

“EL PAPEL GATEKEEPER Y DEL GATEWATCHING DURANTE EL FENÓMENO DEL NIÑO 2017: CASO EL COMERCIO EDICIÓN DIGITAL”

“THE ROLE GATEKEEPER AND GATEWATCHING DURING THE CHILD'S PHENOMENON 2017: CASE OF THE DIGITAL EDITION TRADE”

Por:
Rosa Dodobara Sadamori

En esta edición de COMUNIFÉ, se presenta la tesis de Liz Paola Pariona Quispe “*EL PAPEL GATEKEEPER Y DEL GATEWATCHING DURANTE EL FENÓMENO DEL NIÑO 2017: CASO EL COMERCIO EDICIÓN DIGITAL*”. Ella sustentó la tesis en el año 2018 para optar el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Su asesora fue la Mg. Mónica Vargas.

El tema de trabajo fue analizar el papel del Gatekeeper y Gatewatching en la versión digital del Comercio y señalar el rol del Gatewatching durante el fenómeno del Niño Costero 2017. En función de ello, se realizó el seguimiento a su web durante la semana del 15 al 22 de marzo de 2017. Se tomó en cuenta la jerarquización del contenido y tratamiento de la noticia, lenguaje utilizado y tipos de fuente. Esta investigación es cualitativa, de tipo descriptivo, no experimental.

Las preguntas a las cuales responde el presente trabajo son: ¿el papel del Gatekeeper en la edición de diarios digitales sigue siendo el mismo que en los diarios impresos? y ¿Qué sucede con la participación de los ciudadanos y cómo influye esto en la labor periodística? Ambas preguntas se responden trabajando la

edición digital de uno de los periódicos más antiguos del país, El Comercio, en su cobertura del fenómeno del Niño Costero 2017. Para ello, se elaboraron dos herramientas: ficha de observación para la página web y entrevistas a profundidad para los Gatekeeper. Se trata de un trabajo exhaustivo en cuanto al recojo y sistematización de datos

La importancia de esta tesis es señalar a los comunicadores cómo se están adaptando las estrategias al tener que incorporar las nuevas tecnologías en la labor periodística; los medios digitales introducen narrativas multimediáticas, uso de base de datos y participación del lector que proporciona una gran información a través de la web. Ello hace que los contenidos propalados no sean siempre de la misma línea editorial, no sean siempre significativas para la audiencia y que sean más propensos a sufrir cambios debido a la inmediatez en que son publicadas. La tesista señala que se da una evolución entre Gatekeeper hacia el Gatewatching y hace notar que los medios de comunicación siguen elaborando la agenda setting, pero se da mayor espacio a la influencia del interés de las personas por determinados temas.