o propiciadora de un periodismo ciudadano, reconocida como el *microblogging* más utilizado para publicar noticias (IPSOS, 2016).

Las investigaciones previas sobre el periodismo ciudadano o reporte ciudadano han explicado las finalidades de este fenómeno digital. Algunos autores lo definen como una acción realizada por personas de a pie que recolectan información, la analizan y

procesan para su posterior uso. (Bowman y Willis, 2003). Otros, como el destacado periodista norteamericano, reconocido como padre del periodismo ciudadano, Dan Gillmor, mencionan que este fenómeno se creó como una reacción de los ciudadanos ante el quehacer limitado de la prensa y al ver que sus reclamos no son atendidos. (citado en Espiritusanto, 2011).

Existen posturas a favor y en contra de los llamados periodistas ciudadanos. Se considera que estos voluntariosos ‘periodistas’ deben ser rotulados como “colaboradores”, porque no han cursado estudios universitarios de comunicación ni valoran las repercusiones de sus publicaciones cuando las colocan en el ciberespacio. Pero también se sostiene que pueden ayudar a los periodistas o a los medios proporcionando información, sobre eventos que muchas veces no pueden ser capturados por la prensa, o enfoques sobre la cosa pública, en un proceso de colaboración guiado por el periodista, pero abierto al diálogo y a la actualización constante. (Vis, 2013).

De otro lado, se les llama ‘corresponsales ciudadanos’ porque tienen una mirada más social y política que periodística. (Mena, 2013). La calificación resulta idónea si se considera que el periodismo es un proceso de recojo, selección, jerarquización y contextualización de noticias (Sorrentino, 2013) donde el profesional de la información utiliza variadas herramientas para aproximarse a los hechos de la manera más objetiva y clara posible, con un compromiso con la veracidad, y un trabajo de verificación de fuentes. (Espiritusanto, 2008). Sin embargo, también se puede argumentar que los recursos que emplean los periodistas para dar sentido a la información que luego procesarán las audiencias (Jhonson y Kaye, 2004), han comenzado a ser utilizadas por los ciudadanos para emitir contenidos que, en principio, han obligado a los medios a agilizar sus procesos ante la fluidez de la información. (Sorrentino, 2008).

A favor de los periodistas ciudadanos se puede afirmar que suelen atravesar situaciones difíciles para informar en escenarios violentos, como conflictos armados, desastres naturales y en países donde la libertad de expresión está restringida, etc. Así contribuyen a la difusión de hechos, opiniones y criterios diversos (ONU, 2010), de manera más independiente, global, con base en las nuevas tecnologías y en provecho de la construcción de una ciudadanía (Kovach y Rosentiel, 2012). Después de todo, ser un ciudadano significa tener los derechos protegidos por el Estado y ser responsable con la comunidad que integra (López, 1997), estar preparado para participar activamente y hacer valer su protesta frente al poder establecido (O’Donnell, 2004a) y ser fuente en la que el gobierno se basa para tomar decisiones que terminarán afectando a todos.

(O'Donnell, 2004b). Equivale a desafiar el mando de las instituciones gubernamentales y sociales con la finalidad de demandar la representación de sus valores e intereses. (Castells, 2015).

Para concretar ciudadanía, se sostiene, los periodistas ciudadanos actuales utilizan el lenguaje contemporáneo, mensajes independientes y distintas plataformas y soportes, como el periodismo transmedia (Rost, Bernardi y Bergero, 2016). Desde el atentado de setiembre del 2011 en las Torres Gemelas del World Trade Center en Nueva York, considerado un hito en la participación de ciudadanos como productores de noticias, el mundo ha visto incrementado su quehacer. Entonces, todos nos enteramos gracias a los medios tradicionales de *qué* estaba sucediendo gracias a la televisión de *cómo* y *por qué*, y también que muchas de las noticias estaban siendo creadas por gente común y corriente que tenía algo que decir y mostrar. (Gillmor, 2006).

Los prosumidores (Campalans, 2014) producen y consumen contenidos, y se ubican lejos del receptor que en antaño se conformaba con recibir información codificada por otros (Espiritusanto, 2011). Son actores principales en el debate virtual en el que, gracias a las herramientas disponibles, se integran a los medios de comunicación como público activo de la opinión pública.

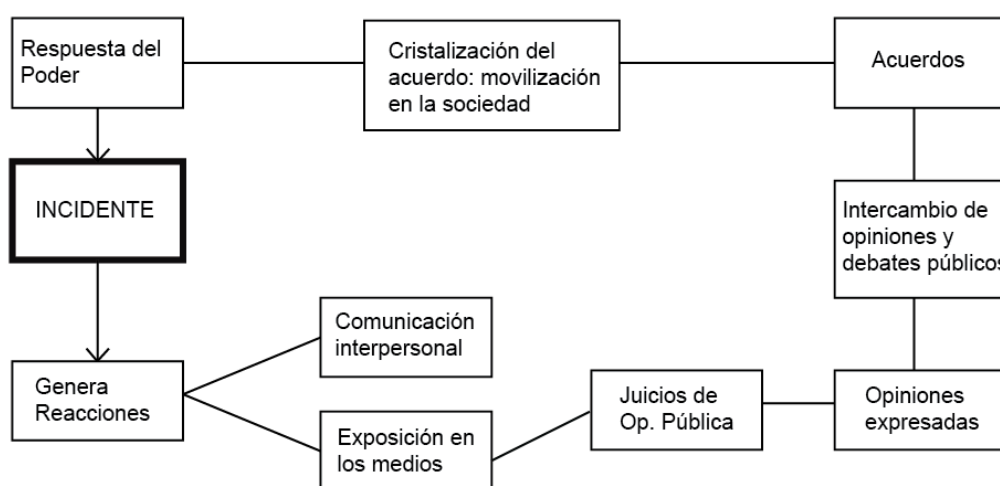
Estas personas se convierten en públicos si participan en el debate de los temas relevantes de la sociedad, de manera informada (Planas, 1997); con sus creencias colectivas y sociales, hacen sentir su voz sobre todo frente a los organismos que ostentan el poder; y como parte de esta opinión pública cimientan a las instituciones sociales de acuerdo con sus intereses y valores (Castells, 2015). Sus opiniones se asocian a los acontecimientos y bien podría decirse que confirma que la opinión pública sobre un caso dura el tiempo que demora el debate, y que está asociada a la cultura, la idiosincrasia, las tradiciones, los valores, los prejuicios de la sociedad.

Hay que preguntarnos si las redes sociales han democratizado la opinión pública y tirado por tierra las apreciaciones de quienes consideraban que solo estaba en manos de las élites, de las versiones distorsionadas de los grupos de poder (Monzón, 1987) y de los medios de comunicación tradicionales, a quienes se les ha atribuido la fijación de la agenda, la propuesta de soluciones y el desarrollo o minimización del debate. (Luhmann citado en Urteaga, 2009). Hoy más que nunca, algunos académicos, consideran que el mundo está más cerca de la teoría democrática de Jürgen Habermas, para quien la esfera pública debería garantizar la libertad y la diversidad de opiniones de

todos los ciudadanos por igual, sin ningún tipo de desigualdad y discriminación. (Habermas, 1998).

Cándido Monzón (1987) sostiene que un tema de interés de la opinión pública discurre como un sistema: en primer lugar, nace a partir de un incidente que genera reacciones tanto en el ámbito privado como en los medios de comunicación. Si pasa al ámbito mediático, el tema ingresa al espacio público o de la opinión pública a donde concurrirán los públicos, sea para la presentación de sus puntos de vista, la confrontación o la polémica con los de otros; finalmente, el debate concluirá con la consolidación de consensos básicos que, generalmente, deben cristalizar en acuerdos que se elevarán al poder para la solución del incidente, hecho o acontecimiento que dio origen al problema inicial.

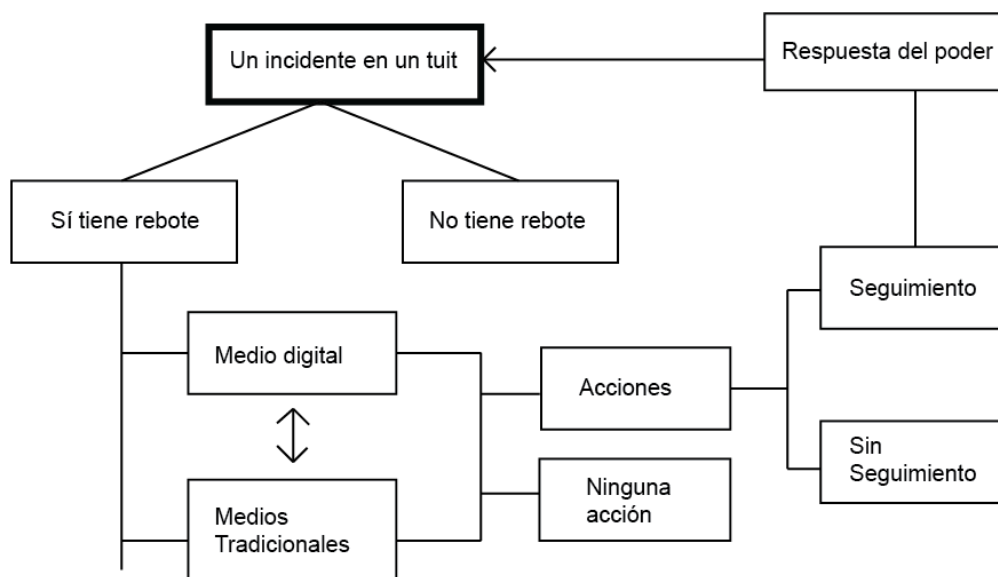
FIGURA 1. Diagrama del Sistema de Opinión Pública basado en Cándido Monzón



Fuente: Cándido Monzón

Este modelo, aplicado al flujo de un tuit, revela una diferencia sustancial: el rebote que estos mensajes tienen en las plataformas tradicionales (radio, televisión, periódicos) y digitales. Se plantea que el mensaje podría desencadenar una acción en el espacio online, offline o en ambos; y acarrear una respuesta del poder que se da en el espacio offline o en el espacio online.

FIGURA 2. Diagrama de flujo de un tuit



Fuente: Elaboración propia.

Son diversas las investigaciones orientadas a estudiar al Twitter como soporte de noticias. A pesar de que en el Perú y en el mundo cuenta con menos usuarios que Facebook, este *microblogging* se utiliza para encontrar las “primicias”, mantener contacto con personas y medios que no exigen una reciprocidad, y producir contenidos relevantes que son utilizados por la prensa ya sea por su importancia, por el interés que despiertan o por ambos factores. (Rost, 2011). Twitter es utilizado como fuente de información, pero algunos estudios muestran que los usuarios creen más en las noticias si estas provienen de una fuente oficial en comparación con los usuarios poco conocidos. (Morris y otros, 2012).

Los periodistas utilizan esta red social para encontrar noticias emitidas en tiempo real, las cuales reproducen de inmediato mientras verifican si la información publicada es verídica. (Pichihua, 2017). Por ello, algunos académicos sostienen que la prensa debería filtrar la información que los usuarios publican, ampliar la data y agregarles un contexto, es decir, curarlos para proceder a su propagación (Brown-Smith, 2012), antes de difundirlos, porque no todos los tuits necesariamente reúnen los criterios necesarios de calidad para convertirse en noticia. Entre los factores exigidos para que

una noticia del Twitter adquiera trascendencia se halla la prominencia del personaje, es decir, debe ser un actor social que tenga una buena cantidad de seguidores, que cuide la forma en la que el mensaje ha sido escrito (estilo narrativo) y el contenido del mismo, teniendo en cuenta también el enfoque. (La Rosa, 2014).

Cuando los usuarios publican información y la consumen, seleccionan lo que consideran importante y lo 're-publican' para todos sus seguidores (Groot y Costera, 2014), gracias a las facilidades tecnológicas existentes (Campalans, 2014). A partir de esto, dan un paso más: no solo utilizan la plataforma como un espacio de relaciones interpersonales, sino como un soporte más periodístico (Bruns y Burgess, 2012). Las etiquetas les permiten crear un "universo informativo", que podría convertirse en tendencia (Rost, Bernardi y Bergero, 2016). No planifican la reproducción del contenido que publican o rebotan a sus demás seguidores (López-Meri, 2016), lo cual se aleja del postulado de que los periodistas ciudadanos quieren tomar el rol del *gatekeeper*. (Bastos, Raimundo y Travitzki, 2013). Muchos tuiteros que reportan emergencias o formulan denuncias son desconocidos, aunque sus noticias son recordadas por los lectores. (Murthy, 2011). Si tienen suerte, los medios de comunicación rebotarán sus comentarios.

Desde la clásica teoría de los usos y gratificaciones, West y Turner sostienen que las personas buscan en los medios de comunicación de masas contenidos concretos para generar gratificaciones (o resultados) específicas en concordancia con sus objetivos y metas personales. ¿Qué más gratificante que las redes sociales, en general, y Twitter, en particular? Por ello, es claro que, en el contexto actual, no solo la teoría de usos y gratificaciones ha sido revitalizada, sino que más usuarios de las redes han cobrado conciencia del uso -y el mal uso- que pueden dar a las nuevas plataformas. (West y Turner, 2005).

A la luz de la teoría de las necesidades de Albert Maslow, los seres humanos tienen necesidades fundamentales (fisiológicas, de seguridad, relación social, autoafirmación) que jerarquizan y ordenan para autorrealizarse como personas. (Villar, 2004). Pero, como anota Amy Jo Kim en su propuesta modificatoria la pirámide de Maslow, las personas no solo buscan satisfacer necesidades, sino que están motivadas para participar y consolidar su sentido de pertenencia al grupo. Primero, tratan de colaborar con la comunidad y ser reconocidas como contribuyentes (*self-esteem*), y, luego, construyen autoestima a través de sus contribuciones para cosechar reconocimiento por ello. El resultado es el desarrollo de nuevas habilidades y

oportunidades para la construcción de amor propio y autorrealización (*self-actualization*). (Jo Kim, 2000).

Estudios realizados sobre Twitter revelan que el *microblogging* logra crear la sensación de comunidad entre sus usuarios, no solo entre aquellos que postean información, sino entre los que “escuchan” y consumen información, por ejemplo, re-tuiteando información para compartirla con otros. (Brown-Smith, 2012). Un usuario postea mensajes para comunicar información a audiencias nuevas, comentar en el tuit de alguien más e iniciar una conversación y ganar seguidores. (Boyd, Golder y Lotan, 2010).

La valoración de los reporteros ciudadanos ha generado que en el Perú cada vez más medios de comunicación promuevan su participación, como Reportuit de Perú21.pe, Rotafono de Rpp.pe y el *hashtag* #AlertaNoticias de CanalN.pe. En este último caso, el *hashtag* #AlertaNoticias, es interesante porque a diferencia de los otros, está presente en un canal de televisión por cable, con soporte digital, vinculado a un medio de señal abierta (América Televisión). El acceso a la etiqueta en Twitter ha permitido que cualquier persona que desee reportar una noticia, puede escribir un texto, adjuntar foto o video, que serán rebotados en los medios de la plataforma de Canal N.

En el año 2008 el Grupo de Opinión Pública de la Universidad de Lima hizo uno de los pocos estudios sobre la televisión por cable en el Perú, que incluye justamente a Canal N. En los resultados se encontró que el 40.6% de los entrevistados veía Canal N con más frecuencia (dentro del grupo de canales por cable); Las principales razones fueron dos: Porque les informa (51.8%) y porque les entretiene (40.7%).

Las cifras de usuarios de internet en el Perú han evolucionado notablemente en un período de 17 años. En el año 2000 era el 3% de la población la que tenía acceso a internet (Yezers'ka y Zeta del Pozo, 2016), pero para el año 2017 el 51,7% ya cuenta con acceso. El crecimiento no es parejo en todas las regiones del país, por un lado en Lima Metropolitana el 53,0% de los hogares tiene acceso internet mientras que en el ámbito urbano se registra el 35,1% y en el área rural solo el 1,7% (INEI, 2017).

Los usuarios de redes sociales representan el 33% de la población del país y de aquellos, el 36% siempre lee tuits y el 18% los escribe. Otra data importante por recalcar es que el 42% de los tuiteros tiene secundaria completa, el 34% cursa estudios universitarios y el 20% estudios técnicos. (IPSOS, 2016). Twitter es la tercera red social más usada en el país, por debajo de Facebook y Whatsapp (IPSOS, 2016), y para

el período 2016, Twitter en Perú cerró con 6 millones de usuarios (Pichihua, 2016) muy por debajo de los 17 millones de usuarios que tiene Facebook en el país. (Dzodan, 2016).

Por lo expuesto, este trabajo de investigación considera relevante identificar el proceso de construcción de la noticia en los colaboradores de #AlertaNoticias del Twitter de Canal N para general información periodística de interés público. Para ello se tienen cuatro preguntas clave: ¿Cuáles son las etapas seguidas en el proceso de selección, producción y difusión de contenidos, y qué herramientas son utilizadas por los “reporteros ciudadanos”? ¿Cuál es el perfil del “reportero ciudadano” de #AlertaNoticias de Canal N? ¿Cuáles son los temas y actores principales de las noticias generadas por el “periodista ciudadano” de #AlertaNoticias? ¿Cuál es el alcance o rebote de las noticias generadas por los “periodistas ciudadanos” en la discusión o debate público?

El tema es importante porque no se han encontrado investigaciones que enfatizan en el usuario de Twitter en el Perú. Generalmente, se ha explorado en el uso de Twitter por parte de los periodistas. Lo que se busca aquí es reconocer quiénes son los tuiteros que producen distintos tipos de información, que finalmente es rebotada en las cuentas de los medios de comunicación más importantes en el país en beneficio, según creemos, de un mejor debate público.

METODOLOGÍA

Esta investigación utilizó una metodología mixta, con énfasis en lo cualitativo, ya que este método ofrece la posibilidad de dar una interpretación profunda y un contexto a los datos; por otro lado, lo cuantitativo proporciona datos y aporta un punto de vista holístico del estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Desde lo cualitativo se ha utilizado la etnografía virtual, porque permite explorar en las comunidades online, observar las interacciones que allí se desarrollan -y que es posible registrar porque quedan archivadas por un tiempo indefinido para que puedan ser recogidas y analizadas- (Hine, 2004), y recoger las percepciones de sus miembros a través de entrevistas a profundidad. Desde lo cuantitativo se ha aplicado el análisis de contenido de los mensajes a través de una medición nominal, una forma pertinente y útil para clasificar personas, objetos o características (Wimmer y Dominick, 1996), y en este caso tuits informativos, textuales y multimedia.

El universo son todos los tuits que utilicen el *hashtag* o etiqueta #AlertaNoticias y estén dirigidos a la cuenta de Twitter de Canal N. La muestra que se eligió está compuesta por 94 tuits recogidos en los meses de noviembre y diciembre del 2016. Se eligió de manera aleatoria un mes en el que ningún hecho extraordinario podría influir en el análisis (noviembre) y otro mes (diciembre) en el que sí se produjeron algunos acontecimientos previsibles, como son las fiestas navideñas.

En cada tuit se reconocieron las herramientas tecnológicas (fotografías, videos y textos) y las fuentes de información (personal, documental, digital) que recogieron los reporteros ciudadanos. Asimismo, los actores y temas que son citados en el texto o a los cuales se hace referencia.

En una primera inmersión en la muestra, los asuntos tratados fueron agrupados en once categorías según las coincidencias temáticas que ofrecían:

- Ciudad Municipal: Contenidos que incluyen problemas en las comunas limeñas.
- Transporte Accidente: Noticias referidas todo tipo de accidentes de tránsito.
- Transporte Infracción: Contenidos que muestran infracciones de tránsito.
- Social: Quejas de los ciudadanos en temas sociales diversos. Por ejemplo, indigentes, apagones, trabajo infantil, huelgas, etc.
- Transporte Congestión: Noticias sobre problemas en el tráfico de la ciudad.
- Estafas: Delitos en la vida real y en línea (más conocido como *phishing*).

- Inseguridad incendios: Sobre incendios en la ciudad (locales, automóviles, casas).
- Inseguridad en el trabajo: Accidentes que pusieron en riesgo la seguridad de trabajadores y sus causas (falta de implementos).
- Inseguridad Robos: A personas y establecimientos públicos y privados.
- Local no seguro: Establecimientos que no ofrecen seguridad y ponen en peligro la vida de público en general.
- Transgresiones: Rompimiento de la ley y de normas desde el punto de vista ético.

Por otro lado, se encontraron múltiples actores involucrados en los distintos hechos, por tal motivo se los clasificó en lo siguiente:

- Autoridades: Presidente de la República.
- Entidades del Estado: Ministerios, Policía Nacional, Reniec, Sunarp, Municipalidades (de Lima y Callao), Cuerpo General de Bomberos, EsSalud, Defensoría del Pueblo, Sedapal, Banco de la Nación.
- Empresas privadas: Como supermercados, empresas de turismo, entre otras.
- Ciudadanos de a pie: Peruanos que redactaron un tuit sobre un tema de su incumbencia.
- Choferes: De vehículos públicos, taxis, privados, motos, mototaxis, carretillas y otros que pueden pertenecer a alguna entidad del Estado.

Una vez capturada toda la información se analizó cada tuit con la metodología del *framing* empleada por Entman (1993) en los textos periodísticos y que establece cuatro indicadores reconocibles en un enfoque o *frame*: el problema, el diagnóstico, el juicio moral y la solución que se podría brindar. En el caso de esta investigación se omitió la valoración de lo moral y se incluyó más bien el indicador “responsable” del problema, para determinar quién o quiénes fueron, desde la perspectiva del ciudadano, los agentes causantes de los hechos reportados a través del Twitter y por qué (la causa)(Anexo 1). Como anota Goffman, un *frame* es un marco que designa el contexto de la realidad, esta realidad tiene un significado particular para las personas que la ven, pero también tiene un significado común por el cual se mira la realidad (Sádaba, 2007).

En segundo lugar, se identificó la variable “herramientas periodísticas o recursos de redacción” (Anexo 2) utilizadas en la elaboración de los tuits. Para ello se aplicó la clasificación de Álvarez (1996) que los agrupa en narración, descripción, interpretación

y opinión (Álvarez, 1995). En tercer lugar, con el propósito de establecer si las noticias del Twitter de la cuenta de Canal N tuvieron un alcance o rebote en otras plataformas, se hizo seguimiento en los noticieros del canal en el cable, así como en los de su aliada América Tv, canal de señal abierta.

En cuarto lugar, para establecer el flujo que siguió la información desde que fue difundida hasta que rebotó en otras plataformas, se aplicó parcialmente la propuesta teórica de Cándido Monzón (1987) de la opinión pública como sistema.

En aplicación de la etnografía virtual, y luego del análisis de los contenidos virtuales, se hizo reconocimiento de las siete personas cuyas noticias rebotaron en otros medios digitales y/o tradicionales a las que se solicitó una entrevista a profundidad para identificar su perfil, las herramientas tecnológicas que utilizan y reconocer sus rutinas de trabajo o etapas para elaborar sus mensajes (denuncias) y difundirlos.

Se logró entrevistar a cinco tuiteros (Waldo Romero, Eduardo Elizalde, Claudio Vargas, Valentina Atoche e Iván Delgado), ciudadanos que dijeron no mantener relación contractual con Canal N ni con América TV. No fue el caso de los otros dos tuiteros (Lynn Felipe Ríos y Víctor Mongrut) que, según se informó, pertenecen a la plantilla de periodistas de América TV y quienes no confirmaron su participación en esta entrevista.

RESULTADOS

1. Perfil del reportero ciudadano

¿Quiénes son los tuiteros que suelen enviar mensajes noticiosos sobre los acontecimientos que se producen en la ciudad? Según las entrevistas realizadas a los sujetos de la muestra, sus edades se encuentran en un amplio rango que va de los 18 a los 53 años.

La desproporción de género es notable: solo había una mujer en la muestra; la mayoría eran varones. Las cinco personas entrevistadas dijeron escribir desde Lima y Callao. Todos cuentan con estudios superiores en carreras diversas e incursionaron en Twitter a partir del 2010. En sus muros se pueden ver retuits de diversa temática: noticias, memes, bromas sobre deportes y política, en los que cada uno da su opinión al momento de rebotar el mensaje mostrando sus simpatías y rechazos.

No conocen el concepto de ‘fuente de información’ en el sentido periodístico, pero saben que se trata por lo general de personas que proporcionan los datos al periodista para que este los verifique, evalúe su credibilidad y finalmente pueda escribir una nota periodística. Entre las motivaciones para postear denuncias se encontró su expectativa para que los eventos reportados puedan tener algún tipo de solución a corto plazo, que las instituciones tomen sus opiniones para mejorar y lograr el bienestar de toda la comunidad.

Los entrevistados aseguraron cuidar la redacción y el lenguaje que utilizan al momento de escribir sus mensajes, aunque muchas veces por las circunstancias que relatan lo hacen de manera coloquial e incluso altisonante.

Tabla 1. Perfil del reportero ciudadano

	Entrevistados	Waldo Romero	Eduardo Elizalde	Claudio Vargas	Valentina Atoche	Iván Delgado
Indicadores	Edad	53 años	35 años	18 años	21 años	40 años
	Distrito de residencia	Surquillo	Lima/Pisco	Magdalena	Barranco	Bellavista
	Grado de instrucción	Universitaria completa	Universitaria completa	Estudiante universitario	Estudiante universitario	Universitario incompleto
	Profesión	Administración de empresas	Ingeniería mecánica	Periodismo	Comunicación	Técnico electrónico
	Año de inicio en Twitter	2015	2014	2010	2014	2016
	Conocimiento de fuentes periodísticas	"Alguien o algo que da una “info” a la prensa para que luego esas herramientas les sirvan a un periodista para su redacción o informe."	"Alguna persona que da información al periodista para que pueda escribir su nota."	"Las fuentes periodísticas son las referencias del medio o periodista del quien he sacado la información, bajo una credibilidad, fidelidad."	"La misma ciudadanía, claro está que siempre verificando que fotos o videos sean actuales y reales".	"Creo que es la persona que obtiene in situ una información y la transmite a alguien que se dedica al periodismo."

Cuidado del lenguaje con el que redactan	"Lo cuido. Aunque por mi temperamento e indignación a veces he hablado fuerte."	"Escribo sin faltas de ortografía y explico lo que sucede en la foto o el video que comparto."	"Por supuesto. La cordialidad es fundamental a la hora de redactar noticias."	"Sí, intento siempre tener una buena redacción."	"Sí, por lo general miro para quiénes y sobre quiénes está dirigido lo que escribiré."
Motivaciones para postear denuncias en Twitter	"Que se tome alguna acción para resolver el problema. Aunque a las autoridades les 'resbale'".	"Que se haga algún tipo de sanción".	"Es lo que todos los amantes del periodismo buscamos [que se haga algo]. Nuestra labor es denunciar actos ilícitos que van en contra del bienestar de la ciudadanía".	"Aportar como pueda a la mejoría de servicios en diferentes instituciones. Esperemos que más instituciones tomen en cuenta la opinión de ciudadanos como yo".	"Para que tomen cartas en el asunto."

Fuente: Elaboración propia

2. Etapas del proceso de producción, selección y difusión, y herramientas

2.1 Producción, selección y difusión

Con respecto a la primera etapa, de producción de los contenidos, se encontró que los entrevistados eligen el tema a escribir a partir de los sucesos que observan en su día a día, lejos se hallan de interrumpir sus actividades para ir en búsqueda de la noticia. Como comentaban Waldo Romero (Anexo 3) y Eduardo Elizalde (Anexo 4) observan constantemente los eventos diarios que consideran son importantes reportar o denunciar; pueden ser desde imprevistos como tráfico en las calles hasta carreteras bloqueadas. Por otro lado, el estudiante de periodismo, Claudio Vargas (Anexo 5) explicó que, en su caso, antes de reportar un incidente prefiere elegir temas de actualidad e interés. Él maneja paralelamente una página en Facebook llamada Resumen Semanal, donde difunde reportajes sobre la ciudad, temas de interés y denuncias en un formato de noticiero, que ha sido suspendida temporalmente porque estudia en la universidad y no tiene tiempo. El caso de Valentina Atoche (Anexo 6) es un poco distinto; comenta que empezó a usar Twitter en la universidad y encontró que era un lugar fácil para hacer sentir su voz de protesta frente a empresas y algunos medios. Finalmente, Iván Delgado (Anexo 7) mencionó que su domicilio estaba muy cerca del lugar que reportó y le preocupaba la inacción de las autoridades de la Municipalidad de Bellavista en el recojo de la basura frente a una posta médica y un parque donde iban muchos niños.

Tabla 2. Forma de elegir el tema para escribir un tuit¹

	Waldo Romero	Eduardo Elizalde	Claudio Vargas	Valentina Atoche	Iván Delgado
Forma de elegir el tema para escribir un tuit	"Partiendo que soy una persona que observa mucho lo cotidiano del día a día. Sólo veo la situación, la analizo y la comparto."	"Viajo constantemente de Lima a Pisco porque trabajo en una mina, entonces en la carretera uno ve bastantes cosas que son reportables. Tráfico, carreteras	"Siempre elijo temas de actualidad y de interés social al momento".	"Para iniciar empecé con el Twitter por un trabajo en la universidad, entonces encontré un espacio donde la comunicación con empresas o medios es más directa y sencilla (...) Me	"Fue que mi domicilio queda a dos cuadras del terreno vacío donde estaba la basura. Al frente hay una posta médica y hay un parque para niños. La obra estaba

¹ Esta tabla fue elaborada con las citas textuales de las entrevistas a las cinco personas.

		bloqueadas."		parece importante hacer escuchar nuestras observaciones. Y si existe la facilidad que mediante un hashtag o etiquetando, puedas ser escuchado, perfecto."	atrasada quizás por falta de pago de la Municipalidad y por eso no recogían el desmonte."
--	--	--------------	--	---	---

Fuente: Elaboración propia.

Se indagó también en el tipo de fuentes periodísticas que utilizaban para poder escribir sus tuits, pero se encontró que no tenían un conocimiento profundo de la caracterización que hacen los periodistas. En términos coloquiales señalaron que recogen información de la calle, la vida cotidiana, "lo que veo", fuentes provisionales o simplemente no consideran ninguna. Por lo tanto, si bien saben que para escribir se requiere datos previos sobre el hecho noticioso, no saben diferenciarlas ni valoran su importancia informativa.

Para reconstruir la segunda etapa, de selección de contenidos, se investigó sobre las herramientas tecnológicas que empleaban para postear sus noticias y por unanimidad todos respondieron que utilizan su celular (con cámara). Uno de los entrevistados mencionó que empleaba su cámara de fotos y video, y micrófono para cubrir algunas noticias.

Otro tema que salió a flote fue el temor que puede llegar a existir por parte de estos ciudadanos para comunicar sus denuncias a través de los tuits. Como mencionó Waldo Romero, en el Perú "todo es injusto e informal", pero a pesar de ello él tuitea las cosas tal y como las ve, sin intención de molestar a nadie.

Por último, se conversó sobre la intención que existe detrás de los tuits para que las denuncias sean resueltas y los cinco entrevistados dijeron que sí lo esperan. Aunque las autoridades no les importe solucionarlos, existen instituciones/empresas que sí toman en cuenta la opinión de sus ciudadanos/clientes.

Para la última etapa, de la difusión de noticias, se halló que tres entrevistados sí eran conscientes que sus tuits fueron rebotados por Canal N y América Tv; no supieron si sus noticias tuvieron un seguimiento Waldo Romero y Eduardo Elizalde.

Claudio Vargas mencionó que respecto a su denuncia de los patrulleros que se volcaron en Chancay (04 de noviembre), Canal N se logró comunicar con representantes del Ministerio del Interior, que dieron más detalles de lo ocurrido. Valentina Atoche también afirmó que los supermercados Wong lograron atender su pedido de retirar las cajas de panetón de todas las escaleras del local de Miraflores (22 de noviembre) y lo mismo sucedió con Iván Delgado quien recibió respuesta de la Municipalidad de Bellavista en el sentido de que se encargaría de limpiar el desmonte que estaba más de un mes en la vía pública (17 de noviembre).

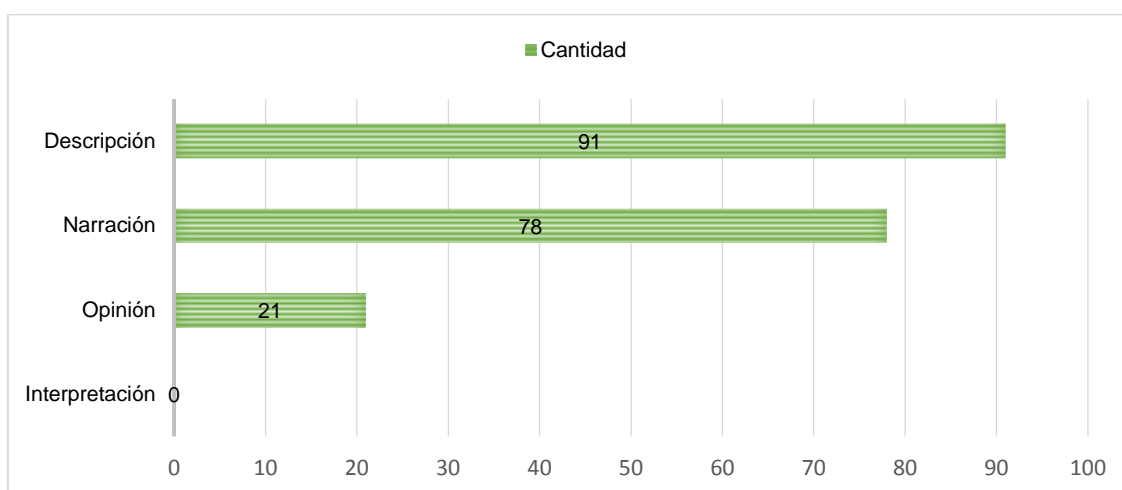
Finalmente, se indagó sobre las redes sociales que publican aparte de Twitter y respondieron que usan también Facebook y Whatsapp, pero que prefieren hacerlo en Twitter. En su opinión, en Facebook sólo se encuentran sus amistades, y con Twitter pueden llegar a más personas, instituciones, medios, etc. Declararon que no publican denuncias de manera muy continua, sólo cuando encuentran algo que capte su atención; creen que vale ser tuiteado. Claudio Vargas fue el único de los entrevistados que tuitea diariamente; su cuenta de Twitter es bastante más activa que la del resto por su pasión a periodismo, tiene más de 3600 tweets y 407 seguidores.

2.2 Herramientas

2.2.1 Herramientas periodísticas

En el análisis de contenido, se evaluaron las cuatro herramientas periodísticas empleadas en la redacción de la muestra de 94 tuits y se encontró que la mayoría de publicaciones hace descripción de la queja o denuncia (91 tuits). Un número menor presenta narración (78 tuits), luego con mucha menos participación está la opinión (21 tuits) y con nula aparición se encontró a la interpretación. Es importante mencionar que estos recursos redaccionales aparecen en algunos casos misturados o están combinados en los tuits.

FIGURA 3. Herramientas periodísticas

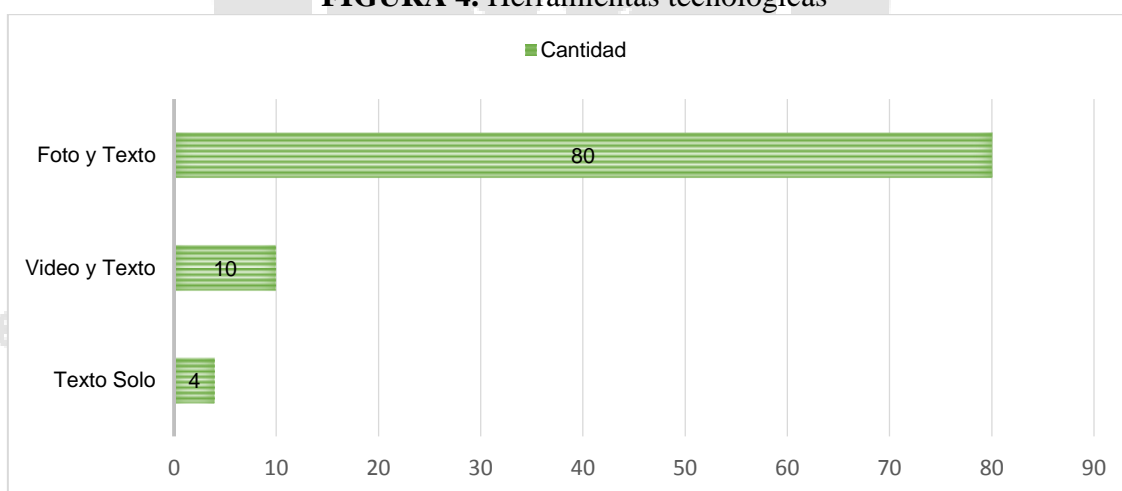


Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Herramientas tecnológicas

Las herramientas tecnológicas utilizadas en los dos meses de publicación fueron las siguientes: 80 tuits con foto y texto, 10 tuits compuestos por video y texto y 4 tuits de texto solo. Por lo que se entiende que casi todas las personas que publican un tuit lo hacen por medio de una fotografía que lleva un texto explicativo.

FIGURA 4. Herramientas tecnológicas



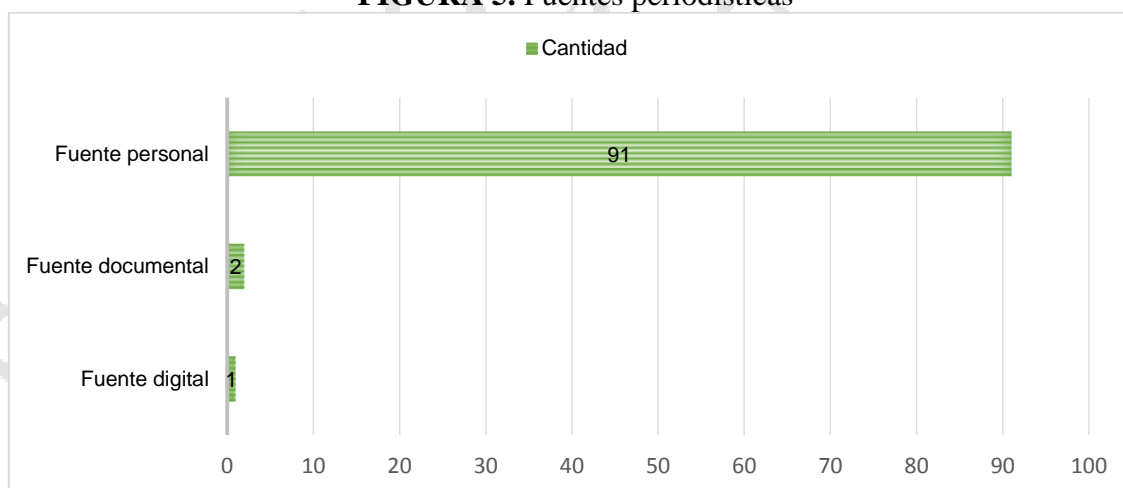
Fuente: Elaboración propia

2.2.3 Fuentes periodísticas

Se consideró utilizar la clasificación básica de fuentes periodísticas que la agrupa en personal, documental y digital. Se halló que 91 de los tuits fueron posteados con una fuente personal, sólo 2 tuits contenían una fuente documental, es decir se

apoyaron en alguna investigación, documento, libro, etc., y un tuit contenía una fuente digital: un correo electrónico del Banco de Crédito del Perú falso con el que se pretendía robar información (*phishing*).

FIGURA 5. Fuentes periodísticas



Fuente: Elaboración propia

3. Temas y actores

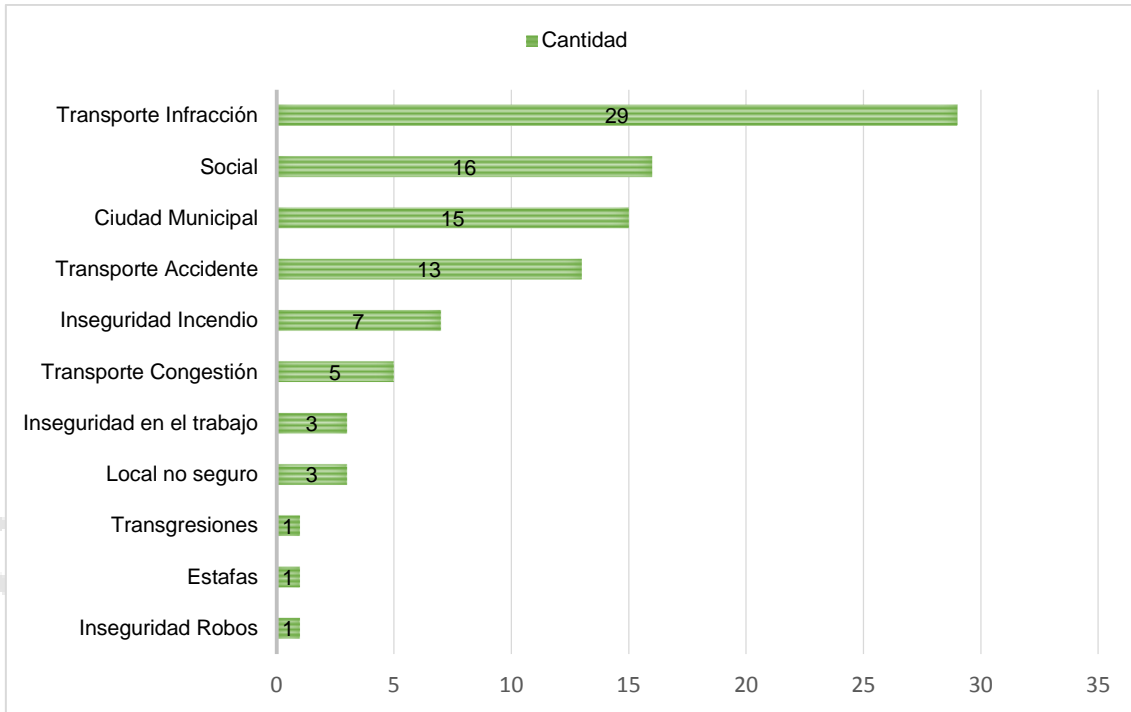
3.1 Temas

Los problemas urbanos abundan en la muestra analizada, sobre todo los vinculados al transporte y tránsito que, como se verá a continuación, aparecen en diferentes categorías temáticas.

Entre las categorías identificadas, el tema “transporte e infracción” acumuló la mayor cantidad de tuits (29) que hacían referencia a autos estacionados en lugares inconvenientes, como veredas o en salida de garajes. También fueron frecuentes los tuits sobre ‘temas sociales’ (16 tuits), como huelgas, indigentes, trabajo infantil, etc.

Los problemas de la ciudad denunciados (15 tuits) se referían a aniegos, pistas en mal estado y basura sin recoger; y le seguían los vinculados a los ‘accidentes de tránsito’ (13 tuits). Más abajo aparecen noticias sobre ‘inseguridad e incendios’ (7 tuits), ‘transporte y congestión’ (5 tuits), ‘inseguridad en el trabajo’ (3 tuits), ‘locales no seguros’ (3 tuits), ‘estafas’ (1 tuit), ‘inseguridad y robos’ (1 tuit), y ‘transgresiones’ insólitas (1 tuit), como el caso de una ambulancia usada como vehículo de mudanza de muebles y enseres. La preocupación por los temas urbanos supera a la que pueden generar problemas más graves de naturaleza estructural, como la pobreza.

FIGURA 6. Temas



Fuente: Elaboración propia

3.2 Actores

Con respecto a los actores, la mayoría de tuits hace referencia a ciudadanos de a pie. Por ejemplo, fueron frecuentes las referencias a choferes irresponsables (48), que conducen carretillas que transitan por la Vía Expresa, que estacionan mal sus vehículos o que causan accidentes de tránsito, conductores de vehículos del Estado que cometen infracciones y accidentes, entre otros.

En segundo lugar, las municipalidades distritales limeñas (23) fueron muy mencionadas por no cumplir con sus respectivas tareas y abandonar ámbitos de su responsabilidad, como el cuidado del ornato, el recojo de la basura, garantizar el alumbrado en calles, reparar las pistas en mal estado; se les acusó también de ineficientes en la administración de las grúas ediles para remolcar y trasladar al depósito a los autos infractores que invaden las pistas, veredas, cocheras de otros propietarios. Las municipalidades para los tuiteros no funcionan como los vecinos esperan.

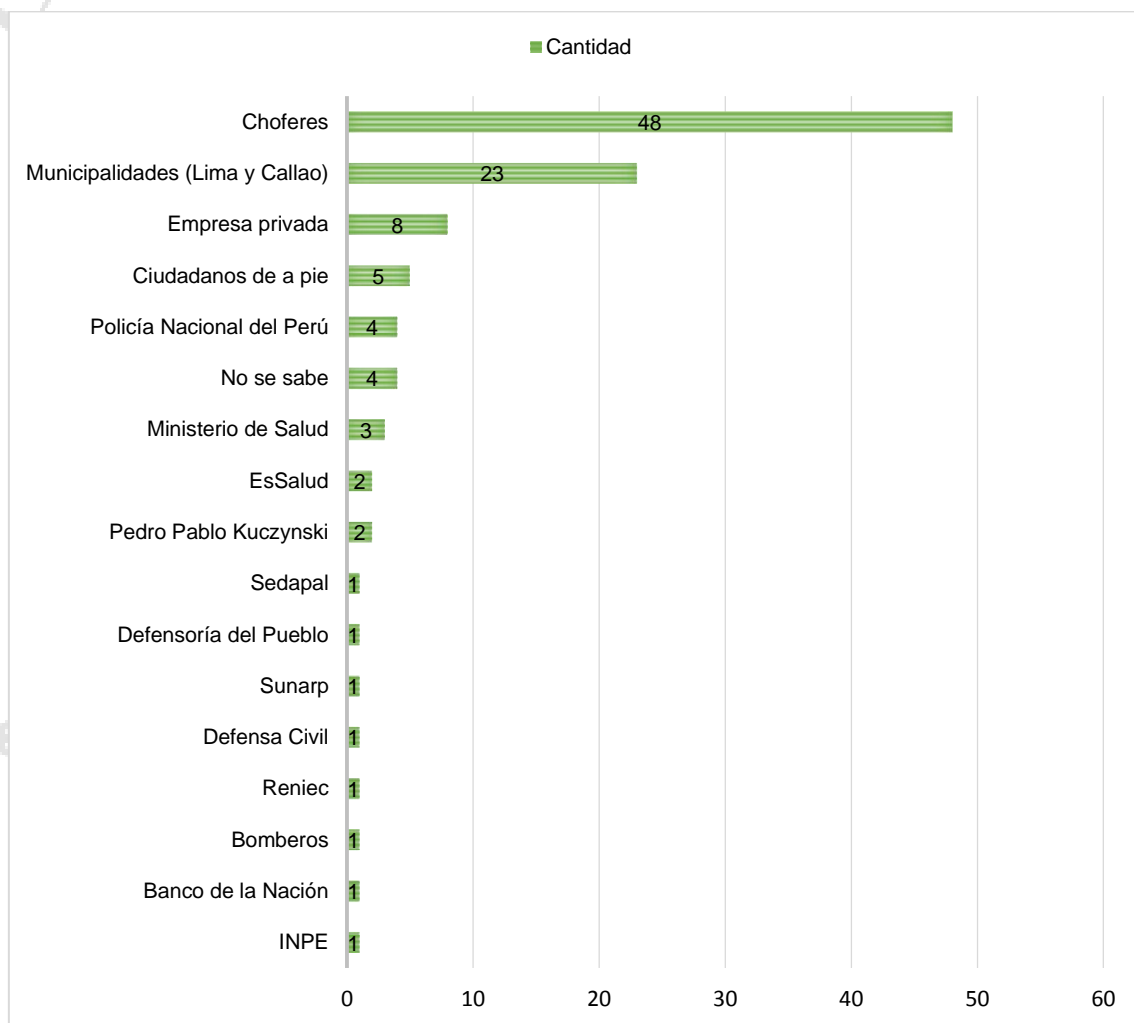
También se hallaron varias denuncias contra diversas entidades estatales (19). Los usuarios mencionaron entre otras a la Policía Nacional del Perú, el Cuerpo de Bomberos, la Reniec, el Ministerio de Salud y el Instituto Nacional Penitenciario. Dentro de las autoridades de gobierno, solo se halló dos referencias al presidente de la

República, Pedro Pablo Kuczynski, criticado por una contratación de trabajadores del sector Salud.

Fueron pocas las referencias a la empresa privada (8) y, al parecer, la respuesta oportuna de sus *community managers* calmaron las quejas de los usuarios. Los ciudadanos de a pie tuvieron aún menos menciones (5); se trató sobre todo de comerciantes, dueños de terrenos, entre otros.

Hubo cuatro casos en los que el actor no es mencionado en la exposición de un problema (4). El autor del tuit buscó sobre todo describir la situación y denunciar sin responsabilizar a nadie.

FIGURA 7. Actores



Fuente: Elaboración propia

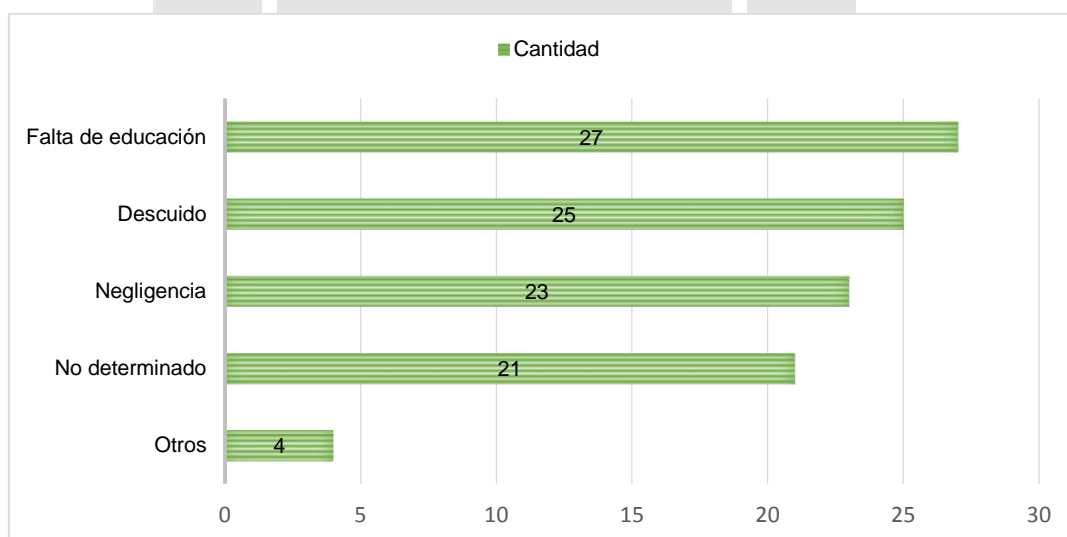
Se reconoce tres tipos de causales generadoras de las denuncias que involucran a los actores sociales. En primer lugar, se atribuye a la falta de educación (27) el origen

de muchos problemas, como por ejemplo en el campo de la educación vial causante de que ciertos choferes se estacionen en veredas, cuestión que mortifica a peatones y residentes de viviendas.

Luego, aparece el descuido como una segunda causa (25), en el cuidado de la ciudad o la informalidad enquistada en la propiedad de terrenos. Como tercer causante de las denuncias está la negligencia (23) en el cumplimiento de la ley y de normas básicas que origina que muchos vehículos transiten sin placa, que existan postes de alumbrado público a punto de caerse, choferes en estado de ebriedad o que hablan por celular mientras manejan, personas que viajan sobre la tolva de camiones de carga sin ningún implemento de seguridad, entre otros.

Un gran número de incidentes tuvieron causas no determinadas (21) o se sostuvo que eran inciertas, que deberían investigarse para hallar y sancionar al culpable. En último lugar, se hizo referencia a problemas de fondo (4) como el incremento de los accidentes vehiculares que conllevan a generar tráfico, la inseguridad en las calles y el *phishing*.

FIGURA 7. Causas



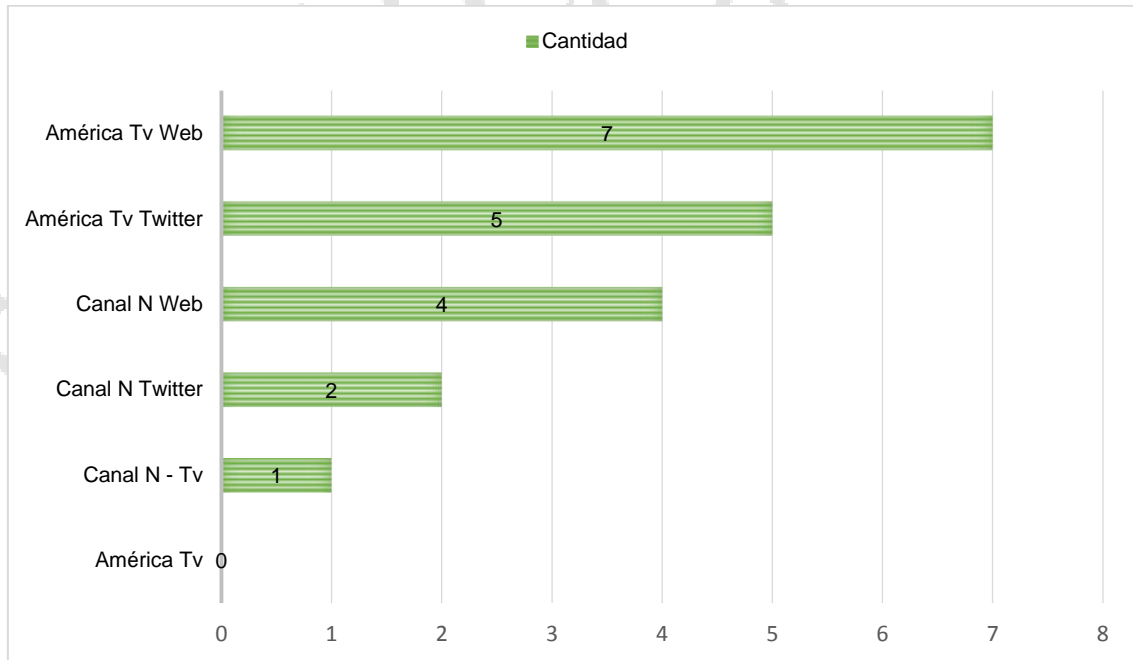
Fuente: Elaboración propia

4. Alcance o rebote

Apenas ocho de los casos analizados tuvieron un rebote. Los medios donde las noticias rebotaron más fueron la web de América Televisión (7 veces) y su cuenta de Twitter (5 veces), a pesar de que el recojo de informaciones se hizo en los medios de Canal N.

Mientras los tuiteros fueron muy directos en sus denuncias, el rebote en los medios digitales y convencionales recibió un tratamiento más periodístico en la exposición de las noticias.

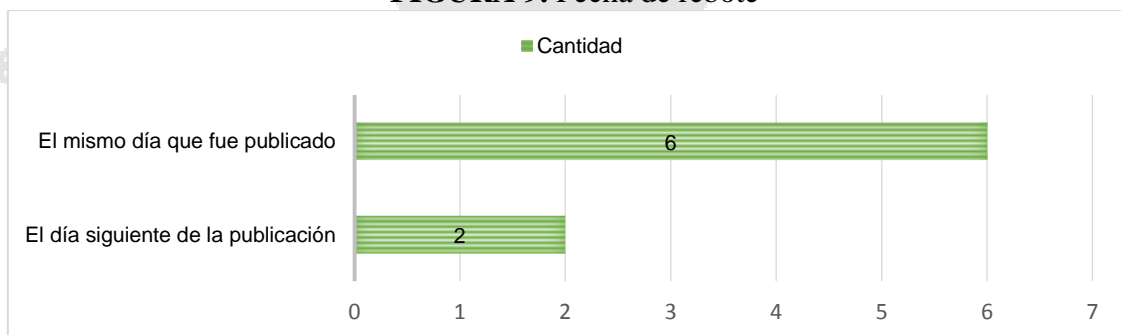
FIGURA 8. Medio de rebote



Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto que se verificó fue si el rebote ocurrió el mismo día de la denuncia o fue después. Se encontró que seis noticias fueron rebotadas el mismo día que los usuarios las reportaron y sólo dos fueron rebotadas al día siguiente de lo ocurrido.

FIGURA 9. Fecha de rebote



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Análisis del alcance o rebote

Fecha	Tuit	Autor	Medios que rebotaron	Twitter/Web/Tv	Titular del Canal	Aparece el autor del tuit	Link de rebote	Fecha de rebote	Seguimiento
04/11/2016	4 muertos deja choque de auto con tráiler en Pativilca. Todos miembros de una familia.	Claudio Vargas (@ClaudioVargasTV)	Canal N América Tv	-Web Canal N -Twitter Canal N -Web América Tv	Canal N y América Tv: Barranca: familia muere tras accidente en Panamericana Norte	Sí	https://goo.gl/xJS6nW https://goo.gl/yFNaQM https://goo.gl/qPjBCI	04/11 04/11 04/11	No
04/11/2016	Nuevo patrullero destinado para el norte chico se volcó cuando iba en caravana a la altura de Río Seco en Chancay.	Claudio Vargas (@ClaudioVargasTV)	Canal N América Tv	-Web Canal N -Web América Tv -Twitter América Tv -Twitter Canal N -Tv Canal N	Canal N: Huacho: patrullero sufrió accidente de tránsito en la Panamericana Norte América Tv: Patrulla recientemente puesta en funcionamiento sufrió accidente de tránsito	Sí	https://goo.gl/XTby3e https://goo.gl/Bc1TUQ https://goo.gl/YgImC7 https://goo.gl/x2yJk6 https://goo.gl/mr61BT	04/11 04/11 04/11 04/11	Sí. Claudio Vargas confirmó en la entrevista que llegaron a comunicarse con representantes del Ministerio del Interior.
14/11/2016	Ascensores malogrados	Victor Mongrut	América Tv	-Web América Tv	Hospital Almenara:	Sí	https://goo.gl/uJUKB9	14/11 14/11	No

	varias semanas y no hacen nada. Almenara torre nueva.	(@monfrut)		-Twitter América Tv	pacientes son perjudicados por ascensor malogrado		https://goo.gl/TsIRx2		
15/11/2016	#soloenelPerú por la seguridad de carga, las personas arriesgan su "seguridad"	Eduardo Elizalde (@teddy030382)	América Tv	-Twitter América Tv -Web América Tv	Trabajador arriesga su vida al viajar sobre un tráiler	Sí	https://goo.gl/VUIGFU https://goo.gl/oxI89g	15/11 15/11	No
17/11/2016	@MuniBellavista cuando van a recoger desmonte/mal eza que está botada mas de 1 mes en la vía pública	Ivan Delgado (@_ivandelgado)	América Tv	-Web América Tv -Twitter América Tv	Bellavista: vecino denuncia que municipio no recoge basura hace más de un mes	Sí	https://goo.gl/G2j9wq https://goo.gl/2Ll7yu	18/11 18/11	Sí. La Municipalidad de Bellavista limpió la zona y envió una foto del mismo lugar ya limpio. Todo el descargo fue hecho por Twitter.

22/11/2016	Aunque sea son más decentes que Metro! En plena escalera! #AlertaNoticias #RPPNoticias #DondeMetoElPaneton	Valentina Atoche (@v_atoche)	América Tv	-Twitter América Tv -Web América Tv	Miraflores: supermercado obstruye salidas de emergencia con panetones	Sí	https://goo.gl/7M368f https://goo.gl/O n9r6q	22/11 22/11	Sí. La Municipalidad de Miraflores respondió por Twitter a la denunciante diciendo que los panetones fueron retirados del lugar. Metro también se comunicó con la denunciante para preguntar en qué local fue que eso sucedió.
14/12/2016	Apagón se registra en la Estación México del Metropolitano. Puertas dejaron de funcionar #AlertaNoticias	Lynn Felipe (@LynnPhilip)	Canal N	-Web Canal N	Metropolitano: apagón afectó a usuarios en la Estación México	Sí	https://goo.gl/VgDvEE	14/12	No

28/12/ 2016	Kio placa AND-051 parqueado sobre ciclovía en barranco. Fotopapeleta.	Waldo Romero (@waldito_romo)	AméricaT v Canal N	-Web América Tv -Web Canal N	América Tv: Barranco: auto invade ciclovía para parquearse Canal N: Barranco: auto invadió ciclovía para parquearse	Sí	https://goo.gl/4YXCHT https://goo.gl/Zw0ZMP	29/12 29/12	No
----------------	--	------------------------------------	--------------------------	------------------------------------	--	----	--	----------------	----

Fuente: Elaboración propia.

Solo tres de las denuncias fueron atendidas: el caso del 11 de noviembre en el que Claudio Vargas reportó que un patrullero se volcó cuando iba al norte y Canal N se logró comunicar con un representante del Ministerio del Interior para que pueda dar más detalles y confirmar lo sucedido. Otro caso fue el del 17 de noviembre en el que Iván Delgado denunció a la Municipalidad de Bellavista porque no recogía la basura/desmote desde hacía un mes, a lo que la misma municipalidad, por medio de su cuenta de Twitter respondió enviando una foto del lugar ya limpio. El tercer caso fue el día 22 de noviembre en el que Valentina Atoche denunció a la tienda Wong de Miraflores por obstruir las escaleras con panetones. La respuesta vino por parte de la cuenta de la Municipalidad de Miraflores que anunció el retiro de la mercadería, también Metro se comunicó a través de su cuenta con la denunciante para que pueda brindarle más información al respecto.

En todos los casos, los medios que rebotaron la información de los tuiteros reconocieron la autoría de sus noticias.

DISCUSIÓN

El aporte que los ciudadanos realizan hacia sus pares al momento de hacer denuncias públicas a través de los nuevos medios y soportes de comunicación no los hace periodistas. Su labor se acerca más a la de un colaborador que “rescata” información a la que los hombres y mujeres de prensa muchas veces no pueden acceder por distintos motivos, y a la de un ciudadano responsable, que reconoce sus derechos y sus deberes, pero sobre todo que participa activamente mediante la difusión de sus ‘noticias’, como vocero de una *vox populi* que alberga la esperanza de cambios que beneficien a la sociedad.

En esta investigación se afirma que este emisor (que también puede hacer las veces del receptor) difunde acontecimientos para satisfacer su “auto-afirmación”, porque de esta forma puede reafirmar que lo que ha publicado es importante y que está contribuyendo a una mejora a la sociedad. Tiene a su favor un factor indiscutible: conoce muy bien las nuevas tecnologías, sabe cómo dar uso a las redes sociales en beneficio de sus intereses (West y Turner, 2005) y para que la información que propala se amplifique en otros medios y escenarios.

Todo este alcance es posible gracias al poder que Twitter y otras redes sociales han alcanzado en los últimos veinte años y gracias también a que, como afirma McCombs, los usuarios han adquirido un nuevo rol de manera que “el poder que tenían sólo los medios está empezando a ser distribuido”. (Tous, Rivero, Ayerdi y Ureta, 2015, p. 40).

Todos somos iguales en la red y, parafraseando a lo postulado por Jurgen Habermas (1998), todos parecemos ser también sujetos habilitados con los mismos derechos para hacer escuchar nuestra voz en la opinión pública.

En Twitter, por ejemplo, los ciudadanos y usuarios prosumidores de noticias son tratados por igual por los medios de comunicación tradicionales y digitales al momento de rebotar sus tuits. No se hace ningún tipo de distinción y salvo excepciones, todo aquel que cuente con una herramienta digital tiene las puertas abiertas para hacer sentir su voz.

Ahora bien, el llamado reportero ciudadano, aquí denominado colaborador en la difusión de noticias, no cuenta necesariamente con las capacidades y oportunidades del periodista. No está obligado a producir información ‘confiable’ ni ‘contrastada’, como

la que genera la prensa; y todo lo que difunda tendrá que ser sometido a los filtros periodísticos antes de ser rebotado en los medios de comunicación. ¿Es veraz lo que dice el tuitero, cuáles son sus fuentes, quién respalda la información que ha compartido? Son algunas preguntas que se hará el *gatekeeper*.

Como demostró esta investigación, la labor del tuitero puede ser poco transparente cuando los reporteros ciudadanos no son tales, sino por ejemplo periodistas encubiertos². que se esconden en el anonimato para aparentar que a su medio de prensa concurre mucha gente interesada en dar a conocer noticias de interés público. O tal vez *trolls* o sujetos con intereses subalternos interesados en el escándalo o en favorecer a alguien ‘vendiendo’ información o comentarios falsos.

El grueso de colaboradores ciudadanos, sin embargo, está compuesto por usuarios de las redes sociales con suficiente capacidad para indignarse respecto a lo que ocurre en su ciudad. Son conscientes de que pueden ser ignorados por el Estado, instituciones públicas y privadas y de más autoridades, pero guardan la esperanza de que alguien tomará en cuenta sus opiniones con la finalidad de que sus denuncias sean resueltas.

Ellos buscan el impacto social y, de alguna manera, una respuesta del poder a su reclamo. No obstante, este trabajo ha encontrado que no todas las denuncias a través del Twitter llegaron a buen puerto. En algunos casos, la celeridad con que las partes involucradas respondieron a las quejas fueron un factor decisivo, porque hizo que los problemas se solucionasen sin mayor debate público, principalmente gracias a la gestión de los *community managers* y representantes de las propias instituciones, organizaciones y empresas denunciadas. En otros casos, al parecer, campeó la desidia de las plataformas convencionales para contactarse con las principales fuentes, hacerles un seguimiento y, en el tiempo, generar discusión, debate y solución de los problemas.*

No todos los casos analizados gozaron de un seguimiento periodístico adecuado en la prensa tradicional y digital. De un total, de ocho noticias rebotadas en los medios tradicionales, sólo se hizo seguimiento a tres de ellas hasta que fueron solucionadas las denuncias que dieron a conocer por las instancias pertinentes. Quiere decir que un tuit noticioso publicado, retuiteado, compartido y rebotado en otra plataforma no es necesariamente una denuncia resuelta por la autoridad responsable.

² En entrevista para esta investigación, realizada el 13 de setiembre, el periodista Lauro Minaya, ex redactor de la página web de América Noticias y Canal N, explicó que los periodistas suelen participar el debate de manera propia o alentados por sus redacciones para ganar retuits.

La labor de los colaboradores ciudadanos ha venido siendo un apoyo para las redacciones de los medios, sobre todo para cubrir acontecimientos a los cuales no pueden llegar por problemas de logística y tiempo. Sin embargo, en algunas ocasiones, denuncias importantes no gozan de un espacio en las plataformas y señales televisivas periodísticas.

El aporte noticioso del ciudadano permite organizar y completar agendas informativas. En esta investigación se observó que el primer medio en rebotar estas noticias no fue Canal N, sino su aliada América Tv tanto en su plataforma web como en el Twitter. Según fuentes periodísticas, recabadas para este trabajo, estos medios valoran el dato recibido y lo distribuyen en sus plataformas según su importancia, peso informativo, entre otras consideraciones editoriales, como por ejemplo, cuál de ellos tiene la mayor audiencia³.

Las razones para que se haya dado esos comportamientos no son materia de esta investigación, pero no está de más dejar algunas suposiciones: muchas más personas son seguidoras de las redes de América Tv que de Canal N, entonces pueden llegar a más usuarios y en su defecto, más televidentes. A pesar de ello, no utilizaron esa última opción como alternativa y dejaron que todo permanezca en lo “online”.

Las redes son espacios públicos, de libre expresión, donde a partir de los contenidos gestados por los tuiteros se generan creencias y opiniones colectivas lo que conlleva a un nuevo protagonismo de los ciudadanos ante la opinión pública. No es un espacio totalmente inclusivo porque requiere que los usuarios tengan un celular o una computadora y acceso a internet. Para los que sí cuentan con estas herramientas, las redes representan una nueva oportunidad para ser actores primordiales en el debate público y, por tanto, para reafirmar ciudadanía al desafiar a las instituciones en defensa de sus derechos e intereses (Castells, 2015).

El colaborador ciudadano habla de su realidad circundante, ello se ve reflejado en los temas que trata y que son aquellos que están en boca de todos. El tráfico vehicular, la inseguridad ciudadana, los accidentes de tránsito, incendios, estafas, entre otros, son los más frecuentes porque involucra el día a día de los peruanos de a pie. El carácter social de estos comentarios habla de una realidad cotidiana con muchas

³ En Canal N y América TV existe por regla publicar los tuits ampliados en sus webs, previa revisión, confirmación y redacción periodística. Según el periodista Lauro Minaya, cuando no llegaban muchas denuncias por parte de los usuarios, las ampliaciones se colocaban solo en América TV.

deficiencias, que afectan a gran parte de la comunidad, pero que desde la perspectiva del ciudadano no interesa a las autoridades. La ley de la selva hace que las personas consideren que las transgresiones tampoco serán resueltas porque el Estado no sanciona la ilegalidad ni la informalidad o su acción será siempre tardía. Es más, resulta dramático que el Perú sea el segundo país en América Latina donde las personas aceptan la justicia por cuenta propia (IEP, 2014).

Las redes sociales aparecen entonces como medios alternativos para accionar demandas y animar al resto de los usuarios a que se unan a las quejas, a levantar una voz -aunque sea virtual- de protesta, a la que deben adherir para que tenga llegada.

Incluso la demanda denunciada en las redes que no es atendida cumple un objetivo: sirve de ‘ruido’ casi siempre en un entorno social indiferente. La presencia del colaborador ciudadano cobra particular relevancia para la comunidad y para el propio denunciante que se satisface de haber estado en “el lugar indicado a la hora indicada” y de ser testigo de la irresponsabilidad de alguien.

De aplicar el diagrama de Monzón sobre el sistema de la opinión pública, resultan claros los beneficios que genera la inclusión del Twitter en la generación y ampliación del debate público. Los tuits que rebotaron en los medios convencionales no solo alcanzaron notoriedad, sino visibilizaron una agenda hasta ese momento desconocida.

Un hallazgo de este trabajo es que el colaborador ciudadano no solo responsabilice a las autoridades, sino a otros ciudadanos generadores de problemas que afectan a sus pares por diversas razones en las que destacan la falta de educación, de respeto a las normas establecidas y hasta de solidaridad hacia el otro.

Los ciudadanos no tienen como objetivo hacer las veces de periodista. Son audiencias activas que están dispuestas a contribuir con sus experiencias, conocimientos y puntos de vista a la tarea de los reporteros, mas no reemplazarlos. (Masip, 2016). Ellos reportan a las redes sociales porque encuentran en ellas un aliado importante para llegar a otras personas sin importar dónde se encuentren. Ese es el enfoque o *frame* de sus comentarios.

REFERENCIAS

- Álvarez, M. (1996). *Tipos de escrito I: Narración y descripción*. Madrid: Arco Libros S.L.
- Álvarez, M. (1995). *Tipos de escrito II: Exposición y argumentación*. Madrid: Arco Libros S.L.
- Bastos, M., Rafael, M., Travitzki, R. (2013). *Gatekeeping Twitter: message diffusion in political hashtags*. *Media, Culture & Society*, N° 35.
- Brown-Smith, C. (2012). *#Memstorm: Twitter as a Community-driven breaking news reporting tool*. *The Official Journal of the International Symposium on Online Journalism*. Vol 2. N° 2.
- Bowman S.,Chris, W. (2003). *Nosotros, el medio*. Colombia: Casa Editorial El Tiempo.
- Boyd, D., Scott, G., Lotan, G. (2010). *Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter*. Consulta: 9 de setiembre de 2017.
<http://www.danah.org/papers/TweetTweetRetweet.pdf>
- Bruns, A., Jean, B. (2012). *Researching news discussion on Twitter: New Methodologies*. Consulta: 19 de agosto de 2017.
<http://cs.wellesley.edu/~trails/retweetpapers/papers/NewsDiscussion.pdf>
- Campalans, C. (2014). *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*. Madrid: UOC.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Dzodan, D. (2016). *Las cifras de Facebook en Perú: ¿cómo y cuántos somos en la famosa red social?*. Consulta: 1 de setiembre de 2017.
<http://gestion.pe/tecnologia/cifras-facebook-peru- como-y-cuantos-somos-famosa-red-social-2175035>
- Espiritusanto, O. (2008). *Ayúdame a construir una definición de “Periodismo Ciudadano”*. Consulta: 24 de julio de 2017.
<http://www.periodismociudadano.com/2008/07/23/ayudame-a-construir-una-definicion-de-%E2%80%9Cperiodismo-ciudadano%E2%80%9D/>
- Espiritusanto, O. (2011). *Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación*. Barcelona: Ariel.

- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. En *Journal of Communication*, Vol 43, N° 4. Consulta: 4 de junio de 2017.
https://www.attorneygeneral.jus.gov.on.ca/inquiries/cornwall/en/hearings/exhibits/Mary_Lynn_Young/pdf/05_Entman.pdf
- Gillmor, D. (2006). *We the media: Grassroots Journalism By the people, For the people*. O'Reilly Media.
- Groot, T., Irene, C. (2014). *Checking, sharing and linking. Changing the patterns of news use*. Digital Journalism, Vol 5.
- Grupo de Opinión Pública de la Universidad de Lima (2008). *Estudio 408. Barómetro social. La televisión en el Perú I. Provincia de Lima y Región Callao*. Consulta: 3 de mayo de 2017.
[http://www3.ulima.edu.pe/webulima.nsf/default/F598031D89943F2F05256E630017BD4C/\\$file/barometro_social_jul_2008.pdf](http://www3.ulima.edu.pe/webulima.nsf/default/F598031D89943F2F05256E630017BD4C/$file/barometro_social_jul_2008.pdf)
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez*. Valladolid: Editorial Trotta.
- Hernández, R., Carlos, F., Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013). *Las tecnologías de la información y Comunicación en los Hogares*. Tomado el 19 de agosto de 2017 en INEI. Consulta: 25 de agosto de 2017.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-n02_tecnologias-de-informacion-ene-feb-mar2017.pdf
- Instituto de Estudios Peruanos (2014). *Baja confianza en las instituciones peruanas afecta el ejercicio de su autoridad*. Tomado el 15 de setiembre del 2017 en IEP. Consulta: 15 de setiembre de 2017.
http://iep.org.pe/wp-content/uploads/2016/03/infografia_instituciones_2016-1.pdf
- IPSOS Perú (2016). *Perfil del usuario de las redes sociales*.
- Jo Kim, A. (2000). *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities*. Peachpit Press.
- Jhonson, T., & Bárbara, K. (2004). *Wag the blog: How reliance on traditional media and the internet influence credibility perceptions of weblogs among blog users*. Journalism and Mass Communication Quarterly. Vol 81, N° 3.

- Kovach, B., & Tom, R. (2012). *Los elementos del periodismo: todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar*. Madrid: Aguilar.
- La Rosa, A. (2014). *Los medios sociales en el ejercicio del periodismo. Correspondencias & Análisis*. Vol 4. Universidad Femenina del Sagrado Corazón (Perú).
- López, S. (1997). *Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú*. Lima: Instituto de diálogo y propuestas.
- López-Meri, A. (2016). *Periodismo en Twitter: La contribución de los usuarios al flujo informativo*. Cuadernos Info, Vol 39.
- Masip, P. (2016). *Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. El profesional de la información*. Vol 25. N° 3. Consulta: 3 de agosto de 2017. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2016/may/01.pdf>
- Mena, C. (2013). *Mi voz. La voz de los ciudadanos, la voz de las regiones. Chile-2012*. Rosario: Laborde libros editor.
- Monzón Arribas, C. (1987). *La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*. Madrid: Editorial Tecnos S.A.
- Morris, M., Scott, C., Roseway, A. (2012). *Tweeting is Believing? Understanding Microblog Credibility Perceptions*. Consulta: 6 de mayo de 2017 https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2016/02/tweet_credibility_cscw2012.pdf
- Murthy, D. (2011). *Twitter: Microphone for the masses?*. Media, Culture & Society, Vol 33, N° 5.
- Naciones Unidas (2010). *Promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión*. Consulta: 9 de julio de 2017. <http://www.acnur.org/t3/fileadmin/Documentos/BDL/2011/7497.pdf?view=1>
- O'Donnell, G. (2004a). *Notas sobre la democracia en América Latina*, La democracia en América Latina: Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos. El debate conceptual sobre la democracia. Lima: PNUD.
- O'Donnell, G., Vargas, J., & Munck, G (Edits). (2004b). *La democracia en ciudadanía y ciudadanos*. Buenos Aires: PNUD.
- Ortiz, P. (2017). *“Gran oportunidad para el periodismo”*. Consulta: 16 de agosto de 2017. <http://elcomercio.pe/lima/gran-oportunidad-periodismo-pedro-ortiz-bisso-405769>

Planas, P. (mayo de 1997). *Qué es la opinión pública*. Exposición La opinión pública en el Perú. Escuela Académico Profesional de Comunicación Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

Pichihua, S. (2016). *Twitter en el Perú*. Consulta: 3 de setiembre de 2017.

<http://www.elperuano.com.pe/noticia-twitter-el-peru-42057.aspx>

Pichihua, S. (2017). *Cómo los periodistas de las secciones Deportes y Política de la Agencia Andina utilizan Twitter como fuente de información para noticias de último minuto* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

Rodrigo, M. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Rodríguez, A., Javier, G. (2013). *Uso y funciones de Twitter en periodistas españoles*.

Estudios sobre el mensaje periodístico. Vol 19. Madrid: Servicio de publicaciones de la Universidad Complutense.

Rost, A. (2011). *Periodismo y Twitter: a 140 y capota baja*. Rosario: Laborde Libros Editor.

Rost, A., María, B., Bergero, F. (2016). *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. Neuquén: Publifadecs.

Sádaba, T. (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.

Sorrentino, C. (2008). *Attraverso la rete. Dal giornalismo mono-mediale alla convergenza crossmediale*. Roma: Rai-Eri.

Sorrentino, C. (2013). *El equívoco del periodismo ciudadano. Cómo las nuevas formas de consumo de la información están redefiniendo el periodismo*. adComunica. Revista de estrategias, tendencias e innovación en Comunicación. N° 6.

Tous, A., Diana, R., Ayerdi, K., Ureta, A. (2015). *Ambient journalism in Spain. How Twitter and NREs are redefining agenda setting in El País, El Mundo, La Razón, ABC, and La Vanguardia*. Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna, Vol 36. Consulta: 5 de setiembre de 2017.: http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/241

Urteaga, E. (2009). *La teoría de sistemas de Niklas Luhmann*. Consulta: 16 de agosto de 2017.

<http://www.uma.es/contrastes/pdfs/015/ContrastesXV-16.pdf>

- Villar Oiarzabal, J. (2009). *Estados de la comunicación, una aproximación a la posible comunicología*. España: Cultiva Comunicación SL.
- Vis, F. (2013). *Twitter as a reporting tool for breaking news*. Digital Journalism. Consulta: 11 de abril de 2017.
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2012.741316>
- West, R., & Lynn, T. (2005). *Teoría de la comunicación: análisis y aplicación*. España: McGraw Hill.
- Wimmer, R., & Joseph, D. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- Yezers'ka, L., & Rosa, Z. (2016). *Perú*. En SALAVERRÍA, Ramón (Coordinador). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Editorial Ariel S.A., pp. 307-327, Consulta: 11 de abril de 2017.
http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/479/

BIBLIOGRAFÍA

- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Dader, J. (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.
- Ferry, J., & Dominique, W. (1998). *El nuevo espacio público*. España: Editorial Gedisa
- Fundación Telefónica. (2014). *Democracia y nuevos medios digitales*. Telos 98.
- Fundación Telefónica. (2013). *Identidad digital: El nuevo usuario en el mundo digital*.
Barcelona: Editorial Ariel
- Guzmán, I. (2015). *Framing aplicado: los encuadres mediáticos durante la campaña electoral presidencial de Colombia 2014*. Tesis de Doctorado. Universidad Complutense de Madrid.
- Lippman, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de sangre.
- McLuhan, M. (1995). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Noguera, J. (2008). *Blogs y medios. Las claves de una relación de interés mutuo*.
LibrosEnRed.
- Schramm, W. (1982). *La ciencia de la comunicación humana*. México: Editorial Grijalba
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando los medios cuentan*. Barcelona: Centro libros PAPF.



ANEXOS

Anexo 1: Modelo de la Metodología del *framing* de Entman

Fecha	Tuit	Denuncia	Diagnóstico	Responsable	Solución	Causas
Fecha del día de la publicación.	Imagen del tuit.	Breve explicación de la denuncia que se muestra en el tuit ya sea también en las imágenes/videos que se comparten.	Se describe un poco más el problema y si hay información previa al asunto se la incluye aquí.	El encargado de que el evento se haya suscitado.	Propuesta para resolver la denuncia. Si ya se ha resuelto incluirlo aquí.	Razón por la que se llevó a cabo el problema.

Anexo 2: Modelo de análisis de herramientas periodísticas

Fecha	Tuit	Recurso de redacción	Observación
Fecha de publicación	Imagen del tuit	Narración, descripción, interpretación y opinión	Alguna anotación que el investigador quiera agregar a la forma en la que están redactados los tuits.

Anexo 3: Entrevista a Waldo Romero

Fecha: 02/06/2017

¿Cuál es su edad?

53 años

¿En qué distrito vive?

Surquillo

¿Cuál es su grado de instrucción?

Universitaria completa

¿Cuál es su profesión?

Administrador de empresas

Vi que algunas veces usted postea al Twitter de Canal N algunos reportes de autos mal estacionados o de cosas que ocurren en su distrito, ¿cómo elige el tema del cual desea escribir un tuit?

Partiendo que soy una persona que observa mucho lo cotidiano del día a día. Sólo veo la situación, la analizo y la comparto. Y elijo los entes afines para mi fin. Canal N o RPP.

Con analizarla ¿a qué se refiere? ¿a ver si vale la pena compartirla?

Ver si vale la pena o no. Analizar pro y contra

¿A veces tiene miedo de publicar algún tipo de denuncia o noticia por verse expuesto? o ¿por alguna represalia?

Así es. Al menos en nuestro país donde todo es tan informal e injusto.

Okey, le entiendo. Entonces, ¿le ha pasado alguna vez algo negativo por publicar en Twitter?

No.

Entonces, ¿es por prevención?

Sí, prevención. Por eso posteo y comento y comento cosas y situaciones reales amparadas con la ley y no sólo por molestar a alguien.

¿Usted postea esperando que se tome alguna acción para resolver el problema?

Por ejemplo, las veces que subió fotos de autos mal estacionados

Así es. De algo servirá. Aunque la mayoría de las veces las mismas autoridades les resbala.

¿Es consciente que algunas de sus noticias fueron rebotadas en la web de América Tv y de Canal N?

¿A qué se refiere con que rebotaron? O sea, ¿las publicaron?

Sí, las publicaron en sus respectivas páginas web, pero le dieron el crédito a usted por subir las fotos y el tuit.

Sí, soy consciente de ello. He parado de hacer esas publicaciones porque veo que es por demás. En nuestro medio muchos que hacemos las cosas bien sentimos que vamos en contra de la corriente.

¿Por qué ha dejado de hacer las publicaciones? ¿siente que son por gusto?

Así es. Lo que ha sucedido con el Ejército hoy por ejemplo. Esas 4 muertes quedarán impunes.

Se refiere a los que se han ahogado hoy...

Las fuerzas armadas siempre se encubrirán así como el gremio médico también, como negligencias. Todos se encubren. Como sucedió con el avión de Alianza [Lima] en los '80. Llevaba droga ese avión que era de la FAP. La muerte y desaparición de mi amigo Alfredo Tomassini quedó impune.

Entonces, usted ¿desde hace cuánto tiempo posteaba tuits hasta que decidió no hacerlo mas? ¿Fue un largo periodo de tiempo?

Hace más o menos dos meses que no posteo. Lo hice aprox por 18 meses, tiempo que tengo activa mi cuenta.

¿Cuál era la periodicidad? ¿Diario, semanal, mensual?

No recuerdo exactamente, pero podía ser varios días a la semana o dejando varias semanas. Dependía de lo que veía.

¿También posteaba en alguna otra red social? aparte de Twitter...

Facebook, en la cuenta de Bestias al volante

Ya que usted ha postado muchas veces denuncias, en distintas plataformas ¿alguna vez esperó que se haga algo al respecto?

Si. Pero erróneo fue. No se si alguna institución hizo algo al respecto.

¿No llegó a enterarse por ningún lado/medio si gracias a sus publicaciones se hizo un seguimiento?

No, nunca me enteré

¿Usted sabe qué es una fuente periodística?

Alguien o algo que da una “info” a la prensa para que luego esas herramientas les sirvan a un periodista para su redacción o informe, ¿algo así?

Algo así. Al momento de redactar el tuit ¿sabe qué fuente utiliza? Si no sabe o no esta seguro puede mencionarme eso.

¿Mi fuente? La.calle, la vida cotidiana.

¿Qué herramienta utiliza para poder redactar el tuit?

¿Herramienta? mi celular, la cámara de mi celular

Mi última pregunta sería: Al momento de redactar el tuit ¿cuida el lenguaje con el que escribe?

Lo cuido. Aunque por mi temperamento e indignación a veces he hablado fuerte.

O sea, puede ser espontáneo.

Lo soy. Un ciudadano más pero que se indigna como la minoría de la población, ya que en la actualidad a muchos no les indigna lo indignante.

¿Cree que a la mayoría de las personas no les indigna lo que sucede en el día a día?
Creo que no. Todos los días se ven cosas peores. Día a día que pasa es algo más horrendo.

Anexo 4: Entrevista a Eduardo Elizalde

Fecha: 06/06/2017

¿Cuál es su edad?

35 años

¿En qué distrito vive?

Vivo entre Lima y Pisco

¿Cuál es su grado de instrucción?

Universitaria completa

¿Cuál es su profesión?

Ingeniero mecánico

¿Cómo elige el tema del cual desea escribir un tuit?

En realidad yo viajo constantemente de Lima a Pisco porque trabajo en una mina, entonces en la carretera uno ve bastantes cosas que son reportables. Tráfico, carreteras bloqueadas.

Por ejemplo, en uno de los tuits que Ud. posteo muestra a dos personas que van en la parte de atrás de un camión sin ningún tipo de arnés de seguridad

Ah, sí me acuerdo, creo que eso lo vi en el Callao, lo veo bastante. Creo que es culpa de los trabajadores y también de los empleadores.

¿Cuál es su intención, entonces, al denunciar ese tipo de noticia?

Que se haga algún tipo de sanción. Ponen el peligro la vida de las personas y eso también quiere decir que la carga que va no está bien sujeta entonces si alguien pasa con su carro y pasa un accidente, después ¿la culpa de quién es?

¿Alguna vez le ha pasado algo negativo por postear en Twitter?

No, nunca. No posteo tanto tampoco por el tema del tiempo.

Entonces, ¿No tiene temor de escribir ese tipo de tuits?

No, para nada. No me estoy metiendo con nadie. Estoy escribiendo las cosas como son.

¿Usted postea esperando que se tome alguna acción para resolver el problema?

A veces sí, como el caso que me dijo de los obreros y el camión. Otras veces es para reportar el tráfico también.

¿Es consciente que algunas de sus noticias fueron rebotadas en la web de América Tv y de Canal N?

Sí, soy consciente. Es más ellos muchas veces me han respondido mis publicaciones pidiéndome más información.

¿Sabe si hubo algún seguimiento a sus publicaciones?

No, no lo sé, la verdad. Nadie más me contactó y no sé si se contactaron con la empresa que transportaba a los obreros.

¿Ha dejado de postear denuncias a causa de que no se ha hecho nada?

No exactamente. La razón por la que he dejado de postear un poco en Twitter es por mi trabajo, estoy en una mina así que no tengo mucho tiempo para escribir, pero sí lo uso para leer noticias.

¿Desde hace cuánto es activo en Twitter?

Desde el 2014.

¿Cuál era la periodicidad? ¿Diario, semanal, mensual?

Yo posteo bastante en Twitter, pero si se refiere a ese tipo de denuncias disminuye un poco. Yo creo que puede ser intersemanal, no siempre encuentro cosas que postear, tampoco se hace mucho por resolverlas.

¿También posteaba en alguna otra red social? aparte de Twitter

No, sólo posteo ese tipo de cosas en Twitter.

¿Usted sabe qué es una fuente periodística?

Alguna persona que da información al periodista para que pueda escribir su nota.

Al momento de redactar el tuit ¿sabe qué fuente utiliza?

Mi fuente... lo que veo, en el caso que me dijo del camión que transportaba a los obreros creo que serían todos ellos mi fuente.

¿Qué herramienta utiliza para poder redactar el tuit?

Mi Smartphone, tengo el aplicativo aquí.

Al momento de redactar el tuit ¿cuida el lenguaje con el que escribe?

Sí, escribo sin faltas de ortografía y explico lo que sucede en la foto o el video que comparto.

Anexo 5: Entrevista a Claudio Vargas

Fecha: 06/06/2017

¿Cuál es tu edad?

18 años

¿En qué distrito vives?

Magdalena

¿Cuál es tu grado de instrucción?

Estudiante universitario

¿De qué profesión?

Periodismo

¿Cómo eliges el tema del cual desea escribir un 'tuit'?

Siempre elijo temas de actualidad y de interés social al momento. Por ejemplo, al suceder un sismo entro inmediatamente en comunicación con las redes (Facebook, Twitter) para conocer la situación de las personas dentro del área afectada. La interacción con ellos es fundamental para poder obtener una mejor sintonía en los próximos post o tuits y saber su opinión acerca del acontecimiento suscitado. De igual forma con la sección de tendencias, el tema que más se está comentando utilizando un hashtag para obtener mayor alcance de público.

¿Qué herramientas utilizas?

Cuando ocurre un suceso, sea accidente, sismo, asesinato o incendios recorro a diversos formatos de búsqueda online. En el caso de incendios o accidentes de tránsito, la página del cuerpo general de bomberos voluntarios del Perú brinda una relación de todas las emergencias en tiempo real, con lo cual yo puedo averiguar sobre los incidentes de mayor gravedad dependiendo la cantidad de unidades que se encuentran en el siniestro. Igual con los sismos, el Instituto Geofísico del Perú brinda la información detallada del movimiento telúrico (epicentro, magnitud, profundidad, etc) pero es aquí donde se interactúa con el receptor para obtener más detalles, de como percibieron el sismo o en qué zonas se sintieron más como para emitir una idea antes de la publicación del IGP. De igual modo Facebook y Twitter permiten en sus buscadores, a través de palabras claves como "incendio" "choque" "temblor" más el destino donde ha ocurrido la noticia, encontrar con mayor facilidad resultados casi al instante.

¿Sabes qué es una fuente periodística?

Las fuentes periodísticas son las referencias del medio o periodista del quien he sacado la información, bajo una credibilidad, fidelidad.

¿Qué tipo de fuente utilizas?

Las coberturas de accidentes de tránsito, en su mayoría, utilizo las fuentes provisionales, las de testigos que vieron el suceso buscando la versión que pueden brindar y comparándola con los autores de la noticia. Más allá de la publicación de la

información, Twitter solo permite un número limitado de caracteres en sus tuits, por lo que al extender una noticia no alcanzan los caracteres para etiquetar al personaje. O en todo caso, abrevio o coloco las iniciales. En Facebook si se redactan los datos de quien envió la información bajo una previa coordinación para su publicación

¿Cuándo escribes un tuit cuidas el lenguaje?

Por supuesto. La cordialidad es fundamental a la hora de redactar noticias. Utilizando una frase corta, resumiendo la noticia con palabras clave podemos y sin la necesidad de crear sensacionalismo tergiversando la noticia.

¿Utilizas celular para hacer las publicaciones u otro medio?

Celular para coberturas en vivo por Twitter y Facebook y mis equipos (cámara, micrófono) para reportajes.

¿Posteas constantemente noticias de este tipo en Twitter? ¿En otra red social?

Tengo mi cuenta de Facebook asociada a Twitter y ambas las utilizo para compartir noticias de último momento. Pero en ciertas ocasiones utilizo Facebook para publicar opiniones o temas personales que finalmente rebotan en Facebook. En descuidos, negó que eliminar algunos tuits que no deben ir en dicha red social por ser de carácter personal.

He visto que tienes una página en Facebook llamada “Resumen semanal” ¿Puedes contarme un poco más de ella? ¿Por qué la creaste?

Resumen Semanal es un proyecto de noticias a través de redes sociales desde hace 7 años. Inició un 01 de octubre del 2010 cuando yo cursaba primero de media. Los primeros programas eran una imitación al dominical "Punto Final" y era emitido solo en ámbito familiar. Luego al año siguiente sale al público con el nombre Resumen Semanal, con la edición "Terremoto en Japón" y la llegada de las olas de tsunami a las costas de Barranca. Al pasar los años, el programa toma la idea de emitir reportajes sobre la ciudad, temas de interés y denuncias. En el 2015 el programa llegó a su clímax, liderando por redes sociales la información a nivel provincial. Resumen Semanal es de género informativo con un formato dominical, aunque últimamente se emitía los sábados por redes pero fue suspendido por estudios. Las noticias siguen con las coberturas en vivo.

¿Cada cuánto tiempo tuiteas este tipo de noticias?

La publicación de mis post son de inmediatez. Por lo que puedo estar publicando cada 30 minutos o cada 2 horas. Pero en la mayoría, en un lapso de una hora, dependiendo la movilidad noticiosa del día.

¿Desde cuándo eres usuario de Twitter?

Me uní entre los años 2010 y 2011. Twitter es la base para compartir las noticias de forma inmediata.

¿Alguna vez has tenido algún tipo de represalia cuando has hecho una denuncia por twitter?

No.

¿Escribes esperando que se tome alguna acción para resolver el problema?

Es lo que todos los que somos amantes del periodismo buscamos. Nuestra labor es denunciar actos ilícitos que van en contra del bienestar de la ciudadanía.

¿Eres consciente que tus noticias fueron rebotadas por la web/tv de canal N y América?

Sí. En la mayoría de los tuits con denuncias de gravedad, como ironías que ofenden a la moral pública, accidentes, desastres naturales o actos que denigran a una persona.

¿Te han contactado alguna de Canal N para que les des más información sobre tus publicaciones?

Sí. A través de Twitter y WhatsApp.

¿Sabes si ha habido seguimiento a tus noticias publicadas?

Denuncie un caso en el 2014. Sobre una bandera izada en mal estado, tenía un hueco en el escudo nacional. Luego de salir por las pantallas del noticiero de América (primera edición) retiraron la bandera de la municipalidad del distrito de Supe en Barranca.

Hay dos casos que encontré el cuatro de noviembre de 2016: uno sobre un accidente que dejó 04 muertos, fue de un choque de auto con tráiler y el otro, de la misma fecha, sobre unos patrulleros nuevos que se dirigían al norte del país y se volcaron. Ambos fueron rebotados en las web de Canal N y América Tv, pero el último salió hasta en Canal N, por televisión. ¿Estabas al tanto de esto? ¿Sabes si le hicieron seguimiento a alguna de estas dos noticias?

Así es. Lo del accidente en Pativilca solo obtuvieron la información brindada. Lo de los patrulleros obtuvieron información por parte de un representante del Ministerio del Interior, donde afirmaron que los vehículos se dirigían al norte del país.

Anexo 6: Entrevista a Valentina Atoche

Fecha: 08/06/2017

¿Cuál es tu edad?

21 años

¿En qué distrito vives?

Barranco

¿Cuál es tu grado de instrucción?

Estudiante universitario

¿De qué profesión?

Comunicación

¿Cómo eliges el tema del cual deseas escribir un tuit?

Para iniciar empecé con el Twitter por un trabajo en la universidad, entonces encontré un espacio donde la comunicación con empresas o medios es más directa y sencilla.

A veces solía publicar en mi Facebook algunas cosas que observaba en las calles, pero mis amistades lo tomaban como quejas y quejas, a diferencia en Twitter que es más sencillo llegar a distintas comunidades y también medios y empresas.

Me preocupa el poco control que se tiene con empresas como lo es Wong, Metro, Saga, Ripley. Trato de siempre expresar esa preocupación, en ese caso [de los panetones en las escaleras de Wong] era algo muy peligroso. Por ese tiempo también fui a Metro y era aún peor. La llegada se dio e incluso Metro me respondió comentando que ya se había corregido eso. Me parece importante hacer escuchar nuestras observaciones. Y si existe la facilidad que mediante un hashtag o etiquetando, puedas ser escuchado, perfecto.

¿Llegaste a enterarte si hubo algún seguimiento?

Así es. Unas horas después Metro publicó foto de la misma escalera ya vacía. Incluso pude ver que en Wong también habían corregido lo denunciado. Como te digo, ahora las redes pueden ser un medio bastante influyente en la mejora de servicios de distintas entidades.

¿Escribes esperando que se tome alguna acción para resolver el problema?

Así es. Trato de aportar como pueda a la mejoría de servicios de diferentes instituciones.

Esperemos cada vez más instituciones tomen en cuenta la opinión de ciudadanos como yo.

¿Qué herramientas utilizas para publicar tus tuits?

Utilizo mi celular y mi laptop.

¿Sabes qué es una fuente periodística?

Claro. Y me parece acertado que distintos medios utilicen como fuente a la misma ciudadanía, claro está que siempre verificando que fotos o videos sean actuales y reales.

¿Qué fuentes utilizas?

Ese tipo de denuncias yo misma las encuentro en las calles o en mi vida cotidiana. Ahora otro tipos de denuncias utilizo distintas fuentes, comunidades que denuncian desde diferentes distritos, periódicos pero más versión digital y noticias más veo por las noches, las mañanas solo cuando estoy de vacaciones o libre.

¿Cuándo escribes un tuit cuidas el lenguaje?

No tengo maestría en gramática, pero si intento siempre tener una buena redacción. Creo es una buena costumbre para poco a poco ir perfeccionando mi redacción.

¿Posteas constantemente noticias de este tipo en Twitter? ¿En otra red social?

Ya dejé de hacerlo en Facebook. En Facebook solo tengo a mis amistades, los que ven mi denuncia y ya, ahí queda. Es más complicado que una empresa o marca me lea. Mis amistades solo creen que son quejas y que paro de mal humor. También posteé un par de veces por WhatsApp. Pero lo que más uso es Twitter.

¿Cada cuánto tiempo tuiteas este tipo de noticias?

Tuiteo cuando tengo tiempo, la verdad. Ah, bueno y si tengo alguna denuncia, veo algo que quiero reportar y al toque voy a Twitter.

¿Desde cuándo eres usuario de Twitter?

Tenía una cuenta hace unos 3 años, pero la perdí. Está cuenta la tengo ya 1 año, creo.

¿Alguna vez has tenido algún tipo de represalia cuando has hecho una denuncia por twitter?

En algún caso recuerdo que municipalidad de San Isidro me aclaró un tema de estacionamientos. Entendí su punto y borré el tuit. Luego en denuncias no, la verdad. En otros temas si me han acusado de muchas cosas.

¿Por qué borraste el tuit? ¿Fue algún tipo de discusión con la Municipalidad de San Isidro?

No fue discusión. Solo que no me pareció un tema de la calle Libertadores. Pero con la respuesta sobre su propuesta de incentivar el uso de otros medios de transporte, me gustó. Por eso lo borré. También, por ejemplo, una vez me pareció raro ver basura en varias esquinas de San Isidro. Critiqué al municipio, pero luego entendí que era responsabilidad de los vecinos que sacan basura pasado el horario de recojo.

Anexo 7: Entrevista a Iván Delgado

Fecha: 09/06/2017

¿Cuál es tu edad?

40 años

¿En qué distrito vives?

Bellavista, Callao

¿Cuál es tu grado de instrucción?

Universitaria incompleta

¿De qué profesión?

Técnico electrónico

Sobre el tuit en el que Ud. le escribe a la Municipalidad de Bellavista sobre el montículo de desmorte ¿Qué lo motivó a escribir ese tuit?

Fue que mi domicilio queda a dos cuadras del terreno vacío donde estaba la basura. Al frente hay una posta médica y hay un parque para niños. La obra estaba atrasada quizás por falta de pago de la Municipalidad y por eso no recogían el desmorte.

¿Ha escrito otro tipo de denuncias como esa en Twitter?

No, además que remediaron rápido lo de recoger el desmorte en mi distrito.

¿Escribes esperando que se tome alguna acción para resolver el problema?

Así es, para que tomen cartas en el asunto. Lo bueno fue que me respondieron pronto de la Municipalidad y resolvieron el problema.

¿Alguna vez ha tenido algún tipo de represalia cuando ha hecho una denuncia por twitter?

No, ninguna. He denunciado cosas muy pocas veces.

¿Estaba Ud. al tanto que Canal N y América rebotaron su tuit?

Sí. Sí estaba al tanto.

¿Sabe qué es una fuente periodística?

Creo que es la persona que obtiene *in situ* una información y la transmite a alguien que se dedica al periodismo.

Para el caso que Ud. escribió ¿Qué fuente utilizó?

Ninguna. Yo estaba *in situ*, en el lugar de los acontecimientos.

¿Cuándo redacta un tuit cuida el lenguaje?

Sí, por lo general miro para quiénes y sobre quiénes está dirigido lo que escribiré.

¿Postea constantemente noticias de este tipo en Twitter? ¿En otra red social?

Posteo muy poco en Twitter. También usaba Facebook, pero la verdad es que no posteo mucho.

¿Desde cuándo es usuario de Twitter?

Desde junio del año pasado.

Anexo 8: Matriz construida por objetivos

Objetivo específico	Variable general	Concepto	Variable intermedia	Categoría	Indicadores
Descubrir el perfil del reportero ciudadano de #AlertaNoticias de Canal N	Perfil	Las características que tienen los reporteros ciudadanos y lo que tienen en común	Demográfica	Edad	Menos de 18 años 18 a 25 26 a 35 35 a más
			Geográfica	Lugar de residencia	Lima Provincia
			Grado de instrucción	Estudios escolares/universitarios	Primaria completa Secundaria completa Secundaria incompleta Superior completa Superior no concluida
			Inicio en Twitter	Fecha	
			Conocimiento de fuentes periodísticas	Fuentes periodísticas	Personal Documental Internet
			Cuidado del lenguaje		

<p>Reconocer las etapas seguidas en el proceso de selección, producción y difusión de contenidos, y qué herramientas son utilizadas por los ‘reporteros ciudadanos’</p>	<p>Etapas del proceso de selección, producción y difusión</p> <p>Herramientas</p>	<p>Los pasos que los reporteros ciudadanos utilizan para elaborar sus ‘tuits’ y las plataformas que usan para publicar.</p> <p>Los instrumentos que son de ayuda para el reportero ciudadano</p>	<p>Etapa de selección</p> <p>Etapa de producción</p> <p>Etapa de difusión</p> <p>Herramientas periodísticas</p> <p>Herramientas tecnológicas</p>	<p>Elección del tema</p> <p>Fuente para redactar las noticias</p> <p>Elección de la herramienta</p> <p>Temor para escribir</p> <p>Intención que se resuelva el problema.</p> <p>Rebote</p> <p>Seguimiento</p> <p>Elección de plataforma</p> <p>Frecuencia</p> <p>Recursos de redacción</p> <p>Fotografías</p> <p>Videos</p> <p>Textos</p>	<p>Fuente personal</p> <p>Fuente documental</p> <p>Fuente digital</p> <p>Foto</p> <p>Texto</p> <p>Video</p> <p>Twitter</p> <p>Facebook</p> <p>WhatsApp</p> <p>Diaria</p> <p>Semanal</p> <p>Mensual</p> <p>Descripción</p> <p>Narración</p> <p>Opinión</p> <p>Interpretación</p>
<p>Determinar los temas y actores principales de las noticias generadas por el periodista ciudadano de #AlertaNoticias</p>	<p>Temas y actores</p>	<p>Aspectos que se publican en #AlertaNoticias de Canal N. Personas que están involucradas en los distintos hechos encontrados.</p>	<p>Temas</p> <p>Actores</p>	<p>(Lista)</p> <p>(Lista)</p>	
<p>Establecer si existe un</p>	<p>Alcance o Rebote</p>	<p>Noticias que son publicadas en la página</p>	<p>Alcance/rebote</p>	<p>(Lista de medios)</p>	<p>Links de noticias en la web de CanalN y América TV</p>

alcance o rebote de las noticias generadas por los 'periodistas ciudadanos' en la discusión o debate público		web de Canal N, América Tv y en sus respectivos canales de TV	Medio de rebote	Web, Canal de Tv, Redes sociales (Twitter)	América Tv Web América Tv Twitter Canal N Web Canal N Twitter América Tv Canal N – Tv
			Fecha de rebote	(Rango)	El mismo día El día siguiente
			Autoría del tuitero	(Lista)	



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Perfil del reportero ciudadano.....	17
TABLA 2: Forma de elegir el tema para escribir un tuit.....	19
TABLA 3: Análisis del alcance o rebote.....	28



ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Diagrama del Sistema de Opinión pública basado en Cándido Monzón.....	8
FIGURA 2: Diagrama de flujo de un tuit.....	9
FIGURA 3: Herramientas periodísticas.....	22
FIGURA 4: Herramientas tecnológicas.....	22
FIGURA 5: Fuentes periodísticas.....	23
FIGURA 6: Temas.....	24
FIGURA 7: Actores.....	25
FIGURA 8: Causas.....	26
FIGURA 9: Medio de rebote.....	27
FIGURA 10: Fecha de rebote.....	27



UNIVERSIDAD DE LIMA
SCIENTIA ET PRAXIS