

FACULTAD DE  
COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Periodismo

**“ESTRATEGIAS DE CONDUCCIÓN  
TELEVISIVA PARA MEJORAR LA  
INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA EN TV  
NORTE, CAJAMARCA 2024”**

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título  
profesional de:**

**Licenciada en Comunicación y Periodismo**

**Autor:**

Tatiana Lizeth Chavez Medina

**Asesor:**

Mg. Alejandro Javier Fernandez De La Cruz

**<https://orcid.org/0000-0003-0733-1681>**

Cajamarca - Perú

2025

## Informe de Similitud



Página 2 of 65 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3306018159

### 3% Similitud general




El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

#### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

---

#### Fuentes principales

- 3%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 1%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### **Dedicatoria**

Dedicar este proyecto en primer lugar a Dios por darme bienestar y fortaleza para cumplir mis sueños.

Al amor infinito y apoyo incondicional de mis padres Nilton y Lucy, el cariño de mis hermanos Geovana y Pedro que mantienen siempre unida nuestra familia. A mis tíos Augusto, Soledad y Amanda, que me brindaron su confianza y consejos durante este camino.

A mi brillante futuro, lleno de éxito y muchas alegrías.

### **Agradecimiento**

Profundamente agradecida con Dios, quien ilumina mi camino. A mi familia, que me motivan siempre a cumplir mis metas con su confianza y amor.

A mis maestros de la facultad de comunicaciones, de manera especial a mi asesor Mg. Alejandro Fernández por sus importantes aportes para la realización de este proyecto.

## Tabla de contenido

Índice de Figuras.....	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	13
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	18
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	38
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS.....	51
ANEXOS.....	57

## Índice de Figuras

Ilustración 1. Presentación de noticias.....	18
Ilustración 2. Pauta informativa de Tv Noticias Matinal.....	19
Ilustración 3. Reporteros en el lugar de los hechos .....	20
Ilustración 4. Grupo de Whatsapp de equipo de prensa .....	21
Ilustración 5. Área de producción.....	22
Ilustración 6. Bloques del noticieo .....	23
Ilustración 7. Portada del día .....	24
Ilustración 8. Nota del bloque nacional .....	25
Ilustración 9. Nota del bloque internacional.....	26
Ilustración 10. Video Viral .....	27
Ilustración 11. Entrevista en estudio.....	28
Ilustración 12. Entrevista vía telefónica .....	29
Ilustración 13. Enlace en vivo con reportero .....	30
Ilustración 14. Grupo de Whatsapp de prensa cajamarquina .....	31
Ilustración 15. Orden de notas desde controles .....	32
Ilustración 16. Participación de seguidores de la página de Facebook de Tv Norte.....	33
Ilustración 17. Carné de prensa .....	34

## RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de suficiencia profesional aborda el análisis de las estrategias de conducción televisiva orientadas a fortalecer la interacción con la audiencia en el noticiero matinal de TV Norte, un medio regional con importante presencia en Cajamarca. El objetivo general fue identificar y proponer estrategias que permitan optimizar la conexión comunicativa entre el conductor del noticiero y los televidentes locales. Para ello, se aplicó una metodología de enfoque cualitativo, basada en la observación directa, el análisis interpretativo y la sistematización de la experiencia profesional en la conducción del noticiero. Entre los principales resultados se identificaron acciones efectivas como la conducción con cercanía, el uso consciente del lenguaje corporal, la improvisación estructurada, la interacción en redes sociales y la contextualización local del discurso. Estos elementos permitieron mejorar significativamente la conexión emocional, la participación ciudadana y la fidelización del público. En conclusión, una conducción televisiva más expresiva, empática y adaptada al entorno regional no solo fortalece el vínculo entre el medio y la comunidad, sino que también revaloriza el ejercicio del periodismo local como agente de representación, confianza y servicio público.

**Palabras clave:** Conducción televisiva; Interacción con la audiencia; Noticiero matinal; Periodismo regional; Estrategias comunicativas

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, la industria televisiva ha consolidado estrategias destinadas a maximizar la conexión con la audiencia, en un contexto marcado por la competencia global y la búsqueda constante de impacto. Según García (2024) desde sus primeras emisiones, la televisión ha recurrido al uso de contenidos sensacionalistas para atraer al público y de esta manera elevar sus índices de audiencia, una práctica que se ha intensificado con la expansión de la televisión comercial y la creciente competencia entre canales por captar la atención de los espectadores.

En distintos países, los noticieros televisivos han incorporado nuevas formas de conducción que priorizan no solo la información, sino también la conexión con el público. Como plantea Mori (2020) el conductor de noticias cumple con el rol de mediador entre la información de los hechos y la audiencia, usando recursos expresivos que permitan explicar mejor el contenido, generar emociones y captar la atención de los televidentes. Esta visión comunicativa demuestra que las estrategias de conducción televisiva se encuentran en constante evolución para fortalecer la interacción con una audiencia cada vez más exigente y participativa.

Esta nueva forma de consumir noticias permite también un análisis de los roles y relaciones de poder que se ejercen dentro de los informativos, tanto frente a la audiencia como en la producción interna de contenidos. Desde el punto de vista de la película *El escándalo* (Bombshell, 2019) retrata cómo el estilo de conducción, la imagen personal de las presentadoras y las decisiones editoriales están profundamente condicionadas por intereses corporativos y de rating.

En el contexto sudamericano, la evolución del formato noticioso también ha impulsado la innovación en el rol del conductor, quien ya no es únicamente una figura informativa, sino también un agente narrativo clave para la construcción de la credibilidad y confianza. Empleando las palabras de Deharbe (2022), El presentador no se limita a aparecer en pantalla y dirigirse al público, sino que además respalda y legitima la estructura informativa que se construye en torno a los hechos de actualidad.

La interacción efectiva entre los conductores de televisión y la audiencia depende en gran medida del conocimiento profundo sobre los intereses y comportamientos de los televidentes. Los medios públicos, como el caso del Canal 28 de Nuevo León, deben realizar un seguimiento constante de su audiencia para adaptar sus contenidos a las preferencias de distintos sectores poblacionales, con el fin de atraer tanto a los adultos mayores como a las nuevas generaciones (Mancha y Céspedes, 2023). Esta afirmación destaca la importancia de una estrategia de conducción televisiva fundamentada en el análisis constante del público, lo cual permite diseñar contenidos más cercanos, participativos y relevantes para cada sector de la audiencia.

En la conducción televisiva, no solo las palabras influyen en la audiencia, sino también los gestos, posturas y expresiones que acompañan el mensaje verbal. Como señala Peña (2023) el lenguaje corporal del presentador de noticias es una herramienta consciente y estratégica cuyo propósito es persuadir al espectador mediante la creación de vínculos emocionales, reforzar el mensaje verbal, generar confianza y lograr una recepción más efectiva del contenido informativo.

En el Perú, la forma de hacer televisión informativa ha experimentado cambios notables en los últimos años, especialmente a raíz del uso de plataformas digitales como parte de las estrategias comunicativas. Según Vilca (2020), los medios televisivos peruanos han empezado a usar las redes sociales como vía alternativa para emitir sus noticieros, donde los conductores adoptan un estilo diferente al tradicional que responde a una audiencia participativa, transformando así el consumo informativo en una experiencia más dinámica y atractiva. Esta evolución demuestra cómo la conducción televisiva no solo se adapta al entorno digital, sino que también redefine su vínculo con una audiencia más participativa, ágil y exigente en la manera de consumir noticias.

En el tratamiento de temas sensibles como la violencia de género, algunos noticieros peruanos han demostrado que es posible informar con responsabilidad y ética periodística. Tal como afirma Reyes (2019), la cobertura informativa se realiza con precisión y respeto al proteger la identidad de la denunciante, cumpliendo además los estándares periodísticos mediante la verificación de fuentes y una contextualización adecuada de los hechos.

Por otro lado, Cabrera (2021) plantea las conductoras de noticieros tienden a mostrar actitudes amables y espontáneas, asociadas a estereotipos tradicionales de género, aunque también adoptan posturas más firmes cuando el contenido lo requiere, lo cual revela una evolución parcial en los roles femeninos dentro del periodismo televisivo peruano. Esta dinámica muestra cómo la figura femenina en la conducción combina cercanía con determinación, dependiendo del contenido que se presenta durante el programa informativo.

En el panorama televisivo cajamarquino, la conducción periodística se muestra más cercana y adaptada a las dinámicas locales, pues medios como TV Norte representan una fuente clave de información para una audiencia que valora la representación cultural y la interacción directa. Aunque el canal ha logrado posicionarse como una alternativa informativa relevante mediante la señal abierta y redes sociales, la figura del conductor aún suele limitarse a una lectura de guion, lo que restringe el potencial de generar confianza y participación ciudadana. Esta distancia limita el acercamiento del medio con los televidentes y hace necesario replantear las estrategias de conducción televisiva en un contexto que valora la autenticidad e identidad cultural. El noticiero matinal de TV Norte representa una oportunidad clave para adoptar estilos más dinámicos que reflejen la realidad local y respondan mejor a las expectativas del público cajamarquino.

Ante lo expuesto, se propone como objetivo del proyecto analizar las estrategias de conducción televisiva que se aplican en el noticiero matinal, con el fin de proponer acciones concretas que contribuyan a mejorar la interacción con la audiencia local. Para ello, se plantean como objetivos específicos: describir el estilo de conducción actual en los noticieros matinales del canal, identificar los recursos comunicativos que emplean los conductores para generar vínculo con los televidentes, y proponer lineamientos estratégicos que permitan optimizar esa relación desde una conducción más cercana, dinámica y adaptada al contexto cajamarquino.

Este estudio se justifica por la necesidad de fortalecer el rol del conductor en los medios regionales, donde su presencia puede marcar una diferencia significativa en la forma en que la audiencia se informa y se involucra con los

contenidos. Para ello, revalorar el papel del conductor no solo implica mejorar su desempeño ante cámara, sino también reconocerlo como un puente entre la realidad local y la ciudadanía. Además, este trabajo busca aportar a la calidad del periodismo regional desde un enfoque profesional que considere tanto las demandas del público como las características culturales del entorno. Analizar y proponer estrategias de conducción en un canal como TV Norte permitirá generar insumos valiosos para repensar la forma en que se construye la relación entre medios y audiencia en el interior del país.

Este proyecto se desarrolla con un alcance descriptivo-propositivo, al centrarse en el análisis del estilo de conducción del noticiero matutino de TV Norte y en la identificación de los recursos comunicativos que los presentadores emplean para vincularse con la audiencia. A partir de este diagnóstico, se plantean propuestas estratégicas orientadas a mejorar la interacción con los espectadores, considerando las particularidades del entorno cajamarquino. Aunque el enfoque es local, también buscan ofrecer insumos útiles para otros medios regionales que enfrentan desafíos similares en cuanto a cercanía, credibilidad y participación ciudadana en sus espacios informativos.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo desarrolla un conjunto de conceptos fundamentales que sustentan teóricamente la investigación sobre estrategias de conducción televisiva orientadas a mejorar la interacción con la audiencia en TV Norte, Cajamarca. En un medio regional donde la cercanía y la confianza con el público son elementos esenciales, es necesario abordar desde una perspectiva académica las prácticas comunicativas, los recursos técnicos y las dinámicas de relación entre el conductor, el contenido y los televidentes.

El uso de esta terminología especializada permite comprender cómo se estructura la producción informativa televisiva y cuál es el rol que desempeña el conductor dentro del ecosistema mediático local. Conceptos como pauta informativa, lenguaje audiovisual, audiencia, engagement y formatos como la entrevista o el vox populi permiten analizar en profundidad las prácticas profesionales desarrolladas en la conducción del noticiero matinal, así como proponer mejoras aplicables al contexto real de TV Norte.

Marín (2006) señala que los noticieros televisivos son formatos frecuentes y estructurados que tienen como propósito informar de manera precisa sobre hechos actuales mediante el uso de imágenes de apoyo y declaraciones que permiten al público acceder a una comprensión más completa de la realidad mostrada, aprovechando los recursos del lenguaje audiovisual para construir relatos informativos claros que respondan a las demandas de inmediatez, claridad y contexto en el entorno mediático

Las estrategias de conducción televisiva son el conjunto de técnicas que permiten al conductor informar, entrevistar, moderar discusiones o dar paso a otros participantes según el tipo de programa, asegurando fluidez en la emisión mientras se mantiene la atención del público con un estilo comunicativo claro, ordenado y coherente con los objetivos del espacio televisivo (Vazza, 2020).

Ortega (2023) afirma que las audiencias televisivas son el número de personas que sintonizan un canal o programa mientras se transmite, y representan un elemento clave para evaluar el rendimiento de los contenidos, ya que su impacto influye directamente en decisiones estratégicas dentro del ámbito comercial, mediático y en otros sectores que dependen de la visibilidad y el alcance público.

Como expresa Rodríguez (2023) el presentador de noticias es aquel que asume la conducción desde el estudio, actúa como enlace con los reporteros en el campo y colabora en la elaboración de la pauta informativa, además de desempeñar tareas de reportero durante etapas clave como las mediciones de audiencia, cumpliendo así una función integral que articula la producción, la narración y el vínculo informativo en televisión.

La pauta informativa es el resultado de una selección en la que el medio determina qué información se difundirá al público y qué contenido se omitirá, estableciendo así una estructura noticiosa que responde a intereses editoriales, criterios de relevancia y objetivos comunicativos que condicionan lo que finalmente llega a la audiencia (Fontcuberta, 1999).

El noticiero matinal es un formato informativo que se emite por televisión al inicio del día con el propósito de brindar noticias recientes mientras acompaña a la audiencia en sus primeras actividades, utilizando un tono accesible que busca generar cercanía y mantener la atención sin recurrir a la rigidez de otros espacios

noticiosos (Ayala, 2021).

La imagen del presentador tiene como propósito fundamental transmitir confianza en la narración del contenido de la pauta informativa reflejando los recursos técnicos y humanos disponibles, con la finalidad de que el despliegue de medios pueda fortalecer la credibilidad de la audiencia (RTVE, 2020).

Según Mancilla (2024), la nota de prensa es un recurso informativo que emplean las organizaciones e instituciones para comunicar a los medios sobre los hechos importantes con el propósito de influir en la opinión pública destacando situaciones de interés mediante una redacción directa que facilite su difusión y comprensión.

Parrini (2008) plantea que la entrevista televisiva funciona como una conversación efectiva donde entrevistador y entrevistado aportan en conjunto para ofrecer al público información útil que pueda asimilarse con claridad, lo cual exige que el presentador domine el arte de conversar con fluidez y habilidad comunicativa.

Carbonero (1995) define que la encuesta televisiva o vox populi es una modalidad en la que el periodista, junto a la cámara, se sitúa en espacios concurridos para recoger de forma directa la opinión de personas sobre un tema de actualidad o hecho noticioso, lo que permite incorporar voces ciudadanas inmediatas sin necesidad de una estructura formal o un estudio estadístico.

Dettleff et al. (2021) definen que la transmisión en la señal abierta es un sistema de difusión televisiva accesible de forma gratuita que permite a cualquier persona captar la programación mediante antenas o equipos terrestres sin requerir suscripciones, lo que facilita una cobertura amplia del territorio, asegura el acceso masivo a la información y convierte a este tipo de señal en una herramienta

fundamental para el ejercicio del derecho a la comunicación.

La transmisión de Facebook Live es una herramienta integrada en la plataforma social que permite emitir videos en directo, conectar con la audiencia de forma inmediata, generar interacción espontánea y mantener la interacción con los seguidores en tiempo real ampliando el alcance del contenido dentro del entorno digital. (León, 2022)

Zurita (2019) plantea que el engagement consiste en crear una relación duradera entre medios o marcas y su audiencia a través de contenidos narrativos que promueven la participación activa, lo que fortalece el sentimiento de comunidad y estimula una conexión emocional que motiva a los usuarios a involucrarse de manera constante con la información ofrecida.

Como afirma Carbonero (1995) el comentario es un discurso comunicativo distinto a la narración, caracterizado por su tono libre, espontáneo e improvisado, que permite al emisor expresar una reflexión u opinión personal sobre un hecho específico, estructurándose habitualmente en tres partes: la presentación del punto de vista, la argumentación que lo respalda y una conclusión que refuerza la postura asumida.

Larrondo (2006) argumenta que el impacto mediático es el efecto inmediato que generan ciertos hechos informativos en la opinión pública al captar intensamente la atención social, aunque con el tiempo esa visibilidad disminuye, lo que evidencia el carácter efímero, volátil y deshumanizado del tratamiento que los medios otorgan a muchas noticias.

Durante la conducción del noticiero matinal en TV Norte se evidenció una limitación técnica significativa por la ausencia de teleprompter, lo que llevó al uso alternativo de la pauta impresa o proyectada en un celular, afectando la fluidez en

la lectura al aire, la naturalidad del discurso y, en consecuencia, la calidad de la conexión con la audiencia, que percibe estos detalles como parte de la profesionalidad del conductor en escena.

El enfoque metodológico que sustenta esta experiencia laboral es cualitativo porque busca interpretar cómo se desarrollan las prácticas comunicativas durante la conducción del noticiero matinal de TV Norte, considerando elementos como la ausencia de herramientas técnicas, la manera en que el conductor enfrenta estas limitaciones, su vínculo con la audiencia y el contexto real de trabajo, lo que requiere un análisis reflexivo basado en la observación, la experiencia directa y la comprensión de situaciones específicas más allá de los datos numéricos.

En conjunto, los conceptos presentados en este marco teórico permiten construir una visión integral del fenómeno comunicacional abordado, conectando el ejercicio práctico del periodismo televisivo con herramientas analíticas que explican su impacto en la audiencia. Cada término aporta una pieza clave para comprender cómo mejorar la experiencia informativa desde la conducción, considerando factores narrativos, técnicos, culturales y digitales.

Finalmente, el uso riguroso de esta terminología no solo respalda académicamente la propuesta de estrategias de conducción televisiva, sino que también reafirma la importancia de profesionalizar la labor del conductor en medios regionales. Al vincular la teoría con la experiencia directa en TV Norte, se fortalece el análisis crítico de las rutinas periodísticas y se impulsa una comunicación más eficaz, participativa y comprometida con el derecho de la ciudadanía a estar informada.

### CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La experiencia obtenida a lo largo del tiempo en el noticiero matinal de TV Norte, en el rol de conductora de noticias, me ha permitido desarrollar con solvencia las funciones asignadas durante el ejercicio profesional.

#### **Presentación de noticias**

La presentación de noticias consiste en comunicar de manera clara, objetiva y profesional los hechos más relevantes del día ante las cámaras, guiando al espectador a través de los distintos bloques informativos del noticiero matinal. Esta labor implica no solo leer la pauta, sino también transmitir credibilidad, mantener el ritmo del programa, adaptar el lenguaje a la audiencia y reaccionar con soltura ante imprevistos. (Anexo 2 y 3)

#### **Ilustración 1.**

##### *Presentación de noticias*



## Elaboración de pauta informativa

Esta función consiste en organizar y jerarquizar los contenidos que se presentarán durante el noticiero, estructurándolos por segmentos que respondan al interés de la audiencia y al enfoque editorial del medio. Esta tarea implica seleccionar noticias destacadas para la portada del diario como punto de partida, incluir temas de interés inmediato en el bloque local, continuar con información relevante del ámbito nacional, ampliar la mirada en el bloque internacional y cerrar con un video viral que aporte dinamismo o cercanía. Elaborar la pauta requiere criterio periodístico, conocimiento del entorno y coordinación con el equipo de producción para asegurar una narrativa coherente, equilibrada y atractiva para el público.

### Ilustración 2.

#### *Pauta informativa de Tv Noticias Matinal*

##### **PAUTA TV NOTICIAS EDICIÓN MATINAL MARTES 03 DE SEPTIEMBRE DEL 2024**

##### **1.- MÁS DE 4 MIL POSTULANTES BUSCARÁN UNA VACANTE A LA UNC ESTE DOMINGO 8 DE SETIEMBRE**

CARLOS CHAVARRY ENCARGADO DE COMUNICACIONES DE LA UNC, CONFIRMÓ QUE SON 4267 POSTULANTES QUE RENDIRÁN LA EVALUACIÓN PARA BUSCAR UNA DE LAS 741 VACANTES, INCLUIDO LAS FILIALES. PARA ESTE MIÉRCOLES SE DESARROLLARÁ EL SORTEO DE DOCENTES Y ALUMNOS PARA CUIDAR ESTE PROCESO DE ADMISIÓN.

##### **2.- POSTERGAN ELECCIONES AL TERCIO ESTUDIANTIL EN LA UNC**

SEGUNDO CARRASCO, DIRIGENTE UNIVERSITARIO INDICÓ QUE POSTERGAR ELECCIONES AL TERCIO ESTUDIANTIL, LIMITARÁ REPRESENTATIVIDAD ANTE EL CONSEJO UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA.

##### **3.- CONSEJEROS REGIONALES DESCONOCEN PRESUNTOS ACTOS DE CORRUPCIÓN EN EL GOBIERNO REGIONAL**

JESÚS CASTREJÓN, CONSEJERO REGIONAL POR LA PROVINCIA DE SAN PABLO, INFORMO ACERCA DE LAS INVESTIGACIONES QUE VIENEN REALIZAN ANTES LAS DENUNCIAS DE PRESUNTA CORRUPCIÓN EN EL GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA.

### **Coordinación con reporteros**

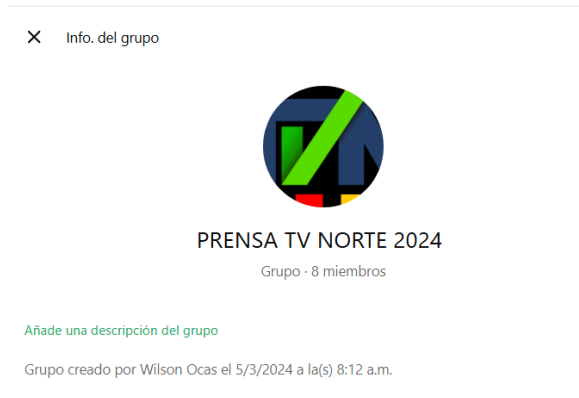
Para la selección de noticias del bloque local implica mantener una comunicación constante y efectiva con el equipo periodístico en campo, principalmente a través de un grupo de WhatsApp de prensa de TV Norte, donde se comparten alertas informativas, avances y posibles coberturas del día. Esta dinámica permite identificar hechos de relevancia en tiempo real y evaluar su pertinencia para ser incluidos en la pauta. En situaciones que requieren mayor inmediatez, como emergencias o hechos de última hora, se recurre a llamadas telefónicas directas para confirmar datos y tomar decisiones rápidas sobre la cobertura, asegurando así una programación actualizada, veraz y conectada con la realidad local.

#### **Ilustración 3. Reporteros en el lugar de los hechos**



#### Ilustración 4.

##### *Grupo de Whatsapp de equipo de prensa*



#### **Coordinación con producción**

La coordinación con el equipo de producción es una función clave en el desarrollo del noticiero, ya que permite alinear los aspectos técnicos y editoriales antes, durante y después de la emisión. Previamente, se repasa la pauta, se revisan los tiempos y se resuelven dudas sobre el orden del contenido. Durante la transmisión en vivo, la comunicación entre la presentadora y la sala de switcher se realiza a través de un micrófono solapero, por donde se reciben indicaciones precisas sobre entradas, salidas o ajustes inesperados. Además, cuando se requiere compartir datos más detallados que deben estar listos en el sistema visual, como nombres o frases clave, se recurre al uso de WhatsApp para enviar instrucciones rápidas al operador. Una vez finalizado el noticiero, se da espacio para comentar lo ocurrido al aire y coordinar posibles mejoras para las siguientes ediciones. (Anexo 4)

**Ilustración 5.***Área de producción***Presentación de cada bloque del noticiero**

La presentación de cada bloque dentro del noticiero matutino implica guiar con fluidez y coherencia el desarrollo del programa desde el inicio hasta el cierre. La conductora inicia con un saludo cordial que establece cercanía con la audiencia, seguido de la introducción a la portada del diario, donde se destacan los titulares más relevantes del día. Luego, se presenta el bloque local con énfasis en los hechos ocurridos en la región, dando paso al bloque nacional que abarca acontecimientos de alcance en todo el país, y al bloque internacional que amplía la información con noticias del contexto global. En la sección de video viral, el conductor introduce un contenido ligero o llamativo que suele generar impacto en redes sociales. Durante las pausas comerciales, anuncia el corte con naturalidad y mantiene el hilo del programa al regresar. Finalmente, la presentación cierra con una despedida cordial que resume lo más importante y refuerza la conexión con los televidentes.

## Ilustración 6.

### *Bloques del noticiero*

#### PAUTA TV NOTICIAS EDICIÓN MATINAL | MARTES 03 DE SEPTIEMBRE DEL 2024

##### 1.- MÁS DE 4 MIL POSTULANTES BUSCARÁN UNA VACANTE A LA UNC ESTE DOMINGO 6 DE SEPTIEMBRE

CARLOS CHAVARRY ENCARGADO DE COMUNICACIONES DE LA UNC, CONFIRMÓ QUE SON 4267 POSTULANTES QUE RENDIRÁN LA EVALUACIÓN PARA BUSCAR UNA DE LAS 741 VACANTES, INCLUIDO LAS FILIALES. PARA ESTE MIÉRCOLES SE DESARROLLARÁ EL SORTEO DE DOCENTES Y ALUMNOS PARA CUIDAR ESTE PROCESO DE ADMISIÓN.

##### 2.- POSTERGAN ELECCIONES AL TERCIO ESTUDIANTIL EN LA UNC

SEGUNDO CARRASCO, DIRIGENTE UNIVERSITARIO INDICÓ QUE POSTERGAR ELECCIONES AL TERCIO ESTUDIANTIL, LIMITARÁ REPRESENTATIVIDAD ANTE EL CONSEJO UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA.

##### 3.- CONSEJEROS REGIONALES DESCONOCEN PRESUNTOS ACTOS DE CORRUPCIÓN EN EL GOBIERNO REGIONAL

JESÚS CASTREJÓN, CONSEJERO REGIONAL POR LA PROVINCIA DE SAN PABLO, INFORMO ACERCA DE LAS INVESTIGACIONES QUE VIENEN REALIZAN ANTES LAS DENUNCIAS DE PRESUNTA CORRUPCIÓN EN EL GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA.

##### 4.- CINCO MIL RESERVIOS DE AGUA SE CONSTRUYEN EN LA REGIÓN CAJAMARCA

GONZALO LLERENA, FUNCIONARIO DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, NOS COMENTÓ QUE A TRAVÉS DEL GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA SE VIENEN CONSTRUYENDO CINCO MIL RESERVIOS PARA ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE AGUA.

#### BLOQUE 02

##### 5.- SE INICIA LA ELABORACIÓN DE EXPEDIENTES PARA EJECUCIÓN DE RESERVIOS EN CUATRO PROVINCIAS DE LA REGIÓN CAJAMARCA

EDWIN PAJARES COORDINADOR DE PROYECTOS DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE AGRICULTURA, PRECISÓ QUE SE TRABAJA EN LA ELABORACIÓN DE EXPEDIENTES TÉCNICOS DE 4 PROVINCIAS FALTANTES EN EL TEMA DE RESERVIOS, SIENDO JAÉN, SAN IGNACIO, SAN MIGUEL Y CELENDÍN.

##### 6.- SERFOR FONCREAGRO POTENCIARÁN PRODUCTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD FORESTAL

DANIEL RIVERA- COORDINADOR EJECUTIVO PROGRAMA BOSQUES PRODUCTIVOS SOSTENIBLES. INFORMA ACERCA DE LA FIRMA DE CONVENIO CON FONCREAGRO Y POTENCIAR LA PRODUCTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD FORESTAL EN LA REGIÓN.

##### 7.- 29 OBSERVADORES FENOLÓGICOS SE CAPACITAN EN MEJORAR CAPACIDADES DE REGISTRO

CON EL OBJETIVO CONTRIBUIR A MEJORAR LA OBSERVACIÓN Y REGISTRO DE DATOS FENOLÓGICOS EN LOS DEPARTAMENTOS DE CAJAMARCA Y LA LIBERTAD, LA DIRECCIÓN ZONAL 3 SENAMHI REALIZÓ EL TALLER DE CAPACITACIÓN A OBSERVADORES FENOLÓGICOS, DETALLÓ DENIS MALPICA ESPECIALISTA EN AGROMETEOROLOGÍA DEL SENAMHI ZONAL 3 CAJAMARCA.

##### 8.- ALFONSO CHÁVEZ ES CANDIDATO OFICIAL DE PARTIDO AHORA NACIÓN

IVÁN LEÓN CASTRO, INTEGRANTE DEL COMITÉ DE ORGANIZACIÓN POLÍTICA DEL PARTIDO POLÍTICO AHORA NACIÓN, INFORMA ACERCA DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN LA REGIÓN CAJAMARCA A FIN DE CONSOLIDAR SUS BASES Y PARTICIPAR EN LAS ELECCIONES GENERALES, DEL 2026.

## Búsqueda de la portada del día

Esta función tiene como propósito seleccionar la noticia más relevante del día que encabece el noticiero y refleje la línea informativa del canal. Este proceso se realiza desde primeras horas de la mañana, revisando los mensajes e informes compartidos en los grupos de WhatsApp de la prensa cajamarquina, donde se difunden temas de coyuntura, coberturas programadas y enfoques locales. La elección de la portada debe responder a los criterios editoriales de TV Norte, priorizando información de interés ciudadano, actualidad y pertinencia regional. Esta función es esencial porque define el tono inicial del programa y contribuye a captar la atención del público desde el primer bloque.

## Ilustración 7.

*Portada del día*



### Búsqueda de noticias para bloque nacional

La búsqueda de noticias para el bloque nacional consiste en revisar transmisiones y contenidos difundidos por reporteros de otras regiones a través de redes sociales, con el fin de seleccionar fragmentos relevantes que aborden hechos de impacto nacional. Esta tarea permite ampliar la cobertura informativa del noticiero y mantener actualizada a la audiencia sobre los principales acontecimientos del país.

**Ilustración 8.**

*Nota del bloque nacional*

**Búsqueda de noticias para bloque internacional**

Para el bloque internacional se realiza una selección de los hechos más relevantes del contexto global a partir de medios internacionales como AFP en español, Euronews y DW en español, los cuales permiten el uso de sus imágenes por parte de medios más pequeños, lo que permite enriquecer el noticiero con cobertura internacional sin vulnerar derechos de autor, manteniendo informada a la audiencia sobre temas clave del mundo.

**Ilustración 9.**

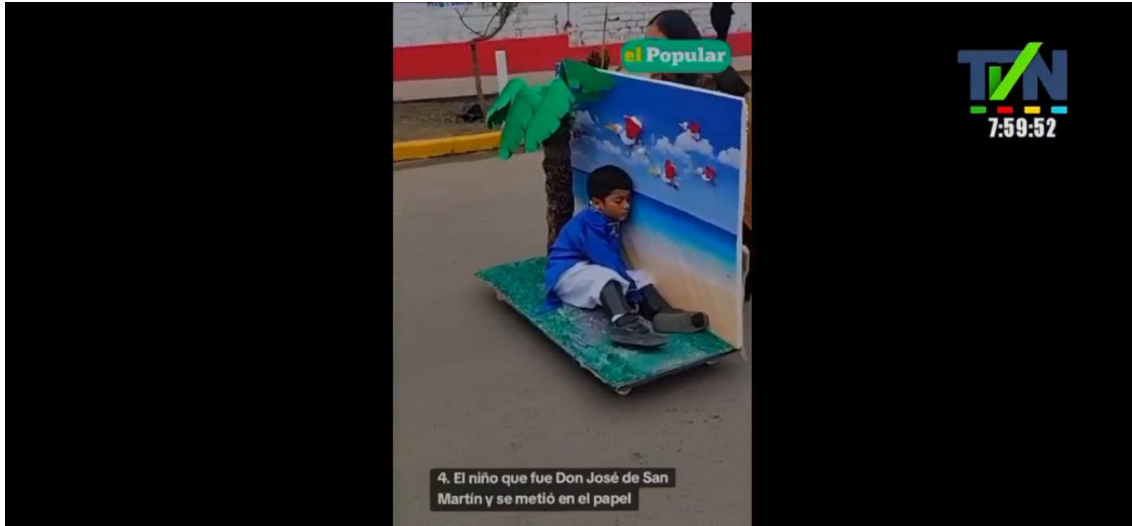
*Nota del bloque internacional*

**Búsqueda de video viral**

En la búsqueda del video viral se identifican contenidos audiovisuales llamativos o de alto impacto que estén generando interacción en redes sociales, con el fin de cerrar el noticiero con una nota ligera o de interés popular. Esta tarea se realiza explorando las secciones de “tendencias” y “más vistos” en plataformas como Facebook, TikTok o Instagram, priorizando aquellos videos que sean recientes, breves y adecuados para la audiencia del canal. Esta función aporta dinamismo al final del noticiero y refuerza la conexión con el público a través de contenidos virales.

## Ilustración 10.

### *Video Viral*

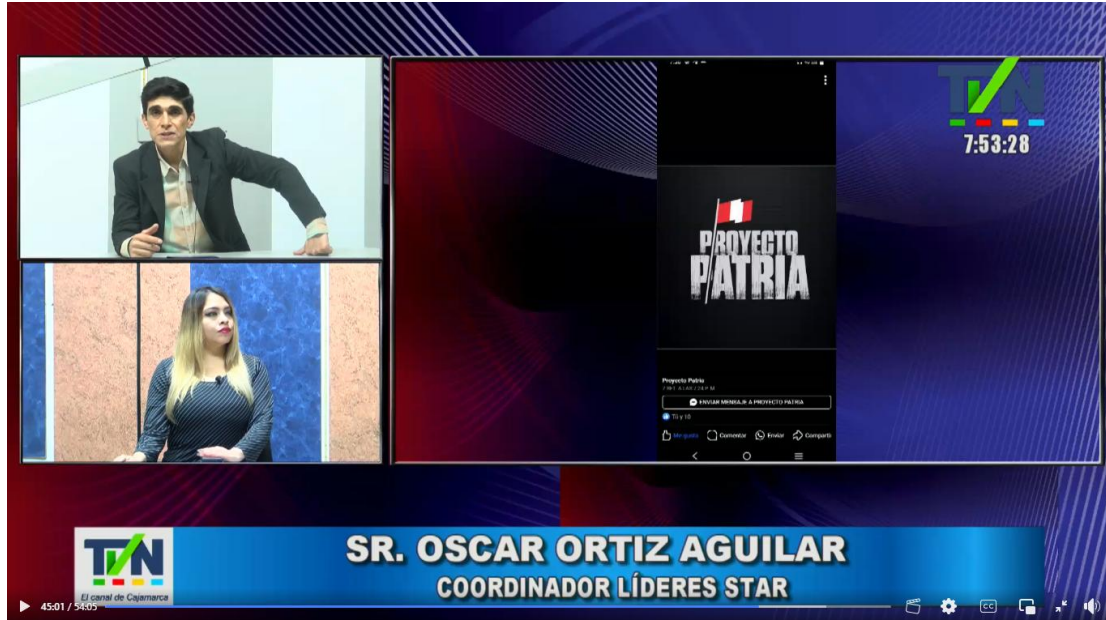


### **Entrevistas en estudio**

La realización de una entrevista en el estudio consiste en preparar y conducir un diálogo en vivo con un invitado, abordando temas de interés público de manera clara, ordenada y respetuosa. Esta labor requiere investigar previamente al entrevistado y al tema, formular preguntas relevantes y mantener el control del tiempo y del ritmo de la conversación durante la emisión. Además, el conductor debe crear un ambiente cómodo que facilite respuestas claras y auténticas, garantizando que la entrevista aporte valor informativo al noticiero y mantenga el interés de la audiencia.

## Ilustración 11.

### *Entrevista en estudio*



### **Entrevistas vía telefónica**

El desarrollo de una entrevista vía telefónica con imágenes de apoyo se emplea cuando el entrevistado no se encuentra en Cajamarca, permitiendo su participación remota en el noticiero sin perder el valor visual de la transmisión. Esta función requiere coordinar la llamada con anticipación, asegurar una buena calidad de audio y preparar material audiovisual relacionado con el tema, como fotos, clips o gráficos, que se proyectan en pantalla mientras se desarrolla la entrevista. El conductor guía la conversación en vivo de forma clara y ordenada, aprovechando las imágenes de apoyo para contextualizar las respuestas y mantener el interés del televidente, integrando así contenido verbal y visual de manera coherente.

### Ilustración 12. Entrevista vía telefónica



#### Enlaces en vivo con reporteros

La función de realizar enlaces en vivo con reporteros consiste en establecer una conexión directa desde el estudio con periodistas ubicados en el lugar de los hechos, permitiendo informar en tiempo real sobre acontecimientos de relevancia. Esta tarea requiere coordinación precisa entre la producción, el conductor y el reportero, asegurando que el enlace se dé con audio y video estables. Durante la transmisión, el conductor introduce el tema, da pase al reportero y puede interactuar con preguntas que aporten contexto o complementen la información. Esta función fortalece la cobertura periodística al ofrecer una visión inmediata y desde el lugar de los hechos, generando mayor cercanía y credibilidad ante la audiencia.

### Ilustración 13.

*Enlace en vivo con reportero*



#### **Monitoreo de la actualización de las noticias**

El monitoreo de noticias actualizadas consiste en revisar de forma constante las plataformas informativas, redes sociales y grupos de prensa para detectar hechos de última hora que puedan ser incluidos en el noticiero. Esta tarea requiere atención permanente antes y durante la emisión, permitiendo al conductor y al equipo de producción adaptar la pauta en tiempo real, complementar coberturas en curso o introducir noticias de alto impacto.

### Ilustración 14.

Grupo de Whatsapp de prensa cajamarquina

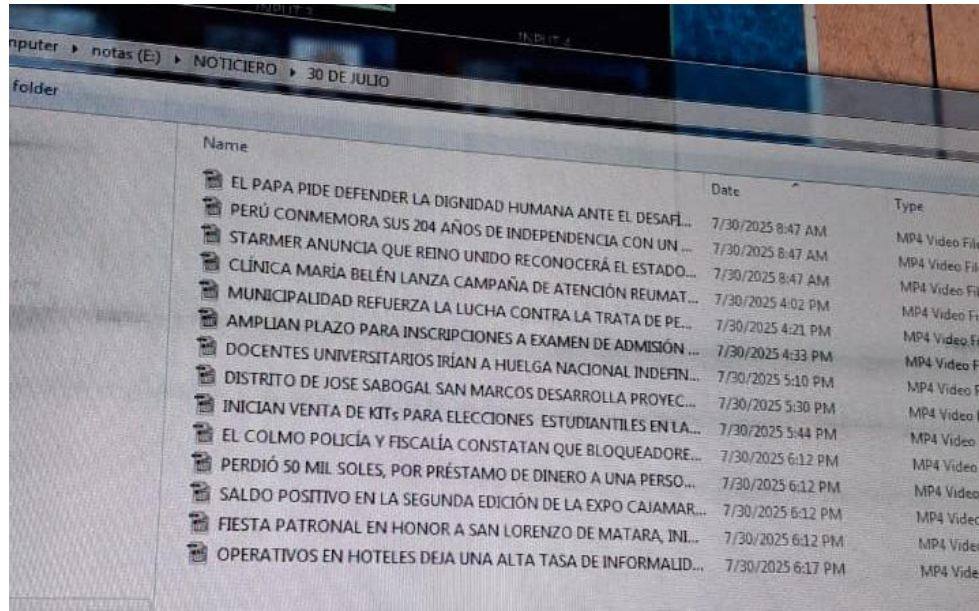


### Supervisión de la estructura narrativa del programa

Define la importancia de revisar que el desarrollo del noticiero mantenga un orden lógico, fluido y coherente en la presentación de los contenidos. Esta tarea implica verificar que cada bloque, desde la portada hasta la despedida, que se conecte de manera natural, que las transiciones entre secciones sean claras y que el tono del conductor se adecúe al tipo de noticia. Además, asegura que la combinación de notas informativas, entrevistas, videos virales y enlaces en vivo responda a una lógica editorial que mantenga el interés del público y refuerce la identidad del noticiero.

**Ilustración 15.**

*Orden de notas desde controles*

**Mantener la interacción con la audiencia**

Esta acción es fundamental para una comunicación cercana y continua con los televidentes durante la emisión del noticiero, principalmente a través de redes sociales como Facebook. Esta tarea implica leer comentarios en vivo, responder a inquietudes del público, dar espacio a sus opiniones y reforzar su participación en encuestas o temas del día. El objetivo es hacer sentir al espectador parte activa del programa, fortalecer el vínculo entre el medio y la comunidad, y adaptar el contenido a los intereses reales de la audiencia, generando mayor compromiso y fidelidad.

## Ilustración 16.

*Participación de seguidores de la página de Facebook de Tv Norte*



### Representación institucional del canal

La función de representación institucional del canal se refiere a asumir el rol de vocero autorizado de TV Norte durante la cobertura de hechos o eventos, lo cual implica portar el carné de prensa y actuar con profesionalismo en nombre del medio. Esta tarea permite acceder a zonas restringidas, participar en conferencias o actividades oficiales, y establecer contacto directo con fuentes informativas, autoridades o público. Además, exige mantener una conducta ética y respetuosa que refleje los valores del canal, reforzando su imagen y credibilidad ante la comunidad y otros actores del entorno informativo. (Anexo 5)

**Ilustración 17.***Carné de prensa*

Mi incorporación a la casa televisiva se realizó en abril de 2024, luego de solicitar al gerente del canal, Víctor Manuel Camacho Chávez, la oportunidad de asumir el noticiero matinal, con el propósito de complementar y fortalecer el contenido presentado en la edición central de TV Noticias; así, comencé a desempeñar el rol de conductora en la edición matutina, transmitida de lunes a viernes desde las 7:00 a. m. por TV Norte.

TV Norte es un medio de comunicación regional con sede en la ciudad de Cajamarca, perteneciente a la Compañía Nor Andina de Telecomunicaciones S.A. Fundado con el objetivo de ofrecer contenidos informativos, educativos y de entretenimiento, el canal transmite por señal abierta a través del canal 7, además de contar con presencia en plataformas digitales, especialmente en redes sociales. A lo largo de los años, TV Norte ha buscado posicionarse como una alternativa cercana a la población, enfocándose en noticias locales, cobertura de eventos comunitarios y espacios de opinión que reflejan la realidad de la región. Su fanpage en Facebook, creada en diciembre de 2012, cuenta con una comunidad activa de más de 242 mil seguidores, lo que ha permitido ampliar su alcance más allá de la televisión tradicional. Esta combinación de medios ha hecho

posible que la empresa se mantenga vigente y conectada con distintas generaciones de cajamarquinos.

Para sostener esta labor informativa y garantizar la calidad en sus contenidos, TV Norte cuenta con una estructura organizacional definida que permite coordinar de manera eficiente sus distintas funciones. Según el artículo 9° de su reglamento interno, la Compañía Nor-Andina de Telecomunicaciones S.A. —empresa responsable de TV Norte— está compuesta por órganos de dirección, asesoramiento, apoyo y línea. Entre los órganos de dirección se encuentran la Junta General de Accionistas, el Directorio y la Gerencia. Además, dispone de asesorías externas en temas legales, técnicos y de mantenimiento. La Secretaría cumple funciones de apoyo, mientras que los departamentos de línea abarcan áreas estratégicas como Formulación y Ejecución de Proyectos de Inversión; Contabilidad, Presupuestos y Recursos Humanos; Ventas y Cobranzas; así como Producción y Programación. Este último integra áreas clave como Edición, Tráfico y Prensa, fundamentales para la realización de los noticieros y demás contenidos emitidos por el canal. Esta organización refleja un modelo operativo que combina planificación, técnica y comunicación para responder a las demandas del entorno mediático regional.

Esta estructura organizativa respalda de forma directa los principios institucionales de la Compañía Nor-Andina de Telecomunicaciones S.A., empresa que administra TV Norte. Su misión es “Trabajar para entretener, informar, orientar y a su vez contribuir a elevar el nivel educativo, cultural y social de los televidentes con una programación de calidad, brindando a su vez la mejor opción de promocionar productos, servicios y anuncios de forma atractiva, impactante y rentable para todas las empresas y sociedad cajamarquina en general”. A su vez, la visión está orientada a “solidificar el posicionamiento y liderazgo

de la televisora en el ámbito local, urbano y rural para continuar expandiendo nuestra señal televisiva en la Región Cajamarca; estableciéndonos como un modelo de calidad en los servicios de telecomunicaciones”. Ambas declaraciones reflejan el compromiso de la empresa por mantenerse cercana a su audiencia, aportar al desarrollo regional y consolidarse como un medio de comunicación referente en la región.

Las funciones desarrolladas durante la experiencia en la conducción del noticiero matinal de TV Norte —como la presentación de noticias, la elaboración de la pauta informativa, la coordinación con producción y reporteros, la interacción con la audiencia o la realización de entrevistas— se vinculan directamente con los objetivos del proyecto, ya que permiten observar de manera práctica cómo se aplican las estrategias de conducción televisiva en un contexto local. Estas acciones, ejecutadas en el entorno real del canal, ofrecen insumos valiosos para describir el estilo actual de conducción, identificar los recursos comunicativos utilizados para conectar con el público y, a partir de ello, plantear propuestas concretas que mejoren la interacción con los televidentes a través de una conducción más cercana, dinámica y acorde a las características de la audiencia cajamarquina.

La aplicación de la metodología cualitativa en este trabajo se centró en la observación directa y el análisis interpretativo de las prácticas comunicativas desarrolladas durante la conducción del noticiero matinal de TV Norte. A través de la experiencia profesional, se recogieron evidencias sobre el estilo de conducción, los recursos expresivos empleados, las formas de interacción con la audiencia y las dinámicas internas del programa. Este enfoque permitió comprender en profundidad cómo se construye el vínculo entre el conductor y el televidente, así como identificar aspectos clave que influyen en la efectividad comunicativa, facilitando la propuesta de estrategias ajustadas al contexto

local cajamarquino.

Ante lo expuesto, el diagnóstico del noticiero matinal de TV Norte revela que, si bien cumple con su función informativa básica, presenta limitaciones en cuanto a la interacción efectiva con la audiencia y el uso estratégico de recursos comunicativos durante la conducción. La ausencia de herramientas técnicas como el teleprompter, la improvisación en ciertos segmentos y la escasa participación del público en vivo reflejan una conducción que aún no aprovecha plenamente su potencial para generar cercanía, dinamismo y conexión emocional con los televidentes. Asimismo, se evidencia la necesidad de fortalecer la narrativa, modernizar algunos procesos y adoptar lineamientos más adaptados al contexto local para optimizar la relación con la audiencia cajamarquina.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS**

Este capítulo presenta los resultados derivados de la experiencia profesional como conductora del noticiero matinal de TV Norte. Se identificaron y analizaron estrategias comunicativas y técnicas que, aplicadas adecuadamente, permiten mejorar significativamente la interacción con la audiencia, especialmente en el contexto regional cajamarquino. A continuación, se detallan los principales hallazgos:

### **1. La presentación con cercanía mejora el vínculo emocional con la audiencia**

Durante la experiencia se observó que iniciar el noticiero con un saludo cálido, emplear expresiones propias del habla local y mantener un tono conversacional permite generar un ambiente de confianza con la audiencia. Este tipo de conducción reduce la distancia entre el medio y el público, humaniza la figura del presentador y refuerza la fidelidad de los televidentes. En contextos regionales como Cajamarca, donde el sentido de comunidad y cercanía es fuerte, esta estrategia permite que el conductor se perciba como un miembro más de la colectividad y no como una figura ajena o superior.

### **2. La expresión corporal como herramienta de conexión visual**

El lenguaje corporal desempeña un rol clave en la conducción televisiva, ya que no solo complementa el mensaje verbal, sino que también transmite emociones, seguridad y confianza. En el ejercicio profesional se constató que mantener una postura erguida pero relajada, realizar gestos moderados y dirigir la mirada constantemente hacia la cámara refuerza el contacto visual con los televidentes. Esta conexión visual establece una línea de comunicación directa que hace sentir al espectador que se le está hablando a él, generando una sensación de proximidad que aumenta el impacto del mensaje

informativo.

### **3. La improvisación controlada mejora la naturalidad del discurso**

Debido a la carencia de un teleprompter, se adoptó un estilo de improvisación estructurada basada en la comprensión previa del contenido de la pauta. Este recurso permitió una presentación más natural, evitando la rigidez de la lectura textual. El resultado fue un discurso más espontáneo, fluido y adaptado al ritmo del programa, lo que incrementó la atención de la audiencia. Esta estrategia exige que el conductor domine el contenido, tenga claridad en el orden de ideas y maneje con soltura el tiempo en cámara, lo cual requiere preparación constante y conocimiento profundo del entorno noticioso.

### **4. La diversificación del contenido promueve mayor atención**

Incorporar un video viral al final de cada emisión resultó ser una táctica efectiva para mantener al público conectado hasta el cierre del programa. Este recurso otorga un respiro emocional tras una secuencia de noticias formales y permite reforzar el vínculo con la audiencia joven que consume y comparte contenidos virales en redes sociales. La conducción de este bloque exige un cambio de tono más lúdico y relajado por parte del presentador, lo que demuestra versatilidad y capacidad de adaptación, cualidades fundamentales para mantener una audiencia diversa y activa.

### **5. La interacción digital en vivo fortalece la participación ciudadana**

El uso de Facebook Live como canal de transmisión paralela permitió establecer una comunicación directa e inmediata con los televidentes. Durante la experiencia se comprobó que leer los comentarios en vivo, responder preguntas y hacer mención de usuarios genera un fuerte sentido de pertenencia y reconocimiento en la audiencia. Esta

estrategia convierte al noticiero en un espacio participativo y colaborativo, donde la voz del espectador tiene presencia. Además, mejora la percepción del canal como un medio accesible, transparente y comprometido con la comunidad.

## **6. La conducción contextualizada refuerza la identidad local**

Se identificó que el uso de referencias culturales, nombres de barrios o actividades locales en la conducción crea un sentimiento de identificación en los televidentes. Mencionar detalles reconocibles del entorno inmediato no solo facilita la comprensión de las noticias, sino que reafirma el carácter regional del medio. Esta estrategia es especialmente efectiva en regiones como Cajamarca, donde el valor simbólico de lo local es un factor emocional de conexión y orgullo. La contextualización del discurso también favorece la construcción de una narrativa informativa coherente con la realidad del público.

## **7. El enlace en vivo con reporteros dinamiza la conducción**

Los enlaces en directo con reporteros desde el lugar de los hechos aportaron dinamismo, inmediatez y mayor credibilidad a la cobertura informativa. El conductor, al interactuar en vivo con el reportero, no solo brinda fluidez al enlace, sino que también actúa como facilitador entre el periodista en campo y la audiencia. Esta interacción genera una sensación de acompañamiento en tiempo real de los acontecimientos y proyecta una imagen activa y comprometida del medio. La capacidad del conductor para formular preguntas relevantes y aportar contexto se vuelve clave en esta estrategia.

## **8. La conducción estructurada refuerza la coherencia narrativa**

Una presentación ordenada de los bloques informativos permitió mantener la

atención del público y evitar confusiones. A lo largo de la experiencia, se verificó que respetar una secuencia lógica —portada, bloque local, nacional, internacional y sección viral— ayudó a la audiencia a seguir el programa con claridad. Esta estructura narrativa también permitió establecer transiciones suaves entre secciones y ajustar el tono de la conducción según el contenido, aportando coherencia editorial. Una conducción estructurada es vital para construir una narrativa informativa clara, atractiva y alineada con los intereses del público.

### **9. La integración de entrevistas genera cercanía e identificación**

Las entrevistas en estudio y por vía telefónica enriquecieron el contenido del noticiero y permitieron diversificar las voces presentes en la pantalla. En ambas modalidades, el conductor asumió un rol activo, formulando preguntas claras, gestionando el tiempo y creando un ambiente favorable para el diálogo. Esta estrategia posicionó al conductor como mediador entre el entrevistado y la audiencia, y aumentó la percepción de pluralidad informativa del programa. La interacción visual mediante imágenes de apoyo también contribuyó a contextualizar los temas, facilitando su comprensión y generando mayor interés.

### **10. La figura del conductor como vocero institucional potencia la imagen del canal**

En los eventos institucionales y coberturas especiales, la presencia del conductor como representante visible del canal reforzó la imagen de TV Norte como un medio profesional y confiable. Esta estrategia permitió proyectar consistencia entre el contenido emitido y los valores institucionales del medio. Asimismo, fortaleció la identificación de la comunidad con el noticiero, al ver que su presentador participa activamente en los

eventos que afectan a la ciudadanía. Esta presencia otorga legitimidad al medio y posiciona al conductor como un referente informativo en la región.

## **ESTRATEGIAS DE CONDUCCIÓN TELEVISIVA PARA MEJORAR LA INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA EN TV NORTE, CAJAMARCA 2024**

La presente propuesta tiene como objetivo implementar un conjunto de estrategias de conducción televisiva que permitan fortalecer la interacción con la audiencia del noticiero matinal de TV Norte. Las acciones propuestas se fundamentan en la experiencia profesional desarrollada y en los hallazgos del capítulo de resultados, teniendo en cuenta el contexto cultural, técnico y comunicacional del medio regional.

### **1. Estilo de presentación cercano y empático**

**Qué hacer:** Humanizar la figura del conductor mediante un lenguaje cálido, expresivo y culturalmente contextualizado.

#### **Cómo aplicarlo:**

- Iniciar y cerrar cada emisión con saludos personalizados y frases locales reconocibles.
- Evitar un tono monótono o excesivamente formal; incorporar frases coloquiales adaptadas al público cajamarquino.
- Usar una entonación conversacional que transmita naturalidad y empatía.
- Dirigirse a la cámara como si se estuviera hablando directamente con una persona conocida, generando conexión emocional.

## **2. Uso consciente del lenguaje corporal frente a cámaras**

**Qué hacer:** Fortalecer la comunicación no verbal para complementar el mensaje informativo y generar mayor credibilidad.

### **Cómo aplicarlo:**

- Practicar posturas abiertas y expresivas durante ensayos previos.
- Evitar movimientos repetitivos o tensos; proyectar tranquilidad y dominio de escena.
- Mantener contacto visual con la cámara como forma de sostener la atención del público.
- Usar gestos moderados para enfatizar ideas sin distraer del contenido.

## **3. Implementación de improvisación guiada**

**Qué hacer:** Sustituir la lectura rígida de la pauta por una improvisación estructurada que mantenga la fluidez y coherencia.

### **Cómo aplicarlo:**

- Preparar previamente los contenidos a través de esquemas o mapas mentales que faciliten la memorización.
- Ensayar sin guion completo, utilizando solo titulares o ideas clave.
- Desarrollar ejercicios de expresión oral para fortalecer la improvisación en vivo.
- Complementar con una pauta de respaldo impresa o en celular solo en casos

necesarios.

#### **4. Segmento de contenido viral con tono dinámico**

**Qué hacer:** Introducir un bloque de contenido viral al cierre del noticiero con un enfoque desenfadado y adaptado al lenguaje digital.

##### **Cómo aplicarlo:**

- Buscar diariamente un video viral breve y positivo desde redes sociales.
- Presentarlo con entusiasmo y lenguaje juvenil, generando una transición emocional tras las noticias duras.
- Invitar a la audiencia a comentar en redes sobre el video emitido.
- Variar el tipo de contenido viral para evitar repetición y mantener el interés.

#### **5. Lectura y mención de comentarios en vivo**

**Qué hacer:** Integrar la participación del público de forma directa durante la transmisión por Facebook Live.

##### **Cómo aplicarlo:**

- Asignar minutos específicos del noticiero (inicio o cierre) para leer comentarios.
- Agradecer al público por su participación y responder preguntas en tiempo real.
- Fomentar la participación preguntando “¿Qué opinas tú sobre esta noticia?” tras notas clave.
- Utilizar una segunda pantalla o celular en estudio para monitorear comentarios sin

distraer la conducción.

## **6. Uso de referencias locales para reforzar identidad regional**

**Qué hacer:** Incorporar referencias culturales, geográficas o sociales propias de Cajamarca para generar identificación.

### **Cómo aplicarlo:**

- Mencionar barrios, festividades o costumbres locales durante la narración de noticias.
- Usar dichos populares o expresiones regionales que conecten emocionalmente.
- Referirse a autoridades o instituciones locales por su nombre completo, reforzando su presencia en el imaginario colectivo.

## **7. Conducción participativa en enlaces en vivo**

**Qué hacer:** Convertir al conductor en un interlocutor activo durante los enlaces con reporteros en campo.

### **Cómo aplicarlo:**

- Formular preguntas breves y precisas que complementen el reporte en vivo.
- Contextualizar el enlace antes de dar pase al reportero, aportando antecedentes al televidente.
- Retomar el control con una reflexión o resumen al finalizar el enlace.
- Cuidar la sincronización y tono para mantener coherencia narrativa.

## 8. Organización narrativa clara y estructurada

**Qué hacer:** Fortalecer la coherencia del noticiero mediante una secuencia lógica de bloques.

### **Cómo aplicarlo:**

- Respetar la estructura fija: portada – bloque local – nacional – internacional – viral.
- Anticipar al público qué viene a continuación (“Luego del corte, conoceremos...”), guiando la expectativa.
- Evitar transiciones abruptas; utilizar frases puente que vinculen temas.
- Establecer una misma duración estimada para cada bloque, evitando desequilibrios.

## 9. Conducción activa en entrevistas

**Qué hacer:** Convertir al conductor en un facilitador de la conversación con el invitado, generando cercanía e interés.

### **Cómo aplicarlo:**

- Investigar al entrevistado antes de la emisión para preparar preguntas personalizadas.
- Crear un ambiente cómodo en estudio, validando las respuestas del invitado con lenguaje no verbal.

- Utilizar imágenes de apoyo durante entrevistas telefónicas para enriquecer la narrativa visual.
- Despedir cada entrevista con una frase de cierre que sintetice el aporte informativo.

### **10. Presencia del conductor como vocero institucional**

**Qué hacer:** Consolidar al conductor como rostro visible y confiable del canal en actividades oficiales.

#### **Cómo aplicarlo:**

- Participar en coberturas externas o eventos institucionales portando la credencial oficial.
- Asumir un rol profesional y ético en representación del medio ante fuentes, autoridades o ciudadanía.
- Usar el espacio en estudio para reforzar los valores del canal y agradecer la fidelidad del público.
- Promover campañas institucionales (cívicas, sociales) desde la conducción como canal de confianza.

En síntesis, los resultados obtenidos a partir de la experiencia profesional evidencian que la conducción televisiva va más allá de una función técnica: se trata de una herramienta estratégica capaz de fortalecer el vínculo entre el noticiero y su audiencia. Cada hallazgo confirma que una conducción cercana, dinámica, expresiva y participativa puede generar mayor fidelización, credibilidad e interacción real con los televidentes.

Estas evidencias respaldan la necesidad de implementar una propuesta concreta de estrategias de conducción televisiva que responda al contexto cultural y comunicacional de Cajamarca. Dichas estrategias no solo buscan optimizar el desempeño del conductor, sino también consolidar al noticiero matinal de TV Norte como un espacio informativo relevante, accesible y representativo para su comunidad. En el siguiente capítulo, se presentan lineamientos específicos que orientarán la aplicación práctica de estos hallazgos en favor de una televisión regional más conectada con su público.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

**PRIMERA.** La conducción televisiva en noticieros regionales como TV Norte cumple una función estratégica en la construcción de credibilidad, cercanía e identidad local. Su desarrollo no debe limitarse a la lectura de noticias, sino que debe asumir un rol activo en la representación del canal ante la comunidad, constituyéndose como un puente confiable entre la información y la ciudadanía.

**SEGUNDA.** Las estrategias de conducción que emplean lenguaje verbal cálido, gestos expresivos y tono empático permiten generar una conexión emocional con la audiencia, especialmente en entornos como Cajamarca, donde la familiaridad y el arraigo cultural son factores clave para lograr la fidelización del público.

**TERCERA.** La participación efectiva del conductor en segmentos como enlaces en vivo, entrevistas y lectura de comentarios en redes sociales promueve la interacción real y refuerza la percepción del noticiero como un espacio abierto al diálogo, lo cual es esencial para consolidar una ciudadanía informada y participativa.

**CUARTA.** El dominio de técnicas como la improvisación guiada, la estructuración narrativa y el uso de referencias locales permite una conducción más natural, dinámica y contextualizada, lo que mejora la comprensión de los contenidos y mantiene la atención del televidente durante toda la emisión.

**QUINTA.** El ejercicio periodístico en televisión, cuando se desarrolla con ética, sensibilidad y adaptabilidad, no solo informa, sino que también educa, representa y cohesiona a las comunidades. Por ello, fortalecer las competencias del conductor y aplicar estrategias efectivas de conducción televisiva contribuye a elevar la calidad del

periodismo regional.

## **RECOMENDACIONES**

Capacitar de forma continua a los conductores en técnicas de expresión oral, lenguaje corporal y estrategias de improvisación, con el fin de optimizar su desempeño en cámara y adaptarse a los cambios del entorno mediático actual.

Incorporar en cada edición del noticiero momentos planificados de interacción directa con la audiencia a través de redes sociales, invitando a los televidentes a participar activamente con opiniones, consultas o propuestas de temas.

Promover la contextualización del discurso noticioso mediante el uso constante de referencias locales, expresiones culturales y ejemplos cercanos a la realidad cajamarquina, lo cual refuerza la identidad del canal y genera mayor identificación del público.

Implementar una pauta estructurada con bloques diferenciados, variando los tonos narrativos según el tipo de contenido, para mantener el dinamismo del programa y evitar la monotonía en la conducción.

Reforzar el rol institucional del conductor como vocero del canal, participando activamente en coberturas, campañas y actividades sociales, de modo que su presencia sea reconocida por la comunidad como símbolo de confianza, profesionalismo y compromiso con la región.

## REFERENCIAS

- Ayala, A. (2021). *Análisis del habla en los presentadores del noticiero matinal El Despertar de La Noticia de RTS, en el primer trimestre del año 2021* [Trabajo de titulación, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio UCE <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/3931fcbb-6683-4c69-b73c-49e475ac33b9>
- Bustamante L. (2022). *Importancia de la presentación para TV y medios audiovisuales en la actualidad* [Trabajo de reflexión] Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/b72ebef6-68ea-4aa1-b030-2fbed094e513/content>
- Cabrera, V. (2021). *Análisis de los estereotipos de género en el ejercicio periodístico de reporteras y conductoras de las ediciones matinal y central de ATV Noticias en el 2020* [Tesis de licenciatura] Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Repositorio institucional UPC. <http://hdl.handle.net/10757/655184>
- Carbonero, P., Corcoy, M., Larrondo, A., Mendizábal, J., y Palomo, B. (1995). *Géneros periodísticos de televisión*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/audiovisualdeportivo/wp-content/uploads/sites/177/2020/08/Géneros-periodísticos-de-televisión-3.pdf>
- Chacón, Z. y Rivera, A. (2020). Cuestionamiento de la información transmitida por los medios de comunicación en tiempos de crisis: noticieros chilenos. *Revista Ciencias de la Documentación*.

<https://www.cienciasdeladocumentacion.cl/gallery/art%205%20v016ene2020.pdf>

f

Chávez, N. y Zeledón, F. (2019). *La credibilidad de los noticieros de televisión salvadoreños y sus periodistas: una mirada desde las audiencias* [Ponencia].

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.

<https://revistas.uca.edu.sv/index.php/eca/article/view/3114>

Dettleff, J. A., Cassano, G., Vásquez Fermi, G., y Dancuart Coelho, T. (2021). *Señal abierta: Una mirada a la televisión peruana del siglo XXI*. Fondo Editorial PUCP

<https://departamento-comunicaciones.pucp.edu.pe/publicaciones/senal-abierta-una-mirada-a-la-television-peruana-del-siglo-xxi>

Deharbe, D. (2022). *Los telediarios ante la perspectiva de género. Relatos de mujeres periodistas sobre la producción y conducción de un programa de noticias*

[Trabajo Final de Maestría] Universidad Nacional de Quilmes. Repositorio Digital.

<https://www.fcedu.uner.edu.ar/catalogo/wp-content/uploads/2022/04/05.06.-Deharbe.pdf>

Flores, J; Moreno P. y Barros S. (2025). Evolución del ciberperiodismo televisivo: Avatares de inteligencia artificial como presentadores de noticias en medios

internacionales. *VISUAL Review*, 17(3), 233-247.

<https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5749>

Fontcuberta, M. (1999). *Pauta y calidad informativa*. Cuadernos de Información, (13),

61–69. Pontificia Universidad Católica de Chile.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2899469>

- García J. (2023). ¿Qué pasaría si Matías Prats fuera reemplazado por un presentador virtual? La irrupción en los informativos de los gemelos digitales mediante IA. *Revista de Innovación en Periodismo*. <https://mip.umh.es/blog/2023/10/24/que-pasaria-si-matias-prats-fuera-reemplazado-por-un-presentador-virtual/>
- García, M. (2024). Sensacionalismo en televisión en las noticias de sucesos: Análisis de la cobertura del incendio en las discotecas Teatre y Fonda Milagros [Trabajo Fin de Grado] Universidad de Murcia, 1. 1-18  
<https://repositorio.ucam.edu/handle/10952/7832>
- Larrondo, A. (2006). *Del impacto mediático al olvido: la pérdida de interés noticioso como indicador de la deshumanización de los medios*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 127–133.  
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1327>
- León, L. (2022). *La súper guía para hacer un Facebook Live exitoso*. Tiendanube Blog.  
<https://www.tiendanube.com/blog/facebook-live/>
- Mancha G. y Céspedes S. (2023). Análisis de audiencia y preferencias para programación matutina en la TV pública de Nuevo León (Canal 28). *Razón y Palabra*, volumen 27, 86–104. <https://doi.org/10.26807/rp.v27i116.1996>
- Marín, C. (2006). *Periodismo audiovisual: Información, entretenimiento y tecnologías multimedia*. Barcelona: Gedisa.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8911052>
- Mancilla, M. (2024). *Guía: Redacción de notas de prensa y difusión de información en medios de comunicación, página web institucional y redes sociales* [Documento

institucional]. Autoridad Nacional de Control del Poder Judicial (ANC-PJ),  
Oficina de Imagen Institucional y Prensa.

[https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/10a41a004238ff70bd1bfd442639fddb/  
GU%C3%8DA+REDACCI%C3%93N+NOTAS+DE+PRENSA.pdf?MOD=AJ  
PERES&CACHEID=10a41a004238ff70bd1bfd442639fddb](https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/10a41a004238ff70bd1bfd442639fddb/GU%C3%8DA+REDACCI%C3%93N+NOTAS+DE+PRENSA.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=10a41a004238ff70bd1bfd442639fddb)

Méndez, L. (2020). *Nivel de percepción de los trujillanos sobre la imagen de las conductoras de noticieros televisivos de señal abierta, en el periodo setiembre-octubre de 2020* [Tesis de licenciatura] Universidad Privada del Norte.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25757>

Mori, M. (2020). La espectacularización de la información: lenguaje narrativo y prosumidores. *Revista mediterránea de comunicación*. volumen 15, 139-152.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7660609>

Ortega, C. (2023). Audiencias de televisión: qué son y por qué importan. QuestionPro.  
Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/audiencias-de-televisión>

Parrini, L. (2008). *La entrevista en TV: En vivo o grabada, conversar es lo importante*. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 72–75. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16058141014>

Peña, J. (2023). *Cuerpos hablantes: Aproximaciones a la expresión corporal de los presentadores de noticias* [Trabajo de grado] Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Facultad de Ciencias y Educación.  
<https://repository.udistrital.edu.co/server/api/core/bitstreams/05692f6f-0d87->

[4a4d-8442-8f04b82f8249/content](https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48530)

Reyes, V. (2019). *Análisis del tratamiento informativo de los casos sobre violencia contra la mujer en el noticiero televisivo "90 Central" de Latina, marzo - abril 2019*. Universidad Cesar Vallejo.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48530>

Roach, J. (director). (2019). *El escándalo* [Película]. Lionsgate; Bron Studios; Annapurna Pictures.

Rodríguez, J. (2023). *Producción de noticias televisivas en español en Estados Unidos de América* [Recurso educativo abierto]. Mavs Open Press. Recuperado de <https://uta.pressbooks.pub/usahispanictvnews/chapter/las-salas-de-redaccion-de-television/>

RTVE. (2020). *Manual de estilo de RTVE: 2.4.5 Los presentadores de programas informativos*. Radiotelevisión Española. <https://manualdeestilo.rtve.es/tve/2-4-el-informador-en-imagen/2-4-5-los-presentadores-de-programas-informativos/>

Vazza, F. (2020). *Clase 8: Conducción frente a cámaras de TV*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/audiovisualdeportivo/2020/11/02/clase-8-conduccion-frente-a-camaras-de-tv/>

Vilca, F. (2020). *Extensión de la televisión convencional al mundo digital actual* [Tesis de licenciatura] Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Repositorio institucional UPC. <http://hdl.handle.net/10757/653184>


Zurita, J. (2019). *El "engagement" y las nuevas narrativas en el diseño de la comunicación*

digital. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 25(2), 1249–1261.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/64836>

## ANEXOS

### ANEXO 1

<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS O INFORME DE SUFICIENCIA PROFESIONAL</b>	 El canal de Cajamarca <i>renace</i>
--	---

Yo, **Victor Manuel Camacho Chávez**, identificado con **DNI N° 26621096**, como representante legal de la empresa: **Compañía Nor Andina de Telecomunicaciones SA** con **R.U.C. N° 20232568195**, ubicada en la ciudad de Cajamarca.

Otorgo la **AUTORIZACIÓN** de uso de información a: **Tatiana Lizeth Chávez Medina**, con **DNI: 71719955**

Egresado de la **Carrera profesional de Comunicación y Periodismo** de la Universidad Privada del Norte, para que utilice la siguiente información de la empresa:

*(Detallar la información a entregar)*

---

Con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de Título Profesional.

Autorizo expresamente el uso de la información con fines académicos, incluyendo su publicación en el repositorio de la Universidad Privada del Norte, contribuyendo con la comunidad educativa y sociedad en su conjunto.

Respecto al uso del nombre y/o cualquier distintivo de la empresa, se determina:  
*(marcar con una "X" la opción seleccionada)*

**Mantener en reserva** el nombre y/o cualquier distintivo de la empresa.

**Autorizo mencionar** el nombre y/o cualquier distintivo de la empresa.

Cajamarca, 07 de noviembre del 2024



**Victor Manuel Camacho Chávez**  
Gerente General  
CIA NOR ANDINA DE TELECOMUNICACIONES  
TV NORTE - CANAL 7

**DNI: 26621096**  
**N° de celular de contacto: 976630057**

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

*Nota: se solicita mantener todos los campos de información requeridos en el presente formato.*



**Firma del egresado (1)**  
**DNI: 71719955**

<b>CÓDIGO DE DOCUMENTO</b>	COR-F-REC-VAC-05.04	<b>NÚMERO VERSIÓN</b>	10	<b>PÁGINA</b>	Página 1 de 1
<b>FECHA DE VIGENCIA</b>	06/06/2024				

ANEXO 2 (PRESENTACIÓN DE CADA BLOQUE DEL NOTICIERO)



ANEXO 3



ANEXO 4 (Área de producción)



ANEXO 5 (Representación institucional del canal como reportera)

