

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

“El rol de la red social Facebook en la información instantánea de la página Iquitos al Rojo Vivo en la región Loreto. 2022 -2025”

(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Diego Leví Cáceres Henostroza

ASESOR (A):

Pilar Soledad Cruz Gálvez

LIMA – PERÚ

2025

INFORME DE SIMILITUD DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL DE DIEGO LEVI CACERES HENOSTROZA

INFORME	
Título del Trabajo de Suficiencia Profesional (TSP)	“El Rol De La Red Social Facebook En La Información Instantánea De La Página Iquitos Al Rojo Vivo En La Región Loreto. 2022 -2025”
Autor/a del Trabajo de Suficiencia Profesional (TSP)	Diego Levi Caceres Henostroza DNI: 47065565
Asesor/a	Nombres y Apellidos: Pilar Soledad Cruz Gálvez ORCID: 0000-0003-3502-4902 D.N.I: 09888918
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciado en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Antiplagio	7 de octubre de 2025
Índice de similitud	3.51 %
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la aplicación del software Strike Plagiarism	Mg. Prisea Georgina Vilchez Samanez

Título

El rol de la red social Facebook en la informacion instantánea de la página Iquitos al Rojo Vivo en la region Loreto. 2022 -2025 (pt)

Autor

Promotor

Diego Cáceres HenostrozaPilar Cruz Gálvez

Unidades organizativas

Universidad Jaime Bausate y Meza

Registro de similitudes

Los SCs muestran el porcentaje de palabras de tu documento que también aparecen en otros textos. Un valor alto no significa automáticamente plagio. El informe siempre debe revisarlo una persona autorizada.

3.51%

3.51%

CS 1

2.95%

2.95%

CCot

Listas activas de similitudes

En particular, los fragmentos requieren atención, que se han incluido en el CS 2 (marcado en negrita). Use el enlace “Marcar fragmento” y vea si son frases cortas dispersas en el documento (similitudes casuales), numerosas frases cortas cerca de otras (plagio mosaico) o fragmentos extensos sin indicar la fuente (plagio directo).

Los 10 fragmentos más largos

Color de la fuente

NO	TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)	NUMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)	
1	Biases in the Facebook News Feed: a Case Study on the Italian Elections Eitan Altman, Daniel Menasché, Eduardo Hargreaves, Giovanni Neglia, Claudio Agosti, Alexandre Reiffers-Masson;	44	0.21 %
2	https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/162/recent-submissions?offset=20	30	0.14 %
3	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/365/1/TESIS-AMPUERO%20REYES-EMPASTADO.pdf	29	0.14 %

Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 10 de julio del 2026



Prisea G. Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

Dedicatoria:

***A mis padres, a mi familia, mi pareja Gloria y mi hija Mardiel
por ser mi más grande motivo de inspiración
para buscar salir adelante y hacerme una
persona de bien para la sociedad.***

Agradecimiento

***A mi familia por ser
el impulso para lograr más metas
profesionales, a mis docentes,
asesor y empresarios dueños de medios
de comunicación, quienes me dieron la
oportunidad de impulsar mis conocimientos
en el rubro y aplicar mis valores en la sociedad.***

INDICE

CARÁTULA.....	Pag.1
INFORME DE SIMILITUD.....	Pág.2
DEDICATORIA.....	Pag.3
AGRADECIMIENTO.....	Pag.4
ÍNDICE.....	Pag.5
ÍNDICE DE TABLAS.....	Pag.8
RESUMEN.....	Pag.10
INTRODUCCIÓN	Pag.11
a) Marco Teórico	Pag.11
b) Problemática Actual	Pag.12
c) Reseña de mi experiencia profesional	Pag.13
d) Justificación	Pag.14
DESCRIPCIÓN DEL CENTRO LABORAL.....	Pág.17
Iquitos al Rojo Vivo S.A.C.....	Pag.17
1.1 Visión	Pag.17
1.2 Misión	Pag.17
1.3Valores.....	Pag.17
1.4 Reseña Histórica.....	Pag.19
1.5 Actividades.....	Pag.20
1.6 Estructura Orgánica.....	Pag.20
CAPÍTULO I.....	Pág.23
MARCO TEÓRICO.....	Pág. 23
a) Antecedentes Nacionales.....	Pág. 23
b) Antecedentes Internacionales.....	Pág. 35
c) Otras teorías.....	Pág. 38
CAPÍTULO II.....	Pág.45

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS CON RELACIÓN A LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

Actividades.....	Pág.45
Iquitos al Rojo Vivo.....	Pág.46
2.1.1. Post de Facebook	Pág.47
2.1.2. Transmisiones en vivo por Facebook	Pág.47
2.1.2.1 Casos de Estudio.....	Pág.48
2.1.3. Monitoreo de medios de comunicación	Pág. 52
2.2 Coordinador de prensa	Pag.53
2.2.1 Funciones específicas en el entorno digital.....	Pag.53
2.2.2. SEO y posicionamiento web	Pag.54
2.2.3. Coordinación con redes sociales.....	Pag.54
2.2.4. Gestión del equipo de redacción digital.....	Pag.55
2.2.5. Logros según estadísticas	Pag.58
2.2.6. Coordinación multimedia.....	Pag.71
2.2.7. Relación con otras áreas	Pag.71
2.2.8. Otras actividades	Pag.71
2.2.9. Herramientas digitales	Pag.72
2.2.10. Brecha Digital y Conectividad.....	Pag.83
2.3. Nombres de los supervisores o responsables del trabajo investigado.....	Pag.85
2.4. Manual de Estilo y Ética Digital.....	Pag.86
CAPÍTULO III.....	Pag.87
DISCUSIÓN.....	Pag.87
3.1 Experiencia laboral	Pag.87
3.2 Logros	Pag.88
3.3 Limitaciones	Pag.90
3.4 Oportunidades	Pag.91

3.5 Inmediatez Periodística	Pag.92
CAPÍTULO IV	Pag.94
Resultados obtenidos y aportes.....	Pag.94
4.1. En lo profesional	Pag.94
4.2 En lo personal	Pag.99
 CONCLUSIONES	Pag.101
FUENTES DE INFORMACIÓN	Pág. 104
ANEXOS.....	Pag.109
FOTOGRAFIAS	Pag.111
BIBLIOGRAFIA.....	Pag.120

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1: Cuadro de rangos de organigrama de la empresa Iquitos al Rojo Vivo	Pag.22
Figura 1: Composición de captura de pantalla de Iquitos al Rojo vivo.....	Pág. 43
Figura 2: Composición de captura de pantalla de Loreto Informa News.....	Pág. 44
Figura 3: Composición de captura de pantalla de Otorongo News Loreto.....	Pág. 44
Figura 4: Video nota sobre un antecedente “caso Chanako”	Pag.49
Figura 5: Evidencia de herramienta de trabajo para Facebook live	Pag.49
Figura 6: Composición nota de seguimiento “caso Mila”	Pag.51
Figura 7: Composición nota de seguimiento “caso Santa Rosa de Loreto”	Pag.52
Figura 8: Composición Canva sobre el estilo de información en redes.....	Pag.56
Figura 9: Composición Canva sobre una nota cotidiana en redes sociales.....	Pag.56
Figura 10: Composición Canva sobre el diseño de un tema social.....	Pag.57
Figura 11: Datos estadísticos de la página Iquitos al Rojo Vivo.....	Pag.58
Figura 12: Muestra el nivel de audiencia de la página Iquitos al Rojo Vivo	Pag.59
Figura 13: Crecimiento de seguidores en 3 meses de trabajo en redes	Pag.60
Figura 14: Estadísticas actuales de la página Iquitos al Rojo Vivo.....	Pag.62
Figura 15: Evidencia presencia de seguidores al final de TSP.....	Pag.63
Figura 16: Evidencia de cantidad de publicaciones diarias, mensuales y al año.....	Pag.64
Figura 17: Nivel de interacción mensual y el tipo de contenido más consumido.....	Pag.65
Figura 18: Nivel de alcance de las notas publicadas en la página.....	Pag.66
Figura 19: Evidencia del impacto del post de Iquitos al Rojo Vivo.....	Pag.68
Figura 20: Evidencia del impacto del post de Iquitos al Rojo Vivo.....	Pag.69
Figura 21: Evidencia del impacto del post de Iquitos al Rojo Vivo.....	Pag.70
Figura 22: Plantillas de Iquitos al Rojo vivo en Canva	Pag.75
Figura 23: Composición canva de una nota de diseño rápido.....	Pag.76

Figura 24: Composición de edición de video en Capcut.....	Pag.80
Figura 25: Portada de la página Iquitos al Rojo Vivo.....	Pag.81
Figura 26: Nivel de audiencia en Facebook Live.....	Pag.97
Figura 27: Estadísticas de un video viral en la página Iquitos al Rojo Vivo.....	Pag.98
Figura 28: Evidencia de capacitaciones del autor.....	Pag.111
Figura 29: Evidencia de cobertura en el lugar de los hechos.....	Pag.112
Figura 30: Cobertura de prensa junto al gerente de la empresa.....	Pag.113
Figura 31: Cobertura de prensa que evidencia el nivel de contactos en prensa.....	Pág. 114
Figura 32: Experiencia personal viajando en avioneta para comisión de prensa	Pag.115
Figura 33: Equipo de trabajo de Iquitos al Rojo Vivo año 2023	Pag.116
Figura 34: Cobertura de prensa de actividades cotidianas.....	Pag.117
Figura 35: Cobertura periodística a nivel nacional.....	Pag.118
Figura 36: Monitoreo de medios nacionales.....	Pag.119

Resumen

En los últimos años las formas de comunicación social han evolucionado significativamente logrando una transformación para la sociedad, donde la presencia de las redes sociales como medios alternativos de información han logrado un mayor impacto en la audiencia. El presente trabajo de suficiencia profesional basado en mi experiencia laboral busca demostrar el impacto del uso de la red social Facebook como una fuente de información oportuna, inmediata y confiable en la selva peruana, en la ciudad de Iquitos, región Loreto.

A pesar de las limitaciones en la conectividad a internet, la labor periodística en la región, ha podido adaptarse utilizando estrategias comunicativas que permiten una cobertura eficaz en los hechos informativos. Especialmente en el desarrollo de las transmisiones en vivo, y utilizando técnicas de redacción y diseño gráfico, logrando un importante alcance con la audiencia regional.

En conclusión, este trabajo busca evidenciar la fortaleza de la red social Facebook como una herramienta fundamental para el acceso de informaciones de interés público por parte de la población y de las autoridades representativas de la región.

INTRODUCCIÓN

a. Marco Teórico de los conocimientos de la especialidad:

La plataforma digital Facebook ha permitido la evolución en la gestión de las redes sociales para la creación de contenido de interés público. Como ejemplo, podemos destacar este fenómeno, en el trabajo realizado en la coordinación de contenidos de la red social Facebook *Iquitos al Rojo Vivo*, una plataforma digital con más de 457,000 seguidores, cuyo foco principal está ubicado en la ciudad de Iquitos, región Loreto. De esta manera se logró una interacción ciudadana mediante coberturas en tiempo real de hechos noticiosos, que acerca al usuario a la información desde el lugar donde se encuentre.

En términos técnicos, el alcance y la efectividad de la red social Facebook *Iquitos al Rojo Vivo* se deben a diversos factores clave. En primer lugar, se debe destacar los algoritmos de Facebook, los mismos que permiten la segmentación de audiencias extremadamente precisa. Gracias a herramientas como *Facebook Insights* y *Audience Insights*, es posible analizar el comportamiento de los seguidores y personalizar los contenidos en función de sus intereses, como la ubicación geográfica y actividades en la plataforma. Esto ha permitido que el equipo que forma parte de esta plataforma logre conectar de manera directa con la audiencia local en Iquitos, Loreto, incrementando la interacción con publicaciones relevantes y de interés público.

Además, el uso de dispositivos móviles en la recolección y difusión de información juega un rol crucial dentro de este proceso de construcción de contenidos de difusión, interacción e impacto de los mismos. Equipos móviles de alta gama y aplicaciones como *Facebook Live* o *Facebook Stories* permiten la transmisión en vivo de hechos informativos locales y noticias recientes, con una inmediatez que no es posible trabajar en los medios tradicionales. La portabilidad de estos dispositivos también permite a los reporteros y coordinadores de contenido estar constantemente conectados, brindando cobertura en tiempo real desde cualquier lugar.

A nivel tecnológico, la integración de *Facebook Ads* también ha mejorado la capacidad de dirigir contenido patrocinado hacia una audiencia más específica. Mediante el uso de *geolocalización* y análisis demográficos, los coordinadores de contenido pueden crear campañas publicitarias que llegan de forma más efectiva a los grupos de interés. Esta estrategia no solo aumenta el alcance de la plataforma, sino que también mejora la monetización de la misma, haciendo que la red social Facebook *Iquitos al Rojo Vivo* sea una fuente de noticias rentable y sostenible a corto, mediano y largo plazo.

La respuesta instantánea mediante la interacción directa con los seguidores a través de comentarios y mensajes han establecido una nueva forma de comunicación en tiempo real, transformando el papel de los usuarios o audiencia, quienes no solo son receptores de información, sino también participantes activos de la construcción de la noticia. La capacidad de retroalimentación instantánea a través de reacciones, comentarios y compartidos refuerza la idea de una comunicación multidireccional que es esencial para el éxito de plataformas digitales en la actualidad.

En resumen, el trabajo realizado en la red social Facebook *Iquitos al Rojo Vivo* resalta cómo la tecnología y las herramientas de esta plataforma permiten que la información llegue a la audiencia de manera instantánea, precisa y efectiva, gracias a un enfoque estratégico basado en datos, dispositivos móviles y plataformas interactivas. Este modelo de comunicación es esencial en una era donde la velocidad y la accesibilidad a las noticias son factores claves, para una adecuada información y conocimiento de la realidad.

b. Problemática Actual:

Al cierre del año 2024, la red social Facebook a alcanzado los 3000 millones de usuarios activos a nivel global, lo que significa que esta una de las plataformas más versátiles para el uso informativo, social e interactivo, posicionándose de esta manera como la red social más usada a nivel mundial. En este contexto se considera que la población que más uso le da esta plataforma se encuentra en el rango de edad entre

los 24 a 34 años, una audiencia joven, a los cuales se les debe fidelizar manteniéndolos informados utilizando diversas estrategias con contenido versátiles, al fin de lograr un alcance, y a vez lograr la monetización.

Ahora bien, esta plataforma en el Perú ha alcanzado los 25 millones 340 mil usuarios, haciendo de esta la más popular del país. Es por eso que este Trabajo de Suficiencia Profesional, se basa en el estudio de los niveles de alcance por sector, teniendo en cuenta que nuestra población es la más poblada del Perú y también la más remota, debido a su falta de acceso por carretera y cuyos pueblos solo se conectan por ríos y aire.

El estudio de este trabajo de Suficiencia Profesional se desarrolla en la región Loreto, donde la población actual ha mostrado una tendencia general al crecimiento anual, la población el año 2025 alcanza los 1,063,495 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). De estos, el 56% de los loretanos se mantiene informado sobre noticias y realidad nacional a través de la red social Facebook. Siendo esta plataforma casi tan usada como la radio (57%) y solo está por debajo de la televisión (67%) como fuente de información. Así mismo, 3 de cada 10 personas mayores de 43 años usan la mencionada red social como fuente informativa, lo que indica que su uso es mucho mayor entre personas menores de esa edad, según los resultados de una encuesta realizada en Loreto, por la empresa global de investigación de mercados y consultoría (Ipsos) con apoyo de la ONG IDEA Internacional.

c. Reseña de mi experiencia profesional:

Mi experiencia profesional en el campo de la comunicación me permitió asumir diferentes retos, especialmente en el uso de las redes sociales, el cual me llevó a desarrollar habilidades digitales comunicativas en el periodismo a tiempo real. Este proceso me dio la oportunidad de conectarme e interactuar con la audiencia que demandaba información y contenidos en el entorno virtual. Este trabajo de campo canalizó mis objetivos para tener una cercanía entre la realidad local y la sociedad, donde logré detectar conductas y patrones de los usuarios para la generación de

contenidos que son transmitidos de manera inmediata con un lenguaje adecuado, sencillo, claro y preciso, respetando los términos regionalistas, sumándose a ello el uso de recursos visuales y llamativos para generar mayor impacto.

La red social Iquitos al Rojo Vivo, fue creado el año 2020, en una época bastante compleja, debido a que su creación fue hecha en plena pandemia, asumiendo retos mayores debido a la coyuntura. Incorporando a la vez un estilo de información periodística, en el campo policial, social y regional. Desde su creación el objetivo principal fue generar contenidos de interés público, siendo una alternativa de credibilidad para la audiencia.

Cabe precisar, que uno de los principales logros en estos 5 años de experiencia en la red social Iquitos al rojo vivo, es haber alcanzado un nivel de audiencia significativa, es decir, de ser una página de Facebook, se convirtió a un canal de televisión digital conformado empresarialmente en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, generando un importante flujo de monetización el cual sirve para sostener la planilla de los colaboradores de la plataforma digital en la región Loreto.

Mi trabajo en esta plataforma ha permitido que mi experiencia profesional abarque campos como la responsabilidad social. En esta plataforma, nuestra página Iquitos al Rojo Vivo, enfrenta competencias, sin embargo, mi aporte en el periodismo ha desarrollado las líneas de la redacción digital, de la transmisión y cobertura de noticias en tiempo real, respetando los principios y códigos de ética periodística.

d. Justificación del trabajo de suficiencia profesional:

En la actualidad las redes sociales han transformado la manera en que las personas accedan a una información inmediata, donde se observa que los medios tradicionales están siendo sustituidos por esta modalidad, especialmente por su cobertura e inmediatez, cobrando un papel protagónico en esta plataforma alternativa. Con el uso del avance tecnológico se ha logrado abarcar espacios lejanos, que por su zona geográfica tiene limitaciones en el acceso a ciertos medios convencionales, lo cual

significa que es una ventaja para nuestra plataforma Iquitos al Rojo Vivo. A esto se suma las implementaciones modernas como el uso del internet satelital para transmisiones en vivo desde zonas donde el internet no llega, lo que significa la existencia de una brecha digital en la región Loreto.

El presente trabajo se justifica en la necesidad de analizar el rol y su impacto de la red social Facebook como fuente de información en la región Loreto. Un medio digital que se ha posicionado como una fuente inmediata, directa, actual, de las informaciones entre los ciudadanos de la región. Analizar el rol de la página de la red social Iquitos al rojo vivo, nos permite identificar nuevas formas de consumo informativo, haciendo uso de herramientas digitales para la construcción de contenidos noticiosos, utilizando fuentes de información con credibilidad que nos brinda acceso a ciertos datos y conocimientos de la realidad regional. Resaltando el desarrollo de nuestra actividad profesional en el campo de acción.

Considerando que el rol de periodista es informar de los acontecimientos en el país, y la región. La red social Iquitos al Rojo Vivo, es una página que forma parte de la vida informativa de la región, generando corrientes de opinión pública en la Amazonia peruana, cumpliendo de esta manera un rol fundamental, respetando los fundamentos de la libertad de expresión.

Este trabajo de suficiencia profesional beneficiará directamente a los periodistas en ejercicio de diversos medios de comunicación, ya que su objetivo es analizar cómo la red social Facebook impacta en el trabajo periodístico, considerando a esta red como una fuente de información instantánea. Esta genera un conjunto de ideas que permiten desarrollar un desempeño en las redacciones altamente informativo en las redacciones. Además, los seguidores de esta página Iquitos al Rojo Vivo, en Loreto, son beneficiarios directos de esta investigación, debido a que consumen información inmediata y comparten sus opiniones sobre la misma. Asimismo, este trabajo de suficiencia profesional contribuirá a mejorar el trabajo científico que se realiza en la Universidad Jaime Bausate y Meza.

Por otro lado, existen limitaciones respecto al poco acceso y transitabilidad en la región Loreto, puesto que el único medio de transporte es el fluvial, dificultando el desarrollo periodístico, a ello se suma el factor climatológico, pues la presencia de lluvias torrenciales repentinas, suspenden y retrasan todo tipo de actividad, incluido la conexión a internet. Desde una mirada formativa, el aporte de este trabajo, fortalece el perfil profesional del periodista proporcionando conocimientos y herramientas para evaluar el rol y el impacto de esta plataforma sobre la construcción de la opinión pública, además de, identificar las buenas prácticas de cobertura local, teniendo en cuenta los retos y los principios del periodismo.

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO LABORAL

“El rol de la red social Facebook en la información instantánea de la página Iquitos al Rojo Vivo en la región Loreto. 2022 -2025”

Iquitos al rojo vivo S.A.C.

En la actualidad la empresa periodística no cuenta con una misión y visión, lo que significa que falta definir y sustentar, la línea periodística basada en principios, valores y compromiso para con la sociedad. Por esta razón se plantea una propuesta de misión y visión, el mismo que ya ha sido aceptado por los directivos para una próxima decisión formal dentro de un estatuto que también podría formalizarse a futuro.

1.1 Visión

Ser un medio de comunicación de mayor impacto de la amazonia peruana. Promoviendo valores, preservando la identidad cultural de Loreto, en base a contenidos que se ajusten a la verdad, a la imparcialidad y a la equidad. Convirtiéndonos en agentes transformadores de cambio social, donde se destaca el valor de la noticia.

1.2 Misión

La misión es informar, educar y entretener a la población de la región Loreto, a las comunidades amazónicas y a la audiencia en general. A través de la difusión de contenidos digitales de calidad y con una adecuada accesibilidad, comprometido a reflejar la diversidad cultural, el conocimiento ancestral y la riqueza natural de la región amazónica. Fomentar la participación, la inclusión social, y el desarrollo sostenible, en coordinación con las instituciones regionales.

1.3 Valores

- Respeto por la diversidad cultural:

Valoramos y promovemos las costumbres, lenguas y saberes ancestrales de los pueblos amazónicos en Loreto, donde las comunidades indígenas promueven mucha historia y tradiciones.

- **Compromiso con la comunidad:**
Trabajamos junto a las comunidades locales para crear contenidos que representen sus voces basadas en realidades, estimando alcance en información coloquial que el pobladore consume, interactúa y también hace sentir su punto de vista a través del medio de comunicación.
- **Identidad:**
Fortalecemos el orgullo por nuestras raíces y el sentido de pertenencia a la selva y sus culturas.
- **Sostenibilidad:**
Promovemos prácticas responsables y contenidos que fomentan el cuidado del medio ambiente, esto a través de campañas sociales que son difundidas masivamente.
- **Inclusión:**
Damos espacio a todas las personas, sin distinción de edad, género, etnia o condición social. Contamos historias reales, también sirve como un puente para la recepción de ayuda en casos especiales.
- **Educación:**
Creemos en el poder del conocimiento para transformar vidas, por eso generamos contenido que informa, busca dejar un precedente de enseñanza y sobre todo, acerca al usuario hacia mejorar sus estándares de vida.
- **Creatividad:**
Innovamos con ideas frescas, formatos originales en cada publicación y narrativas que conectan con las emociones, aplicando una redacción coloquial, directa, ágil y fácil de entender, incluso utilizando términos regionales para conectar con el público objetivo.
- **Transparencia:**
Mantenemos una comunicación clara, ética y responsable con los usuarios. De esta

manera se resalta el uso de un periodismo imparcial, donde las dos caras de la moneda son los protagonistas, interactuando hacia la verdad y acercando la información inmediata pero transparente al usuario.

Inmediatez y accesibilidad con el uso de recursos multimedia donde se ajusta al uso de las nuevas tecnologías y las herramientas digitales que ella nos provee.

1.4 Reseña Histórica

Iquitos Al rojo Vivo, Sociedad Anónima Cerrada es una empresa periodística formalizada en la Superintendencia Nacional Registros Públicos (SUNARP), el 7 de diciembre del 2020, dentro del contexto de la pandemia por la COVID_19. Los propietarios cuyos fundadores son Delcar Rosales Ramírez y Rocío Taman Soria, iniciaron este proyecto con una página de Facebook, con el objetivo de brindar noticias en medio de las restricciones por el confinamiento impuestas por el gobierno del entonces presidente Martin Vizcarra Cornejo. De marzo a diciembre del 2020, su impacto a través de la forma peculiar de informar fue importante, logrando sumar un gran número de seguidores, casi 20 mil en sus inicios. Es en ese momento, donde deciden formalizar la empresa bajo el Registro Único de Contribuyente 20607019488, es allí, donde oficialmente se gesta el compromiso por llevar información a través de las redes sociales.

En sus inicios, la plataforma requería de una inversión significativa a pesar que rápidamente contó con una buena cantidad de seguidores todavía no lograba monetizar. Con el transcurrir del tiempo, la página empezó a alcanzar un impacto significativo debido a su estilo informativo, visual, narrativo y de fácil acceso. Lo que significa que, en la actualidad, Iquitos al Rojo Vivo, es una página que monetiza en base a las características ya mencionadas, expandiendo sus niveles de alcance global, sumándose a ello el uso de técnicas modernas de diseño gráfico y generar sus ingresos a través de la publicidad en la mencionada red social.

De esta manera la red social Facebook Iquitos al Rojo Vivo, apostó por una propuesta de comunicación regional con estrategias que permitieron su evolución inmediata. No solo

como medio digital, sino también como un canal de televisión regional. Contando con 13 colaboradores, entre ellos, operadores, conductores, reporteros, asesor legal, administradora, coordinador de redes sociales, diseñadores, redactores y su gerencia general.

La página de Facebook Iquitos Al Rojo Vivo, cuenta, durante el tiempo que se realizó el presente Trabajo de Suficiencia Profesional, con 457.897 mil seguidores, siendo su público objetivo la población de Loreto, región con mayor alcance y visualizaciones por su canal de televisión. La misma que se emite a través de las empresas de televisión por cable que existen en la ciudad de Iquitos.

1.5 Actividades:

En todo proceso de comunicación, diseño de estrategias o desarrollo de productos y servicios, la identificación del público objetivo resulta fundamental. Comprender a quién nos dirigimos permite no solo optimizar los recursos disponibles, sino también garantizar que el mensaje, contenido o propuesta responda verdaderamente a las necesidades, intereses y características de ese grupo específico. La red Social Facebook Iquitos al rojo Vivo, es una herramienta estratégica que orienta la toma de decisiones, mejora la efectividad del alcance y fortalece el vínculo entre emisor y receptor, con contenidos de acciones relevantes que generen impacto.

Dentro de sus principales actividades se encuentran el fomento de noticias en tiempo real a través de la multiplataforma de televisión por cable y su red social Facebook. Se sostiene de aportes publicitarios de empresas comerciales y también contribuye a la consolidación de casos sociales a través de las publicaciones realizadas. Cuenta con programas televisivos en diferentes horarios, además, realiza cobertura de eventos a nivel local y regional en el departamento de Loreto.

1.6 Estructura Orgánica

La estructura orgánica de Iquitos al Rojo Vivo corresponde a una organización con estructura jerárquica funcional, encabezada por el Gerente General, Delcar Rosales Ramírez, quien coordina directamente con diversas áreas clave:

1. Área Administrativa

- Administración: Rocío Tamani Soria
- Contador: Christian Nina Portocarrero

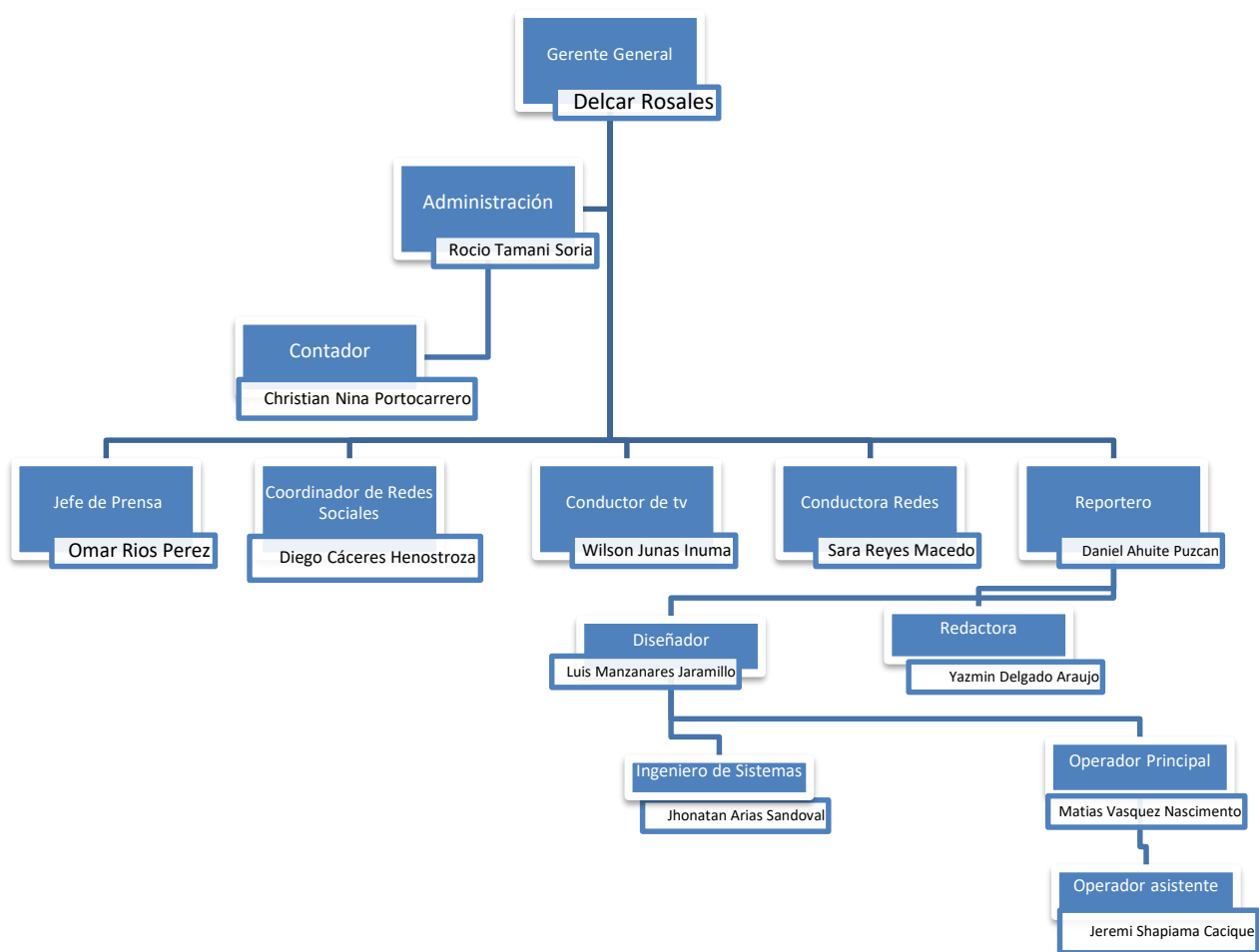
2. Área de Prensa y Comunicación

- Jefe de Prensa: Omar Ríos Pérez
- Coordinador de Redes Sociales: Diego Cáceres Henostroza
- Conductor de TV: Wilson Junas Inuma
 - Diseñador: Luis Manzanares Jaramillo
 - Ingeniero de Sistemas: Jhonatan Arias Sandoval
- Conductora de Redes: Sara Reyes Macedo
 - Redactora: Yazmín Delgado Araujo

3. Área de Reporteros

- Reportero: Daniel Ahuite Pucará
 - Operador Principal: Matías Vásquez Nascimento
 - Operador Asistente: Jeremi Shapiana Cacique

Tabla 1: Composición del organigrama de funciones de Iquitos al Rojo Vivo



Fuente: Cuadro elaborado por Diego Cáceres

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

a. Antecedentes Nacionales

Ampuero (2023) – “Análisis de la red social Facebook como herramienta de comunicación en la PNP, desde la percepción del personal del Departamento de Redes Sociales, durante el primer trimestre del 2023”. Esta tesis nos muestra cómo una institución del Estado emplea redes sociales para establecer un canal de comunicación directo y estratégico con la ciudadanía, especialmente desde la experiencia del personal encargado. Esta investigación permite comprender el valor institucional de plataformas como Facebook para fines informativos, educativos y de seguridad pública.

La investigación permite evidenciar cómo la preparación académica y profesional del personal a cargo influye en la efectividad de la comunicación institucional. Además, aporta al entendimiento del uso de redes sociales por instituciones públicas, en su esfuerzo por conectar con la ciudadanía y reforzar su imagen institucional.

Tiene como objetivo examinar cómo la red social Facebook es utilizado como herramienta de comunicación digital en la Policía Nacional del Perú, desde la percepción del personal del Departamento de Redes Sociales. Así mismo, logra identificar las prácticas comunicativas implementadas por el personal del Departamento de Redes Sociales de la PNP, además, describe la percepción del personal sobre la eficacia de Facebook como canal de comunicación institucional.

Por otro lado, también fomenta en análisis de la relación entre la formación profesional del personal y la efectividad en la gestión de contenido en redes sociales y determina los factores que contribuyen al uso estratégico de la red social Facebook en el marco institucional de la PNP.

Esta investigación guarda relación con el presente trabajo de suficiencia profesional, debido a que, muestra estrategias de comunicación digital, generación de contenido que logre interacción entre los usuarios específicamente de las redes sociales.

Bernales (2023) – “Redes sociales de agentes pastorales católicos como fuente de transmisión de información religiosa para los jóvenes creyentes y practicantes de la Provincia de Lima, 2023”. Esta tesis se enfoca el creciente protagonismo de las redes sociales como canales clave de comunicación para las nuevas generaciones. En un contexto en el que los jóvenes se informan e interactúan principalmente a través de plataformas digitales, comprender cómo los agentes pastorales adaptan sus mensajes a estos medios es esencial para mantener la vigencia del mensaje religioso en la era digital. El estudio se enfocó en agentes que emplean activamente Facebook, Instagram, TikTok y YouTube.

El autor fundamenta en la necesidad de explorar las estrategias, percepciones y desafíos que enfrentan los agentes pastorales en su labor evangelizadora digital. Mediante entrevistas semiestructuradas a una muestra intencionada de diez participantes (sacerdotes y laicos), se recabó información valiosa sobre las formas de interacción con la audiencia joven, la efectividad de los contenidos difundidos y la manera en que estos impactan en la espiritualidad de los receptores.

La presente tesis tuvo como objetivo principal analizar el uso de las redes sociales por parte de los agentes pastorales católicos como una fuente de transmisión de información religiosa dirigida a jóvenes creyentes. Con un enfoque cualitativo interpretativo, se empleó un diseño no experimental y un método etnográfico, lo que permitió comprender, desde las experiencias de los propios actores, cómo las redes sociales son utilizadas en la evangelización digital contemporánea.

Los hallazgos revelan que las redes sociales se han consolidado como herramientas estratégicas para la transmisión del mensaje, si nos basamos en el trabajo de suficiencia profesional en el rol de la plataforma digital Iquitos al Rojo Vivo, la justificación y objetivos son los mismos, logrando determinar la importancia del uso de las redes sociales como fuente de información aplicada en un público objetivo joven y adaptado a la nueva era informativa digital.

Del Águila (2023) – “Facebook y la imagen institucional de la Diócesis de Carabayllo de Lima Metropolitana, año 2023”. La presente tesis radica en el contexto actual, donde las redes sociales se han convertido en canales clave de comunicación institucional. La Iglesia,

como institución tradicional, enfrenta el desafío de mantenerse vigente y cercana a la comunidad mediante plataformas digitales. Por ello, analizar cómo Facebook contribuye a reforzar o modificar la percepción pública de la Diócesis resulta esencial para la planificación de estrategias comunicacionales más efectivas.

El estudio aborda una necesidad concreta: comprender si el uso activo y estratégico de Facebook puede mejorar la imagen institucional de una organización eclesial. Se encuestó a una muestra de 150 seguidores de la página oficial, aplicando dos instrumentos validados por expertos: uno para medir el uso de Facebook (interacción y frecuencia) y otro para evaluar la percepción de la imagen institucional (reputación, valores y cercanía).

Así mismo, tiene como objetivo principal determinar la relación entre el uso de la red social Facebook y la imagen institucional de la Diócesis de Carabayllo. Se aplicó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de tipo descriptivo-correlacional, lo que permitió analizar el vínculo entre ambas variables sin manipularlas. Este enfoque permitió conocer cómo los seguidores perciben a la institución a través de su presencia digital.

Finalmente, los resultados analizados con estadística descriptiva e inferencial, demuestra una relación positiva fuerte y significativa entre el uso de Facebook y la imagen institucional de la Diócesis. Esto confirma que una gestión adecuada de las redes sociales puede fortalecer la reputación institucional y mejorar el vínculo con la comunidad religiosa, subrayando la necesidad de estrategias digitales planificadas con enfoque comunicacional.

De acuerdo al trabajo de suficiencia profesional, se resalta que tanto objetivos e importancia guardan relación con el desarrollo de estrategias para la comunicación digital, esto no solo mantiene vigente a instituciones, también hacen lo propio con diferentes públicos objetivos relacionados al uso de redes sociales y creación de contenido informativo en la presente era digital.

Farias (2024) – “Relación entre el contenido periodístico y el uso de Facebook como fuente informativa en los estudiantes de periodismo del último ciclo de una universidad privada, Lima, 2023”. Esta tesis aborda una problemática actual: la forma en que los futuros

periodistas interactúan con las fuentes informativas en redes sociales. En un contexto de sobreinformación y creciente consumo digital, comprender esta relación es clave para evaluar la formación profesional y la calidad de la información que circula entre los estudiantes universitarios.

Además, el uso de Facebook como fuente informativa representa una dimensión crítica del periodismo moderno, donde la inmediatez y la accesibilidad pueden impactar en la rigurosidad del contenido consumido y reproducido por los futuros profesionales de la comunicación.

Este estudio se justifica por la necesidad de analizar cómo los estudiantes de periodismo consumen contenido periodístico y a qué tipo de fuentes recurren dentro de una plataforma de uso masivo como Facebook. A través de este análisis, se busca identificar patrones de consumo informativo que puedan orientar estrategias educativas, reforzar la formación ética y fortalecer la verificación de información.

Asimismo, contribuye al debate académico sobre el rol de las redes sociales en la construcción del criterio periodístico en etapas formativas. Sus objetivos se basan en explorar la relación entre el contenido periodístico y la fuente informativa de la red social Facebook, logra identificar los tipos de contenido periodístico, determina las fuentes informativas más utilizadas en la plataforma. Además de, analizar la relación estadística entre el contenido periodístico y las fuentes informativas empleadas.

El contenido del estudio en base al trabajo de uso de fuentes informativas de las redes sociales, tiene relación con el trabajo de suficiencia profesional. En este se determina la importancia de las fuentes de información mediante el uso de plataformas digitales. Iquitos al Rojo Vivo, también utiliza los mismos criterios periodísticos con el que se logra fortalecer la información emitida en sus contenidos.

Gatica (2021) – “De las aulas al campo de acción: Cubriendo noticias en la selva de San Martín”. La presente investigación es un trabajo de suficiencia profesional, cuyo propósito

es reflejar la experiencia periodística en la región San Martín, específicamente en los medios de comunicación, “Televisión Tarapoto” y “Antares TV & Radio”.

“Televisión Tarapoto”, un medio donde se puede resaltar el ejercicio del periodismo, en el cual el autor cuenta experiencias importantes para el ejercicio, cuando asumía funciones entre el 2015 y 2019 —como periodo anterior a la pandemia del COVID-19— durante este periodo el autor asumió diversas funciones periodísticas, no solo como reportero, sino también como conductor de noticias y director periodístico encargado.

“Antares TV & Radio”, es uno de los medios más importantes de la región San Martín, perteneciente al Grupo TV SAM, una empresa tele operadora de señal de televisión por cable, la misma que cuenta con un importante número de abonados en la región San Martín. En este medio se logró fortalecer el uso de herramientas digitales, logrando la integración de la radio y la televisión, impactando con la audiencia regional. Esta experiencia resulta útil para analizar las formas de comunicación que vienen realizando la red social Facebook Iquitos al Rojo Vivo.

También resalta el ejercicio periodístico de investigación en el programa televisivo “En Jaque” durante el periodo 2019-2020, también previo a la pandemia. En este espacio, se puede rescatar técnicas para la elaboración de reportajes que generaron impacto al revelar presuntos actos de corrupción en diversos niveles del aparato en la ciudad de Tarapoto.

Inca (2023) – “Influencia de Facebook en la comunicación de los niños de la IEP. N°72002, Asillo – Puno, Perú. 2023”. Esta tesis se desarrolla en base a la creciente exposición de los niños a plataformas digitales, y en la necesidad de comprender cómo estas herramientas moldean sus competencias comunicativas.

El autor plantea como objetivo principal, determinar cómo influye la red social Facebook en la comunicación de los niños de la IEP N°72002 en Asillo, Puno. Este estudio es relevante porque aborda un fenómeno actual: el impacto de las redes sociales en edades tempranas, especialmente en entornos rurales donde el acceso digital está en expansión. El enfoque cuantitativo y correlacional permitió examinar la relación entre el uso de Facebook y las habilidades comunicativas sin intervenir en el entorno escolar, lo que fortalece la validez de los hallazgos.

Se aplicó un cuestionario estructurado a 60 estudiantes de quinto y sexto grado, lo que permitió recolectar datos específicos sobre su interacción en línea. Los resultados mostraron una influencia significativa del uso de Facebook en la expresión y la interacción digital de los estudiantes, evidenciando que esta red social puede tener un rol activo en el desarrollo comunicativo infantil.

Si hablamos de fuente de información, en la comunicación, suele ser específica al ámbito periodístico, pero también puede ser adaptado a temas sociales y educativos. Si bien es cierto la tesis, analiza el comportamiento de menores de edad, los resultados indican que existe una influencia importante en el uso de la red social Facebook, en ese sentido nuestra investigación tiene ese objetivo, analizar el rol, su uso e influencia en todos los ámbitos informativos, sobre todo en zonas remotas del país, en este caso la selva de Loreto.

León (2023) - “Evaluación del tratamiento periodístico del periodismo ciudadano en los seguidores del Facebook Roger García Noticias”. Esta tesis se basa en evaluar el tratamiento periodístico del periodismo ciudadano, enfocándose en la percepción de los seguidores que utilizan las redes sociales. Este estudio analiza cómo los usuarios valoran la calidad informativa en una plataforma digital, en un contexto donde el periodismo ciudadano gana protagonismo en redes sociales.

El enfoque cuantitativo y descriptivo permitió obtener una visión clara del nivel de credibilidad que los seguidores otorgan al contenido compartido. La investigación utilizó una escala de Likert aplicada a 128 seguidores activos, quienes evaluaron aspectos como la objetividad, claridad y calidad informativa de la página.

Los resultados indicaron que la mayoría de los usuarios percibe un tratamiento periodístico adecuado y responsable, con contenido que cumple su función informativa y educativa. Esta conclusión resalta la importancia de promover prácticas responsables en el periodismo digital ciudadano, especialmente en plataformas donde la información se difunde con inmediatez y gran alcance.

Las características del tratamiento de la información instantánea, coinciden con el trabajo que desarrollo la red social Facebook Iquitos al Rojo Vivo, donde la idea no solo es emitir noticias con inmediatez, también, fomentando el uso responsable y adecuado de las

herramientas digitales. El análisis cuantitativo también coincide con las preferencias de los usuarios en Loreto, donde no solo esperan información rápida, si no, tener noticias con claridad y calidad.

Medina (2022) – “Actividad periodística desarrollada en los medios informativos de radio y televisión, en la ciudad de Tarapoto - Región San Martín”. La presente investigación es un trabajo de suficiencia profesional, el cual resalta la experiencia de la labor periodística en la selva de la región San Martín, específicamente en la ciudad de Tarapoto. Dentro de su estructura se transmiten espacios informativos, donde hay una explicación sobre el proceso de creación para radio y televisión, contextualizado en la coyuntura local y su entorno. Con notas locales, utilizando términos regionales de acuerdo a su cultura y tradición.

Este trabajo de suficiencia profesional tiene como objetivo, el eje central de la reflexión sobre las limitaciones y alcances que tiene el periodista en localidades aledañas. Logrando que las informaciones lleguen a comunidades nativas, indígenas, alejadas de la urbe. El autor explica los métodos y formas para poder alcanzar la cobertura en gran parte de los espacios selváticos, incluso, desafiando a la falta de conectividad por la poca señal de telefonía e internet. Este antecedente es valioso para la presente investigación, debido a que ofrece una perspectiva de la realidad y comprometida con el trabajo periodístico regional, donde la cultura, el espacio geográfico, la tecnología, constituyen un desafío constante para el flujo de las informaciones.

Mickle (2023) – “Retos del periodismo en la Oficina General de Comunicaciones del Ministerio de Salud en un contexto de la pandemia Covid-19. Periodo marzo 2019 – diciembre 2021”. Esta tesis se desarrolla en una etapa particularmente compleja, donde cobra relevancia por abordar una de las coyunturas más significativas de la historia reciente del país. El estudio se centra en analizar de manera detallada el rol desempeñado por la Oficina de Comunicaciones del Ministerio de Salud (MINSA), observando cómo dicha entidad articuló estrategias comunicacionales digitales en medio de una transición abrupta: desde una etapa denominada como, normalidad hasta una situación de emergencia nacional.

Las estrategias de información, prevención y contención fueron vitales para enfrentar el avance del virus y coordinar la respuesta social. Evaluar dichas estrategias permite analizar

los contenidos interactivos generados y las acciones informativas implementadas por la Oficina de Comunicaciones del Ministerio de Salud. El estudio también analiza el uso de plataformas digitales, campañas de sensibilización y comunicados oficiales en el contexto de la pandemia, logra evaluar el impacto del discurso institucional en la percepción y el comportamiento de la ciudadanía frente a la crisis sanitaria.

Las fechas de esta tesis coinciden con el año en que la plataforma digital Iquitos al Rojo Vivo, empezó a generar contenido, teniendo como punto de referencia las estrategias comunicacionales en medio de restricciones, siendo parte de nuevos métodos y acciones que permitieron fortalecer la comunicación digital en el mismo contexto de pandemia.

Núñez (2024) – “Caso de estudio: influencia del contenido digital en las redes sociales: caso Doña Churrita”. Este antecedente logra ser importante porque resalta las formas de generar contenido en el soporte digital, evaluando a la vez nuevas estrategias de marketing en redes sociales, teniendo definido un público objetivo y estratégico.

Este trabajo de suficiencia profesional, además de generar contenidos con alcance en redes sociales, también logra obtener un impacto económico.

Dentro de los principales objetivos de este trabajo, están la creación de contenido para lograr interacción y alcance en las redes sociales, aplican métodos peculiares respecto al producto al cual intentan fomentar. Es importante indicar que también analiza aspectos claves para conocer la psicología del público objetivo adaptando el contenido a sus formas de vida y sobre todo, logrando llegar a ocupar métricas importantes de las estadísticas que emite las redes sociales en la actualidad. Finalmente, se presentará una serie de recomendaciones basadas en el análisis del caso, enfocadas en la creación o mejora de contenido digital, de acuerdo con los objetivos que la empresa haya establecido para el social media marketing.

Santos (2023) - “Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según los profesionales de La República, El Comercio y RPP, Lima -2022”. Esta tesis se enfocó en analizar el perfil profesional del periodista en el entorno digital, con base en las percepciones de periodistas de tres de los principales medios peruanos: *La República*, *El Comercio* y *RPP*. La investigación se sustenta en la necesidad de identificar las habilidades, conocimientos y actitudes que definen hoy al periodista digital. Resalta la importancia de dominar áreas como

redacción en línea, producción de contenido multimedia, manejo de redes sociales, gestión de plataformas digitales y posicionamiento SEO, competencias que antes no eran prioritarias en el perfil clásico del periodista.

La importancia del estudio radica en que ofrece una mirada actualizada sobre el impacto de la digitalización en el quehacer periodístico, un fenómeno que obliga a los medios tradicionales a reinventar sus dinámicas de producción y difusión informativa. En ese marco, los periodistas no solo deben adaptar sus rutinas, sino también desarrollar nuevas competencias que les permitan interactuar eficazmente con herramientas digitales.

El objetivo es comprender cómo estos profesionales interpretan los retos y exigencias del ecosistema digital en su ejercicio diario, especialmente en un contexto marcado por la transformación tecnológica y la convergencia mediático. El estudio concluye que el perfil profesional del periodista se ha transformado de manera profunda. Los medios tradicionales en Perú mantienen una fuerte presencia digital, lo que obliga a los periodistas a capacitarse constantemente para mantenerse relevantes.

Dentro de la suficiencia profesional en Iquitos, también se han logrado planificar y aplicar estrategias que han permitido al autor de este trabajo, plantear métodos simples de comunicar, con más ideas, interactividad, creatividad e información al instante. De esta manera, los puntos claves de la investigación coinciden con lo que plantea la red social Facebook Iquitos Al rojo vivo.

Sumarriva (2024) – “Toda la verdad sobre la producción de noticieros y programas periodísticos en tres décadas de experiencia”. Este trabajo de suficiencia profesional se basa en la trayectoria profesional de la autora con respecto a la producción de noticieros y programas de televisión de corte informativo. Incluye métodos de aprendizaje en el campo de acción profesional, relatando la importancia del tiempo de servicio de la persona en la aplicación de contenidos que se van adaptando conforme avanza el tiempo y cambian los métodos del uso de las fuentes de información en el periodismo.

El trabajo de suficiencia profesional enfoca el uso de las nuevas herramientas tecnológicas que se emplean en las nuevas plataformas de difusión de noticias, adaptándose así a la transformación del trabajo periodístico, sin dejar de lado el propósito primordial de la

comunicación social, el cual propone contenido útil a los usuarios, resalta los retos en la toma de decisiones. Esta investigación determina que el trabajo periodístico ha podido adaptarse a un modelo distinto de comunicación social, utilizando nuevas plataformas y estrategias acorde al interés del público, generando interés y expectativas.

Ternero (2020) – “La comunicación digital de Oxxo mediante Facebook ante contexto de covid-19 en los meses de marzo y mayo del año 2020”. es una investigación (tesis) que se adapta al presente trabajo de suficiencia profesional, debido a que constituye un antecedente relevante y pertinente al desarrollo de la presente investigación, debido a que hace énfasis en el análisis sobre las publicaciones que se realizan en la red social Facebook, como una herramienta de comunicación en un contexto de crisis sanitaria.

Temporalmente esta tesis se gesta en las fechas en que la página de Facebook Iquitos al Rojo Vivo inicia sus actividades. Su público objetivo es la tienda Oxxo, donde evalúa el nivel de contenidos realizados, planteando un enfoque mixto para poder lograr alcances importantes según la metodología aplicada.

El estudio de esta investigación focaliza tres objetivos específicos, las mismas que se han ido desarrollando de la siguiente manera; analizando el interfaz que utiliza Oxxo a través de su cuenta de Facebook antes y durante la pandemia, seguidamente, determinar cómo responden los usuarios ante los contenidos generando interacción, por otro lado, identificar, a través de su página de Facebook, el nivel de contenidos tuvo altos y bajos niveles de alcance, teniendo en cuenta la cantidad de publicaciones y las reacciones en los usuarios.

Vásquez (2023) – “La información periodística de medios informativos del Perú en televisión, TikTok, y la credibilidad de los ciudadanos, Los Olivos 2023”. Esta tesis parte de una problemática crítica en el periodismo contemporáneo: la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación, especialmente en un contexto de sobreinformación y desinformación. La confianza del público es clave para la influencia de los medios, y esta investigación se propuso determinar la relación entre la información periodística difundida por televisión y TikTok, y la credibilidad de los ciudadanos en el distrito de Los Olivos, Lima.

La justificación del estudio radica en la creciente popularidad de plataformas como TikTok, que hoy compiten con los medios tradicionales en la difusión de contenido informativo. Ante la rápida expansión de estas nuevas formas de comunicación, era necesario explorar cómo los ciudadanos perciben la veracidad y la manipulación de la información, especialmente en un entorno local donde los medios aún juegan un rol relevante en la opinión pública.

Con un enfoque cuantitativo de tipo correlacional, el estudio abordó tres objetivos específicos: evaluar la relación entre entrevistas periodísticas y desconfianza, entre enlaces en vivo y desinformación, y entre notas informativas y manipulación. Los resultados revelaron una correlación moderada pero no significativa entre el consumo de información periodística en televisión y TikTok y la credibilidad percibida por los ciudadanos.

Este hallazgo indica que, en este caso, no se puede confirmar una relación directa entre el tipo de información consumida y el nivel de confianza pública. La investigación aporta así una visión crítica sobre la eficacia del periodismo actual en contextos urbanos y digitales, dejando abierta la puerta a futuras exploraciones más profundas sobre la construcción de la credibilidad mediática.

En lo que concierne la red social Facebook y Tik tok, ambas tienen relación con Meta, es decir miden los mismos indicadores, es por eso que se cita la investigación, donde no solo definimos el rol de la plataforma, también el porcentaje de uso y el nivel de confianza que existe entre usuarios y los que dirigen la página Iquitos al rojo vivo.

Albornoz y Luján (2020) - Este artículo representa un aporte significativo al análisis del uso de redes sociales en el periodismo digital peruano, especialmente a través del uso de Facebook Live como herramienta de cobertura y transmisión de noticias en tiempo real. El trabajo cobra relevancia en un contexto donde la inmediatez informativa y la participación ciudadana son cada vez más valoradas por las audiencias. En el Perú, plataformas como *La República*, *El Comercio* y *RPP Noticias* han adaptado sus rutinas periodísticas para incorporar transmisiones en vivo, facilitando el contacto directo con el usuario.

El principal objetivo del estudio fue analizar el comportamiento de los usuarios digitales peruanos frente al consumo de noticias mediante Facebook Live, así como observar la manera en que los medios digitales gestionan esta herramienta como parte de su estrategia

comunicativa. El trabajo se justifica por la necesidad de comprender cómo la digitalización ha transformado la forma en que se produce, distribuye y consume la información. En un país con alto uso de redes sociales, resulta esencial evaluar el impacto de estas plataformas en el acceso a noticias y en el fortalecimiento de la cultura participativa en entornos digitales.

Uno de los logros más destacados y que se ajusta con el trabajo de suficiencia profesional es que los autores logran evidenciar que Facebook Live promueve la hipertextualidad, la convergencia mediática y la participación del público, características clave del nuevo ecosistema informativo. Se identificó además que esta herramienta ha cambiado la rutina del consumidor digital peruano, quien ahora valora la inmediatez, la interacción en tiempo real y la accesibilidad del contenido informativo.

“Esta herramienta ha cambiado la forma en que los usuarios digitales peruanos se informan, integrando características de los nuevos medios como la convergencia mediática, la hipertextualidad y la cultura participativa” Albornoz & Luján (2020), p. 67.

Frances (2023) _ El libro “*La verdad sobre Facebook*”, constituye un testimonio clave para comprender cómo los algoritmos de esta red social influyen directamente en el ecosistema informativo y en la salud democrática de las sociedades. Haugen, exingeniera de datos de la propia empresa, revela cómo Facebook prioriza el contenido que genera mayor interacción emocional, incluso a costa de promover noticias falsas, desinformación o polarización. Este libro logró exponer públicamente cómo las decisiones internas de la compañía afectan la seguridad informativa global. Su publicación abrió debates en medios y foros académicos sobre la necesidad de mayor regulación y transparencia en el manejo de los datos y algoritmos en redes sociales.

Su importancia radica en que, por primera vez, una trabajadora de alto rango detalla con evidencia interna cómo las plataformas como Facebook favorecen la viralización de contenido polarizada, afectando la calidad del periodismo y el acceso a información verificada.

“Facebook sabía que sus algoritmos promovían desinformación y contenido divisivo, pero eligió no actuar porque eso significaba perder dinero” Haugen (2023), p. 104

Este libro es relevante para nuestro trabajo de suficiencia profesional porque permite entender cómo las decisiones algorítmicas de una red social tan masiva como Facebook afectan no solo el tipo de noticias que consumen los usuarios, sino también los valores democráticos relacionados con la libertad de expresión y el derecho a una información plural.

Antecedentes Internacionales:

Camacho & Figueroa (2024) - “*Comunicación política e ideología en Facebook*”. La tesis realizada sobre las elecciones a la Alcaldía de Bucaramanga en 2023 constituye un valioso antecedente internacional sobre el uso de Facebook como canal estratégico de comunicación. Este trabajo tuvo como objetivo analizar cómo los candidatos de diferentes tendencias ideológicas utilizaron dicha plataforma para difundir sus mensajes políticos, aplicando un enfoque mixto que combinó el análisis de contenido con la interpretación discursiva.

Los resultados evidenciaron diferencias marcadas en las estrategias comunicativas según la ideología de cada candidato, demostrando que Facebook no solo es una herramienta de difusión, sino también un espacio donde se construye y proyecta la identidad política. Esta diferencia en la construcción del mensaje resalta el papel que juegan las redes sociales en la configuración del discurso político, donde no solo se transmite información, sino que se busca persuadir e influir en el electorado mediante recursos simbólicos, emocionales e ideológicos.

Este estudio demuestra la importancia de comprender las redes sociales como escenarios donde se libra una competencia comunicativa que va más allá de lo informativo, involucrando elementos de imagen, posicionamiento y narrativa. La plataforma Facebook, por su alcance y naturaleza interactiva.

El trabajo de suficiencia profesional se relaciona con la presente tesis en los estudios sobre comunicación digital, ya que demuestra cómo el uso estratégico de redes sociales puede modificar la relación entre emisor y receptor, y cómo influye en la construcción de credibilidad, fuentes de información, también aporta en que la creación de contenido puede establecer el posicionamiento de una plataforma en un espacio global.

Fedra, Sulca & Tolaba (2021) _ Instanoticias en el ámbito salteño: ¿nuevas formas de hacer periodismo? El presente trabajo de investigación, realizado en Argentina, se enfoca en el análisis del uso periodístico de la red social Instagram por parte de medios digitales salteños. Teniendo en cuenta que todas las aplicaciones de Meta, tienen parecidas características por su fuerte componente visual, la brevedad en los formatos y la instantaneidad, lo cual ha planteado nuevos desafíos para el ejercicio del periodismo en entornos digitales.

El estudio logra analizar cómo las características propias de Instagram —como su estética, espectacularidad y predominancia de la imagen— influyen en la construcción del discurso informativo. En este sentido, los autores buscan examinar si se respetan los fundamentos esenciales del periodismo, tales como la rigurosidad, el chequeo de fuentes, la objetividad y el equilibrio, dentro de un entorno dominado por la inmediatez y la conexión emocional por encima de la profundidad informativa.

El análisis se centra en tres medios digitales de la provincia de Salta: Noticias Políticas, El Influencer y Todo Salta Noticias. A través de ellos, se estudia cómo utilizan herramientas propias de Instagram —como los hashtags, las stories, IGTV, reels y galerías de imágenes— para difundir información, y cómo el formato condiciona lo que se comunica. También se consideran aspectos como la retórica visual, el uso del texto o la combinación texto-imagen, el número de seguidores y la interacción con los usuarios, como indicadores clave del impacto y efectividad de la comunicación periodística en esta red social.

Este trabajo de suficiencia profesional aporta un antecedente a lo que planteamos en este trabajo de suficiencia profesional ya que evaluamos el periodismo en medios digitales, en zonas donde se adaptan estrategias comunicativas a las dinámicas de Meta, determinando el uso de herramientas adecuadas que permiten el uso ágil de la plataforma, fomentando alcance con un contenido serio y directo. Puntos claves que aplicada la red social Facebook Iquitos al Rojo Vivo, en el proceso de los años de experiencia.

Cheng et al. (2020) _ Existe una fuerte relación entre la frecuencia de uso de Facebook y la confianza que los usuarios depositan en la información que encuentran allí. En su estudio con más de 600 usuarios estadounidenses, encontraron que:

“Cuanto más intensamente una persona usa Facebook, más tiende a confiar en su capacidad para evaluar la veracidad de las noticias que encuentra en la plataforma” Cheng (2020), p. 2.

En la era digital, Facebook ha pasado de ser una simple red social a convertirse en una de las principales plataformas de difusión de noticias a nivel global. Su algoritmo prioriza el contenido que genera mayor interacción, lo que acelera la difusión instantánea de información, pero también plantea riesgos relacionados con la veracidad, la polarización y el consumo superficial.

Este fenómeno se agrava con el comportamiento impulsivo de los usuarios: un estudio publicado por Nature Human Behavior reportó que más del 70 % de los enlaces compartidos en redes sociales como Facebook no son leídos antes de ser compartidos, lo que fomenta una circulación automática y acrítica de contenido.

Hargreaves (2018) _ En el análisis del ecosistema digital, se observa que la personalización algorítmica de Facebook no solo optimiza la experiencia de usuario, sino que también produce distorsiones informativas significativas. Según Hargreaves et al. (2018), incluso aquellos usuarios intencionalmente configurados como neutrales experimentan sesgos relevantes en los primeros lugares del News Feed: “Our results indicate that a significant bias exists and it is more prominent at the top position of the News Feed. In addition, we found that the bias is non-negligible even for users that are deliberately set as neutral with respect to their political views.” (p. 3) Esto evidencia que, aun sin interacción previa, los usuarios están expuestos a contenidos que refuerzan ciertos patrones y perspectivas, lo que facilita la formación de burbujas de filtro que limitan la diversidad informativa.

González (2023) - Aunque la mayoría de estudios sobre sesgos algorítmicos de Facebook se centran en EE.UU., su impacto también es evidente en América Latina a través de la influencia sobre la percepción de los usuarios hispanohablantes y la desinformación política. Según un estudio realizado con la colaboración de Meta, al analizar 208 millones de usuarios estadounidenses, Sandra González-Bailón advierte que:

“No podemos desvincular lo que es algorítmico de lo que es social” González (2023)

Esto implica que la segregación ideológica en Facebook —reforzada por algoritmos— también puede observarse en contextos latinoamericanos, dado el uso intenso de redes sociales en la región y la menor robustez de los sistemas de verificación de contenido en español.

El hallazgo más relevante del estudio indica que el contenido etiquetado como falso circuló casi en un 97 % dentro de audiencias conservadoras, reflejando una segregación estructural que favorece la exposición selectiva y confirma la propensión a formar cámaras de eco informativas.

Este artículo sirve como antecedente internacional por que analiza el comportamiento de los usuarios y explica como las fuentes informativas acceden a un nivel de confianza y credibilidad de acuerdo al estudio de las métricas de las redes sociales en Latinoamérica.

Otras teorías:

Teoría de la Agenda Setting

La teoría del *Agenda Setting*, desarrollada por McCombs y Shaw (1972), plantea que los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en la construcción de la realidad social, no solo a través de la difusión de información, sino principalmente mediante la selección, jerarquización y reiteración de determinados temas. Según los autores, “los medios pueden no ser exitosos diciéndole a la gente qué pensar, pero son sorprendentemente exitosos diciéndole a la gente sobre qué pensar” (McCombs & Shaw, 1972, p. 177), lo que implica que la relevancia social de un tema está fuertemente condicionada por la atención que los medios le otorgan.

Esta teoría ha sido ampliamente validada en estudios posteriores y ha evolucionado para adaptarse a los nuevos entornos comunicativos, especialmente al periodismo digital y a las plataformas de redes sociales. En el contexto actual, la agenda ya no se construye únicamente desde los medios tradicionales, sino que se ve influenciada por dinámicas digitales como la viralización de contenidos, la interacción de los usuarios y el funcionamiento de los algoritmos de recomendación.

En el periodismo digital peruano, la teoría del *Agenda Setting* permite comprender cómo los medios que operan en plataformas como Facebook influyen en la percepción pública de los temas considerados prioritarios. A través de la selección constante de contenidos vinculados a la seguridad ciudadana, la política, la coyuntura regional o los temas virales, los medios digitales no solo informan, sino que orientan la atención de sus audiencias hacia determinadas problemáticas, relegando otras que podrían tener igual o mayor importancia social.

Asimismo, la lógica algorítmica de las redes sociales refuerza este proceso de construcción de agenda. Las publicaciones que generan mayores niveles de interacción —medidos en “me gusta”, comentarios y compartidos— tienden a obtener una mayor visibilidad en los muros de los usuarios, lo que amplifica ciertos temas y limita la difusión de otros. De esta manera, el algoritmo actúa como un filtro adicional que fortalece la agenda mediática, potenciando contenidos que se ajustan a los intereses predominantes del público y a las estrategias digitales de los medios.

En este sentido, Facebook deja de ser únicamente un canal de difusión para convertirse en un actor activo dentro del proceso de *Agenda Setting*, ya que su estructura tecnológica influye directamente en qué contenidos alcanzan mayor exposición y permanencia en la esfera pública digital. Esto genera una agenda informativa condicionada tanto por las decisiones editoriales del periodista como por los mecanismos automatizados de la plataforma.

Finalmente, esta perspectiva teórica se vincula directamente con el trabajo de suficiencia profesional, ya que permite analizar cómo el uso estratégico de temas vinculados a la coyuntura regional y social contribuye a la construcción de una agenda pública digital. El estudio de los algoritmos y de los patrones de difusión en redes sociales evidencia cómo los medios digitales refuerzan determinados discursos y prioridades informativas, consolidando su influencia en la opinión pública dentro del ámbito regional.

Relación entre Agenda Setting y Algoritmos:

En el ecosistema digital actual, este proceso se ha transformado profundamente debido a la intermediación de los algoritmos de las plataformas digitales. En el contexto de las redes

sociales, la relevancia de una noticia ya no depende exclusivamente del juicio periodístico, sino también de cómo los algoritmos de plataformas como Meta (Facebook) organizan, priorizan y distribuyen los contenidos para cada usuario. Esta lógica da lugar a lo que diversos autores denominan *Agenda Algorítmica*, entendida como el conjunto de criterios automatizados que determinan qué información es visible, cuándo y para quién.

De acuerdo con Napoli (2014), los algoritmos actúan como nuevos *gatekeepers*, reemplazando parcialmente el rol tradicional de los editores en la construcción de la agenda informativa. La Agenda Algorítmica introduce variables como la interacción previa del usuario, el contenido emocional, la viralidad y el tiempo de permanencia, lo que modifica sustancialmente los principios clásicos del Agenda Setting. En lugar de una agenda común y compartida, se generan agendas personalizadas, fragmentadas y dinámicas, donde ciertos temas adquieren mayor visibilidad no por su relevancia social, sino por su capacidad de generar reacciones inmediatas. Esto implica que el poder de influencia sobre la opinión pública se desplaza desde los medios hacia las plataformas tecnológicas que controlan los sistemas de recomendación.

En consecuencia, para comprender el verdadero alcance de una página informativa en la opinión pública regional, resulta indispensable analizar esta intersección entre Agenda Setting y Agenda Algorítmica. La visibilidad y el impacto de los contenidos periodísticos ya no se explican únicamente por la intención editorial, sino por la lógica algorítmica que regula su circulación. En contextos regionales, como los medios locales en entornos digitales, esta dinámica condiciona qué problemáticas logran posicionarse en el debate público y cuáles permanecen invisibilizadas, influyendo directamente en la formación de la opinión pública.

Teoría del Encuadre (Framing)

La teoría del encuadre (*Framing*), planteada inicialmente por Erving Goffman (1974) y posteriormente desarrollada por Robert Entman (1993), sostiene que los medios de

comunicación influyen no solo en los temas que la audiencia considera relevantes, sino también en la manera en que estos son interpretados y comprendidos. A diferencia de otras teorías de la comunicación, el *framing* se centra en el enfoque, la narrativa y la presentación del mensaje, elementos que orientan la construcción de significados en la opinión pública.

Entman (1993) define el encuadre como “el proceso de seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto comunicativo” (p. 52), con el objetivo de promover una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y, en algunos casos, una recomendación de tratamiento. De este modo, el encuadre actúa como un marco interpretativo que condiciona la lectura que el público hace de los acontecimientos noticiosos.

Esta teoría resulta especialmente pertinente para el análisis del periodismo digital en plataformas como Facebook, donde la primera impresión del contenido suele construirse a partir de titulares breves, imágenes impactantes, uso de emojis, colores llamativos y fragmentos de texto diseñados para captar la atención inmediata del usuario. En este entorno, el encuadre puede influir incluso antes de que el lector acceda a la información completa, orientando su percepción inicial del hecho noticioso.

En el contexto peruano, caracterizado por una alta competencia entre medios digitales y un consumo informativo acelerado, el encuadre noticioso en redes sociales responde tanto a criterios editoriales como a estrategias orientadas a maximizar el alcance y la interacción. Los medios recurren a determinados enfoques narrativos —como el énfasis en el conflicto, la emocionalidad o la polémica— para destacar sus contenidos frente a la saturación informativa, lo que puede reforzar estereotipos, posicionamientos políticos o interpretaciones específicas de la realidad social.

Asimismo, el funcionamiento de los algoritmos de las redes sociales influye en la selección de encuadres, ya que los contenidos que generan mayor reacción emocional tienden a obtener mayor visibilidad. Esto convierte al *framing* en una herramienta estratégica dentro del periodismo digital, al permitir que los medios adapten la presentación de la información a las dinámicas de consumo de la audiencia sin dejar de cumplir su función informativa.

En relación con el trabajo de suficiencia profesional, la teoría del encuadre permite analizar cómo plataformas informativas regionales, como **Iquitos al Rojo Vivo**, desarrollan estrategias comunicativas orientadas a mantener la atención y la interacción constante de los usuarios en un entorno altamente competitivo. El uso de encuadres específicos en la cobertura de hechos de coyuntura local evidencia la aplicación consciente de recursos narrativos y visuales para alcanzar objetivos de posicionamiento, alcance e impacto dentro del ecosistema digital regional.

Teoría de la Espiral del Silencio

La teoría de la espiral del silencio, desarrollada por Elisabeth Noelle-Neumann (1974), sostiene que las personas tienden a silenciar sus opiniones cuando perciben que estas se encuentran en minoría, debido al temor al aislamiento social o al rechazo por parte del grupo. Este comportamiento responde a una necesidad humana de aceptación y pertenencia, lo que influye directamente en la manera en que los individuos participan en el debate público.

Según Noelle-Neumann (1995), “quien piensa que está en minoría tiende a quedarse callado, mientras que quienes creen formar parte de la mayoría se expresan con más seguridad” (p. 6). En el ámbito mediático, esta dinámica se ve reforzada cuando los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, presentan una narrativa predominante que define qué posturas son socialmente aceptadas y cuáles quedan marginadas.

En el contexto de las redes sociales, especialmente en plataformas como Facebook, la espiral del silencio adquiere nuevas dimensiones. La visibilidad de las reacciones, comentarios y compartidos permite a los usuarios evaluar rápidamente cuál es la opinión dominante, lo que influye en su decisión de participar o no en la conversación. De esta manera, la interacción digital se convierte en un espacio donde la expresión de opiniones está condicionada por la percepción de aprobación social virtual.

En el periodismo digital peruano, se observa que determinadas publicaciones noticiosas generan una participación desigual, en la que las opiniones alineadas con la narrativa predominante reciben mayor respaldo, mientras que las posturas disidentes tienden a disminuir o desaparecer. Esto ocurre especialmente en temas sensibles como política,

seguridad ciudadana o conflictos sociales, donde la presión del entorno digital puede inhibir la expresión de puntos de vista alternativos.

Asimismo, el diseño de la plataforma y sus mecanismos de interacción —como la jerarquización de comentarios, la visibilidad de reacciones y la moderación de contenidos— contribuyen a reforzar la espiral del silencio. Estos elementos no solo influyen en la circulación de la información, sino también en la construcción de una opinión pública aparentemente homogénea, que no siempre refleja la diversidad real de pensamientos existentes en la sociedad.

En relación con el trabajo de suficiencia profesional, la teoría de la espiral del silencio permite analizar cómo la presentación de contenidos y la dinámica de interacción en medios digitales regionales influyen en la participación de los usuarios. Comprender este fenómeno resulta clave para evaluar el impacto social del periodismo digital, así como para reflexionar sobre la responsabilidad de los medios en la promoción de espacios informativos más inclusivos, donde se fomente el respeto y la pluralidad de opiniones.

Figura 1: Composición de capturas de pantalla de la página Iquitos al Rojo Vivo, la misma que demuestra la aplicación de las teorías de la agenda Setting, Encuadre y Espiral.



Figura 2: Composición de capturas de pantalla de la página Loreto Informa News, la misma que demuestra la aplicación de las teorías de la agenda Setting, Encuadre y Espiral.



Figura 3: Composición de capturas de pantalla de la página Otorongo News Loreto, la misma que demuestra la aplicación de las teorías de la agenda Setting, Encuadre y Espiral.



CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS

Actividades

La principal actividad de la red social Iquitos al Rojo Vivo, es brindar información inmediata y con fácil accesibilidad, donde el compromiso de los colaboradores es en función a de los principios al momento de recoger los hechos noticiosos en tiempo real y desde los distintos puntos de la región. Así mismo, brindar información en vivo, teniendo en cuenta los aspectos técnicos para una limpia transmisión. Estos contenidos informativos son elaborados de manera precisa, concisa y con un lenguaje acorde a la región e idiosincrasia.

El uso de recursos visuales y titulares atractivos, también llamativos, logra generar la viralización en esta página de Facebook. Así mismo, se toma en cuenta la participación ciudadana, desde el lugar de los hechos, como son los testigos presenciales, autoridades locales y actores sociales. Haciendo uso de las nuevas tecnologías, por otro lado, la empresa periodística, tiene el compromiso de monitorear constantemente la agenda pública, teniendo en cuenta los temas de interés ciudadano, regional, como la inseguridad, educación, minería ilegal, denuncias vecinales, conflictos sociales, tala ilegal, narcotráfico, entre otros.

La empresa periodística Iquitos al rojo Vivo, tiene como responsabilidad social visibilizar los problemas de la comunidad y que estas sean demandas sean canalizadas a las instituciones pertinentes. Acoger constantemente las denuncias ciudadanas a través nuestra plataforma de denuncias vía WhatsApp.

Iquitos al rojo vivo además de ser una empresa periodística orientada a la producción, difusión e interacción de contenidos interactivos, tiene una actividad comercial basada en la publicidad digital y televisiva, con banners publicitarios con marcas locales y regionales que apuestan por la empresa periodística, debido a la forma de la cobertura periodística con credibilidad que ha logrado la aceptación entre los anunciantes para posicionar sus productos y servicios. Así mismo, se considera como otra fuente de ingresos complementarios, la monetización de Facebook, el cual contribuye económicamente a la página. Los ingresos por esta vía alcanzan los 1.500 dólares mensuales, según el alcance que pueda generar la página.

Es por eso que la actividad visual contribuye fundamental como estrategia económica del medio, logrando una rentabilidad digital.

Iquitos al Rojo Vivo:

A 5 años de haber iniciado sus acciones informativas, la red social Facebook Iquitos Al Rojo Vivo ha logrado posicionamiento en el mercado como plataforma digital informativa, generando interacción de sus usuarios con contenidos en vivo en la red social Facebook y la Televisión por Cable, cuya duración abarca 60 minutos por programa emitido en tres ediciones por día.

Iquitos Al rojo Vivo, Sociedad Anónima Cerrada es una empresa periodística formalizada en la Superintendencia Nacional Registros Públicos (SUNARP), el 7 de diciembre del 2020, dentro del contexto de la pandemia por la COVID_19. Su impacto a través de la forma peculiar de informar fue importante, logrando sumar un gran número de seguidores, casi 20 mil en sus inicios.

Las actividades periodísticas de la red social Facebook Iquitos Al rojo vivo inician a diario a las 6:00 de la mañana, con una cobertura total en los distritos metrópolis de la provincia de Maynas, los reporteros se desplazan por el norte en el distrito de Punchana, al sur por Belén y San Juan y en el centro Iquitos. El equipo se encarga de alimentar de reportes en vivo en el noticiero matutino, en tanto el equipo de la plataforma de redes, monitorea y genera contenido para publicar con posts de cada suceso ocurrido durante la jornada periodística.

La actividad periodística recae en mi persona, desde mi ingreso a la empresa en el mes de enero del año 2022, en un momento en que la información inmediata a través de las redes sociales se volvió fundamental para una sociedad que había atravesado un contexto completo debido a la pandemia por la COVID 19. Me incorporación al equipo de trabajo se inició como coordinador de redes sociales de la plataforma digital Iquitos al Rojo Vivo. En la primera etapa de mis responsabilidades era conocer y ubicar a mi audiencia y público objetivo, y a partir de ello es que mi trabajo consistía en elaborar contenido para hacer que la información sea más directa e interactiva. Desde las primeras horas me encargaba de evaluar las

informaciones más interesantes y plantear un enfoque distinto, todo basado en la coyuntura social y política. De esta manera logré generar importante alcance, incluso notas virales, caso “la novia de Bagua”.

Para lograr los objetivos, también realicé labores de corrección de textos, diseño, cambiando el tono de la noticia y promoviendo el interés de la audiencia. En ese contexto, a los tres meses, desarrollé diseño gráfico con aplicaciones de uso inmediato y desde el celular. Así, podíamos estar en el campo de acción y a la vez trabajar diseños ya elaborados mediante plantillas. Esto permitía dar inmediatez y calidad a la información emitida. Las actividades que se detallan, los vengo realizando desde enero del 2022 a la actualidad.

2.1.1. Post de Facebook:

Desde el inicio a la actualidad, mi trabajo en la plataforma digital *Iquitos al Rojo Vivo*, se llevó a cabo a través de diversas dinámicas, asumiendo roles profesionales desempeñando entre ellas, la creación y gestión de contenidos multimedia de corte informativo, centrado en la cobertura de hechos policiales, sociales, espectáculos y política. Una de mis principales responsabilidades fue la elaboración de publicaciones informativas en Facebook, con redacciones y narrativas noticiosas acompañados de imágenes, videos o enlaces hacia nuestro sitio web, un trabajo integro donde se logra la convergencia de medios.

Así mismo, logré optimizar cada publicación utilizando conectores digitales como hashtags, emoticones y otros recursos interactivos, con el objetivo de generar reacciones, comentarios y compartidos entre los seguidores de la página y audiencia en general. Gracias a este trabajo, logramos incrementar significativamente el alcance y la participación del público en nuestras plataformas digitales.

2.1.2. Transmisiones en vivo por Facebook:

En la plataforma digital *Iquitos al Rojo Vivo*, además del contenido visual, me enfoqué en la realización de transmisiones en vivo a través de Facebook Live, priorizando la información en tiempo real como una herramienta clave para el crecimiento de la plataforma.

Esta modalidad se vio fortalecida en los primeros seis meses de mi experiencia profesional, permitiendo una interacción inmediata con la audiencia: los seguidores reaccionaban, comentaban y compartían los contenidos en cuestión de segundos, lo que impulsaba la difusión de la noticia. Gracias a ese enfoque, logré posicionar a la página Iquitos al Rojo Vivo como una fuente informativa instantánea y confiable, además de que los contenidos generaban cercanía con los seguidores, quienes participaban activamente aportando datos o testimonios que enriquecían el desarrollo de la noticia. De esta manera cumpla con lograr una de las características del periodismo digital en el sentido de la interactividad.

2.1.2.1. Casos de Estudio:

El caso “Chanaquito”

Un ejemplo de cómo las transmisiones en vivo pueden generar impacto como fuente de información instantánea, es el caso “Chanaquito, un joven que transmitió en vivo durante 20 horas a través de Facebook, el rescate de un niño de nombre Jesús Mateo, quien cayó a un pozo angosto de aproximadamente 15 metros de altura y 20 centímetros de diámetro. Desde el inicio de la transmisión, hasta el final, se observó la gran cantidad de interacción en la mencionada red social, gente conectada que llegaba a los 200 mil, apoyo social, rebote de la información, la mayoría de medios se colgaba del hecho noticioso y actualiza sus agendas al momento. El trabajo del joven Eli Tuanama conocido como “chanaco”, llegó hasta medios internacionales y también motivó la presencia de bomberos, rescatistas, Policía Nacional, apoyo social para la familia del niño. Este antecedente ocurrió el 28 de febrero en la localidad de Orellana, distrito de Vargas Guerra, provincia de Ucayali, región Loreto.

Figura 4: Video nota donde se resalta el accionar del comunicador social.



Fuente: Cuenta de You tube del diario La República.

Figura 5: Muestra su celular como una herramienta de trabajo de su Facebook live.



Fuente: Captura de pantalla de la cuenta de Facebook Chanako T M Heli

En esta captura de pantalla de una de las publicaciones hechas por Heli Tuanama, realizadas en su cuenta oficial. Él paso de 3 mil seguidores a 150 mil seguidores en cuestión de 20 horas, tras un Facebook Live, basado en un tema de impacto, en este caso el rescate de un niño de 1 año 6 meses de edad.

El caso “Mila”:

El tratamiento periodístico del *Caso Mila* en la región Loreto constituye un ejemplo relevante de **seguimiento informativo** que permite evaluar el rigor del periodismo frente a las críticas asociadas al consumo superficial de información en redes sociales. Este seguimiento evidenció el uso de fuentes diversas y contrastadas, así como la reconstrucción progresiva de los acontecimientos y sus consecuencias institucionales. En ese sentido, la cobertura del Caso Mila supera la lógica de la viralización inmediata y fragmentada propia de las plataformas digitales.

Este caso en la actualidad ha cumplido sus niveles de seguimiento y respuesta, determinando que el padrastro acusado de violación hoy se encuentre sentenciado a 35 años de cárcel y prófugo de la justicia, la madre de “mila”, actualmente, también sentenciada por exponer a la víctima. Así como, la menor, hoy se recupera en un centro de acogida con acompañamiento profesional.

Figura 6: Composición de fotos que evidencian el seguimiento y presión mediática del inicio, proceso y final con sentencia del caso “mila” con fechas 10 de agosto del año 2023, finalizando el 18 de setiembre del año 2025.



Fuente: Captura de pantalla de la página Iquitos al Rojo Vivo.

El caso “Santa Rosa de Loreto”:

El denominado *Caso Santa Rosa Loreto*, originado a partir de declaraciones del presidente colombiano Gustavo Petro sobre la soberanía de la isla Chinería en la zona de la triple frontera entre Perú, Colombia y Brasil, evidenció la relevancia del **seguimiento periodístico articulado con las redes sociales** en la construcción de la agenda pública. Las afirmaciones iniciales, difundidas ampliamente en plataformas digitales, generaron réplicas oficiales, respuestas diplomáticas y pronunciamientos de autoridades locales peruanas, lo que dio lugar a una cobertura sostenida y progresiva del conflicto.

Este seguimiento informativo permitió visibilizar una región históricamente periférica, fortalecer el interés ciudadano y avivar el apoyo simbólico y político hacia la zona fronteriza peruana. En ese sentido, el caso demuestra que, lejos de promover únicamente un consumo superficial, las redes sociales pueden funcionar como un

catalizador que amplifica el trabajo periodístico y contribuye a la atención pública sobre asuntos territoriales y geopolíticos de interés nacional.

Figura 7: Seguimiento a través de imágenes de cómo se origina el conflicto desde un post en Facebook y X (Antes Twitter) por parte de un candidato, esto desencadena pronunciamientos oficiales y finaliza con la visita de la entonces presidenta Dina Boluarte a la Isla Santa Rosa de Loreto.



Fuente: Composición de capturas de pantalla de la página de Facebook de Rpp Noticias.

2.1.3 Monitoreo de medios de comunicación:

Durante mi experiencia profesional en la plataforma *Iquitos al Rojo Vivo*, el monitoreo de medios ha sido una herramienta clave para cumplir con los objetivos estratégicos de crecimiento de la plataforma. Realicé un seguimiento constante a medios masivos —principalmente digitales y radiales— valorando especialmente su inmediatez, lo que me permitió recopilar y analizar información en tiempo real para generar coberturas oportunas y relevantes.

Además, implementé el monitoreo activo de redes sociales, lo que me ayudó a complementar los datos obtenidos con información adicional como nombres, imágenes, conexiones comunes e incluso detalles personales que contribuyeron a enriquecer el contenido periodístico. Este proceso fue esencial para elaborar

publicaciones completas, verificadas y transparentes, ajustadas al estilo característico de la página.

2.2. Coordinador de prensa:

Desde el inicio de mis labores en la plataforma digital *Iquitos al Rojo Vivo*, asumí el compromiso de transformar integralmente la dinámica de generación de contenido para redes sociales. Este proceso incluyó el rediseño gráfico de las publicaciones y la implementación de un estilo de redacción más directo, atractivo y adaptado al lenguaje digital, con especial énfasis en la claridad, precisión informativa y conexión con la audiencia.

En este marco de innovación, participé activamente en la estructuración de una estrategia informativa digital orientada a optimizar la difusión de noticias en plataformas sociales, priorizando Facebook como canal principal. Esta estrategia comprendió la creación de contenidos noticiosos, el desarrollo de una línea editorial coherente con los valores de la marca y la adaptación del mensaje según los distintos segmentos del público objetivo.

También impulsé el uso de herramientas digitales de última generación, como software de edición gráfica, plataformas de programación de publicaciones, análisis de métricas y gestión de contenido multimedia. Estas herramientas fueron clave para mejorar la calidad visual de nuestras publicaciones, ampliar su alcance y fomentar una mayor interacción con la comunidad digital.

Gracias a este enfoque integral, contribuí a modernizar la presencia digital de la empresa y a establecer un modelo de comunicación más dinámico, efectivo y orientado a resultados.

2.2.1 Funciones específicas en el entorno digital:

Planificación de contenido digital:

Tuve a mi cargo la decisión sobre qué noticias, artículos o videos se publicaban tanto en la web como en las redes sociales, basándome en fuentes de información rápidas

y confiables, y optimizando la presencia de colaboradores distribuidos en toda la región Loreto. Priorizaba contenidos relacionados con temas sociales, políticos, policiales, judiciales y regionales, siempre enfocados en el acontecer diario.

Adicionalmente, diseñé y gestioné un calendario editorial centrado en temas de actualidad, tendencias y eventos relevantes, que nos permitía planificar coberturas en vivo y producir notas de seguimiento. Para ello, coordinaba el despliegue de reporteros en campo, asegurando una cobertura informativa oportuna, dinámica y alineada con los intereses del público objetivo.

2.2.2. SEO y posicionamiento web:

- Me aseguré que los contenidos estén optimizados para aparecer en los primeros lugares de búsqueda (Google, por ejemplo). En este caso también participo en optimizar la creación de notas libres de fallas ortográficas y utilizando algoritmos técnicos para evitar sanciones en Facebook, con el fin de que no haya obstáculo en la publicación de contenidos.
- Coordino con editores y redactores para usar palabras clave, títulos atractivos y metadatos. Esto es posible en base a diferentes capacitaciones para que los reporteros envíen textos claros y la redactora y editor, solo pongan las palabras concretas para hacer llamativa la información.

2.2.3. Coordinación con redes sociales:

Supervisé la publicación de noticias en Facebook, red social en la que centramos gran parte de nuestras estrategias informativas. No obstante, nuestro medio también está presente en otras plataformas como Instagram, X (antes Twitter), TikTok, entre otras, donde replicamos información de primera mano para ampliar el alcance e incentivar la interacción con nuevas audiencias. Trabajé de manera coordinada con el equipo de *community managers* para adaptar los mensajes según las características de cada red social. Aplicamos un formato de publicación específico

para cada día y hora, siguiendo un calendario editorial, o bien respondiendo a la coyuntura del momento.

Mi trabajo también se basa en la creación de contenidos de alto impacto, con enfoque regional, elaborados a partir de fuentes oficiales y confiables. Esta estrategia nos permitió generar un mayor alcance y fortalecer la presencia digital de la marca a través de mensajes claros, oportunos y relevantes.

2.2.4. Gestión del equipo de redacción digital:

Asigné notas a los periodistas del equipo, revisé cuidadosamente las publicaciones antes de que salieran al aire y aseguré la calidad del contenido informativo. Todo el material pasaba por un riguroso control editorial antes de ser publicado, siguiendo una línea de trabajo que consistía en desarrollar hasta cinco notas por cada caso coyuntural, incluyendo réplicas, ampliaciones y seguimiento.

También coordiné coberturas en tiempo real, implementando un sistema de transmisión en vivo pese a las limitaciones técnicas del entorno, como la inestabilidad del internet y las condiciones climáticas adversas. Las noticias policiales o de coyuntura —accidentes, eventos imprevistos o sucesos de alto impacto— eran transmitidas en vivo, manejando con responsabilidad los lineamientos de la plataforma para evitar sanciones por restricciones de contenido.

Figura 8: Composición Canva donde se muestra detalles del tratamiento de la información.



Fuente: Pagina de Facebook de Iquitos al Rojo Vivo

Figura 9: Composición Canva de una nota cotidiana y del momento



Fuente: Pagina de Facebook de Iquitos al Rojo Vivo

Datos a resaltar: Durante los años 2023 y 2024, enfoqué mi labor en la producción visual de contenido periodístico en múltiples plataformas digitales, cuidando siempre la línea editorial del medio. Busqué generar un impacto informativo equilibrado: con fuerza en el mensaje, pero sin salir del marco de la realidad ni caer en el sensacionalismo.

Evidencia, año 2025:

Figura 10: Composición Canva donde se observa un diseño distinto, de un tema social.



Fuente: Pagina de Facebook de Iquitos al Rojo vivo

Datos de los diseños: Se puede notar que mi trabajo es minucioso y busca generar enlazar lo social con lo coyuntural. En la imagen se observa un caso social, que ha logrado tener un increíble impacto, sobre todo interacción en la página. Los diseños dejaron de ser tan cargados para enfocarse más en lo visual, vender imágenes para llamar la atención del usuario. La publicidad permanece, pero también se cuida el contenido exclusivo aplicando sellos de agua, esto porque existe mucha gente que ha creado sus páginas y no promueven un trabajo periodístico. Solo lo hacen con el fin de monetizar, utilizando material sustraído

de otras plataformas, los cuales copian y pegan. Ante esta necesidad, somos muy cuidadosos de todas las circunstancias que se pueden reportar el ejercicio de nuestras funciones.

2.2.5 Logros según estadísticas

Los logros alcanzados en la gestión de contenido y presencia digital fueron respaldados mediante el uso de herramientas de análisis como **Google Analytics** y **Meta Business Suite**, que me permitieron evaluar con precisión qué tipo de publicaciones generaban mayor impacto en la audiencia.

Monitoreaba semanalmente los **alcances**, el **crecimiento de seguidores**, y otros indicadores clave como el número de clics, el tiempo de lectura, las interacciones (reacciones, comentarios, compartidos) y el rendimiento de cada tipo de contenido. A partir de estos datos, ajustaba la estrategia de publicación para mejorar resultados, fortalecer el engagement y asegurar una comunicación más efectiva con la comunidad digital.

Figura 11: Datos estadísticos del nivel de alcance de la página Iquitos al Rojo Vivo – 18 de enero del 2024.



Fuente: Aplicación Meta de la página de Facebook Iquitos al Rojo Vivo

Del año 2022 a fines del 2023, trabajo de acuerdo a la meta de obtener más seguidores con el nuevo formato, es así como logramos afianzar un crecimiento importante en las estadísticas. Así logramos el 92% de nuestros seguidores en Perú, generando impacto también a nivel de otros países de Sudamérica, Europa y los Estados Unidos. Por aquel entonces teníamos un poco más de 292 mil seguidores orgánicos. Llegando a un alcance de 29.1 millones de personas como alcance con más de 500 notas publicadas en los últimos 3 meses hacia el año 2024. Obteniendo más de 24 mil 200 seguidores netos y una interacción de 6.2 millones de clics, reproducciones, reacciones comentarios y más.

Figura 12: Muestra el nivel de audiencia y el público objetivo de mayor alcance, Iquitos



Fuente: Aplicación Meta de la página de Facebook Iquitos al Rojo Vivo

Como resultado del trabajo en equipo y desde mi área de coordinación de prensa en redes sociales, específicamente en Facebook, logramos que nuestro estilo regional se enfoque en Iquitos, siendo la principal ciudad de audiencia. Adjuntamos la evidencia del crecimiento del 21 de octubre del 2023 a enero del 2024. Un año de intenso trabajo y cambios estratégicos que generaron resultados positivos en la plataforma.

Figura 13: Crecimiento de seguidores en menos de 3 meses de trabajo de la plataforma – del 21 de octubre del 2023 al 18 de enero del 2024.



Fuente: Aplicación Meta de la página Iquitos Al rojo Vivo

Desde nuestra labor como gestores de contenidos digitales, sabemos que fidelizar a la audiencia requiere estrategias claras y variadas: educar y entretener al público, responder a comentarios, implementar transmisiones en vivo y utilizar formatos diversos. En palabras de un reconocido especialista, “la clave es educar y entretener, interactuar y crear contenido en diferentes formatos, incluidos posts audiovisuales completos y transmisiones en vivo diarias” (Vergara, s.f.). Estrategias similares se respaldan en la literatura especializada: publicar frecuentemente, interactuar con la audiencia y diversificar formatos —reels, carruseles, vídeos, transmisiones— son tácticas esenciales para crecer de manera orgánica en Facebook e Instagram.

Otro de los puntos clave del artículo es utilizar anuncios, entrelazar la información con el marketing y publicidad, generar contenido orgánico y llamativo que han permitido crecer a la página. Así mismo, resaltamos que el seguimiento a la página con sus resultados es también una herramienta crucial para poder crecer. En síntesis, nuestro trabajo se basa en resultados aplicados en un grupo focal dentro de la amazonia peruana.

Antecedentes actuales; año 2025 – inicios 2026:

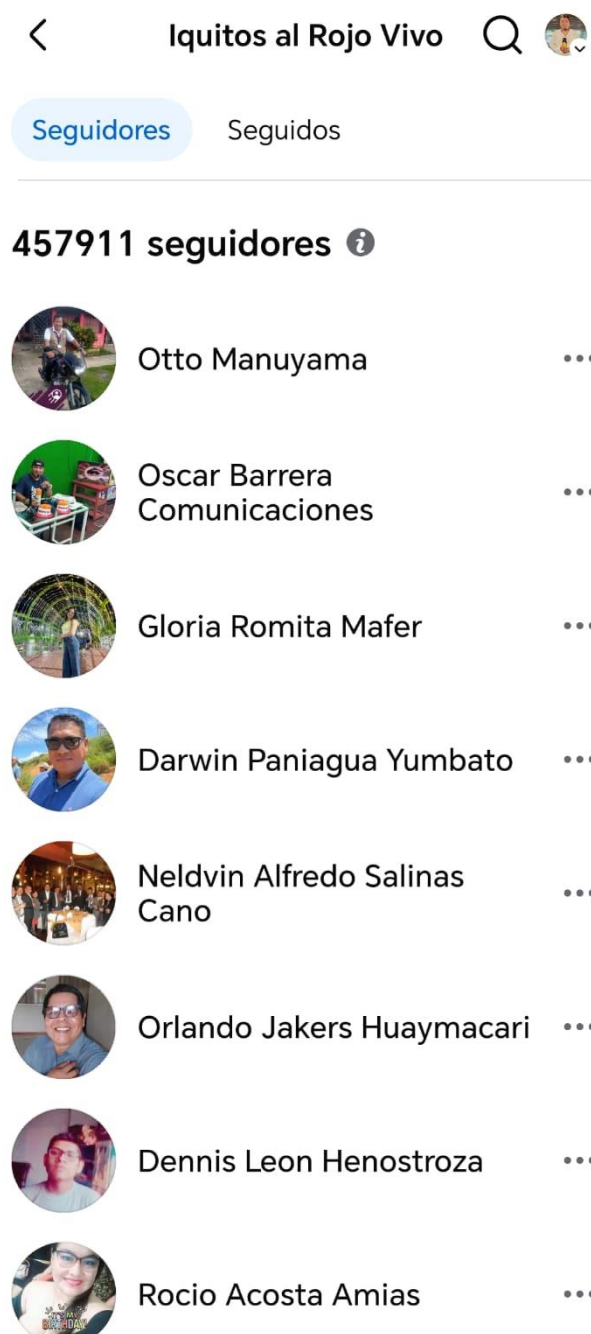
De enero 2024 al abril 2025, el crecimiento en seguidores por poco llega a los 100 mil por año, una estadística basada en evidencias donde se define los conceptos claros del uso de las redes sociales por edad, siendo las personas de 25 a 34 años, las que más visitan la plataforma y teniendo un total de 457.897 seguidores hasta la fecha en la que se concluyó la investigación.

Figura 14: Estadísticas de la presencia de seguidores año 2025 – del 21 de marzo al 17 de abril del 2025



Fuente: Aplicación Meta de la página Iquitos al Rojo Vivo.

Figura 15: Estadísticas de la presencia de seguidores año 2026 – 16 de enero del año 2026



Fuente: Captura de pantalla de la página de Facebook Iquitos al Rojo Vivo.

Figura 16: Cantidad de publicaciones diarias durante un mes.



Fuente: Aplicación Meta de la página Iquitos al Rojo Vivo

En lo que concierne a publicaciones diarias, estas alcanzan las 20 por día hábil, solo en información, otras 10 diarias son de las publicidades, esta periodicidad 949 posts en los últimos tres meses, siendo las fotos diseñadas las que más se utilizan.

Limitaciones para el uso de videos: Uno de los principales desafíos que enfrenté al trabajar en la Amazonía fue la limitada conectividad a internet. Aunque las empresas de telefonía ofrecen planes con buena capacidad, las condiciones climáticas adversas y la falta de banda ancha real generan constantes fallas en el servicio.

Esta situación afecta directamente el uso de recursos como los videos, ya que su reproducción puede verse interrumpida o ralentizada. Sin embargo, cuando el contenido audiovisual es lo suficientemente relevante o impactante, las personas hacen el esfuerzo por visualizarlo, especialmente si tiene potencial de viralización. Ante este contexto, desarrollé estrategias adaptadas a la realidad local, priorizando la optimización del peso de los archivos, la claridad del mensaje y el aprovechamiento de momentos clave para su publicación.

Figura 17: Muestra el nivel de interacción mensual y el tipo de contenido multimedia



Fuente: Plataforma Meta de la página Iquitos al rojo vivo

Conforme crecen los seguidores, incrementan las interacciones, llegando en estas últimas semanas a más de 1 millón 889 mil personas. La estadística también detalla que hay un 17.2% de personas que no siguen la página, pero su visualizan los posts con contenido multimedia. El mayor porcentaje de uso es las publicaciones con fotos diseñadas.

Figura 18: Muestra el nivel de alcance o visualizaciones de las notas de la página



Fuente: Plataforma Meta de la página Iquitos al Rojo Vivo

Control de rendimiento y análisis de resultados

Mi experiencia profesional está respaldada por un control mensual riguroso, en el cual monitoreo, indicadores clave como el crecimiento porcentual de la audiencia y la comparación entre formatos según su uso e interacción. Este seguimiento me permite identificar qué tipo de contenido tiene mayor impacto y ajustar las estrategias en consecuencia.

Parte del análisis también contempla el **tiempo de reproducción de los videos**, un factor esencial para evaluar el nivel de retención del público. Gracias a este enfoque sistemático y orientado a resultados, actualmente hemos logrado un alcance de **más de 32 millones de visualizaciones mensuales**, reflejo directo del trabajo constante y estratégico aplicado en la gestión de contenidos digitales.

Impacto en la percepción Social

La plataforma digital *Iquitos al Rojo Vivo* cumple un rol sustancial en la visibilización y resolución de problemáticas sociales a nivel regional. Su impacto no se limita a la difusión de información, sino que se manifiesta en la generación de presión mediática y en la articulación de un apoyo ciudadano unificado frente a situaciones de alta sensibilidad social, particularmente en casos vinculados a graves problemas de salud.

El manejo estratégico de la información por parte de la plataforma ha contribuido a modificar la percepción social de determinadas problemáticas, transformándolas de hechos aislados en asuntos de interés público. Al exponer testimonios, evidencias visuales y narrativas emocionales, el medio logra activar la empatía colectiva y movilizar a la ciudadanía, generando acciones que se proyectan hacia el apoyo social y político.

En este contexto, la plataforma actúa como un mediador entre la ciudadanía y las autoridades, canalizando demandas sociales que, en muchos casos, no encuentran respuesta inmediata a través de los canales institucionales tradicionales. La presión ejercida mediante la visibilidad constante de los casos hace que las autoridades competentes se pronuncien y actúen,

evidenciando cómo el periodismo digital regional puede incidir directamente en la agenda pública y en la toma de decisiones gubernamentales.

Figura 19: Muestra una nota periodística de seguimiento regional que logró sentencia, pero refuerza el pedido drástico de justicia por parte de la familia. Publicado el 28 de mayo de año 2024.



Fuente: Captura de pantalla de la página de Facebook Iquitos al Rojo Vivo

Figura 20: Muestra una nota periodística de seguimiento regional que logró llamar la atención de las autoridades para que los comerciantes logren utilizar los ambientes nuevos de un mercado recién inaugurado pero que no contaba con licencias de funcionamiento. Al final lograron ubicarse en sus nuevos puestos y ordenarse. Nota publicada el 3 de diciembre del año 2025.



Fuente: Captura de pantalla de la página de Facebook Iquitos al Rojo Vivo

Figura 21: Muestra una nota periodística de apoyo social donde un bebé que nació sin su recto logró recibir ayuda de las autoridades y médicos para que su operación se realice en tiempo record y con bastante éxito. Nota publicada el 15 de marzo del año 2024.



Fuente: Captura de pantalla de la página de Facebook Iquitos al Rojo Vivo

2.2.6 Coordinación multimedia:

Desde mi ingreso laboral en el 2022 en la plataforma digital *Iquitos al Rojo Vivo*, promoví una transformación en la producción visual de los contenidos, trabajando de forma coordinada con diseñadores gráficos, editores de video y fotógrafos para lograr piezas informativas visualmente atractivas. Partimos de la premisa de que “todo entra por los ojos”, por lo que mejoramos significativamente la edición de los materiales, lo que incrementó el atractivo de las publicaciones, incluso cuando estaban acompañadas de banners publicitarios.

Formé parte activa del proceso de toma de decisiones respecto al uso de **imágenes, infografías, reels, transmisiones en vivo y otros recursos visuales**, siempre cuidando estrictamente el cumplimiento de las políticas de las plataformas digitales. Al tratarse de una página monetizada, evitamos cuidadosamente contenidos que puedan incurrir en sanciones, tales como escenas de muertos, accidentes con imágenes sangrientas, expresiones subidas de tono o el uso de materiales protegidos por derechos de autor.

2.2.7 Relación con otras áreas:

Mantengo una comunicación constante con los equipos **comercial, técnico y de marketing** para asegurar la coherencia entre los contenidos publicados y la identidad general del medio. Este trabajo articulado nos permitió no solo generar información de calidad, sino también **promover el lado comercial** de la empresa a través de estrategias alineadas con nuestros objetivos de crecimiento.

Entendí que mi función no se limitaba únicamente a la creación de contenido, sino que debía impulsar **alcances significativos** que contribuyeran tanto al posicionamiento de la página como al desarrollo sostenible de nuestras operaciones en el entorno digital.

2.2.8 Otras actividades:

Conducción de programas informativos y cobertura de casos emblemáticos

También tengo experiencia en la **conducción de programas informativos**, donde he ejercido un rol activo no solo como presentadora, sino también como facilitadora del diálogo y la opinión pública. He participado en **coberturas especiales** de casos emblemáticos, como el asesinato de un ciudadano extranjero a manos de sus propios trabajadores, un hecho que generó gran impacto en la región.

En estos espacios, prioricé siempre un **diálogo alturado y respetuoso**, lo que permitió abrir el debate y generar **corrientes de opinión sólidas y bien argumentadas**, aumentando significativamente el alcance e influencia del medio en la audiencia local. Este enfoque contribuyó a fortalecer la credibilidad del programa y del equipo periodístico en general.

Reportero de campo y generación de contenido en tiempo real

Me desempeñé también como **reportero de campo**, cubriendo los hechos directamente desde el lugar donde ocurrían. Esta labor me permitió generar contenido inmediato y de alta relevancia, en coordinación constante con los compañeros del equipo, fortaleciendo así la cobertura informativa del medio.

Gracias a este trabajo en territorio, logré construir una **sólida cartera de contactos oficiales**, fundamental para el acceso a información contrastada, seria y responsable. Este vínculo directo con las fuentes permitió elevar el nivel de nuestras notas, asegurando la veracidad y profundidad de los contenidos publicados.

2.2.9 Herramientas digitales

Competencias digitales y producción móvil

- Manejo herramientas digitales vinculadas a internet, lo que me permite **generar contenido en tiempo real desde dispositivos móviles**, en cualquier punto de la región, asegurando rapidez y cobertura inmediata.
- Realizo **ediciones básicas de imágenes y videos** utilizando plataformas como **Canva** y **CapCut**, optimizando el material visual para su difusión en redes sociales.

- Tengo una alta **adaptabilidad al entorno digital** y conocimiento de **tendencias informativas**, analizando constantemente el desempeño de cada publicación a través de herramientas como **Meta Business Suite**, donde realizo seguimiento de métricas como alcance, clics, interacciones y tiempo de visualización. Es importante explicar la metodología teórica y técnica de las herramientas mencionadas:

Canva es una plataforma digital de diseño gráfico basada en la web, disponible como aplicación móvil para Android y iOS, que permite a los usuarios crear y editar materiales visuales de forma intuitiva, mediante un sistema de diseño por arrastrar y soltar (**drag and drop**). Fue lanzada en 2013 y actualmente es utilizada por millones de personas en todo el mundo, incluyendo diseñadores, estudiantes, educadores, emprendedores y profesionales del marketing.

Interfaz y Usabilidad

La interfaz de Canva está diseñada para ser amigable y accesible, incluso para usuarios sin conocimientos técnicos en diseño. Integra funciones de edición visual básicas y avanzadas, organizadas de manera intuitiva:

- Panel lateral con elementos, texto, plantillas y archivos subidos.
- Área de trabajo central que permite modificar los diseños en tiempo real.
- Barra de herramientas superior para configurar tamaño, color, tipografía, efectos, animaciones, etc.

Funcionalidades Principales

- **Biblioteca de plantillas:** Canva ofrece más de 250.000 plantillas prediseñadas para múltiples fines: redes sociales, presentaciones, pósters, invitaciones, hojas de vida, portadas de libros, catálogos, menús, etc.
- **Elementos visuales:** Dispone de una amplia colección de imágenes, vectores, íconos, videos, animaciones, ilustraciones, stickers, y gráficos.

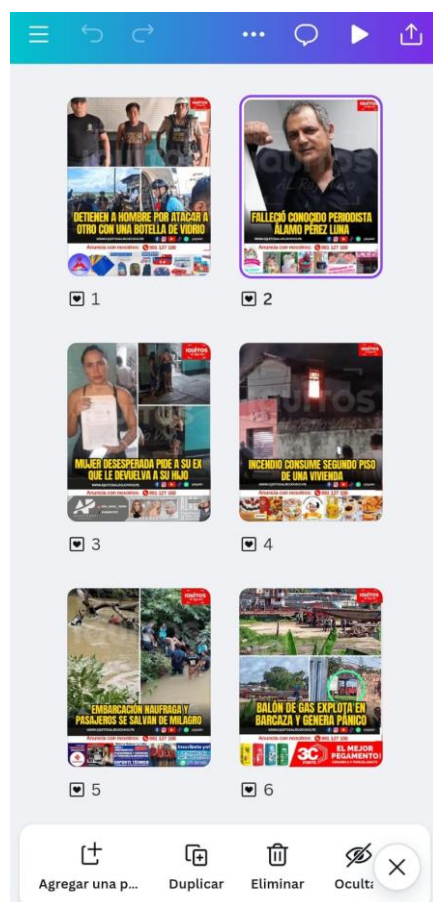
- **Tipografías y estilos:** Incluye una variedad extensa de fuentes tipográficas, combinaciones de texto y efectos especiales (sombra, contorno, desplazamiento).
- **Colaboración en equipo:** Los usuarios pueden invitar a colaboradores a trabajar en un mismo diseño de forma simultánea, lo que favorece el trabajo grupal y la edición compartida, muy útil en contextos corporativos o académicos.
- **Exportación y formatos:** Los diseños pueden descargarse en diversos formatos: PNG, JPG, PDF (estándar e impresión), MP4 (para animaciones) y GIF.
- **Funciones Pro (Canva Premium):**
 - Removedor de fondo de imágenes con un clic.
 - Kit de marca: para guardar colores, logotipos y tipografías institucionales.
 - Redimensionamiento mágico ("Magic Resize").
 - Acceso a más de 100 millones de elementos premium.
 - Almacenamiento ampliado en la nube.

Aplicaciones Educativas y Profesionales

Canva se ha convertido en una herramienta indispensable en diversos campos:

- **Educación:** Creación de materiales didácticos, infografías, presentaciones y recursos visuales para el aula.
- **Marketing digital:** Diseño de campañas publicitarias, contenido para redes sociales, portadas, banners y branding visual.

Figura 22: Plantillas de Iquitos al rojo vivo elaborados en la aplicación Canva



Fuente: Base de datos de edición en web de la aplicación Canva

Figura 23: Composición Canva donde se evidencia el uso de plantillas para dinamizar las publicaciones al momento.



Fuente: Aplicación de diseño gráfico en web Canva.

Canva es una plataforma versátil, poderosa y accesible, que ha revolucionado la forma de diseñar contenido visual a nivel global. Su facilidad de uso combinada con funciones profesionales permite a cualquier persona —con o sin experiencia en diseño— crear materiales de alta calidad para distintas finalidades. En contextos académicos, empresariales o de comunicación digital, se ha consolidado como una herramienta indispensable.

Cap Cut: es una aplicación gratuita de edición de video desarrollada por **Bytedance**, la misma empresa creadora de **TikTok**. Está disponible para dispositivos móviles (**Android e iOS**) y también cuenta con una versión web y una versión para PC. Se ha convertido en una de las herramientas más populares para creadores de contenido digital gracias a su interfaz intuitiva, su amplia gama de efectos y funciones avanzadas, todo sin necesidad de conocimientos profesionales de edición.

Características Técnicas

a) Interfaz de Usuario

CapCut ofrece una **interfaz gráfica amigable y minimalista**, optimizada para pantallas táctiles. Se estructura en una línea de tiempo que permite la edición por capas, similar a programas profesionales como Adobe Premiere Pro, pero con una curva de aprendizaje mucho más accesible.

b) Edición Multicapa

Permite la edición de videos mediante **capas de video, texto, audio, efectos y stickers**, facilitando una personalización detallada del contenido.

Funciones Principales

- **Corte y unión de clips** con precisión.
- **Ajuste de velocidad** (cámara rápida o lenta, con efecto de curva personalizada).
- **Transiciones dinámicas** entre clips.
- **Efectos visuales** (glitch, neón, desenfoque, etc.).
- **Filtros** y ajustes de color (contraste, brillo, saturación, temperatura, viñeta).
- **Textos animados** y títulos con efectos preestablecidos.
- **Stickers, emojis y animaciones** personalizables.
- **Chroma key** (pantalla verde) para cambiar fondos.

- **Superposición de videos** (modo PIP).
- **Reconocimiento automático de voz** para subtítulos.
- **Biblioteca de música y efectos sonoros** libres de derechos.
- **Voice-over** para grabación de voz directamente desde la app.
- **Edición de audio:** recorte, fundido, ecualización y eliminación de ruido.

Inteligencia Artificial y Funciones Avanzadas

CapCut ha integrado **tecnología de inteligencia artificial (IA)** para facilitar procesos complejos:

- **Auto-caption:** genera subtítulos automáticos a partir del audio.
- **Text-to-Speech (TTS):** convierte texto en voz con voces personalizadas.
- **Background remover (Pro):** elimina automáticamente el fondo del video.
- **Body effects:** efectos que siguen el movimiento corporal del usuario.
- **Motion tracking:** seguimiento automático de objetos o personas.
- **Plantillas automáticas:** se puede insertar un video y la app lo adapta automáticamente a una plantilla popular, con efectos y música incluidos.

Versiones y Plataformas

- **CapCut móvil:** ideal para creadores de TikTok, Instagram Reels o YouTube Shorts.
- **CapCut Web (editor.capcut.com):** ofrece herramientas avanzadas desde el navegador.

Usos Comunes

- **Creación de contenido para redes sociales:** TikTok, Instagram, YouTube, Facebook.

- **Proyectos educativos:** presentaciones en formato video, narraciones animadas, resúmenes visuales.
- **Marketing digital:** edición de anuncios, reels promocionales, clips para productos.
- **Producción audiovisual amateur o semiprofesional:** cortometrajes, videoclips, entrevistas.

Ventajas de CapCut

Gratuita y de fácil acceso Interfaz intuitiva y moderna

Compatible con redes sociales

Exportación en alta resolución (hasta 4K)

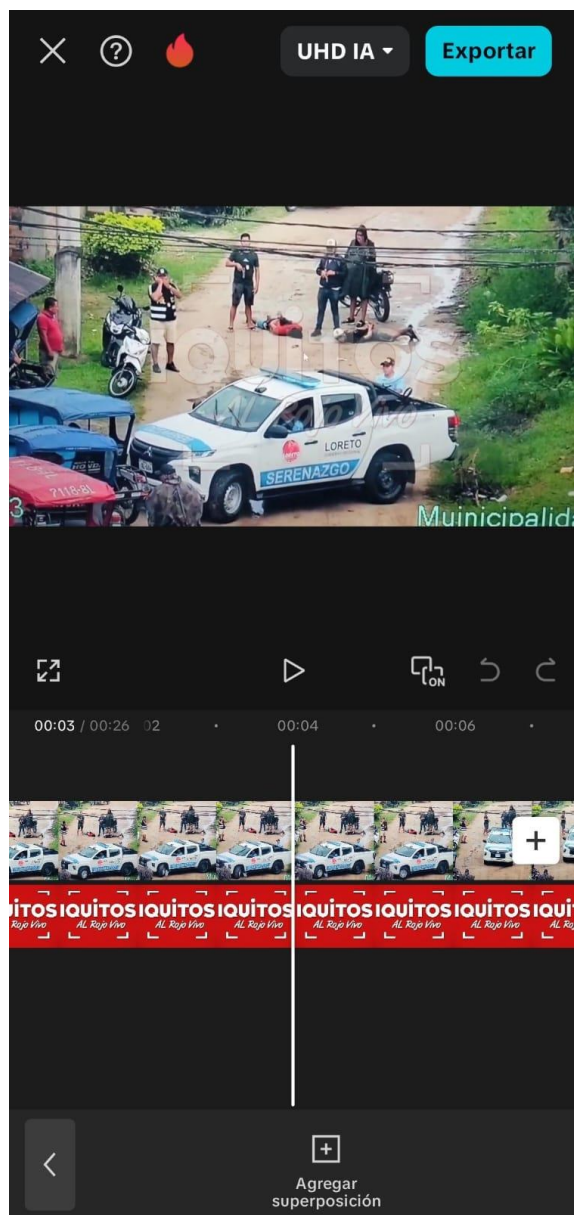
Edición rápida con plantillas

Recursos integrados sin copyright.

Limitaciones

- Requiere conexión a internet para ciertas funciones (biblioteca online, sincronización con la nube)
- Algunas funciones están limitadas a dispositivos de gama media o alta
- Marca de agua si no se inicia sesión (aunque puede quitarse fácilmente)

Figura 24: Podemos observar el uso de la aplicación capcut en el uso de multicapas de edición rápida y a través de plantillas. Todo desde el celular.



Fuente: Espacio de trabajo de edición de video de la aplicación Capcut

Cap Cut representa una revolución en la edición de video accesible, especialmente diseñada para la era de las redes sociales. Su equilibrio entre simplicidad y funciones avanzadas la convierte en una herramienta poderosa tanto para principiantes como para creadores de contenido más experimentados. Es especialmente útil en entornos académicos, publicitarios, educativos y de entretenimiento.

Facebook: Es una plataforma digital de redes sociales creada en 2004 por Mark Zuckerberg y otros estudiantes de la Universidad de Harvard. Permite a los usuarios crear perfiles personales o empresariales, compartir contenido multimedia (textos, imágenes, videos, enlaces), interactuar mediante reacciones, comentarios y mensajes, así como unirse a comunidades virtuales (grupos, páginas y eventos).

Actualmente, es una de las plataformas más utilizadas a nivel global y forma parte del ecosistema de Meta Platforms, Inc., junto con Instagram y WhatsApp. Facebook también funciona como una herramienta clave para estrategias de marketing digital, gracias a su sistema de segmentación de audiencias, publicidad paga (Facebook Ads), y su capacidad de análisis de datos (Facebook Insights).

Figura 25: Presentación de la página Iquitos al Rojo Vivo en Facebook



Fuente: Página de Facebook de la plataforma de Noticias Iquitos al Rojo Vivo

Nuevas Restricciones de Facebook:

A partir de abril del año 2025, Facebook ha implementado nuevas restricciones en sus políticas de contenido, especialmente enfocadas en la protección de usuarios adolescentes y en la modificación de sus sistemas de moderación.

Según el diario El comercio, Meta ha extendido a Facebook y Messenger las medidas previamente aplicadas en Instagram para proteger a los menores de edad.

Limitación de contactos: Se restringe quién puede enviar mensajes o solicitudes de amistad a los adolescentes.

- **Filtros de contenido:** Se aplican filtros automáticos para evitar la exposición a contenido inapropiado.
- **Restricciones en transmisiones en vivo:** Los menores de 16 años no pueden realizar transmisiones en vivo sin autorización parental.
- **Recordatorios de uso:** Se envían notificaciones a los adolescentes después de una hora de uso continuo para fomentar pausas saludables.

Cambios en políticas de moderación y verificación

- **Eliminación del programa de verificación externa:** Se ha reemplazado el sistema de verificación de datos por un modelo de "Notas de la Comunidad", donde los usuarios pueden añadir contexto a las publicaciones.
- **Relajación de restricciones sobre discursos de odio:** Se han flexibilizado las políticas que prohibían ciertos discursos relacionados con género y orientación sexual, lo que ha generado preocupación entre organizaciones de derechos humanos.

Estos cambios, según Meta, buscan equilibrar la libertad de expresión con la protección de sus usuarios, especialmente los más jóvenes. Sin embargo, han suscitado debates sobre la efectividad de estas medidas y su impacto en la comunidad digital.

2.2.10 Brecha Digital y Conectividad

Brecha Digital: La teoría de la brecha digital permite comprender cómo las desigualdades en el acceso y uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) influyen en la reproducción de las desigualdades sociales. Ragnedda y Muschert (2013) señalan en su libro “The Digital Divide: The Internet and Social Inequality in International” que *“La brecha digital se refiere al acceso y uso desigual de las tecnologías de la información y la comunicación, que puede reproducir las desigualdades sociales existentes”*. Desde esta perspectiva, la tecnología no actúa como un factor neutral, sino que puede profundizar las diferencias sociales cuando su acceso y aprovechamiento no son equitativos.

Asimismo, los autores sostienen que la brecha digital no se limita al acceso físico a Internet, sino que incluye las diferencias en las habilidades y en la capacidad de uso efectivo de las TIC. En este sentido, afirman que *“Tener acceso a Internet no conduce automáticamente a la inclusión social ni a la igualdad de oportunidades”* (Ragnedda & Muschert, 2013). Esto evidencia que factores como el nivel educativo, las competencias digitales y los recursos económicos condicionan el uso significativo de la tecnología.

Desde un enfoque estructural, la brecha digital se encuentra estrechamente vinculada con variables como la clase social, la educación y la ubicación geográfica. Según Ragnedda y Muschert (2013), *“Las desigualdades digitales reflejan patrones más amplios de estratificación social”*, lo que implica que las desigualdades tecnológicas reflejan y refuerzan las desigualdades sociales preexistentes. En contextos rurales y zonas remotas, estas condiciones se intensifican debido a la limitada infraestructura tecnológica y a la insuficiente implementación de políticas públicas de conectividad.

Finalmente, la obra destaca que la brecha digital tiene implicancias directas en el ejercicio de la ciudadanía y en el derecho a la información. Los autores indican que *“Las desigualdades en el acceso y uso de Internet limitan la capacidad de las personas para participar plenamente en la vida social,*

económica y política”. En consecuencia, la exclusión digital restringe la participación ciudadana, el acceso a información pública y la capacidad de incidencia social, afectando especialmente a las poblaciones más vulnerables.

Conectividad:

Las teorías de la conectividad analizan cómo la interconexión tecnológica —principalmente a través de Internet y las redes digitales— transforma las relaciones sociales, económicas, educativas y políticas. Estas teorías sostienen que la conectividad no es solo un fenómeno técnico, sino un factor estructural que condiciona la inclusión social, el acceso a la información y el ejercicio de la ciudadanía en la sociedad contemporánea.

Una de las principales referencias es Manuel Castells, quien desde la *teoría de la sociedad red* sostiene que la conectividad es la base de la organización social actual. Según Castells (2001), “*las redes constituyen la nueva morfología social de nuestras sociedades*”, y el acceso a estas redes determina el nivel de participación de los individuos en los procesos económicos, culturales y políticos. En este sentido, quienes carecen de conectividad quedan excluidos de los flujos de información y poder, limitando su ejercicio ciudadano.

Desde el ámbito educativo y del aprendizaje digital, George Siemens desarrolla la teoría del conectivismo, la cual plantea que el conocimiento se construye a partir de redes de información y relaciones. Siemens (2005) afirma que “*el aprendizaje es un proceso que ocurre dentro de entornos cambiantes de elementos centrales, no enteramente bajo el control del individuo*”. Esta teoría resalta que la conectividad es esencial para acceder, actualizar y aplicar el conocimiento, por lo que la falta de acceso a redes digitales genera desigualdades cognitivas y educativas.

Por otro lado, Jan van Dijk vincula la conectividad con la desigualdad social al señalar que el acceso a redes digitales depende de recursos económicos,

culturales y sociales. Van Dijk (2020) sostiene que *“la conectividad digital amplía las oportunidades de quienes ya poseen ventajas sociales, mientras que excluye a quienes carecen de ellas”*. Desde esta perspectiva, la conectividad desigual refuerza la brecha digital y afecta directamente el derecho a la información y la participación ciudadana, especialmente en zonas rurales o remotas.

2.3 Nombres de los supervisores o responsables del trabajo investigado:

Mi labor en la red social Facebook *Iquitos al Rojo Vivo* se encuentra bajo la supervisión directa del **Gerente General**, Sr. **Delcar Rosales Ramírez**, comunicador social con más de 20 años de trayectoria en el ámbito periodístico regional. Gracias a su liderazgo, la empresa ha logrado una destacada transición hacia la digitalización, invirtiendo en **equipos de última generación** que han permitido no solo mantener una fuerte presencia en redes sociales con transmisiones en vivo, sino también operar un canal de televisión por cable con amplia audiencia en la región.

Asimismo, recibo el acompañamiento y revisión constante de la **administradora Rocío Tamani**, docente del área de comunicación, quien desempeña un papel clave en la **corrección de textos**, el uso adecuado del lenguaje frente al algoritmo de redes, y la selección de imágenes con enfoque estratégico para maximizar el alcance y evitar sanciones.

En el área técnica, trabajo con el **ingeniero de sistemas John Arias**, quien cumple una función esencial en la **verificación del contenido previo a su publicación**, ayudando a ajustar términos o imágenes que podrían estar en conflicto con las normas de las plataformas. Su supervisión ha sido fundamental para mantener una línea informativa clara, precisa y segura.

2.4 Manual de Estilo y Ética Digital

La gestión editorial de la plataforma se sustenta en un uso estratégico del lenguaje y la codificación textual, orientado a evitar sanciones por parte del algoritmo de Facebook, especialmente en publicaciones relacionadas con hechos violentos o socialmente sensibles, frecuentes en el acontecer cotidiano regional. Este enfoque permite difundir información veraz y de interés público sin transgredir las normas de la plataforma, garantizando al mismo tiempo una comunicación responsable que no afectara negativamente a audiencias vulnerables.

En el ámbito visual, se aplicaron criterios éticos de edición mediante el uso de recursos de diseño gráfico como el desenfoco y el pixeleado de imágenes explícitas, particularmente aquellas que involucraban víctimas mortales. Estas prácticas tuvieron como objetivo preservar la sensibilidad del público, evitar la revictimización y mantener el respeto hacia las personas involucradas, en concordancia con los principios de ética periodística y responsabilidad social en entornos digitales.

Asimismo, la plataforma integró de manera estratégica contenidos publicitarios dentro de las publicaciones informativas, a través del uso de banners de anunciantes. Esta articulación entre información y marketing se realizó sin alterar el contenido editorial, permitiendo fortalecer el alcance de las publicaciones y generar sostenibilidad económica para el medio, así como valor comercial para las empresas que contrataron los servicios publicitarios.

En conjunto, estas prácticas evidencian la implementación de un manual de estilo y ética digital orientado a equilibrar la difusión informativa, el respeto por la audiencia y las exigencias del entorno algorítmico, demostrando que es posible ejercer un periodismo digital responsable sin renunciar a la visibilidad ni a la viabilidad comercial de la plataforma.

CAPÍTULO III

DISCUSIÓN

Este trabajo de suficiencia profesional se basa en resultados de un trabajo periodístico sostenible en la región Loreto, teniendo en cuenta las teorías sobre redes sociales, manejo de medios de comunicación digital, crecimiento de las mismas, con resultados, basados en mi experiencia laboral en el ámbito de la comunicación: Iquitos al rojo vivo.

3.1. Experiencia laboral:

La experiencia profesional adquirida en el ejercicio del periodismo digital ha contribuido significativamente al fortalecimiento de competencias comunicativas. Esta vivencia ha sido fundamental porque me ha permitido ampliar los espacios de cobertura informativa y optimizar el acceso a las noticias en tiempo real, respondiendo a un entorno y a la demanda de la ciudadanía que exige la inmediatez, transparencia y participación activa. En este contexto, la reflexión teórica de Castells (2009) resulta pertinente, al señalar que los medios digitales actúan como catalizadores de procesos democráticos, al facilitar el acceso a la información y la organización social fuera de las estructuras tradicionales de poder. De acuerdo con el autor, las tecnologías de la información y comunicación permiten a los ciudadanos “desafiar el poder de las empresas, dismantelar la autoridad del gobierno” (p. 540), lo que refuerza el papel activo de los comunicadores en la transformación del ecosistema informativo.

Durante más de tres años de trabajo en la plataforma *Iquitos al Rojo Vivo*, he logrado constatar el papel fundamental de las nuevas formas de difusión informativa a través de las redes sociales. Estos canales digitales no solo permiten una cobertura inmediata de los acontecimientos, sino que también transforman el modo en que se produce, distribuye y se consume la información. La inmediatez, la capacidad de retroalimentación directa con el público y la posibilidad de segmentar los contenidos han marcado una evolución significativa en el ejercicio del periodismo digital en el contexto regional.

En mi labor como gestor de contenidos digitales, reconozco que fidelizar a la audiencia ha requerido y requiere, estrategias que respondan al comportamiento móvil y espontáneo del

usuario. Tal como indican Martínez-Costa et al. (2019), “los jóvenes adultos se interesan por las noticias, a las que acceden de manera prioritaria por dispositivos móviles” (pp. 19–28), lo que refuerza la necesidad de contenidos dinámicos y formatos móviles centrados en inmediatez y relevancia.

El crecimiento de la plataforma se ha sostenido con el trabajo periodístico el cual se ha evidenciado a través del incremento de seguidores, quienes han venido participando en interactuando en la plataforma, logrando un alcance de expansión significativa con nuestras publicaciones digitales. Cabe precisar que este proceso ha sido impulsado por la elaboración de contenidos de carácter riguroso, oportuno y transparente, en concordancia con los principios éticos del periodismo, adaptados a la era digital. Además, en mi experiencia he priorizado la verificación de fuentes y la cobertura de hechos relevantes en tiempo real, elementos que refuerzan la credibilidad del medio frente a un entorno saturado de desinformación.

En suma, mi labor desarrollada en *Iquitos al Rojo Vivo* no solo refleja una adaptación exitosa a los nuevos entornos digitales, si no también, es un aporte a la construcción de una ciudadanía bien informada, que constantemente es crítica y participativa, alineándose con las nuevas tendencias globales de comunicación en la era digital, donde la plataforma de Facebook también es considerada un autor participativo como agente de circulación de la información y gestor de la agenda pública.

3.2. Logros:

- Posicionar la página Iquitos al Rojo Vivo como una de las plataformas más utilizadas como referente a las informaciones digitales, utilizado como fuente de información por diferentes medios de comunicación local, regional y nacional.
- En tres años de experiencia laboral en la plataforma Iquitos al Rojo Vivo, logré alcanzar y fidelizar a más de 200 mil seguidores orgánicos en la red social, cuyo trabajo se focaliza en base a una exigencia de investigación periodística.

- Logré fomentar (en equipo) una identidad visual, en base a diseños gráficos con logos representativos de la empresa (tipo sellos de agua), los mismos que hace tres años no se percibían en la región Loreto. Antes del periodo indicado, solo se utilizaba fotos limpias, en la actualidad esto ha cambiado debido al uso de diseño gráfico, que también admite el marketing digital y publicidad para las empresas que confían en la plataforma.
- Instauramos (en equipo) un nuevo método de información a través de la transmisión en vivo o Facebook live, logrando acercar la interacción de nuestros seguidores en tiempo real. Los mismos que fueron constantemente supervisados en mi experiencia periodística.
- El equipo de trabajo alcanzó la monetización limpia, sin usar imágenes subidas sensacionalistas, logrando a la vez informaciones de interés público adaptados a los códigos de ética periodística.
- Logré (en coordinación con el equipo) estandarizar un lenguaje de redacción periodística, directa, ágil, fácil de leer y comprender, características resaltantes para poder generar alcance en los contenidos de la página.
- Mi labor periodística aportó en que la plataforma Facebook, se convierta en una herramienta confiable para los seguidores, frente a diversos acontecimientos ocurridos en la región, es decir una audiencia que demuestra confiabilidad en notas e informaciones que publicamos en tiempo real y con seguimiento de notas, esto se constata en las interacciones.
- Según nuestros alcances, las notas con lenguaje regional, son las que más interacción tienen. Eso significa que adaptamos los estilos de comunicación para atender a nuestro público objetivo. De esta manera lograron un crecimiento orgánico en nuestra población de referencia.

3.3. Limitaciones:

- Limitaciones en el acceso a internet. En la actualidad la región Loreto no cuenta la banda ancha, lo que hace que las señales de telefonía tengan ciertas deficiencias en horas punta, exigiendo un esfuerzo adicional para realizar mis labores en medios masivos dentro de las redes sociales.
- Condiciones climatológicas propias de la región. En este sentido los reporteros y mi persona en particular, nos vemos obligados a suspender coberturas a causa de las lluvias en inundaciones, de esta manera evitamos exponer a la ciudadanía y exponernos de manera particular para dar prioridad a nuestra salud e integridad.
- Restricciones y censura en plataformas digitales. El medio digital utiliza principalmente Facebook como canal de difusión. Sin embargo, esta red social impone constantes restricciones y políticas de contenido que, en ocasiones, censuran publicaciones por motivos considerados leves. Esta situación obliga a extremar el cuidado en el lenguaje, diseño y enfoque de cada contenido publicado, limitando la libertad editorial y la inmediatez informativa.
- Elevados costos de transporte. La ciudad de Iquitos es considerada una de las ciudades más caras del país, especialmente en lo referente a transporte. Cada cobertura periodística implica un gasto mínimo de 40 soles en pasajes, lo cual representa un obstáculo económico importante para los reporteros y el equipo del medio. Esta situación restringe el número de salidas al campo, afectando directamente la cantidad y diversidad de coberturas.
- Deficiencias en infraestructura vial. La limitada conectividad terrestre de la ciudad y sus alrededores obliga a utilizar medios fluviales o aéreos para acceder a zonas rurales o provincias alejadas. Estas rutas presentan mayores riesgos, demoras y costos. Además, las salidas en avioneta están sujetas a cronogramas poco flexibles, lo que reduce la capacidad de respuesta inmediata ante sucesos noticiosos urgentes.

- Riesgos tecnológicos y caídas del sistema. Como medio digital, la operación depende completamente del funcionamiento del software y la plataforma tecnológica. Las conocidas “caídas” de la red social, o fallas del sistema, paralizan completamente la producción y publicación de contenidos. Esta vulnerabilidad afecta directamente la continuidad informativa y genera una presión adicional sobre el equipo de redacción.
- Abuso del sistema de denuncias por parte de usuarios. Los usuarios de la plataforma pueden denunciar publicaciones por múltiples razones. No obstante, se ha identificado el uso malintencionado de esta herramienta por parte de personas que buscan perjudicar deliberadamente al medio. Un número elevado de denuncias puede limitar el alcance de las publicaciones o incluso comprometer la permanencia de la página.

3.4. Oportunidades:

- Expansión del acceso a internet satelital (Starlink). Una de las principales oportunidades es la llegada del servicio satelital Starlink a Loreto. Este sistema permite contar con conexión estable tanto en comunidades remotas como en embarcaciones en movimiento por los ríos amazónicos. Esto representa un gran avance en la cobertura digital, ya que facilita el acceso a contenidos en tiempo real desde cualquier punto de la región.
- Comunidad digital activa y participativa. La página cuenta con una amplia base de seguidores que confía en su contenido. Muchos usuarios se convierten en corresponsales espontáneos, reportando hechos noticiosos desde sus propios entornos. Esta interacción colaborativa enriquece la producción informativa y refuerza el vínculo con la audiencia.
- Monetización por interacción en Facebook. Gracias al alto volumen de seguidores y su constante interacción, Facebook activa el sistema de monetización, generando

ingresos mensuales para el medio. Esto permite cubrir gastos operativos, fortalecer el equipo de trabajo y mejorar la calidad periodística.

- Producción de contenido multimedia compartido por otros medios. La generación de contenido en tiempo real, especialmente videos e imágenes de sucesos importantes, abre la posibilidad de alianzas con radios y televisoras que utilizan este material como insumo informativo. Esta sinergia multiplica el alcance del medio y lo posiciona como fuente confiable a nivel nacional.
- Referente periodístico a nivel regional y nacional. El medio "Iquitos al Rojo Vivo" ha logrado consolidarse como una fuente informativa confiable. Esto ha sido corroborado a través del monitoreo constante realizado por otros colegas y medios del país, quienes recurren a la página para verificar hechos relevantes en la Amazonía.
- Impacto social mediante contenido viral y motivador. El enfoque humanitario de algunas noticias, especialmente las que promueven la solidaridad y la ayuda social, genera alto impacto y viralización. Este tipo de contenido no solo atrae más usuarios, sino que brinda apoyo real a las personas involucradas en la noticia, fortaleciendo el compromiso social del medio.
- Portabilidad y acceso instantáneo desde cualquier lugar. El hecho de que todo el contenido esté disponible a través de dispositivos móviles permite que los usuarios accedan a la información de forma inmediata, desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esto favorece el consumo informativo en tiempo real y fortalece el alcance de la plataforma.

3.5. Inmediatez Periodística:

La inmediatez periodística se ha consolidado como uno de las características centrales del periodismo digital contemporáneo, caracterizado por la producción y difusión de información en tiempo real. Esta lógica de la “información instantánea” responde a las

dinámicas tecnológicas y a las demandas de audiencias hiperconectadas, donde la rapidez se convierte en un valor informativo en sí mismo. Sin embargo, diversos autores advierten que la velocidad de publicación no debe confundirse con calidad periodística, ya que la premura informativa puede entrar en tensión con principios fundamentales como la veracidad, la contextualización y la contrastación de fuentes.

Desde una perspectiva crítica, la denominada “tiranía de la inmediatez” (Imbert, 2003) plantea que la obsesión por publicar primero desplaza los procesos tradicionales de verificación y reflexión periodística. En este contexto, el tiempo destinado a la comprobación de datos, el contraste de versiones y la evaluación ética del contenido se reduce considerablemente, lo que incrementa el riesgo de errores, desinformación y noticias incompletas. De este modo, la inmediatez se transforma en un factor que condiciona negativamente la calidad informativa.

Asimismo, en el entorno de las redes sociales digitales, esta dinámica se ve reforzada por el funcionamiento de los algoritmos de plataformas como Facebook, los cuales priorizan contenidos que generan reacciones emocionales inmediatas —como indignación, miedo o sorpresa— por encima de aquellos basados en rigurosidad informativa. Tal como señala Pariser (2017), los algoritmos tienden a favorecer la viralidad antes que la veracidad, incentivando a los medios y productores de contenido a privilegiar la rapidez y el impacto emocional sobre la comprobación de los hechos.

En consecuencia, la inmediatez periodística, lejos de ser un valor neutro, plantea importantes desafíos éticos y profesionales para el periodismo digital. La presión por informar de manera instantánea debilita los filtros éticos, reduce la verificación de fuentes y favorece la circulación de información no contrastada. Por ello, diversos estudios coinciden en la necesidad de replantear el equilibrio entre rapidez y calidad informativa, reconociendo que el derecho a la información no solo implica acceso inmediato, sino también información veraz, contextualizada y socialmente responsable.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS OBTENIDOS Y APORTES

4.1 EN LO PROFESIONAL

- a) Uno de los principales aportes de mi experiencia profesional, es la adaptación de la comunicación social convencional a la era moderna, aplicando nuevas tecnologías, para generar interacción con los seguidores de la página. Esto se basa a un análisis de las conductas y los niveles de interés de los usuarios o público objetivo sectorizado en la región Loreto. Por lo tanto, mi trabajo logró una oportuna comunicación en el entorno digital amazónico.
- b) Logré posicionar a la plataforma Iquitos al Rojo Vivo, como un medio de comunicación de primer nivel pese a las limitaciones por lo mala calidad de cobertura de internet. Este trabajo logró generar monetización y a la vez convertirse en una fuente de información instantánea para los colegas de todo el país, quienes monitorean la página para poder acceder a las informaciones de los hechos ocurridos en la región Loreto. De esta manera se logra una interacción de la información periodística accesible a las demás plataformas de comunicación.
- c) Desde mi experiencia profesional, la incorporación de las nuevas tecnologías ha sido fundamentales para agilizar el trabajo en el tratamiento de la información, habiendo sido adaptadas en un formato digital que demanda la audiencia dentro de un entorno de la inmediatez, la misma que fue adaptada a un sentido profesional más llamativo y sobre todo exigente para el usuario. Una de las herramientas utilizadas ha sido la aplicación Canva móvil, el cual me permite diseñar y crear contenidos visuales creativos para un consumo claro, rápido y efectivo. Esto a reemplazado imágenes y titulares pasivos, convirtiéndolos en activos. En el tema audiovisual, también he perfeccionado progresivamente el uso de la aplicación Capcut, con el cual se elaboran videos informativos con edición en tiempo real y con sello de agua, el cual sirve para prevenir que el material filmico sea apropiado indebidamente. De esta manera se logra, que el trabajo periodístico sea valorado por nuestros colegas, quienes utilizan

libremente los materiales y en algunos casos nos solicitan formalmente el uso de ellos. Esto evidencia un trabajo constante de mi persona y del grupo de apoyo hacia nuestra plataforma y refuerza a la vez de la página Iquitos al Rojo Vivo, como un referente de información instantánea en la región Loreto.

- d) Uno de los logros más importantes fue la realización de Facebook Live, lo que nos convirtió en pioneros de información inmediata. Este método de difusión clave para el posicionamiento de la página, porque logró interactuar y compartir información al instante de cada transmisión en vivo. Cabe precisar que esta dinámica se realizó desde sus inicios hasta la actualidad. Gracias a esta herramienta digital se logró identificar el nivel de interés de nuestro público objetivo, al observar patrones y comportamiento de los usuarios en los lives. Así mismo, logré incrementar mi aprendizaje y sobre todo desarrollar mi capacidad de gestionar responsablemente los contenidos con el fin de evitar la censura y sanciones a la plataforma. Publicando informaciones en vivo, pero con imágenes moderadas, un lenguaje directo y concreto, de acuerdo a los códigos de la ética periodística. Esto nos permitió llegar hasta a las 10 mil vistas en directo, consolidando el alcance esperado del medio y reafirmando a la vez el rol que se tiene como fuente de información confiable e inmediato para la comunidad loreтана.
- e) Mi experiencia profesional en la página Iquitos al Rojo Vivo, me permitió desarrollar mi capacidad de liderazgo y trabajo en equipo, logrando ser parte de un grupo de trabajo compacto y dinámico, con objetivos claros y comprometidos con la labor periodística; colaboradores fidelizados en toda la región Loreto, quienes para tomar cobertura de los hechos y sucesos se desplazaban constantemente por toda la ciudad de Iquitos. Esto me ha permitido ampliar la cobertura noticiosa en un entorno rural, indígena, fronterizo y anexos. Comprendiendo a la vez la susceptibilidad de los usuarios y convirtiéndonos en el nexo de sus demandas cotidianas.

- f) Mi trayectoria profesional me permitió generar contenidos periodísticos en el ámbito regional y social, analizar e interpretar la psicología o el comportamiento del ciudadano loreto, es decir, conocer sus gustos, sus necesidades, así como el uso responsable de los términos regionales con los cuales ellos se identifican y capta a la vez el interés y atención de la información manejada cotidianamente. Esto nos ha permitido una conexión inmediata con la audiencia, considero que se trata de una estrategia comunicativa para un fortalecimiento significativo de la plataforma.
- g) La labor periodística en esta página ha logrado trascender el ámbito amazónico, permitiendo que los reporteros de nuestro equipo cumplan el rol de colaboradores en medios de comunicación masivos de la ciudad de Lima, estableciendo conexiones con Radio programas del Perú, Latina Televisión, Willax TV, Diario La República, entre otros. De esta manera, podemos resaltar que el Facebook de Iquitos al rojo vivo, es una fuente de información rápida, instantánea para los medios masivos capitalinos, considerando que, muchas veces las noticias amazónicas suelen ser limitados para la agenda mediática nacional.
- h) Durante esta etapa profesional tuve la oportunidad de participar en coberturas periodísticas en la triple frontera de Perú, Brasil y Colombia. en zonas de frontera. Cuyo acceso es dificultoso y se utiliza avionetas pequeñas para poder llegar a las informaciones relevantes con temas basados en minería ilegal, narcotráfico, trata de personas y contrabando. Problemáticas que exigen un tratamiento riguroso ético y contextualizado, por lo que mi trabajo profesional exige mayor capacidad, pero a la vez, garantizar la información.
- i) A lo largo del proceso de mi trabajo periodísticos se ha logrado consolidar la página Iquitos al Rojo Vivo, como uno de los medios más influyentes de la región Loreto. Este resultado representa uno de los logros más significativos de mi trayectoria profesional en los medios digitales.

- j) En mi calidad de egresado de la Universidad Jaime Bausate y Meza, fui referente con mi participación en capacitaciones y charlas para jóvenes que por primera vez lograron su integración a un medio de comunicación masivo. Así mismo, hemos logrado capacitar a jóvenes estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad Científica del Perú, en Iquitos.

Figura 26: Nivel de audiencia por transmisión en vivo



Fuente: Captura de pantalla de una transmisión en vivo de la página Iquitos al rojo vivo

Las transmisiones en vivo son en base a temas de coyuntura e interés, en este caso, se hizo la cobertura en directo del día de sepelio de un empresario chino, dueño de una pollería chifa, que fue asesinado por sus trabajadores, quienes fueron descubiertos robando al finalizar su trabajo. El caso ocurrió en enero del 2025 en el distrito de San Juan, provincia de Maynas, región Loreto.

Figura 27: Notas virales y nivel de alcance por post en fechas claves (San Valentín 2025)



Fuente: Aplicación Meta de la página Iquitos al Rojo Vivo

El caso titulado por los medios masivos como “la novia de Bagua”, fue publicada el mismo día y hora del hecho, donde una reacción negativa en plena boda el día de San Valentín. Aquella vez se hizo famosa la frase viral “perdónenme a todos, no acepto”. Nosotros lo publicamos a manera de sátira como “un soldado caído”, pero describimos el hecho conforme ocurrió. La interacción fue tan grande que horas y días después se viralizó. Esto demuestra la importancia de los contactos de prensa y

el constante monitoreo de medios en fechas claves. En cuestión de horas el post ya tenía más de 407 mil 728 personas alcanzadas en Facebook.

4.2 EN LO PERSONAL

1. Desde el ámbito personal, formar parte de la plataforma informativa, me han llevado a mejorar mis ingresos económicos por los servicios que brindo. Esto me sirve para solventar mi trabajo de suficiencia profesional y el proyecto, el pago para obtener mi licenciatura y lo más importante, contar con disponibilidad financiera para mejorar la calidad de vida para mi familia, mi esposa, mi hija. Aunque los ingresos no son tan elevados, a la vez son suficientes para poder continuar mejorando mis metas personales y consolidando mis objetivos.
2. También esta experiencia profesional ha sido significativa y beneficiar una red de contactos periodísticos e institucionales de la región, lo cual me ha permitido tratos profesionales con colegas, con quienes compartimos información, interactuamos y logramos afianzar temas de coyuntura que sirven para poder crear contenido orgánico para la página, y con los funcionarios de las diferentes instituciones para acceder a informaciones que competen a la fiscalización y el contraste periodístico. Este intercambio me permite enriquecer constantemente la calidad del contenido como una forma de generar credibilidad y fortalecer un espíritu de cooperación entre colegas al servicio de la comunidad.
3. La mejora progresiva en mis relaciones profesionales y con otros medios de comunicación, y gracias a las recomendaciones laborales, fui invitado a formar de Radio Programas del Perú, un medio de comunicación nacional en el que actualmente colaboro como reportero corresponsal de la ciudad de Iquitos. Esto me ha permitido ampliar la visión del periodismo debido a que, no solo cumplo con informar, si no también me exige a estar constantemente evolucionando en este campo periodístico.

4. El ser referente de información para algunos jóvenes, personalmente, me ha generado mucha satisfacción como ser humano, compartir experiencias, conocimientos, de forma gratuita, instruirlos en lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer, para mí, ha sido importante ya que no solo refuerza los valores éticos de la profesión, también ayudan a mantener una relación siempre pegada a la verdad, rechazando los actos de intimidación y afianzando la justicia a través de nuestra profesión como comunicadores y periodistas. Es satisfactoria ver crecer personalmente a muchos jóvenes que en su momento escucharon los consejos, y encontrarlos por la calle, recibir sus saludos y que te reconozcan como uno de sus referentes en el rubro.
5. Llevar tantos años en la comunicación social nos llena de alegría porque no solo es vender noticias del día, también es ayudar a los que nos necesitan. Es así como hemos sido parte importante en apoyar a personas damnificadas por inundaciones, incendios, accidentes, proyección social y humanitaria, ollas comunes, búsqueda de desaparecidos, reencuentros entre familiares, búsqueda de justicia ante casos aberrantes como violaciones a menores de edad, como el caso “mila”, una niña de 11 años que quedó embarazada tras haber sufrido presunta violación sistemática por su padrastro.

Así, una gran cantidad de casos sumados a la experiencia, en donde no solo informamos, si no ayudamos con aportes económicos, donde también utilizamos el medio de comunicación para que más pueden sumarse. Esto considero es uno de los aportes personales más importantes en toda mi experiencia profesional.

6. Otro de mis logros personales es que el trabajo desempeñado me ha llevado a conocer diferentes realidades del país, viajar a otras regiones, compartir nuevas metodologías de trabajo, aplicar nuevos conocimientos tecnológicos. Llegar a lugares de extrema pobreza, sentarse en una mesa con personas con otra ideología y filosofía de vida, también considero ha sido un buen aporte para mí, teniendo en cuenta que todo eso suma en el tratamiento de la información. Incluso, hemos viajado a países como Brasil y Colombia, recorriendo el río Amazonas.

CONCLUSIONES

- El periodismo digital en la selva ha logrado ser una de las principales herramientas de información para la población de Loreto, pese a las limitaciones por el acceso a internet, llama mucho la atención las formas de conexión para que los usuarios o seguidores se mantengan al tanto de todo lo que acontece a nivel de la región, no solo en Iquitos. Incluso, algunos de los pueblos más alejados, gozan de mejor conectividad que en la ciudad, por el internet satelital. En conclusión, la plataforma digital a través de la red social Iquitos al rojo Vivo, cumple el objetivo de informar y mantener al tanto de los acontecimientos importantes a sus cientos de miles de seguidores.
- Se ha logrado tener como conclusión que los grupos de interés de acuerdo a sus intereses cotidianos, tienen a utilizar con mayor frecuencia la red social Facebook como un medio principal de información inmediata. Teniendo en cuenta el contexto, los canales de señal abierta, utilizan y replican dichos contenidos provenientes de la plataforma digital Iquitos al Rojo Vivo, los canales de señal por cable operan de la misma manera, citando a la página como fuente de referencia informativa.
- A lo largo del desarrollo del trabajo de suficiencia profesional se ha logrado identificar el nivel de interés del grupo focal, respecto a los contenidos de la página Iquitos al Rojo Vivo. En este sentido se concluye que las noticias regionalistas presentan un matiz de sátira, sin desconectarse de la realidad y veracidad, generando mayor impacto en los seguidores y evidenciando a la vez, los niveles de alto alcance, a través de los comentarios, compartidos y de las reacciones que se registran a diario por cada post que se realiza.
- El uso de las herramientas digitales como aplicativos móviles Capcut y Canva, resultan fundamentales para lograr una comunicación efectiva, ágil e instantánea, caracterizada por mensajes concretos y con alto impacto visual. En consecuencia, se concluye que, la tecnología tiene una constante evolución, lo cual exige que los periodistas se adapten a ella, a través de capacitaciones e innovaciones, los mismos

que deben ser aplicados en el campo de acción, para ofrecer nuevas alternativas de consumo informativo.

- Como periodistas que venimos desarrollando nuestra labor en la selva peruana concluimos que se caracteriza por una versatilidad a todo terreno. No solo aplicamos nuestros conocimientos en la gestión de coordinación de redes sociales, sino que también asumimos acciones complementarias como la corrección de textos, diseño gráfico, edición de videos, redacción y monitoreos de medios masivos con el propósito de generar y alimentar constantemente de contenidos a la página de Facebook Iquitos al Rojo Vivo.
- La experiencia profesional constituye un pilar fundamental para aplicar nuestros conocimientos en las funciones que nos corresponde realizar, en el desarrollo de nuevos métodos informativos. Somos conscientes que el ejercicio es un proceso de innovación constante, lo que nos plantea la tarea de adaptarnos para mejorar y ampliar nuestra visión hacia nuestra audiencia. Esto nos ha permitido ser parte de una las herramientas poderosas en la difusión de noticias de toda la Amazonia peruana. No obstante, también reconocemos el riesgo de que nuestra plataforma pueda ser afectada o finalmente pueda desaparecer, por diversas cuestiones, entre ellas, las políticas aplicadas por la red social Facebook; la creación de páginas con nombres similares podría garantizar nuestra permanencia en la plataforma digital.
- Concluimos que, como periodista en el campo de acción, hemos adquirido una profunda comprensión del publico loreano, lo que nos ha permitido orientar las noticias de acuerdo a sus intereses y adaptar nuestros conocimientos para ofrecer una información ágil, instantánea y de calidad. Los años de experiencia han consolidado afianzar la red social Facebook como una herramienta de información y fuentes de noticias instantáneas. Una población bien informada, siempre será conocedora de su realidad y sabrá generar un sentido crítico de su propio entorno, En ese sentido, asumimos el compromiso informar éticamente desde el lugar de los hechos a través de un celular o una laptop, desde el lugar de los hechos.

- El presente trabajo me ha permitido profundizar en la comprensión de la labor del periodista en el contexto de la transformación digital, evidenciando cómo el ejercicio profesional ha evolucionado significativamente con la incorporación de nuevas tecnologías y plataformas digitales. Asimismo, se concluye que la adaptación a los medios digitales exige el desarrollo continuo de competencias técnicas, éticas y comunicativas, lo que fortalece la calidad informativa y la credibilidad del ejercicio periodístico. En este sentido, el uso responsable de las tecnologías digitales no solo optimiza los procesos de producción y difusión de contenidos, sino que también contribuye a una comunicación más accesible, participativa y acorde a las demandas de la sociedad actual.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Albornoz & Luján (2020). Facebook Live como una nueva forma de consumir noticias: Una mirada al usuario digital peruano. *Correspondencias & Análisis*, 12, 65–85. <https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.03>

Ampuero (2023). *Análisis de la red social Facebook como herramienta de comunicación en la PNP, desde la percepción del personal del Departamento de Redes Sociales, durante el primer trimestre del 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Meza. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/365>

Bernales (2023). *Redes sociales de agentes pastorales católicos como fuente de transmisión de información religiosa para los jóvenes creyentes y practicantes de la Provincia de Lima, 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Meza. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/339>

Camacho & Figueroa (2024). *Comunicación política e ideología en Facebook* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. Repositorio Institucional UNAB. <http://hdl.handle.net/20.500.12749/27799>

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.

Castells, M. (2009). *La apropiación de las tecnologías. Cultura digital en la era digital*. Telos, (81), 111–113.

Cheng, Y., Chen, X., & Chen, W. (2020). *Social media use and perceived ability to detect fake news: Evidence from Facebook users in the United States*. News & Media Research, 24(3), 1–10. <https://news.ncsu.edu/2020/12/study-finds-strong-links-between-trust-and-social-media-use/>

Dávila, (2023). *Retos del periodismo en la Oficina General de Comunicaciones del Ministerio de Salud en un contexto de la pandemia Covid-19. Periodo marzo 2019 – diciembre 2021* [Trabajo de Suficiencia Profesional, Universidad Jaime Bausate y Mesa].

Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa.
<https://hdl.handle.net/20.500.14229/296>

Del Águila, (2023). *Facebook y la imagen institucional de la Diócesis de Carabayllo de Lima Metropolitana, año 2023* [Tesis de licenciatura en periodismo, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa.
<https://hdl.handle.net/20.500.14229/344>

Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Farias, (2024). *Relación entre el contenido periodístico y el uso de Facebook como fuente informativa en los estudiantes de periodismo del último ciclo de una universidad privada, Lima, 2023* [Tesis de licenciatura en periodismo, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa.
<https://hdl.handle.net/20.500.14229/389>

Fedra, Sulca & Tolaba (2021). *Instanoticias en el ámbito salteño: ¿nuevas formas de hacer periodismo?* [Artículo de investigación, Universidad Nacional de Salta, Argentina].
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/6958/5907>

Gatica, (2021). *De las aulas al campo de acción: Cubriendo noticias en la selva de San Martín* [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa.
<https://hdl.handle.net/20.500.14229/265>

Goffman (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.

González (2023). *Segregación ideológica asimétrica en la exposición a noticias políticas en Facebook*. En colaboración con Meta en el estudio U.S. 2020 *Facebook and Instagram Election Study*.

Hargreaves, Fletcher, Nielsen & Levy (2018). *Bias in algorithmic news delivery on Facebook during political campaigns*. Oxford Internet Institute Working Papers, 11(2), 1–14. <https://arxiv.org/abs/1807.08346>

Haugen (2023). *La verdad sobre Facebook* (M. Justo, Trad.). Deusto.

Inca (2023). *Influencia de Facebook en la comunicación de los niños de la IEP N°72002, Asillo – Puno, Perú. 2023* [Tesis de licenciatura en periodismo, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/310>

León (2023). *Evaluación del tratamiento periodístico del periodismo ciudadano en los seguidores del Facebook Roger García Noticias. Lima. 2021* [Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Cesar Vallejo sede Lima Norte]. Repositorio Institucional de la Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/82706>

Martines, Serrano & Sánchez (2019). *Periodismo digital: innovación en la era de la posverdad*. Editorial UOC.

Martínez, Serrano, Portilla & Sánchez (2019). *La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online*. Comunicar, 59, 19–28.

McCombs & Shaw (1972). *The agenda-setting function of mass media*. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>

Medina (2022). *Actividad periodística desarrollada en los medios informativos de radio y televisión, en la ciudad de Tarapoto - Región San Martín* [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/287>

Noelle-Neumann (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: Nuestra piel social*. Paidós Comunicación.

Núñez, (2024). *Caso de estudio: influencia del contenido digital en las redes sociales: caso Doña Churrita* [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/22007>

Prado & Rojas, (2024). *Cómo se vende el servicio educativo en redes sociales: el fortalecimiento de la imagen corporativa de la institución Innova Schools mediante la comunicación externa emitida en Facebook* [Tesis de licenciatura en comunicación y publicidad, Universidad Científica del Sur]. Repositorio Institucional de la Universidad Científica del Sur. <https://hdl.handle.net/20.500.12805/3933>

Santos, (2023). *Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según los profesionales de La República, El Comercio y RPP, Lima -2022* [Tesis de licenciatura en periodismo, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/316>

Sumarriva, (2024). *Toda la verdad sobre la producción de noticieros y programas periodísticos en tres décadas de experiencia* [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/20687>

Ternero, (2020). *La comunicación digital de Oxxo mediante Facebook ante contexto de covid-19 en los meses de marzo y mayo del año 2020* [Trabajo de investigación de bachiller, Universidad Científica del Sur]. Repositorio Institucional de la Universidad Científica del Sur. <https://hdl.handle.net/20.500.12805/1319>

Vásquez, (2023). *La información periodística de medios informativos del Perú en televisión, TikTok, y la credibilidad de los ciudadanos, Los Olivos 2023* [Tesis de licenciatura en periodismo, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio Institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/317>

Ragnedda, M., & Muschert, G. W. (2013). *The Digital Divide: The Internet and Social Inequality in International Perspective*. Routledge. https://www.routledge.com/The-Digital-Divide-The-Internet-and-Social-Inequality-in-International/Ragnedda-Muschert/p/book/9781138960268?utm_source=chatgpt.com

Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. I: La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.

Siemens, G. (2005). *Conectivismo: una teoría de aprendizaje para la era digital*. International Journal of Instructional Technology and Distance Learning.

Van Dijk, J. (2020). *La brecha digital*. Madrid: Editorial Síntesis.

Imbert, G. (2003). *El zoo visual: de la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.

Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.

Vergara, A. (s. f.). *Estrategias de creación de contenido digital y participación de audiencias*.

ANEXOS



N° RUC 20607019488
Dirección: Monitor Huáscar Nro. 576 - Iquitos
Celular: 989578678 - 989283383
Correo: lgarv2@gmail.com

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

CONSTANCIA DE TRABAJO

El que suscribe, por medio de la presente hace constar que el **Bach. CÁCERES HENOSTROZA DIEGO LEVI** con **DNI N°47065565**, actualmente labora como **COORDINADOR DE PRENSA**, en el canal de televisión y multiplataforma digital en redes sociales **"IQUITOS AL ROJO VIVO"** desde enero 2022 hasta la fecha.

En el desempeño de sus funciones él demuestra eficiencia, responsabilidad, honestidad y responsabilidad.

Se expide el presente documento para los fines que estime conveniente el interesado.

Iquitos, 20 de abril del 2025

Atentamente,


 IQUITOS AL ROJO VIVO S.A.
DELCAR ROSALES RAMIREZ
GERENTE GENERAL



N° RUC 20607019488

Dirección: Monitor Huáscar Nro. 576 - Iquitos

Celular: 989578678 - 989283383

Correo: lgarv2@gmail.com

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

CERTIFICADO DE TRABAJO

El sr. **Delcar Roger Rosales Ramírez**, identificado con DNI: 40596319, Gerente de la empresa "Iquitos al Rojo Vivo S.A.C.", con ruc 20607019488, Certifica: que el **Bach. CÁCERES HENOSTROZA DIEGO LEVI** con **DNI N°47065565**, prestó sus servicios como "coordinador de prensa" en la multiplataforma digital en redes sociales de la página "Iquitos al rojo vivo", en el periodo del 10 de enero del 2022 al 20 de abril del 2025.

Durante el ejercicio de sus funciones, el colaborador ha demostrado responsabilidad, honestidad y respeto por la empresa. Apoyando en el crecimiento de la plataforma y asumiendo un rol importante de trabajo en equipo, consolidando resultados positivos para esta corporación periodística.

Se expide el presente documento para los fines que estime conveniente el interesado.

Iquitos, 20 de abril del 2025

Atentamente,

DEL CAR ROSALES RAMIREZ
GERENTE GENERAL

FOTOGRAFÍAS

Figura 28: Capacitación sobre “periodismo independiente en tiempos electorales”, recibiendo certificado de participación por el periodista Glatzer Tuesta de IDLRadio.



Fuente: Página de Facebook de la radio La Voz de la Selva

Figura 29: Comisión de prensa sobre la inundación de los pueblos a orillas del río Amazonas.



Fuente: Cuenta de Facebook de Diego Cáceres

Figura 30: Cobertura de prensa sobre la cena navideña amazónica, año 2024. Junto al gerente de la empresa Iquitos al Rojo Vivo



Fuente: Cuenta de Facebook de Diego Cáceres

Figura 31: Cobertura de conferencia de prensa con los colegas periodistas de los diferentes medios de comunicación de Loreto, en el Hotel Doble Tree el Hilton de Iquitos.



Fuente: Cuenta de Facebook de Diego Cáceres

Figura 32: Cobertura periodística en la frontera, experiencia personal viajando en pequeñas avionetas para acortar las horas de viaje.



Fuente: Cuenta de Facebook de Diego Cáceres

Figura 33: Junto al equipo de trabajo en el aniversario de la empresa periodística Iquitos al Rojo Vivo. Foto del año 2023.



Fuente: Cuenta de Facebook de Diego Cáceres

Figura 34: Captado en plena cobertura periodística por uno de nuestros seguidores.



Fuente: Captura de Televisión de Galilea TV de Iquitos

Figura 35: Cobertura periodística con repercusión de las informaciones a nivel nacional

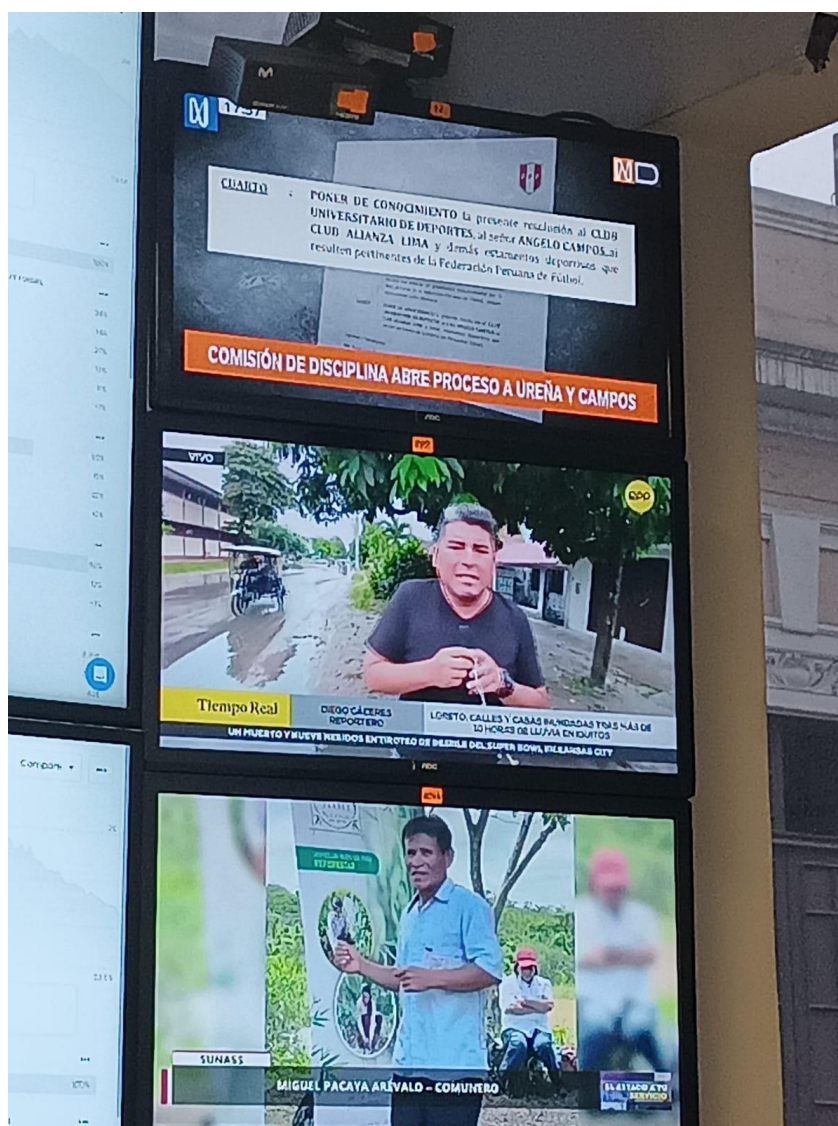
Minería ilegal ha deforestado 500 mil hectáreas en Huánuco y Ucayali: cifras de daños, impacto ambiental y más [VIDEO]



Martín Arana, especialista técnico de la Fundación por la Conservación y Desarrollo Social, dio un balance de los daños ambientales que se han identificado en la Amazonía peruana. | Fuente: RPP

Fuente: Captura de pantalla de la página www.rpp.pe

Figura 36: Somos parte del monitoreo de medios a nivel nacional



Fuente: Karly Cruz, periodista del diario de la Republica a cargo de monitoreo de medios.

BIBLIOGRAFÍA

Bloomberg. (2023, 13 de junio). *El auge de la aplicación de edición de video CapCut le quita terreno a Adobe y Canva*. **La República**. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/el-auge-de-capcut-una-aplicacion-de-edicion-de-video-amenaza-a-adobe-y-canva-3918022>

Booth, R. (2025, 7 de enero). *Según los críticos, la eliminación de los verificadores de datos en Facebook es un gran paso atrás para el discurso público*. **The Guardian**. <https://www.theguardian.com/technology/2025/jan/07/ditching-facebook-factcheckers-major-step-back-public-discourse>

Cáceres (2025). [Publicación en Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/1B62CxEJa/>

Diccionario. (2023, 28 de abril). *¿Qué es y para qué sirve la app CapCut?* **Dircomfidencial**. <https://dircomfidencial.com/diccionario/que-es-y-para-que-sirve-la-app-capcut-20230428-1447/>

Fernández, (2023, 14 de marzo). *Qué es la herramienta Canva, cómo funciona y cómo usarlo para crear un diseño*. **Xataka**. <https://www.xataka.com/basics/que-canva-como-funciona-como-usarlo-para-crear-diseno>

Iquitos al Rojo Vivo. (2025). *El real soldado caído, novia le dice NO, y sale corriendo* [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/v/1AUVFXufUy/>

Meta. (2025, 16 de abril). *Presentamos nuevas restricciones para las cuentas de adolescentes en Instagram y expandiéndolas a Facebook y Messenger*. Meta Newsroom. <https://about.fb.com/ltam/news/2025/04/presentamos-nuevas-restricciones-para-las-cuentas-de-adolescentes-en-instagram-y-expandiendolas-a-facebook-y-messenger/>

Rojo, (2025). *Iquitos al rojo vivo* [Publicación en Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/1aekG8tnQP/>

Romero, (2022). *Experiencia laboral como factor clave en la calidad educativa de carreras técnicas y tecnológicas relacionadas con el campo administrativo*. **Cultura, Educación y**

Sociedad, 13(1), 31–43.
<https://revistascientificas.cuc.edu.co/culturaeducacionysociedad/article/view/3866>

Sánchez, K. (2020). *Herramienta Canva para mejorar la creatividad en estudiantes de primer año en informática en la I.E. Simón Bolívar* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/486d9245-03e7-41ad-8d60-b0901f866bf5/content>

Tuanama, (2025a). *Chanako T Heli* [Publicación en Facebook]. Facebook.
<https://www.facebook.com/share/18s6f1o5pE/>

Tuanama, (2025b). *Termineitors, les presento al celular de las 20 horas* [Video]. Facebook Reels.
<https://www.facebook.com/reel/658207533343982?mibextid=9drbnH&s=yWDuG2&fs=e>

Ureta, (2025). *Joven transmitió en vivo rescate de niño en Ucayali y entregó ayuda económica a su familia* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=g4hv8aHl7RY>

Otorongo News Loreto. (s. f.). *Otorongo News Loreto* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 22 de agosto de 2025, de <https://www.facebook.com/61566485474625>

Loreto Informa News [Página de Facebook].
<https://www.facebook.com/share/19uU5HGCG7/>