

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**ANÁLISIS DEL CONTENIDO PERIODÍSTICO EN LA RED SOCIAL
FACEBOOK DE IDENTIDADES DEL NORTE Y GERCETUR
LAMBAYEQUE**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

**GABRIEL ALONSO NATIVIDAD RUBIO
MARCIA LORENA PACHERRES POLO**

ASESOR

CECILIA LOURDES VIDAURRE NIETO

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2021

**ANÁLISIS DEL CONTENIDO PERIODÍSTICO EN LA RED
SOCIAL FACEBOOK DE IDENTIDADES DEL NORTE Y
GERCETUR LAMBAYEQUE**

PRESENTADA POR:

**GABRIEL ALONSO NATIVIDAD RUBIO
MARCIA LORENA PACHERRES POLO**

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Teodocia Zavala Palacios
PRESIDENTE

Karl Friederick Torres Mirez
SECRETARIO

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto
VOCAL

Dedicatoria

A nuestros padres, por todo el apoyo incondicional brindado durante nuestra carrera.

Agradecimientos

A nuestra asesora Cecilia Vidaurre, por ser nuestra guía en todo el proceso de la investigación.

Índice

Resumen.....	5
Abstract.....	6
Introducción	7
Revisión de literatura	7
Materiales y métodos	12
Resultados y Discusión	15
Conclusiones	19
Recomendaciones	19
Referencias	20
Anexos	24

Resumen

La presente investigación propuso un análisis del contenido periodístico en los fanpage de Facebook de la revista “Identidades del Norte” y “GERCETUR Lambayeque”, las cuales promueven el turismo en la Región Lambayeque. Como objetivos específicos se buscó determinar las características del contenido periodístico, identificar los géneros ciberperiodísticos y reconocer las características recomendadas de Facebook para el trabajo periodístico de los mencionados fanpage. Para ello, se utilizó la metodología hermenéutica y se aplicó como instrumento la ficha de análisis documental. Como resultado de la investigación se llegó a la conclusión que las características más usadas para las publicaciones dentro de ambas páginas son la multimedialidad e interactividad, y el género ciberperiodístico más usado en las publicaciones analizadas es el informativo a comparación del género interpretativo. Por último, se determinó que el uso de fotografías es un elemento recurrente al momento de generar una publicación y comunicar a los usuarios el mensaje.

Palabras clave: Ciberperiodismo, Facebook, turismo.

Abstract

This research proposed an analysis of the journalistic content in the Facebook fanpages of the magazine "Identidades del Norte" and "GERCETUR Lambayeque", which promote tourism in the Lambayeque Region. As specific objectives, it was sought to determine the characteristics of journalistic content, identify cyberjournalistic genres and recognize the recommended characteristics of Facebook for the journalistic work of the aforementioned fanpages. For this, the hermeneutical methodology was used and the document analysis sheet was applied as an instrument. As a result of the research, it was concluded that the most used characteristics for the publications within both pages are multimedia and interactivity, and the cyberjournalistic genre most used in the analyzed publications is the informative genre compared to the interpretive genre. Finally, it was determined that the use of photographs is a recurring element when generating a publication and communicating the message to users.

Keywords: Cyberjournalism, Facebook, tourism.

Introducción

El mundo de la comunicación ha ido evolucionando constantemente con el pasar de los años y la forma en la que se obtienen las noticias diariamente, con la inmediatez e instantaneidad que las caracteriza ha hecho que se diversifique su obtención y podamos estar más informados sin excusa alguna. Es así que, los medios de comunicación, han tenido que adaptarse, transformarse y estar en los espacios en los cuales las personas también han migrado. Este es el caso del mundo digital y, en específico, de la Red Social Facebook la cual fue una de las primeras redes sociales en aparecer y convertirse en un foco principal para las marcas y entidades de todos los rubros por la gran cantidad de usuarios activos que la conformaban mensualmente y que, hasta la actualidad, su número sigue en aumento. Por ese motivo, hoy en día, se ve a esta Red Social Digital como un medio por el cual no solo se comparten estados, fotografías o interactuamos con amigos con likes o reacciones, sino también, como un medio para que las personas puedan enterarse de noticias, información y eventos de actualidad cerca de su localidad o ciudad.

Cuando se inició esta investigación se tuvo en cuenta al turismo como tema central. Se tomó este tema porque en los últimos años en la Región Lambayeque creció un gran interés por conocer las riquezas y patrimonios históricos que en ella se encuentran. Además, se abrieron nuevas rutas turísticas hacia destinos antes desconocidos y eso generó un incremento en la afluencia de turistas locales a estos lugares y el interés de los ciudadanos por conocerlas. Específicamente se escogió dos fanpages: Identidades del Norte y GERCETUR Lambayeque. Ambos dedicados a dar a conocer actividades, eventos y realidades culturales de la Región Lambayeque. Fue de interés conocer y analizar cómo manejaban la información que brindaban a sus seguidores en la red social. Si bien es cierto, Identidades del Norte es la única revista dedicada a brindar información de la Región, tuvo la necesidad de trasladarse a Facebook para tener un mayor alcance, así también GERCETUR Lambayeque, como una entidad pública encargada de dar a conocer todos los alcances acerca de actividades de comercio y turismo en Lambayeque.

Un punto resaltante en la investigación que ayudó a orientarla fue la adaptación de la ficha de análisis en base al documento denominado: “Facebook para periodistas”, donde se encontró información y herramientas gratuitas de fácil acceso para todas las personas y entidades que se encargan de brindar este servicio. Es así que se pudo plantear como objetivos de investigación cuáles eran las características del contenido periodístico, así también, identificar los géneros ciberperiodísticos de las publicaciones y, reconocer si cumplían con las características recomendadas de Facebook para el trabajo periodístico. Todo esto con la finalidad de analizar la calidad del contenido mostrado y si cumplía con las características sugeridas por la Red Social, teniendo en cuenta que es un contenido de libre acceso. Para cumplir con los objetivos se utilizó una ficha de análisis, la cual se adaptó para cumplir con todos los puntos del análisis. Se utilizaron 10 publicaciones en total (5 de Identidades del Norte y 5 de GERCETUR Lambayeque) entre los años 2017 - 2018.

Revisión de literatura

Giraldo y Martínez (2016), en su investigación titulada “Análisis de la actividad y presencia en Facebook y otras redes sociales de los portales turísticos de las Comunidades Autónomas Españolas”, tuvo como objetivo, el análisis de la actividad de las Comunidades Autónomas Españolas en las mismas, producto del incremento del número de usuarios en redes sociales durante los últimos años. La metodología que se utilizó fue: la revisión de la literatura sobre turismo, redes sociales y portales de marcas turísticas. Posterior, el análisis de un listado de

marcas turísticas de las Comunidades y Ciudades Autónomas Españolas. Por medio de la presente investigación se llegó a la conclusión de que el 100% de los portales turísticos que participaron del análisis participan en redes sociales y que apuestan por su uso como parte de su estrategia de promoción turística y comercial.

Astete (2016), en su investigación titulada “Influencia del uso de las redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube) para la promoción de la provincia de Islay como destino turístico en los pobladores de Arequipa Metropolitana en el segundo trimestre del 2016” tuvo como objetivo conocer cómo influyen las redes sociales como un punto fundamental para una óptima promoción para la provincia de Islay, así también como se fomentan sus atractivos turísticos en las diferentes estaciones del año. Como metodología, se utilizó una investigación no experimental de tipo descriptiva porque se quería especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno social. Así también, correlacional, porque se mencionan dos variables importantes mediante un patrón predecible para un grupo de personas. Por último, explicativa porque busca constituir causa de los sucesos. Como conclusiones se obtuvo que las Redes Sociales son utilizadas de manera masiva por los pobladores de Islay, sin embargo, las autoridades encargadas no las utilizan para promover el turismo de manera adecuada. También, que las Redes Sociales influenciarían de manera positiva creando una óptima interactividad, flexibilidad de diálogo, respuesta inmediata y se convertiría en un elemento de acceso público para todos los pobladores de Arequipa metropolitana.

García (2017), en su estudio titulado “Periodismo turístico y de viajes. La calidad de la información especializada sobre turismo en la red”, se plantearon como objetivos medir el nivel de calidad de la información turística y de viajes a partir de la aplicación de una serie de valores periodísticos definidos. En este estudio se utilizaron técnicas cuantitativas y cualitativas. Se aplicó la técnica cuantitativa en parte del análisis de contenido y en las encuestas y, la cualitativa, en la creación, adaptación de variables y medición de la calidad informativa. Como conclusiones se determinó que: la información de turismo y viajes que se brinda no cumple con los estándares periodísticos adecuados, por lo tanto, el producto final presenta una calidad inferior a lo deseado. Los medios digitales no aprovechan los recursos que ofrece el mundo digital para ofrecer productos periodísticos bien elaborados.

Ciberperiodismo

Algunos escritos muestran diversos términos para designar al trabajo periodístico que se realiza en la web. Varios de los autores que se revisaron para esta investigación mencionan términos diversos para esta modalidad periodística. Así como Salaverría (2019) acota “carecen de formas consensuadas” y menciona algunos de los términos con los cuales se les conoce: ‘periodismo digital’, ‘ciberperiodismo’, ‘periodismo online’, ‘periodismo multimedia’. Sin embargo, menciona que el término más usado es el de ‘periodismo digital’.

Características

Multimedialidad

La multimedialidad es una de las características más conocidas del ciberperiodismo, puesto que es lo diferencial entre la prensa escrita y la digital. En esta característica se puede unir texto, imagen y sonido para potenciar el contenido periodístico.

La multimedialidad es entendida también con otras acepciones. Para Salaverría (como se citó en Aguirre, Bernal y Odriozola (2015) la define como: multiplataforma, polivalencia y combinación de lenguajes. La primera entendida como la coordinación entre medios de

comunicación de una misma entidad periodística que realizan una cobertura en conjunto o también conocido con el término cross media. La segunda, polivalencia, se refiere a la capacidad de realizar distintas labores al mismo tiempo para difundir información en distintos soportes. Por último, la combinación de lenguajes o formatos en donde se debe combinar al menos dos de los tres: video, texto y sonido.

Hipertextualidad

La hipertextualidad resultó ser un punto clave de implementación para los nuevos géneros digitales, porque presentó gran impresión por la nueva forma de escribir que sugiere, la cual está fundada en la combinación de texto en grupos de contenido enlazables. Es así que la hipertextualidad es la capacidad de la red para organizar estructuras discursivas, lineales y no lineales, mediante unidades de contenidos multimediáticos como los mencionados anteriormente (texto, imágenes y/o sonido).

Interactividad

La interactividad es una característica que se ha ido desarrollando debido a que poco a poco emisores y receptores han podido interactuar entre sí. Según Rost (como se citó en Barredo y Díaz, 2017) plantea que existen dos tipos de interactividad: la selectiva y la comunicativa. La primera relacionada al vínculo generado entre el contenido que se muestra y el mismo usuario; y la segunda se relaciona con los vínculos que crean los usuarios entre sí.

Es gracias a esta característica que los usuarios pueden recibir un feedback, puede elegir acceder a los enlaces en el tiempo que desee, así también cabe la posibilidad de poder entablar comunicación con el mismo medio del cual recibe la información. Además, en la actualidad tiene la oportunidad de compartir por medios de redes sociales con amigos y familiares las noticias que más le agraden.

Intercreatividad

La intercreatividad es la cuarta característica, la cual, según Iniesta (2017) es la unión de dos términos: la interactividad y la creatividad. Es decir, son los usuarios los creadores de esta característica, pues son los que comparten las ideas, impresiones y conocimientos por medio de comentarios y retroalimentan el contenido. Además, dan a conocer a otros usuarios sobre este.

Gracias a esta interacción por medio del feedback que se genera, se puede llegar a formar nuevos productos creativos por medio de la colectividad de usuarios en la red, los cuales dan paso a una comunicación recíproca.

Géneros ciberperiodísticos

Informativos

Noticia

Según Sánchez (2016), la noticia es el género informativo por excelencia, tanto que algunos autores lo consideran como el preludio del resto. Espinosa (como se citó en Sánchez, 2016) expresa que un reportaje cobra sentido en caso de presentar datos relevantes. Además, menciona que una entrevista no tiene lugar si el entrevistado no aporta con información noticiosa.

Otra definición es la de Albertos (como se citó en Sánchez, 2016), quien indica que la noticia es un hecho verdadero, auténtico o novedoso, de interés masivo, que se transmite a una audiencia grande, luego de ser seleccionado, analizado y valorado por los encargados de la promoción a través de los mass media.

Interpretativos

Reportaje

Así como algunos autores consideran a la noticia como el prelude de los demás géneros, hay autores que consideran al reportaje como el género estrella del periodismo. Algunos lo definen como una combinación de la narración y la descripción, en el ámbito del género narrativo. Por eso, se le considera híbrido, donde su punto de partida y base es una noticia.

Para Tibocho (2017) “es el género más emblemático del periodismo para la interpretación”. Y es precisamente este tipo de relato informativo el que mejor ha potenciado sus características al pasar a Internet”.

Crónica

La crónica es un género que se realizaba ya desde hace muchos miles de años, es así que para Vivaldi (citado por Sánchez, 2016) la crónica periodística es una interpretación y valoración de la información actual, donde se cuenta algo a la vez que se juzga el mismo hecho.

En cuanto a su estilo en el ámbito digital Tibocho (2017) clasifica a la crónica en dos tipos de textos que se adaptan al nuevo medio: la crónica en directo y la crónica de última hora o flash. La primera, es aquella que narra acontecimientos que suceden en vivo y directo; y la segunda es para cubrir noticias urgentes y se va desarrollando poco a poco los hechos de manera cronológica.

Dialógicos

Entrevista

La entrevista es conocida como el género más empleado cuando se desea conseguir información y comparar datos mediante el diálogo con un personaje público de interés común. Teniendo en cuenta que la entrevista no queda solo en la conversación entre dos interlocutores (periodista - entrevistado), presenta diversas formas de redactarla.

Así también, la entrevista en un medio digital, puede tener nuevos formatos que solo el clásico de pregunta – respuesta, esto es gracias a las características que presenta como la hipertextualidad y multimedialidad. Es así que Tibocho (2017) menciona algunos de estos nuevos formatos: la charla, el foro y la encuesta.

Argumentativos

Artículo de opinión

Según Sánchez (2016), algunos autores difieren sobre la definición de artículo y columna y, actualmente, con el uso del periodismo digital, esta confusión se ha intensificado debido a la similitud de ambos.

El artículo de opinión es una redacción argumentativa, que se basa en defender tus argumentos sobre un tema en específico y tratar de persuadir al lector en ello, y mostrarle tu visión, así lo denomina el Manual de Redacción del diario El Tiempo (2017). En cuanto a su temática, es amplia y expresa juicios de opinión valorativos que forman la opinión y, puede ser político, económico, social, cultural, histórico e inclusive tecnológico.

Las redes sociales

Según Rissoan (2016), la terminología, Red Social, fue instaurada por el antropólogo John A. Barnes, quien distinguía dos elementos importantes: los contactos y los vínculos existentes entre ellos. Así, según Rissoan, al tener más contactos mayores será nuestra red y por tanto nuestra utilidad (capacidad para transmitir información).

Al respecto, Cabero (como se citó en Barroso, Cabero, Llorente y Yanes, 2016) considera que las redes sociales son “un multientorno que permiten la discusión de diferentes tipos de problemas en espacios interactivos”. Esta es una funcionalidad que permite a los usuarios poder crear opiniones con respecto a distintos temas de la agenda de los medios y poder añadir elementos multimedia para reforzar la opinión.

Red Social Facebook

Cuando recién inició, Facebook, fue de uso exclusivo para los universitarios, sin embargo, en el año 2006 decidió expandirse y permitir que todas las personas en el mundo que tengan un correo electrónico puedan ingresar a su plataforma. Según Candale (2017) es la mayor red social actual y su misión es “ayudar a la gente a formar comunidades y a mantener siempre el contacto con la gente querida, compartiendo cada uno sus experiencias vitales.

Es así también, que para Bolander y Locher (como se citó en Candale (2017) esta plataforma presenta características sincrónicas como asincrónicas. Sincrónico porque tiene el servicio de mensajería privada *Messenger* y conversaciones en grupos de chat; y asincrónico porque la información publicada en el muro y comentarios queda para ser revisada tiempo después de su publicación.

Uso periodístico de la Red Social Facebook

Facebook desarrolló un estudio en el año 2011 denominado: “Study: How People Are Engaging Journalists on Facebook & Best Practices”, donde recomienda algunas características que el periodista debe considerar para realizar una mejor labor en la Red Social. Y en el presente año (2020), este estudio se ha vuelto un curso en la plataforma Facebook Blueprint en donde los periodistas pueden llevarlo de manera gratuita y obtener una certificación al finalizarlo por parte de la misma plataforma y de Poynter. A continuación, se describen algunos puntos del estudio realizado por Facebook:

Texto breve

Facebook recomienda que no se exceda de los 200 caracteres para la descripción de los posts, incluyendo los hipervínculos o hashtags que se incluyan. Se sugiere además que las redacciones cuenten con 5 líneas, ya que, de esta manera, generan 60% de feedback en los comentarios, a comparación de los textos de 4 líneas que solo logran el 30 %.

Uso de preguntas

Con el uso de preguntas se estimula la disposición del lector y ayuda a promover la interacción por medio de comentarios o reacciones. Cuando se hace uso de las interrogantes, se pretende dirigir al usuario a la edición digital del medio de comunicación. Así también, se logra duplicar los comentarios en las publicaciones.

Empleo de citas directas

Facebook recomienda hacer uso de los dos puntos (:) para reducir el tamaño de los textos y permitir al usuario reconocer a la persona pública de la cual se está hablando en la información periodística. Al mismo tiempo, también recomienda usar lo menos posible los verbos ser y estar.

Las fotografías

Mediante las fotografías, la persona que está viendo la publicación tiene la representación visual de lo que une con el texto de la información periodística. Por tal motivo, cuando se comparte una publicación o enlace que tenga una foto o un álbum con varias de ellas, se logra alcanzar un 50% más de interacciones y comentarios a comparación de los textos que no tienen imágenes.

Frases inconclusas

Se usan las frases inconclusas como una estrategia al igual que con el uso de preguntas, para no terminar los textos periodísticos y generar expectativa en el usuario. Esto con la intención de redirigir al usuario a la versión digital del medio de comunicación o a leer la nota completa en la misma plataforma de Facebook.

Periodismo turístico digital

Definición

Para Ledhesma (2016) esta especialidad del periodismo se encarga de “informar acerca de la actualidad del turismo, interpretando los hechos que suceden en torno al desplazamiento potencial o real de los sujetos y en base al contexto socio-político complejo y multidisciplinar en el que está inmerso”. Según el autor, no es lo mismo el trabajo periodístico enfocado al turismo que realizar otras actividades propias de las relaciones públicas, la publicidad o la literatura.

En las plataformas digitales, por lo tanto, el periodismo turístico vendría a ser el tratamiento de la información periodística turística que se presenta en distintos formatos en la web para un público que cuenta con acceso a internet.

Materiales y métodos

En el presente trabajo se empleó la metodología cualitativa porque, haciendo uso de la observación, se analizó el contenido periodístico digital de los fanpage que promueven contenidos digitales acerca del turismo en Lambayeque. Según Sánchez (2019) la investigación bajo el enfoque cualitativo se sostiene en evidencias que se dirigen más hacia la descripción profunda del fenómeno con la finalidad de comprenderlo y explicarlo a través de la aplicación de métodos y técnicas derivadas de sus concepciones y fundamentos epistémicos, como la hermenéutica, la fenomenología y el método inductivo.

La presente investigación es hermenéutica porque se interpretaron las características, los géneros ciberperiodísticos y las recomendaciones por parte de Facebook para el trabajo periodístico en las páginas “Identidades del Norte” y “GERCETUR Lambayeque” que promueven el turismo en la región Lambayeque. Para Vigo (como se citó en Maldonado, 2016) la hermenéutica es entendida como la pretensión de abordar la problemática de la comprensión en toda su generalidad y amplitud.

Los escenarios de la investigación fueron dos: el Fan Page de Identidades del Norte y el de GERCETUR Lambayeque. Identidades del Norte es una revista turística lambayecana que presenta contenidos de cultura, gastronomía, arqueología, artesanía y exportación, bajo la dirección periodística de la Lic. Milagros Núñez Núñez. Además, este medio actualiza su contenido a través de la red social Facebook. Dentro de sus contenidos destacan las notas del patrimonio histórico lambayecano, las danzas tradicionales, lugares destacados de la región y noticias importantes de las políticas relacionadas al sector turístico. Asimismo, la revista

muestra publicidad relacionada al sector turístico de empresas de comida, transporte, y hospedaje. Por otro lado GERCETUR - Lambayeque (Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo) tiene como objetivo conseguir la participación de la Región Lambayeque a través de una gestión óptima y de calidad que facilite el progreso sostenible del Comercio Exterior, del sector Turismo y Artesanal. Tienen como visión administrar, promover y direccionar la competitividad y el desarrollo integral del Turismo, Comercio Internacional y artesanía, con sostenibilidad y apoyo en la micro y pequeña empresa, para mejorar la calidad en los productos y servicios turísticos, comerciales y artesanales, mediante programas integradores, concertados y descentralizados.

Los objetos participantes en la investigación a desarrollar fueron 10 publicaciones (5 por perfil) de los Fan Page de Facebook de Identidades del Norte y GERCETUR Lambayeque, las cuales fueron escogidas por una muestra intencional, pues según Otzen y Manterola (2017), “permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra solo a estos casos y, se utiliza en escenarios en los que la población es muy variable y consiguientemente la muestra es muy pequeña”.

Dentro de los criterios de inclusión se encuentran las publicaciones con contenido informativo y elementos visuales y audiovisuales, así como también las publicaciones entre los años 2017-2018. Y, dentro de los criterios de exclusión se consideraron las publicaciones que no contengan elementos visuales o audiovisuales de acompañamiento y las publicaciones en años distintos al 2017-2018.

La técnica de recolección de datos empleada fue el análisis documental porque se revisaron las publicaciones de los fanpage de Identidades del Norte y GERCETUR Lambayeque durante el periodo 2017-2018, con el objetivo de analizar sus características, géneros ciberperiodísticos y reconocer las características recomendadas por Facebook para el trabajo periodístico. Para Rubio (como se citó en González 2017) esta técnica es la acción, o conjunto de acciones, que tienden a mostrar el contenido de un documento de forma distinta de la original con el objetivo de mejorar su consulta o localización en un estudio anterior.

Y como instrumento se utilizó una ficha de análisis adaptada por los investigadores, tomando por como modelo la propuesta por Noguera (2010) quien estructuró cuatro partes de análisis que ofrecen distintos tipos de contenido sobre la tarea que el cibermedio está trabajando en Facebook: Contenidos, Conexión, Participación y Dinamización. Sin embargo, se tomaron solo los puntos resaltantes para la investigación y se añadieron otros para el análisis de las características, géneros ciberperiodísticos y recomendaciones por parte de Facebook para el trabajo periodístico. Una ficha de análisis es una herramienta que permite registrar e identificar fuentes de información, así como el acopio de datos o evidencias. En esta investigación se han empleado para recolectar la información obtenida de las publicaciones de los fanpages como sus características, géneros, recomendaciones, enfocadas al ámbito ciberperiodístico, que servirán para su elaboración.

Este proyecto de investigación tuvo en consideración el principio ético de la verdad como característica principal para la verificación de fuentes documentales y la observación. La ética de la verdad coincide con la verificabilidad, es decir, es verdad todo lo que es comprobable y cuantificable (Rodríguez, 2015). Además, este autor también menciona que la verdad es conformidad de las cosas con el concepto que de ellas forma la mente, es decir, estar conformes con lo que se dice o se piensa. Asimismo, el derecho a la propiedad intelectual también fue considerado en la realización de este trabajo de investigación otorgándole el crédito al autor consultado. Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2016), el término “derecho de autor” se emplea a fin de representar los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Esto comprende desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos. Además, este trabajo no pretendió estar en contra de la dignidad

humana, puesto que no se verá afectada en ningún ámbito. Al respecto, Aldana e Isea (2018) señalan que la dignidad humana hace referencia al concepto de “respeto humano” en todas sus condiciones.

Ficha de análisis

Tabla 1

Unidad de análisis N°

Objeto de análisis	Características Ciberperiodísticas	Clasificación de Géneros Ciberperiodísticas	Características recomendadas por Facebook para el trabajo periodístico
1. Información básica	1. Multimedialidad	1. Informativos	1. Textos breves
2. UR del espacio en Facebook.	2. Hipertextualidad	2. Interpretativos	2. Uso de preguntas
3. Naturaleza	3. Interactividad		3. Empleo de citas directas.
	4. Intercreatividad		4. Fotografías
			5. Frases inconclusas

Para el procedimiento de la recolección de datos se recurrió a la búsqueda de libros, artículos, revistas y documentos digitales para sustentar los materiales y métodos, así también para la elección de las publicaciones analizadas se ingresó a ambos

Esta investigación tuvo en consideración el principio ético de la verdad como característica principal para la verificación de fuentes documentales y la observación. La cual coincide con la verificabilidad, es decir, es verdad todo lo que es comprobable y cuantificable (Rodríguez, 2015). Además, este autor también menciona que la verdad es conformidad de las cosas con el concepto que de ellas forma la mente, es decir, estar conformes con lo que se dice o se piensa.

Asimismo, el derecho a la propiedad intelectual también fue considerado otorgándole el crédito al autor consultado. Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2016), el término “derecho de autor” se emplea a fin de representar los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Esto comprende desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos.

Además, esta investigación no pretendió estar en contra de la dignidad humana, puesto que no se verá afectada en ningún ámbito. Al respecto, Aldana e Isea (2018) señalan que la dignidad humana hace referencia al concepto de “respeto humano” en todas sus condiciones.

Resultados

En la presente investigación se analizaron 10 publicaciones digitales, de las cuales, 5 pertenecen al fanpage de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque y, 5 al fanpage de la revista Identidades del Norte.

El instrumento utilizado para el análisis respectivo se adaptó en base al propuesto por Noguera (2010). Sin embargo, no se han considerado todos sus indicadores al momento del análisis, pues se han prescindido de algunos y agregado otros ítems para ajustarse al análisis respectivo. Además, se presenta en los anexos las capturas realizadas a cada una de las publicaciones para el respectivo análisis.

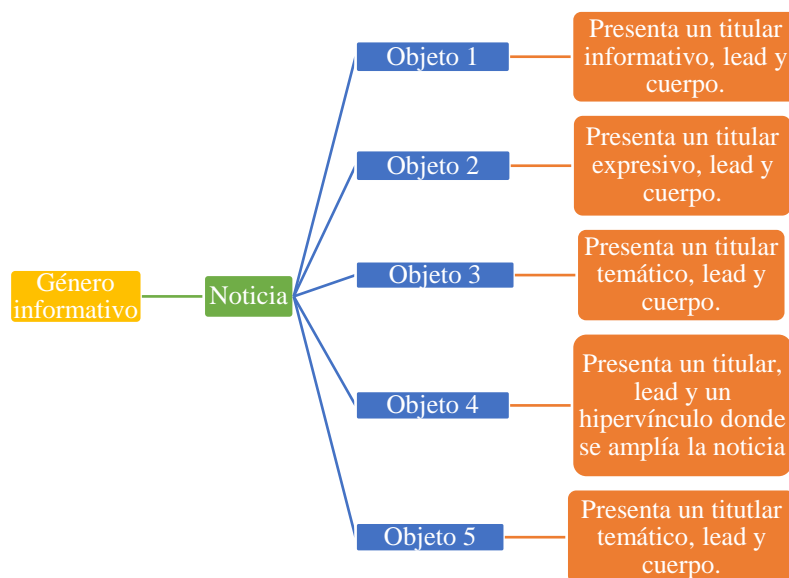
Figura 1.

Características ciberperiodísticas de las publicaciones de GERCETUR Lambayeque

	Objeto 1	Objeto 2	Objeto 3	Objeto 4	Objeto 5
Multimedialidad	Se incluyeron 6 fotografías.	Se combinó el texto y la imagen en un afiche.	Se incluyeron 4 fotografías	Se combinó el texto y la imagen en un afiche.	Se incluyeron 26 fotografías
Hipertextualidad	Contiene hipervínculos, 2 hashtags y 2 enlaces directos.	Contiene hipervínculos, 1 al fanpage y otro a la convocatoria.	—	Contiene 3 hipervínculos, 1 hashtag y 2 enlaces directos.	—
Interactividad	22 usuarios interactuaron con la publicación y 6 la compartieron.	14 usuarios interactuaron con la publicación y 1 la compartió.	10 usuarios interactuaron con la publicación y 1 la compartió.	28 usuarios interactuaron con la publicación y 8 la compartieron.	16 usuarios interactuaron con la publicación y 6 la compartieron.

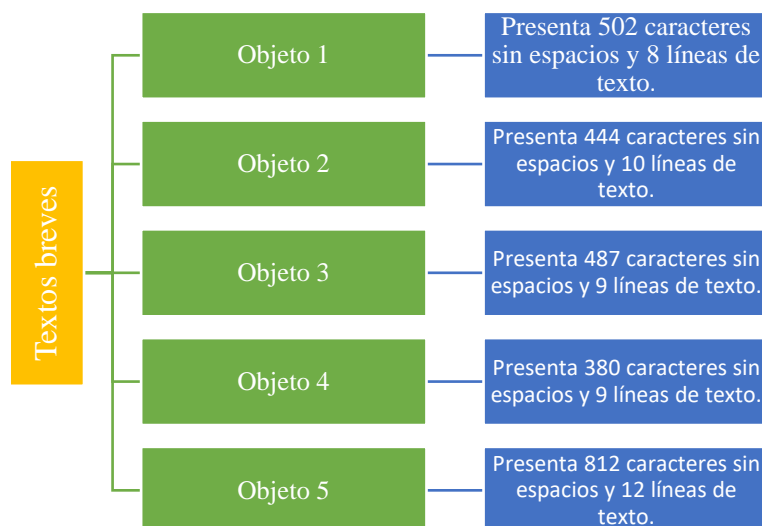
Nota: No se incluyó la característica de la Intercreatividad porque las publicaciones de GERCETUR Lambayeque no cuentan con esta.

Figura 2.
Géneros ciberperiodísticos de las publicaciones de *GERCETUR Lambayeque*



Nota: No se consideró el género Interpretativo porque las publicaciones de *GERCETUR Lambayeque* no cuentan con este.

Figura 3.
Características recomendadas por Facebook para el trabajo periodístico en las publicaciones de *GERCETUR Lambayeque*



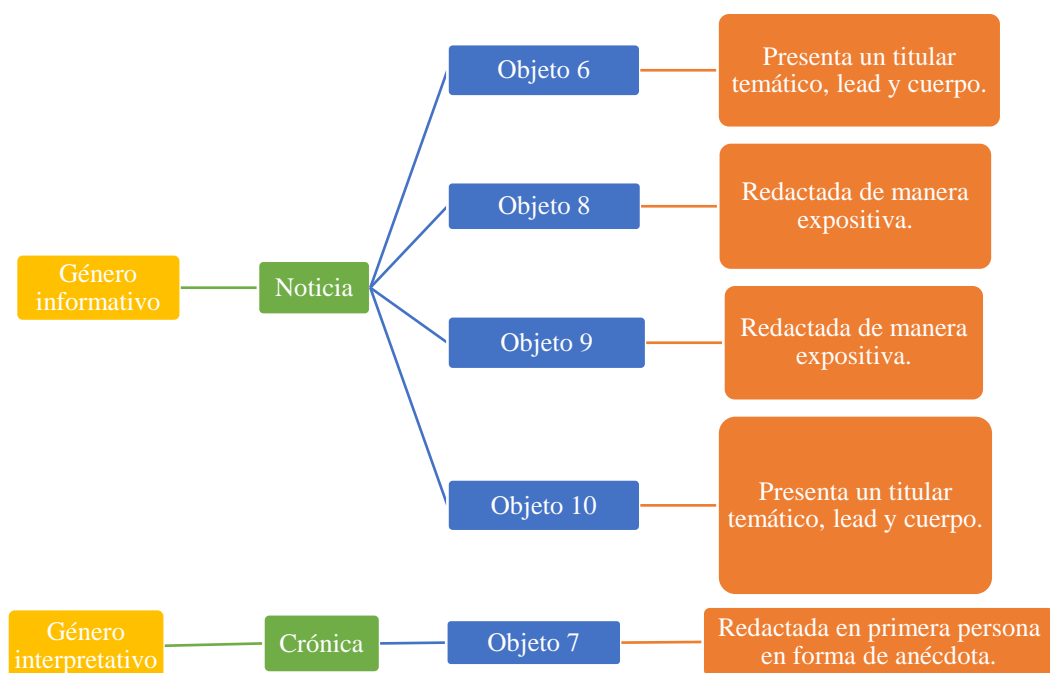
Nota: El uso de preguntas, empleo de citas directas y frases inconclusas no se encontraron en las publicaciones de *GERCETUR Lambayeque*. Sin embargo, el uso de fotografías sí estuvo presente, pero no se consideró en la figura 3. porque se colocó como característica ciberperiodística referente a la multimedialidad en la figura 1.

Figura 4.
Características ciberperiodísticas de las publicaciones de Identidades del Norte

	Objeto 6	Objeto 7	Objeto 8	Objeto 9	Objeto 10
Multimedialidad	Se incluyeron 13 fotografías.	Se incluyeron 14 fotografías	Se incluyeron 20 fotografías	Se incluyó un video informativo.	Se incluyeron 4 fotografías y una imagen de un cronograma.
Interactividad	99 usuarios interactuaron con la publicación, 8 la compartieron y 8 comentaron.	29 usuarios interactuaron con la publicación y 5 la compartieron.	25 usuarios interactuaron con la publicación y 5 la compartieron.	13 usuarios interactuaron con la publicación y 18 la compartieron.	55 usuarios interactuaron con la publicación y 4 la compartieron.

Nota: No se incluyó la característica de la Hipertextualidad porque las publicaciones de Identidades del Norte no cuentan con esta.

Figura 5.
Géneros ciberperiodísticos de las publicaciones de Identidades del Norte



En relación a las características recomendadas por Facebook para el trabajo periodístico en las publicaciones de Identidades del Norte, no se consideró una figura para mostrar los resultados obtenidos a pesar de que estas cuentan con fotografías y textos breves (objeto 9) porque las fotografías se encuentran en la tabla 4 referente a las características ciberperiodísticas.

Discusión

Las publicaciones de Facebook analizadas se caracterizan principalmente por presentar 'Multimedialidad'. Si bien es cierto, no todas presentan los 3 elementos de esta característica (imagen, texto y sonido en un mismo medio), señalados por Salaverría (como se citó en Aguirre, Bernal y Odriozola, 2015) sin embargo, todas tienen imágenes y texto como mínimo. Estas características son suficientes para considerar que una publicación tiene multimedialidad.

La 'Hipertextualidad' solo está presente en las publicaciones de la página de Facebook de Gercetur Lambayeque, debido a que presenta un estilo más formal y se conecta con otras páginas de naturaleza estatal. Por el contrario, "Identidades del Norte" no ha utilizado hipervínculos en ninguna de las publicaciones analizadas.

Cada objeto de estudio analizado también se caracteriza por presentar 'Interactividad', que en este caso se mide a través de Interacciones de los usuarios de Facebook. Esto según Salwen, Garrison y Driscoll (como se citó en Martínez, 2013) es la capacidad de la audiencia para indicar que ha recibido la información.

La 'Intercreatividad' no ha sido una característica recurrente en estas publicaciones. Solo 3 de ellas de la página de Facebook de la revista "Identidades del Norte" la presenta. Como señala Martínez (2013), esta característica es elaborada por los usuarios quienes brindan opiniones, ideas y conocimientos a través de comentarios.

La revista turística "Identidades del Norte", tiene un estilo más cercano a las funciones primordiales de la red social Facebook que, en efecto, ha generado mucha más retroalimentación y comentarios que las publicaciones de Gercetur. Eso lo sostiene Martínez (2013) al señalar que esta plataforma permite al emisor personalizar y mejorar el contenido para obtener aportes de los usuarios.

En las publicaciones de ambos fanpages de Facebook destaca la noticia como género principal, pues, como sostiene Sánchez (2016), este es el género informativo por excelencia. Además, este tipo de texto es consecuente con la función informativa de "Gercetur" e "Identidades del Norte". Asimismo, como menciona Escalona (como se citó en Ledhesma, 2016), la noticia turística se emplea sobre todo para comunicar los hechos y problemas más importantes del sector.

Las noticias de la página de Facebook de "Gercetur" presentan titulares a diferencia de "Identidades del Norte". Estos, para Sánchez (2016), son los elementos que requieren mayor atención para redactar. También, Bolós (como se citó en Sánchez, 2016), recalca que en un medio digital los titulares son imprescindibles para el adelanto de la información.

Los párrafos de las noticias de "Gercetur" tienden a ser menos de 3, lo que permite que el usuario tenga una lectura más simplificada y con mayor interés en la pantalla, según lo señalado por Lorrondo (como se citó en Sánchez, 2016). En cambio, "Identidades del Norte" traspasa los 3 párrafos porque presenta otros géneros periodísticos que "Gercetur" no considera.

Dentro del género interpretativo, la crónica y el reportaje son empleados por "Identidades del Norte" a diferencia de "Gercetur" que solo ha publicado noticias. Tanto la crónica como el reportaje en "Identidades del Norte" son utilizados de una forma coloquial y personalizada como lo haría un usuario natural de Facebook. Esto va de acuerdo con lo planteado por Correa (2012), pues señala que el reportaje permite licencias en el estilo con el que se trabaja. De igual

forma, Sánchez (2016) resalta que la crónica muestra la perspectiva individual y la interpretación personal del periodista.

La entrevista, como género periodístico, está presente solo en una de las publicaciones del fanpage de “Identidades del Norte”. Esta se caracteriza por presentar 3 elementos distintos de información multimedia, pues presenta texto, imágenes y audio. Asimismo, de acuerdo con Moreno (como se citó en Sánchez 2016), la audiencia participa directamente con el entrevistado, pues se aplican las características de la interactividad e hipertextualidad.

El género de opinión no es utilizado en ninguna de las publicaciones analizadas. Según Sánchez (2016), actualmente, con el uso del periodismo digital existe confusión entre lo que es artículo de opinión y publicación de opinión de un usuario en redes sociales.

En cuanto a las recomendaciones de Facebook para el uso periodístico, destacadas por Quiroz (2014), tanto “Identidades del Norte” como “Gercetur” cumplen con el uso de las fotografías. Según el autor, esto permite que el usuario tenga la referencia visual del vínculo directo con la redacción periodística y, así se logra incrementar en un 50% los comentarios, a comparación de los textos que no las poseen.

Sin embargo, el uso de textos breves, de preguntas, de frases inconclusas y de citas directas no han sido utilizados por ninguno de los objetos de estudio.

Conclusiones

Las características del contenido periodístico digital que predominan en las publicaciones de los fanpages de Identidades del Norte y GERCETUR Lambayeque son multimedialidad e interactividad. Multimedialidad, por el uso de fotografías e, interactividad, por el intercambio de información con los usuarios mediante reacciones y el número de veces compartidas las publicaciones.

La hipertextualidad resalta en el fanpage de GERCETUR por sus hipervínculos y hashtags utilizados; en Identidades del Norte destaca la intercreatividad porque las publicaciones generan comentarios entre los usuarios y de esta manera se logra la retroalimentación de la información mostrada.

El género ciberperiodístico más usado es el informativo y, la noticia es el género que destaca en las publicaciones porque muestra los hechos de manera cronológica y, además, hace uso de los titulares para presentar la noticia.

La crónica y el reportaje son los géneros interpretativos utilizados con frecuencia en las publicaciones analizadas en Identidades del Norte, porque presentan un estilo coloquial, sencillo y adaptado al lenguaje de los usuarios de Facebook; por ese motivo, estas publicaciones, alcanzan una mayor interacción con los usuarios a comparación de las de GERCETUR.

Las publicaciones analizadas cuentan con fotografías como la única característica común de las recomendaciones brindadas por Facebook para el trabajo periodístico; el texto breve se utiliza en algunas de las publicaciones, sin embargo, predomina la abundancia de caracteres en sus redacciones.

El uso de preguntas, el empleo de citas directas y las frases inconclusas son tres características que no tuvieron presencia en ninguna de las publicaciones anteriormente analizadas.

Recomendaciones

El uso de las redes sociales para el periodismo debería ser utilizado ampliamente como herramienta para lograr un gran alcance de todos los públicos que han migrado de forma masiva

a las plataformas digitales. No solo para temas relacionados al turismo, sino también para muchos otros que conciernen la vida diaria de las personas y comunidades. Por tal motivo, debe ser estudiado y practicado desde las universidades.

Para impulsar el turismo en la región Lambayeque es importante utilizar medios de gran alcance; y en el caso de esta investigación, resaltar el uso de Facebook como plataforma digital para dar a conocer y compartir acerca de los destinos turísticos de nuestra región y las actividades que se realizan en ellos tanto a turistas locales como extranjeros.

Es primordial realizar más investigaciones sobre el uso de Facebook para la labor periodística, ya que esta plataforma reúne a una audiencia masiva que está a la espera de que la información llegue de forma más rápida y personalizada. Esto una oportunidad para que los periodistas turísticos y de todas las especialidades aprovechen las herramientas que esta red social les proporciona.

Para sacar el mejor provecho de los recursos que brindan las redes sociales, es importante que los periodistas y estudiantes de periodismo aprendan el mecanismo de trabajo de las mismas, pues así podrán adaptar sus conocimientos de lenguaje periodístico y estrategias comunicativas a esta plataforma.

Referencias

- Aguirre, C., Bernal, J., y Odriozola, J. (2015, 5,6-7 octubre). Convergencia Comunicativas Mutaciones de la cultura y del poder [ponencia]. XV Encuentro Latino americano de Facultades de Comunicación Social. <http://bit.ly/310f3zK>
- Aldana, J., y Isea, J. (2018, Enero – Junio 2018). Derechos Humanos y Dignidad Humana. Revista Arbitrada de Ciencias Jurídicas, 3(4), 1-16. <http://bit.ly/3eTYFZL>
- Astete, R. (2016). Influencia del uso de las redes sociales (FACEBOOK, TWITTER Y YOUTUBE) para la promoción de la provincia de Islay como destino turístico en los pobladores de Arequipa Metropolitana en el segundo trimestre del 2016 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <https://bit.ly/3savUvI>
- Barredo, D., y Díaz, E. (2017). “La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador (2016)”. Revista Latina de Comunicación Social, (72), 273 a 294. <https://bit.ly/2Nx8aTi>
- Cabero Almenara, J., Barroso Osuna, J., Llorente Cejudo, M., & Yanes Cabrera, C. (2016). Repositorio de la Universidad de Murcia. Obtenido de Redes sociales y Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación: aprendizaje colaborativo, diferencias de género, edad y preferencias: https://www.um.es/ead/red/51/cabero_et_al.pdf
- Cabrera, M., Codina, L., y Salaverría, R. (2019). Qué son y qué no son los nuevos medios. 70 visiones de expertos hispanos. Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 1506 a 1520. <http://bit.ly/3eY2Bsk>
- Campos, F., Araújo, J., López, X., & Martínez, V. (2016). El profesional de la información. Impacto de las redes sociales en el periodismo, 25(3), 449-457. <http://bit.ly/2OTO0DD>

- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 1-20.
<http://bit.ly/3s3sXNf>
- Correa, M. (2012). El reportaje en el ciberperiodismo. (Tesis de pregrado en Comunicación, Universidad de Piura). Recuperado de
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1720/INF_177.pdf?sequence=1
- Cueva, D. (2019). Características del lenguaje periodístico de la página de Facebook de diario La República según sus lectores en el 2018 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura]. <https://bit.ly/3lxttk9>
- Diario El Tiempo. “Manual de Redacción del diario El Tiempo.” El Tiempo, 2017, <http://bit.ly/311PY7D>. Accessed 2021.
- Domínguez, Fernando de Jesús, López, Rocío, Ortega, y Juan Carlos. (2016). Hagan un grupo de Facebook para esta clase. ¿De qué hablamos cuando hablamos de redes sociales? *Revista Interamericana de Educación de Adultos*, 38(2), 116-126.
<https://bit.ly/3qX3d3W>
- Fernández, P., y Alberto, I. (2018). Periodismo digital: Análisis de la nueva forma de adaptarse al mercado en los medios de espectáculos [Tesis de licenciamiento, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://bit.ly/3cUIYjD>
- García, J. (2017). Periodismo turístico y de viajes: La calidad de la información especializada sobre turismo en la red. Licenciatura. Universidad Complutense de Madrid.
- Giraldo Cardona, C. M., y Martínez María-Dolores, S. M. (2017). Análisis de la actividad y presencia en facebook y otras redes sociales de los portales turísticos de las Comunidades Autónomas españolas. *Cuadernos De Turismo*, (39), 239-264.
<https://doi.org/10.6018/turismo.39.290521>
- Gómez, J. (2014). Uso de redes sociales virtuales en jóvenes universitarios. Venezuela. Recuperado de <https://bit.ly/3tBSJZt>
- González, V. (2017). Análisis Documental de la Investigación en la enseñanza multigrado ¿Un campo de reflexión para la didáctica de las ciencias? Huelva, España.
- González, R. (2015). Promoción turística en redes sociales. Obtención de grado. Escuela universitaria de Turismo.
- Hootsuite, & We are social. (2018). Digital in 2018 Global Overview.
- Iniesta, I. (2017, 27 de Junio). Intercreatividad: un factor clave del S. XXI. TRIClab.
<http://bit.ly/2NzeN7L>
- Ledhesma, M. (2016). Aportes para el periodismo turístico: por periodistas turísticos. 29/10/2017, de En Perú Sitio web: <https://bit.ly/2NzJIX1>

- Lujardo, J. (2016). Análisis Documental: ¿Normas establecidas? [Diapositiva de PowerPoint]. Infomed Red de Salud de Cuba. <https://bit.ly/2Qjd1bL>
- Maldonado, R. (2016). El método hermenéutico en la investigación cualitativa. *Obtenido de* <https://www.researchgate.net/publication/301796372>.
- Martínez, F. (2013). Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales: Análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles. Doctorado. Universidad Complutense de Madrid.
- Noguera, J. (2010). Redalyc. Recuperado de: Revista Latina de Comunicación Social: <https://bit.ly/3eYQGKL>
- Otzen, T. y Manterola C. (2017) Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1):227-232. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Quiroz, Y. (2014, octubre 15). Revista Cultura. Recuperado de <https://bit.ly/3c7s40V>
- Rey, N. (2015). “La promoción turística a través de las redes sociales: el caso de los ayuntamientos gallegos de menos de 5.000 habitantes”. TRABAJO DE FIN DE MÁSTER. Universidade da Coruña. Recuperado de <https://bit.ly/3vG1wLL>
- Rissoan, R. (2016). Redes sociales: comprender y dominar estas nuevas herramientas de comunicación. Barcelona: Eni.
- Rodríguez Ruiz, J. R. (2015). *Ética profesional y deontología*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6387/L005-AUTORIA%20PROPIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. El profesional de la información, 28(1). <http://bit.ly/3qZ2tLv>
- Sánchez, A. (2016). Análisis de los géneros periodísticos en la prensa escrita y la prensa digital. Nuevos géneros y formatos en internet.
- Sanchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Tibocha, Y. (2017). Periodismo Digital (1º ed.). <https://bit.ly/3s3yinV>
- Valladares, M. (2015). Análisis de las redes sociales como herramienta para la promoción de empresas turísticas [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. <https://bit.ly/3s3yinV>

Vintimilla J. (2017). El internet y las redes sociales: su impacto en los espacios informativos de los medios de comunicación. Obtenido de <https://bit.ly/3sb5GZM>

Anexos

Anexo 1

CAMPAÑA DE LIMPIEZA PÓMAC LIMPIO

6 fotos · Updated hace 5 meses

"PÓMAC LIMPIO" | El pasado sábado 19 de mayo del presente, la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo Lambayeque - GERCETUR Lambayeque, participó activamente en la campaña "Pómac Limpio", en la que se recolectaron 12 cubos de residuos sólidos entre plásticos, papel, cartón y desechos domésticos, que son arrojados por conductores irresponsables que circulan por la zona de amortiguamiento del Santuario Histórico Bosque de Pómac (carretera Pítipu – Batangrande). Para dicha actividad se hizo entrega de guantes, mascarillas y bolsas. #Cuidatuplaneta #Medioambientesostenible



22

6 veces compartido

Me gusta

Comentar

Compartir



Anexo 2

 Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo
Lambayeque compartió una publicación — con Tlir Las Romerinas y 17 personas más.

7 de mayo · 🌐

CONVOCATORIA | A puertas de vivir el mundial, nuestr@s artesan@s lambayecan@s están convocados a estar presentes a través de sus obras en "Casa Perú" en Rusia 2018. 🇵🇪 🇷🇺

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, inició la convocatoria para seleccionar a 50 piezas artesanales de nuestro país las cuales estarán presentes en esta novedosa plataforma de exposición, organizada por PROMPERÚ.

El plazo máximo de inscripción vence este miércoles 09 de mayo.

¡El gol lo haces tú! 🏆 🌍 🇵🇪

Mayor información en <https://goo.gl/Gya5wD>



Nuestro arte combina con el mundo *Exhibe tu artesanía en Rusia!*

Mincetur Perú
4 de mayo · 🌐

Me gusta esta página

¡Atención #Artesanos! Esta es la oportunidad para que tu arte llegue hasta el mundial #Rusia2018. Seleccionaremos 50 artesanías para que puedan ser exhibidas en la #CasaPerú en #Moscú. ¡A participar! 🏆

🌐 Detalles del concurso: <https://goo.gl/Gya5wD>

PromPerú Oficial Marca PERÚ
#Artesanía #PerúParaElMundo #OrgulloPeruano #ElPerúPrimero 🇵🇪 🇷🇺 🌍

Anexo 3

 Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo Lambayeque está con Malambo Zaña y 17 personas más 25 de mayo de 2018

CLAUSURA DE CURSO DE BAR TRAINING | 20 colaboradores de empresas de servicios turísticos de nuestra región culminaron el curso "Bar Training" (60 horas académicas), el cual fue coorganizado por el MINCETUR a través de CENFOTUR, y el Gobierno Regional Lambayeque a través de GERCETUR. El curso se llevó a cabo en el marco del Programa de Fortalecimiento de Competencias PFC, que tiene como objetivo fortalecer las competencias laborales de los colaboradores de las empresas de servicios turísticos

*Este lunes 28 de mayo, se inicia el curso "Ingeniería del Menú y Diseño de Carta".



9 1 vez compartido

Me gusta Comentar Compartir

Anexo 4

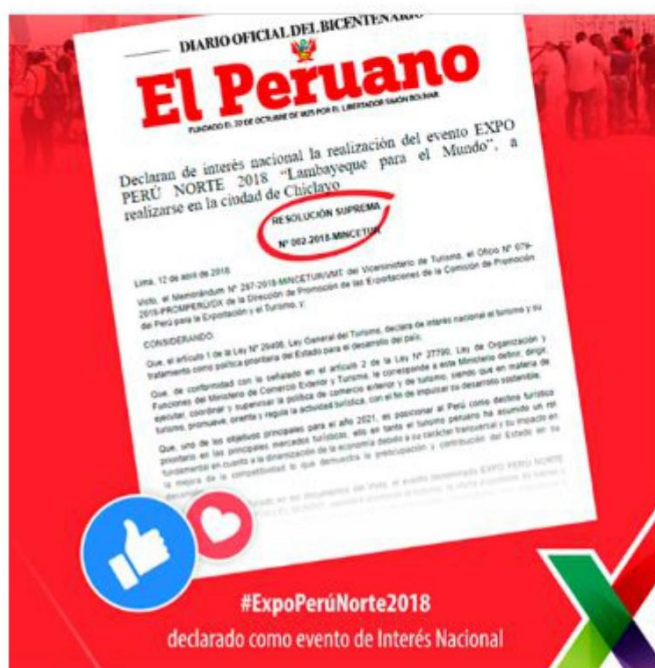
 Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo
Lambayeque compartió una publicación — con Lima Pocket Guide y 94 personas más.
13 de abril · 🌐

**EXPO PERÚ NORTE 2018 "LAMBAYEQUE PARA EL MUNDO",
DECLARADO EVENTO DE INTERÉS NACIONAL**

Con Resolución Suprema N° 002-2018-MINCETUR el evento denominado EXPO PERÚ NORTE 2018 "LAMBAYEQUE PARA EL MUNDO" ha sido declarado de Interés Nacional.

Dicha resolución ya fue publicada en el Diario Oficial "El Peruano" y lo pueden ver desde el siguiente enlace:
<http://bit.ly/Resolucion-Suprema-ExpoPeruNorte2018>

👍 #ExpoPerúNorte2018 es para todos 👍



Expo Perú Norte 2018
13 de abril · 🌐 👍 Me gusta esta página

Con Resolución Suprema N° 002-2018-MINCETUR el evento denominado EXPO PERÚ NORTE 2018 "LAMBAYEQUE PARA EL MUNDO" ha sido declarado de Interés Nacional.

Dicha resolución ya fue publicada en el Diario Oficial "El Peruano" y lo pueden ver desde el siguiente enlace:
<http://bit.ly/Resolucion-Suprema-ExpoPeruNorte2018>

👍 #ExpoPerúNorte2018 es para todos 👍

👍❤️ 28

8 veces compartido

Anexo 5

Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo Lambayeque ha añadido 26 fotos nuevas al álbum **CICLOTURISMO EN EL CIRCUITO DE PLAYAS**.
20 de febrero · 🌐

Con la participación de cerca de 60 ciclistas, el pasado domingo 18 de febrero se llevó a cabo el Cicloturismo en el Circuito de Playas, actividad organizada en el marco del XVI Festival del Caballito de Tolora.

La partida se dio en la Plazuela Elias Aguirre, y después de recorrer la Av. Grau, el grupo de ciclistas se dirigió a la Plaza de Monsefú. Seguidamente se dirigieron a Santa Rosa, donde se pudo observar el concurso de armado de Caballito de Tolora (actividad organizada por la Municipalidad de Santa Rosa), para luego trasladarse a la Playa de Pimental.

El cicloturismo fue coorganizado por el Club de Ciclismo Chacra Bike, la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo y Peruvian Camping Bike, y contó con el auspicio y apoyo logístico de Bike Center Bick y Chasquiaventura. Asimismo, se contó con el apoyo (para los aspectos de auxilios y seguridad) de la Gerencia Regional de Salud, la Unidad de la Policía de Turismo y las Comisarias de Monsefú y Santa Rosa.




CICLOTURISMO EN EL CIRCUITO DE PLAYAS
26 fotos

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 📱 Buffer 🗨️

👤 16

Se ha compartido 6 veces

👤 Escriba un comentario... 😊 📷 📧 🗑️

Anexo 6



EMOTIVA Y EXITOSA Ceremonia de reconocimiento al Distrito de Zaña como "Sitio de la Memoria de la Esclavitud y la Herencia Cultural Africana", contó con la presencia del Ministro de Cultura Salvador del Solar, autoridades regionales gremios turísticos, instituciones como el Patronato de Cultura de Chiclayo, medios de comunicación nacional y regional, periodistas de la prensa turística PRENSATUR, profesionales inmersos en el sector turístico, cultural y educativo. Este acto trascendental se desarrolló el pasado viernes 08 de setiembre en horas de la tarde en el parque principal del distrito. Posteriormente las autoridades recorrieron algunas calles de la ciudad hasta llegar al Museo Afro Peruano en donde se desarrolló un espectáculo cultural y protocolar. Informe: Revista Turística "Identidades del Norte". Fotos: Milagros Núñez.



Anexo 7

Milagros Nunez Nunez está con **Melambo Zeta** y 15 personas más.
14 de marzo de 2017 · ig

Dios mio, si que la fuerza y furia de la naturaleza es grande y que solo nuestro Señor sabe cuando pasará. Hoy mi destino era el centro poblado de Callanca, tanta que ir a continuar con mi trabajo periodístico recopilando información sobre la historia, tradiciones y costumbres de este lugar, luego al proximo día 12 del mes de mayo, no me imaginé que mi negocio sería tan tumultuoso, pero durante 5 horas y media ibamos viendo durante todo mi camino a el centro poblado como las nubes tan negras y cargadas de raras aeronaves, y los amigos que me acompañaban en mi trabajo, supieron todos ellos, comentaban, SE NOS VIENE EL AGUACENO SERIA, VALGAMÉ DIOS OTRA VEZ YA NO, GUELLIA EL RIO SE NOS LLEVA NUESTRAS TERNAS. Solo aliné a decirles calma y fe que solo nuestro Señor sabrá que sucederá y si pasa algo, solo él sabrá cuando pasará. Pero créanme que desde que vi esas nubes, como a las 5:54 pm saqué mi celular y la batería ya me estaba abandonando. Qui por unos minutos en silencio, y miraba como el río Negro aumentaba su caudal y se llenaba de arena la tierra, cubría... segundos después y al terminar mi conexión se desató una tremenda fuerza con fuerza, unos ruidos tan fuertes que por segunda vez los pude escuchar (el primero fue en Uchta - mayo 2016) y en ese momento me di cuenta de cual era mi realidad, y entre mi decía (Señor se tanta la la desoperación de este pueblo por sus humildes casas y y mis hijos están inseguros y a salvo en mi hogar, porque Señor?), peneba en plena zona de Callanca, raras, ancianos, hombres y mujeres desesperados con palatas en mano corran a bajar las entradas de sus casas, otros a sacar el agua. Uno más era tanta la euforia, gritos y fanfarras que por un instante me desatiqué, y no supe como actuar tanto así que ni quise para poder mostrársela, esas imágenes quedarán grabadas en mi mente por siempre. Luego pude ser parte de la familia González en ayudarlos a bajar huecos de las techos, y calmar al abuelo y sus nietos llorando con desesperación. En ese instante recibí la llamada de mi hijo Arana, con las palabras entró la llamada, la batería de mi celular parpadaba y ella me decía "Mami por donde estás, acá está leo, mamá cuídalo y le dije le amo mucho cuídalo ya luego" y así me acabó la batería. Desde ese instante me encomencé al Señor, y le dije gracias por darme toda oportunidad de estar aquí cumpliendo mi trabajo y apoyando a los que necesitan. Pero fue que vivimos eso ya escapaba de las manos, gracias al Prof. Augusto Mechián que en plena furia fue a su casa corriendo para sacar su motocicleta para recogerme y dejarme en el cruce en plena carretera panamericana. Fue toda una odisea salir de Callanca. Salí a las 8:37 pm y luego a mi casa a las 08:41 pm. Continuaré...



👍❤️🔥 29

15 comentarios
5 veces compartido

Anexo 8



Identidades del Norte compartió una publicación.

...

13 de septiembre de 2017 · 🌐

Admirable lo que un pueblo puede hacer cuando se les enseña a conocer, respetar y valorar su historia y costumbres. Hombres y mujeres del Centro Poblado Santa Rosa de Pucalá se agruparon y trabajaron para formar su propio Museo Comunal con el mismo nombre. Impecable organización, y un ambiente que desborda IDENTIDAD LAMBAYECANA. Escenas desarrolladas durante la ceremonia de inauguración en donde asistieron autoridades del sector turismo como el Dr. Walter Alva (Director Museo Tumbas Reales de Sipán), Arqueóloga Bernarda Delgado (Directora Museo de Sitio de Túcume), Arqueólogo residente del Complejo arqueológico Huaca Santa Rosa de Pucalá Edgard Bracamonte, Arq^o Alberto Risco (Director Unidad Ejecutora Naylamp Lambayeque y autoridades representativas del distrito. En la ceremonia se entregaron reconocimientos a los pobladores identificados con el trabajo social y cultural de su zona. Revista Turística "Identidades del Norte" te Recomendamos visitar dicho destino turístico ubicado en el distrito de Pucalá.



Anexo 9

 **Identities del Norte** compartió una publicación. ...
14 de noviembre de 2017 · 

Estas fueron las declaraciones que brindó el Ministro de Cultura Salvador del Solar a la prensa local durante su visita al Complejo Arqueológico Ventarrón. Entre los medios que brindaron cobertura a éste trágico hecho fue la Revista Turística y Cultural "Identities del Norte".



756 reproducciones

Milagros Nuñez Nuñez
14 de noviembre de 2017

Estas fueron las declaraciones que brindó el Ministro de Cultura Salvador del Solar a la prensa local durante su visita al Complejo Arqueológico Ventarrón. Entre los medios que brindaron cobertura a éste trágico hecho fue la Revista Turística y Cultural "Identities del Norte".

 Me gusta  Comentar  Compartir 

Anexo 10

Identities del Norte compartió una publicación. ...

18 de enero · 🌐

Trujillo está de fiesta. Son más de 5 días de religiosidad volcada en ésta tierra norteña. Imágenes de santos representativos de distintos distritos y regiones se hacen presente, por la región Lambayeque el Divino Niño del Milagro de Ciudad Eten y la Milagrosa Cruz de Motupe; y por la región Cajamarca está la Patrona Virgen Inmaculada de Chota, y la Virgen de Cutervo, imágenes que hicieron su ingreso en procesión y son visitados y adorados en la catedral de la ciudad de Trujillo. Ese estrado está ubicado en la Plaza de Armas de la ciudad donde también llegará el Papa. Adjunto Programa de actividades en la ciudad de Trujillo día sábado 20 de enero 2018. Reporte: Revista Turística Identidades del Norte presente en éste acontecimiento religioso.

GENERAL DE BIENVENIDA AL PAPA 1. 10:00 AM - Plaza de Armas 2. 11:00 AM	ENCUENTRO CON CLEROS, RELIGIOSOS Y MISIONEROS 3. 12:00 PM
SANTA MISA 4. 1:00 PM - Catedral 5. 2:00 PM	ENCUENTRO MUNDANO 6. 3:00 PM - Plaza de Armas 7. 4:00 PM

Explicación de las Unidades	
N° 1	<p>Según la característica periodística de la Multimedialidad, los recursos multimedia con los cuales cuenta la publicación, en este caso las fotografías, están agrupados en un álbum al que se puede acceder a través del hipervínculo con el nombre “Campaña de limpieza Pómac limpio”, como se aprecia en el anexo 1. Además, el segundo hipervínculo: “Santuario Histórico Bosque de Pómac”, nos redirige al fanpage del santuario donde se encuentra información acerca de su ubicación, fotografías y opiniones de los usuarios que han visitado el lugar. Los hashtags: #Cuidatuplaneta y #Medioambientesostenible, nos redirigen a un filtro de búsqueda donde se muestran todas las publicaciones, personas, fotos, videos, páginas, lugares, grupos, aplicaciones o eventos públicos en los que se ha utilizado los hashtags antes mencionados y que ayudan a ampliar la información sobre los temas medioambientales. Sobre las características del contenido periodístico en la red social Facebook, el presente texto no se considera como breve porque sobrepasa los 200 caracteres incluyendo los hipertextos. Además, es un texto de ocho líneas, lo cual excede las cinco líneas recomendadas.</p>
N° 2	<p>De acuerdo a las características ciberperiodísticas, la publicación carece de ‘intercreatividad’, porque los usuarios no realizaron ningún comentario o retroalimentación sobre esta. Los hashtags: #Rusia2018, #Artesanos, #CasaPerú, #Moscú, #Artesanía, #PerúParaElMundo, #OrgulloPeruano y #ElPerúPrimero, si bien es cierto, no se encuentran en la redacción hecha por GERCETUR Lambayeque, se localizan al término de esta y ayudan ubicar al lector en el contexto en el que se realiza la convocatoria, así como a encontrar más información sobre estos términos accediendo a ellos mediante el hipervínculo.</p> <p>Sobre las características del contenido periodístico en la red social Facebook, la publicación no cuenta con texto breve porque presenta 444 caracteres sin espacios, lo cual, sobrepasa los 200 caracteres recomendados por la Red Social Facebook. Por ese motivo, no se considera como tal. Así también carece de preguntas, citas directas y frases inconclusas. La presente publicación no es creada por el fanpage del GERCETUR Lambayeque, sino compartida a través del fanpage del Mincetur Perú, lo cual genera un mayor tráfico en número de vistas y alcance para hacer eco al mensaje que se desea transmitir. Además, fortalece los vínculos entre dos entidades dedicadas a la promoción del turismo a nivel nacional e internacional.</p>
N° 3	<p>Esta publicación tiene un número regular de interacciones, pero solo se ha compartido una vez. Esto indica que la relevancia del contenido no ha sido el suficiente para el usuario, quien ha tenido mejor participación en otras publicaciones. La publicación no cuenta con hashtags o enlaces que ayude a los usuarios a ampliar la información sobre esta noticia. Además, no presenta intercreatividad porque no hay comentarios, ni retroalimentación entre los usuarios.</p> <p>De acuerdo a las características del contenido periodístico en la red social Facebook, no presenta un texto breve porque su número de caracteres</p>

	<p>y líneas supera a los recomendados por Facebook. Además, no cuenta con ninguna cita directa, frase inconclusa o pregunta. Con la característica que sí presenta es con fotografías que acompañan al texto.</p>
<p>N° 4</p>	<p>En referencia a las características ciberperiodísticas, falta la intercreatividad porque la publicación no presenta comentarios o retroalimentación por parte de los usuarios, sin embargo, se llegó a compartir 8 veces por usuarios. En la parte final del texto se creó el hashtag #ExpoPerúNorte2018 para ser compartido en las publicaciones referentes al evento y que los usuarios de Facebook pudieran ubicar de manera rápida las publicaciones de este.</p> <p>La presente publicación ha sido compartida por medio del fanpage de “Expo Perú Norte 2018” para dar a conocer a los usuarios de GERCETUR Lambayeque la relevancia de tan importante evento realizado en la ciudad de Chiclayo. Así también, presenta un enlace (http://bit.ly/Resolucion-Suprema-ExpoPeruNorte2018) que redirige a la página web del diario “El Peruano”, donde se puede leer de manera completa la resolución suprema emitida por el Estado Peruano acerca de la declaración de interés nacional del evento Expo Perú Norte 2018 “Lambayeque para el mundo” y el llamado a las entidades públicas a colaborar con este fin.</p> <p>Por último, según las características del contenido periodístico en la red social Facebook, consideramos que presenta un texto breve por su número de caracteres y líneas. Si bien es cierto, no cuenta con fotografías, sí existe un elemento visual (afiche) que acompaña la publicación y aporta a esta. No se encontró la presencia de citas directas, frases inconclusas o el uso de preguntas.</p>
<p>N° 5</p>	<p>De acuerdo a la característica de la multimedialidad, la cantidad de fotos ha sido predominante en la nota, porque ha hecho posible que el número de interacciones y las veces compartida sean notables. El título del álbum de fotos que se muestra en medio de las imágenes de la publicación “Cicloturismo en el Circuito de Playas” brindan al usuario la facilidad de anticipar el contenido visual, para que este tenga la libertad de escoger entre abrir el álbum o solo apreciar las imágenes sin abrir la galería completa.</p> <p>La publicación carece de hipertextualidad porque no cuenta con ningún hipertexto que dirija a alguna página web o fanpage para ampliar la información. Así mismo, no presenta intercreatividad porque los usuarios no han realizado comentarios o retroalimentación acerca del tema de la publicación. La nota está escrita en tercera persona y en modo expositivo, lo que corresponde al género informativo.</p> <p>De acuerdo a las características del contenido periodístico en la red social Facebook encontramos que cuenta con el uso de fotografías que acompañan al texto, sin embargo, no utiliza texto breve porque contiene 812 caracteres sin espacio. Además, tampoco se ha usado preguntas breves o hace referencia a una cita directa.</p>

<p>N° 6</p>	<p>Según la característica ciberperiodística de la hipertextualidad, la publicación no presenta enlaces para redireccionar a los usuarios hacia información complementaria, background o proyección.</p> <p>Sin embargo, se ha insertado enlaces en los nombres de las autoridades y lugares e instituciones como el Patronato Cultura de Chiclayo, Prensatur y el Museo Afroperuano. Si se aplicaba la hipertextualidad, los lectores hubiesen ingresado hacia la información de los sujetos y lugares mencionados anteriormente, para una mejor ampliación de la información.</p> <p>El uso de imágenes en esta nota ha permitido que haya un 50% más de comentarios que de no haber presentado fotografías, según lo indicado por Facebook.</p> <p>El autor de esta publicación ha tenido en cuenta que el usuario en redes sociales no se detiene mucho tiempo a leer el contenido, por lo que se ha escrito de forma resumida y clara. El texto también se distingue por la presencia de hechos y no de opiniones.</p> <p>Asimismo, resalta por el criterio de proximidad con respecto al lector, pues es una noticia turística y regional, de interés ciudadano. Cabe mencionar que en esta publicación no se menciona a las fuentes de información.</p> <p>En este caso, no se ha utilizado interrogantes para abrir la noticia. De considerarse este aspecto, según Facebook, se hubiera obtenido el doble de comentarios y más reacciones. Tampoco presenta frases inconclusas, lo cual hubiera permitido generar más interés en los usuarios.</p> <p>Además, la publicación no cuenta con citas directas, lo que conlleva a tener un texto más denso y menos claro. Asimismo, en la publicación se aprecia la participación de un personaje público (Salvador del Solar), el cual hubiese sido mejor presentado ante los usuarios con sus propias palabras en citas textuales.</p>
<p>N° 7</p>	<p>La nota ha sido redactada de manera coloquial, pues el periodista ha sido la fuente informativa, quien ha presenciado los hechos de cerca del desastre natural del que se informa.</p> <p>También, en ella se distinguen diversas expresiones populares, que reflejan el nivel de interacción entre el periodista y su público, necesarias para el trabajo periodístico en redes sociales. El texto aparece como un relato de última hora, de carácter vivencial; lo que demuestra que la fuente de información es el propio periodista y ha sobrevivido para contarlo.</p> <p>Asimismo, la publicación resalta por el criterio de proximidad con respecto al lector, pues es un hecho que ha sucedido en el entorno local de los receptores de la nota. Existe un número bajo de interacciones en esta publicación, ya que algunos usuarios no se han detenido a verla por el extenso texto que presenta.</p> <p>Sin embargo, lo más destacado en este análisis son las 5 veces compartidas, lo cual representa el impacto de llegada de la información y la reacción emocional del receptor.</p> <p>La intercreatividad en esta publicación es notable porque los usuarios opinan, complementan la información, reaccionan emocionalmente y valoran el hecho informativo. Además, son receptores de la publicación y autores de sus propios textos en la caja de comentarios.</p>

	<p>La nota no cuenta con hipertextualidad, debido al extenso espacio que se ha tomado para elaborar el texto. Además, es notable que la información brindada presenta descripciones y narraciones que han extendido sus dimensiones. Por el gran espacio ocupado y por la naturaleza de la crónica, no se ha utilizado frases inconclusas, recomendadas por Facebook. Asimismo, debido a que la nota parte de la experiencia del autor, no se han utilizado citas textuales.</p>
N° 8	<p>Esta publicación destaca por la presencia de contenido multimedia que acompaña el texto. Inclusive, cabe mencionar que la información visual está al nivel del texto porque complementa cada dato que resalta en la publicación.</p> <p>Haber narrado de forma expositiva no ha jugado a favor de que aumenten las interacciones, pues no se ha apelado a las emociones de los usuarios.</p> <p>La nota resalta por el criterio de proximidad con respecto al lector, pues es un evento cultural de la región del público de la revista. Además, destaca el valor de prominencia pues mencionan a sujetos importantes del sector turístico y cultural.</p> <p>En esta nota no se cuenta con la característica de la hipertextualidad, ya que no hay enlaces que conecten con otras informaciones o datos. De ser necesario, se hubiera enlazado la noticia con los actores del hecho, autoridades y escenarios.</p> <p>Con respecto al número de veces compartido y al número de interacciones, se puede entender que la quinta parte de los usuarios han interactuado con la publicación por su relevancia.</p> <p>Sin embargo, el número de comentarios es nulo, lo que indica que muchos de los usuarios no se han detenido a leer la información completa.</p> <p>Debido a la falta de comentarios, no hay retroalimentación y, por tanto, entre los usuarios no hay interacción. La intercreatividad no aplica para esta publicación.</p> <p>Asimismo, la publicación no cuenta con citas directas, lo que hubiera acreditado mejor la información, ya que en la noticia se mencionan a diversas autoridades que han participado del evento.</p> <p>También, se ha hecho omisión de las frases inconclusas que recomienda Facebook, ya que la publicación ha abarcado todos los detalles en su redacción y en las fotografías que se han registrado.</p>
N° 9	<p>A diferencia de las demás publicaciones de “Identidades del Norte”, esta combina texto, audio e imágenes. También, se presenta a la fuente de información, quien brinda su declaración ante los hechos mostrados en el texto.</p> <p>Por otro lado, las trece interacciones de la publicación son una cifra baja, si se tiene en cuenta que un video conecta mejor con la realidad de los usuarios y expresa de forma más objetiva la información.</p> <p>En el texto, el periodista presenta al entrevistado, contextualiza su entrevista y menciona sobre qué hecho va a responder. También, se menciona qué medios han cubierto esta nota informativa, incluyendo “Identidades del Norte”, para dotar de crédito a la información.</p>

	<p>Si bien la información está escrita brevemente y resume las preguntas más importantes de la nota, también deja vacíos informativos que motiven a que los usuarios aprecien el video e interactúen con él.</p>
<p>N° 10</p>	<p>Entre las fotografías destaca la imagen del cronograma, el cual ayuda a que los usuarios le den continuidad al hecho.</p> <p>La nota no cuenta con hipertextualidad, debido a que no se cuenta con hipervínculos, ni “hashtags”. Al ser una noticia que ha cubierto una actividad religiosa y fomenta la participación en los usuarios, hubiera conectado esta información, con datos de los lugares y festividades, a través de enlaces y “hashtags”.</p> <p>Esta publicación posee una cifra alta de interacciones, debido a que hay una correspondencia entre la cantidad de texto y la cantidad de imágenes presentadas. El usuario ha podido enterarse de la información sin necesidad de abrir otros enlaces o fotografías que no quepan en la publicación. A pesar de que 55 personas han reaccionado ante la información. A los usuarios les ha parecido suficiente con enterarse de la noticia y nos les ha parecido relevante de compartir.</p> <p>La nota de género noticioso abre con una expresión impactante para enganchar a los usuarios. También describe los acontecimientos y brinda los datos informativos y brinda proyección o continuidad informativa.</p> <p>También, se menciona qué medios han cubierto esta nota informativa, incluyendo “Identidades del Norte”, para dotar de crédito a la información.</p> <p>Una particularidad de este texto es la participación del periodista en brindar el cronograma de la actividad por realizarse. Se encuentra en la última línea y también menciona qué medio es el que ha hecho la nota. Además, se han omitido las citas directas, lo que resta credibilidad y prominencia a la publicación.</p> <p>También, se ha descartado el uso de frases inconclusas, recomendadas por Facebook, ya que la publicación ha abarcado todos los detalles en su redacción y en las fotografías y gráficos que ha realizado el periodista.</p>