

**APOYO EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS MULTIMEDIA DEL PORTAL
EL TIEMPO.COM**

MARÍA FERNANDA ARBELÁEZ MÉNDEZ
Trabajo de grado modalidad Pasantía

Para optar al título de:
Comunicadora social - Periodista

Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación social – Periodismo
Floridablanca
2014

**APOYO EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS MULTIMEDIA DEL PORTAL
EL TIEMPO.COM**

MARÍA FERNANDA ARBELÁEZ MÉNDEZ
Trabajo de grado modalidad Pasantía

Para optar al título de:
Comunicadora social - Periodista

Supervisor:
HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ
Comunicador social - periodista

Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación social – Periodismo
Bucaramanga
2014

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS

Después de lograr un paso más de mi camino académico quiero agradecer al gran equipo de El Tiempo.com en donde aprendí a crecer profesionalmente y en donde me enseñaron el gran valor del trabajo en equipo y la importancia que este tiene para llevar a cabo las funciones más sencillas en las labores diarias. Así como el poder que tiene el periodismo y su encantador sacrificio.

Así mismo agradezco a todos los docentes que me brindaron todos los conocimientos para profesionalizarme en algo que me apasiona y que amaré hacer todos los días.

Por último, le quiero agradecer a las personas más importantes de mi vida, quienes han inspirado mi existencia de miles de maneras y que me han dado su apoyo y respeto absoluto, mi familia. A mis padres John Jairo Arbeláez y Elizabeth Méndez, ustedes son mi más grande soporte y motivación, a mi hermana Nathalia Arbeláez quien desde siempre ha sido mi modelo a seguir, a mi hermana Paula Andrea Arbeláez quien ha sido mi compañera y amiga eterna. A mis sobrinos Nicolás y Julieta Arenas quiénes llenaron mi vida de amor y alegría infinita. Este logro les pertenece a ustedes, gracias.

CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	9
2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	18
2.1. UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN	18
2.2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS INSTITUCIONALES	20
2.2.1. Misión	20
2.2.2. Visión	20
2.2.3. Valores institucionales	21
2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	23
3. OBJETIVOS	25
3.1. OBJETIVO GENERAL	25
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
4. ACTIVIDADES	26
5. RESULTADOS	29
6. CONCLUSIONES	47
7. RECOMENDACIONES	49
8. BIBLIOGRAFÍA	51

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Software CMS	31
Figura 2. Artículo del portal El Tiempo	32
Figura 3. Artículo de Agencias de noticias internacionales	33
Figura 4. Galería fotográfica de El Tiempo	35
Figura 5. Video de especial multimedia 'Macondo está de luto'	37
Figura 6. Módulo 'Nuestros Portales'	38
Figura 7. Sección 'El Tiempo Recomienda'	39
Figura 8. Artículo Llano 7 días	40
Figura 9. Lecturas dominicales	42
Figura 10. Artículo Lecturas dominicales	42
Figura 11. Módulo 'Sociales'	44
Figura 12. Sección 'Sociales'	44
Figura 13. Módulo Crucigrama	45
Figura 14. Página principal de El Tiempo	46

RESUMEN

Título: Apoyo en la generación de contenidos multimedia del portal El tiempo.com

Autor: María Fernanda Arbeláez Méndez

Facultad: Comunicación Social – Periodismo

Supervisor: Héctor Mauricio Gómez

El proyecto de pasantía 'Apoyo en la generación de contenidos multimedia del portal Eltiempo.com se centró en la producción de elementos informativos para el portal de noticias. Buscando adaptarse a las necesidades y requerimientos de los usuarios, pero en especial brindando contenido de actualidad de alta calidad.

Para dar cumplimiento a este trabajo se desarrollaron objetivos específicos que se dividieron en acciones concretas como la redacción de artículos de temas de actualidad, trabajando en conjunto con la información ofrecida por las secciones del periódico en su versión impresa y teniendo siempre en cuenta el flujo informativo y las agendas temáticas del día, la creación de galerías fotográficas, montaje de videos para el portal web y la edición de información ofrecida por agencias internacionales.

Así mismo, se llevaron a cabo funciones de actualización de los contenidos fijos del portal y un trabajo de convergencia para destacar notas de los otros medios de comunicación, pertenecientes a la Casa Editorial El Tiempo como los dos canales de televisión y revistas. Así como la alimentación de artículos de diferentes publicaciones impresas del periódico para el fácil acceso de todos los usuarios.

Adicionalmente se apoyó el proceso del lanzamiento del rediseño del portal que se llevó a cabo el pasado 10 de mayo de 2014, en el que se trabajó durante varios meses en la doble alimentación de todos los contenidos para ayudar a adaptar los nuevos productos a los diseños y configuraciones presentadas en este nuevo modelo, así mismo la capacitación del nuevo software para lograr aprovechar todas las herramientas pensadas y diseñadas para los usuarios del El Tiempo.com a través de los diferentes dispositivos electrónicos con acceso a Internet.

Palabras Claves: *Medios de comunicación, periodismo digital, contenidos digitales, elementos multimedia.*

ABSTRACT

Title: Support in the generation of multimedia content of El Tiempo.com

Author: María Fernanda Arbeláez Méndez

Faculty: Social Communication and Journalism

Mentor: Héctor Mauricio Gómez

The internship project 'Support in generating multimedia content Eltiempo.com' focused on the production of news items to news portal. Looking fit the needs and requirements of the users, but especially now offering high-quality content.

To comply with this work specific objectives divided into concrete actions such as writing articles of current issues, working with the information given by the sections of the newspaper in print and always taking into account the flow of information developed and day thematic agendas, creating photo galleries and video for the web portal and publishing of information offered by international agencies.

Likewise, functions performed restatement of fixed portal content and convergence work to highlight notes of other media belonging to the Casa Editorial El Tiempo as the two television channels and magazines well as feeding articles from different publications printed newspaper for easy access for all users.

Additionally the process of launching the redesigned portal that was held last May 10, 2014, where he worked for several months in the double power of all content to help tailor new products are supported designs and configurations presented in this new model, also training for new software to achieve take every thought and tools designed for users of the Tiempo.com through different electronic devices with Internet access.

Keywords: *Social media, generation content, digital journalism, multimedia.*

1. INTRODUCCIÓN

Sin excepción alguna los medios de comunicación tradicionales de Colombia han sufrido una convergencia mediática y se han redireccionado al periodismo digital a través de sus versiones en la web, adoptando cada uno de ellos unas características particulares dirigidas principalmente a su público objetivo y a las necesidades que ellos exigen.

Medios de tanta trayectoria como el periódico El Tiempo, tienen su propio portal de noticias en donde, en su gran mayoría los contenidos difieren de los publicados en el impreso. Esto se da principalmente, por la inmediatez de la información y la necesidad de actualizar y mantener contenidos precisos a los lectores en la Internet.

Dentro de estos portales web, otras herramientas y nuevas estructuras empiezan a complementar la información, dándole una mejor oportunidad a los usuarios para acceder de forma inmediata y más completa a las noticias.

En este desarrollo se presenta un nuevo lenguaje a la hora de publicar los datos a los lectores e incluso diferentes estrategias que permiten darle mayor profundidad a los contenidos con elementos multimedia, como las galerías fotográficas, videos, audiogalerías, infografías interactivas, entre otras, que permiten ofrecer de una manera más amplia el hecho o suceso que se este desarrollando en el momento.

En estos cambios del periodismo tradicional al periodismo digital se da un mayor énfasis e importancia a la generación de contenidos que satisfagan las necesidades de los usuarios y que no se base unicamente en la publicación de noticias y datos, así lo asegura Koldo Meso Ayerdi, “En la era analógica, la clave

de la comunicación era la transmisión de información, mientras que en la era digital, lo es la producción de contenidos.”¹

Entendiendo a la generación de contenidos como un proceso más elaborado en el que no sea solo la publicación de la información del momento. Sino, una presentación de productos periodísticos con una mayor cobertura y profundidad. Teniendo en cuenta las diferentes posibilidades que permite el medio digital como los elementos multimedia. Esto permite satisfacer de forma más amplia a los internautas.

En este caso se le da más importancia a la forma en la que se presentan y publican los datos, teniendo en cuenta que sean visualmente atractivos, concisos, claros y con toda la información necesaria para los usuarios en la web.

Así mismo, una de las características de la Internet es su cobertura, los contenidos pasan de ser locales a globales. En el caso de los lectores del medio de comunicación impreso que es un número limitado. A diferencia de la cantidad mucho mayor de usuarios en la web. Por esta razón se necesita, estar constantemente actualizados y con contenidos precisos para los usuarios, al igual que los otros medios de comunicación en la Internet.

El periodismo digital es en sí mismo una red con mayores lectores, que se mantienen más activos, y que sugieren, aprueban o desaprueban los contenidos publicados.

Esto se presenta en cierta forma, por el libre acceso a las publicaciones que permite la Internet, así lo menciona Meso Ayerdi, en donde destaca el poder que ahora tienen los usuarios, “La Red permite el acceso directo del público a las fuentes de información...y ofrece, por primera vez en la historia de la

¹MESO AYERDI, Koldo. Nueva profesión: El periodista digital. [Citado el 6 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16008101>

comunicación, acceso universal a un sistema mundial de publicación que funciona, igualmente, al margen de los profesionales.”

Por esta razón, el usuario participa en un proceso multidireccional en la que tiene un rol activo, volviéndose más exigente con el tipo de contenidos publicados, teniendo la oportunidad de comentar sobre el tipo de información, el tratamiento que se les da a los datos desde el portal e incluso compartirlos con otras personas.

Así mismo, estos usuarios hacen parte de los prosumidores, que Jaqueline Sánchez y Paloma Contreras definen como “el término que se utiliza para señalar a aquellos usuarios de la Red que asumen el rol de canal de comunicación. Tiene su origen en la unión de los conceptos: productor y consumidor.”²

Es decir, los usuarios hacen uso de diferentes plataformas y herramientas en la Internet para generar sus propios contenidos, consumirlos y compartirlos con diferentes internautas, convirtiéndose en una nueva red de información que de forma independiente suple sus propias necesidades y la de un grupo determinado que accede a ella.

De esta manera, los medios digitales buscan la forma de no sólo atraer a sus lectores en la web, sino de fidelizarlos para que ellos sientan que la información que se publica está acorde a lo que ellos están buscando y sobre todo que es personalizada para sus gustos e intereses. Lo que llevaría al portal web a mantener un flujo constante de internautas.

Como se da un quiebre entre la comunicación tradicional, que es lineal y unidireccional, que esta basado en el modelo de emisor a receptor. Las funciones del comunicador social y periodista varían y empieza a complementarse otros elementos a la hora de elaborar la información en este tipo de portales; de esta manera se incluye un nuevo concepto y se da una nueva generación de

² SÁNCHEZ, Jaqueline, CONTRERAS, Paloma. De cara al prosumidor: Producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. [Citado 9 de julio de 2014]. Disponible en: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/viewFile/210/376>

contenidos, que tiene características muy concretas y que están diseñadas para las atemporalidad que se maneja en estas páginas web.

De esta forma se empiezan a evidenciar nuevos roles, que están determinados por los avances tecnológicos y las tendencias de consumo de los usuarios. Es por esto que se pueden evidenciar nuevos perfiles profesionales como los de Community Manager, encargado de la interacción y promoción de contenidos a través de las redes sociales. Todo esto direccionado a la labor polivalente de un periodista, en el que es capaz no solo de adaptarse a las nuevas necesidades del medio, sino que además cumpla diferentes funciones y mayores responsabilidades dentro del medio, en especial en el campo digital.

Así mismo, las publicaciones mantienen un modelo específico y un lenguaje diferente que es adaptado a la manera en la que los internautas accesan a esta información y las rutinas que ellos realizan a la hora de consumir los contenidos en la web. Como el tiempo de lectura, el manejo y consumo de imágenes y videos que estén relacionados dentro de los textos y la posibilidad de compartir esta información a través de las redes sociales y comentarlas.

Por está razón, el modelo y estructura que se manejaba en los medios tradicionales difiere del manejado en la web, así lo plantea Carmen María Prieto “se crea un producto que responda a contenidos completos que integren los elementos de la estructura digital: hipertexto, interactividad y multimedialidad.”³

Este último elemento de la nueva estructura, la multimedialidad es uno de los más utilizados dentro de los portales de noticias, porque permite recrear de forma visual el suceso de actualidad, ofreciéndole a los usuarios un rango más grande de posibilidades, con imágenes y videos para ampliar y acceder a la información. Es por esto que el lenguaje audiovisual se impone fuertemente en los contenidos digitales.

³ PRIETO, Carmen María. Planificación, estructura y flujos de trabajo en la producción ciberperiodística.[Citado el 12 de marzo de 2014]. Disponible en: http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/prieto_c.pdf

Así mismo, esta estructura digital presenta nuevas formas de lectura a través de Internet, de una manera no lineal, convirtiéndose en una característica clave de la hipertextualidad. Por esta razón, debe ser adaptada para la comodidad y necesidad de los internautas, ya que ellos realizan su propio camino de lectura. Así lo asegura Meso Ayerdi: “No leemos igual en una pantalla que como leemos en el papel; hay una lectura arborecente; existe una interactividad...en la cual se necesita tratar, presentar la información de una cierta manera.”

Dentro de estos cambios, también se desarrolla un nuevo modelo a la hora de escribir para la Internet, como lo señala Guillermo Franco, en su libro ‘Cómo escribir para la web en donde determina que: “Esta nueva forma exige palabras cortas, conocidas y precisas”⁴.

El ciberperiodismo contiene en si mismo unas características diferentes a la hora de generar los contenidos y la presentación, como por ejemplo, las palabras que determine un tiempo específico como hoy, ayer, mañana, no son utilizados en las publicaciones en la web.

Ya que los medios de comunicación en la Internet y los portales de noticias virtuales son totalmente atemporales y los usuarios acceden a ellos de una forma ilimitada y sin precisión horaria, a comparación por ejemplo de un periódico impreso que tiene tradicionalmente una sola publicación diaria y esta determinada por la información generada el día anterior.

Otro elemento que es importante a la hora de mantener una escritura en la web, es el tamaño y la cantidad de párrafos en una noticia publicada dentro de un portal de Internet, Guillermo Franco asegura que los textos son más cortos porque “la gente no desea leer grandes cantidades de texto en pantalla, como consecuencia de su pobre resolución, que hace que la lectura sea un 25 por ciento más lenta”⁵.

⁴ FRANCO, Guillermo. Cómo escribir para la web. [Citado el 10 de marzo de 2014]. Disponible en:

https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf

⁵ Ibid., p 34.

Los usuarios en un porcentaje muy significativo optan por hacer un escaneo de lectura, en donde el internauta selecciona las palabras que les interesa y salta las que no, así lo argumenta Franco, quien cita a Jakob Nielsen, experto mundial en la usabilidad de la web, quien señala “Los usuarios...escanean u hojean el texto (o, si se quiere, hacen un barrido) y escogen palabras claves, oraciones y párrafos de su interés, mientras “brincan” sobre aquellas partes del texto que les importan menos”.⁶

Esta característica determina la forma en la que un periodista debe redactar y presentar la información para la web, ya que se debe hacer de una forma precisa, concreta y que incluya de forma breve los datos más relevantes para presentarlos al lector.

Elementos de la noticia como el titular y resumen deben ser lo suficientemente atractivos y específicos para que los usuarios se interesen por seguir leyendo más del artículo y que sean consumidos todos los contenidos allí manejados. Generalmente son cortos y no deben sobrepasar los 100 caracteres, sintetizando lo más llamativo del artículo informativo.

A su vez, los párrafos del artículo deben estar bien editados y contener con un lenguaje claro y conciso el desarrollo de la noticia, es importante que dentro del cuerpo del texto no se repita información presentada en el título o el resumen. También se debe resaltar con negrita las frases o palabras más importantes dentro del texto, para que los internautas sean capaces de destacar la información más importante e impactante de la noticia. Como se menciono antes, este recurso sirve para el escaneo del usuario.

Es común relacionar dentro de los párrafos enlaces de notas afines con el tema de la noticia, así el lector consumirá más contenidos del portal y ampliará el contexto de la información allí presentada.

⁶ Ibid., p. 34.

Dentro de los elementos enlazados generalmente se destacan los contenidos multimedia como galerías fotográficas o videos que presenten visualmente el suceso de actualidad.

Mark Brigg⁷ en su libro: 'Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital', hace referencia a otro tipo de herramientas a la hora de generar contenidos para la web, como por ejemplo la búsqueda en la Internet, que debe estar determinada a la hora de elaborarse con elementos como el Search Engine Optimization, SEO, o posicionamiento web.

Este representa el título o las palabras con las que aparecerá la información en los motores de búsqueda. Este elemento es fundamental para asegurar un tráfico constante de usuarios al portal desde plataformas de búsqueda como Google, Bing o Yahoo. Mantener los primeros puestos dentro de las páginas de resultados es fundamental para los portales de noticias.

Este título es diferente al de la noticia trabajada en el portal web. Se utilizan palabras claves y concretas, pensadas para el usuario, por esta razón deben ser funcionales y fáciles de acceder. Así mismo, cuándo se destaca un tema muy importante y que se desarrolla por un periodo de tiempo determinado, se otorga el mismo título SEO para todas las noticias y sólo se incorpora una palabra que especifique el contenido del artículo.

Un buen título SEO, asegura una mejor accesibilidad a los internautas y un tráfico constante de usuarios.

Otra de las herramientas que ayudan a mantener un posicionamiento dentro de los motores de búsqueda son las etiquetas o tags, este elemento permite categorizar y clasificar información dentro del portal web, está creada con palabras concretas y específicas que facilitan la búsqueda de artículos relacionados.

⁷ BRIGG, Mark. Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital. [Citado el 15 de marzo de 2014]. Disponible en: https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

En el caso concreto del portal de noticias de El Tiempo, los tags más buscados por los usuarios, son destacados en la página principal como los temas del día, así mismo, estas etiquetas redireccionan dentro del mismo artículo otras noticias relacionadas con este hecho de actualidad.

Es muy importante que los tags que se le condicionen a la nota estén completamente relacionados con la información presentada, ya que facilitará a los internautas la búsqueda de la información.

Todo este tipo de elementos y estrategias dentro de la estructura digital de las noticias, están determinadas por hipertexto, interactividad y multimedialidad, que permiten ampliar los recursos para la presentación de la información, convirtiéndose en elementos claves para generar un camino de navegación para los usuarios dentro del portal de noticias web, de esta manera, permite que ellos consuman cada una de los recursos creados para esa temática.

Brigg indica “la creciente adopción de la tecnología de la comunicación móvil no solo cambia la forma en que las audiencias reciben las noticias, sino que también abre nuevas formas para generarlas”⁸. Por esta razón, los periodistas se ven obligados a hacer uso de las diferentes herramientas tecnológicas que les permita desde el trabajo de reportería en la calle o el lugar de las noticias, enviar a los editores dentro de las salas de redacción, imágenes, videos e información de manera instantánea para que esta sea actualizada de inmediato dentro del portal.

Esto representa el fenómeno que se está viviendo hoy en día con la convergencia digital, que Emili Prado y Rosa Franquet definen como: “la práctica a una red global de tecnologías de la información y la comunicación por la que pueden circular todo tipo de servicios electrónicos de matriz audio, vídeo, texto y datos, sus diferentes combinatorias o su integración como multimedia”⁹.

⁸ Ibid., p. 28

⁹ PRADO, Emili y FRANQUET, Rosa. Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución. [Citado el 16 de marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer04-01-prado.pdf>

Lo que conlleva a una unificación, que de manera conjunta presente todas las herramientas al lector para que pueda consumir acertada y participativamente la información. De esta forma esta vinculada al desarrollo de los diferentes dispositivos digitales que le permiten a los usuarios acceder desde cualquier aparato con Internet a un desarrollo de la información.

La revolución tecnológica de los últimos años ha permitido que los lectores de estos portales de noticias siempre tengan acceso a la web. Dándole la oportunidad a las páginas de ser leídas en todo momento, y sobre todo obligándolos a que todos sus contenidos se encuentren en un formato de digitalización para que sean presentados, consumidos y usados.

Por esta razón, los medios de comunicación tradicionales se vinculan a estas estrategias para mantenerse a la vanguardia y en sintonía con las tendencias digitales, que no sólo les permite una publicación constante de contenidos, sino que les ofrece la oportunidad de mantenerse en línea directa con sus lectores. Manteniendo su posicionamiento y reconocimiento entre los otros portales de noticias.

Lográndo una convergencia mediática que le da en cierta manera a los usuarios las herramientas para estar activo y tener un rol participativo dentro de los contenidos, ya sea a la hora de comentar o compartir cualquiera de los contenidos allí trabajados.

Por todo lo anterior, este documento pretende evidenciar la función de un comunicador social y periodista dentro de un portal de noticias en la web y su rol dentro de la redacción. En donde se especializa en la creación de elementos multimedia, como la realización de galerías fotográficas y el montaje de videos dentro de las plataformas web. Así mismo, la redacción de noticias con todas las características planteadas y con la utilización de elementos como el título SEO y tags o etiquetas que permiten el posicionamiento de la página web y que facilita el acceso de los usuarios.

A su vez la edición y montaje de notas através del software CMS y la utilización de información de agencias internacionales, adaptándolas al estilo manejado por el medio de comunicación. Esto permite que la plataforma web de El Tiempo actualice no sólo información local, sino noticias de otras países de alta relevancia.

Así mismo, este documento describirá la función de un pasante dentro del portal de El Tiempo, durante un proceso de rediseño, que abarcó un cambio mediático que permitió una mejor experiencia al usuario, por medio de acceso a los contenidos através de los diferentes dispositivos móviles y la adaptación de los funciones del periodista y las diferentes secciones del periódico para alimentar los contenidos através de la página web.

Por último, evidenciará como un medio de comunicación como El Tiempo en su versión web, adapta cada una de las características y estructuras utilizadas dentro del formato digital, así como las funciones de un periodista polivalente y la importancia de la generación de contenidos, dándole una mayor prioridad al elemento multimedia. De la misma forma, como se ha realizado la adaptación del estilo del medio de comunicación y los diferentes desarrollos que se han generado para estar a la par de las necesidades de los usuarios en la web.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

2.1. UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la Organización: Casa Editorial El Tiempo

Ubicación: Avenida Calle 26 N° 68B – 70 Bogotá, Colombia. Tel: (+51) 2940100
Ext. 3632

Actividad actual y área de trabajo: Pasante de El Tiempo.com

Reseña Histórica de la Organización¹⁰:

La creación de la Casa Editorial El Tiempo comenzó con la impresión de la primera edición del periódico el 30 de enero de 1911, bajo la dirección de Alfonso Villegas. Los ejemplares incluían un formato universal y un contenido de cuatro páginas.

Después de dos años de iniciar la impresión del periódico El Tiempo, el 7 de julio de 1913, Eduardo Santos adquiere el medio de comunicación por cinco mil pesos. Con los cambios de la nueva administración se realizaron diferentes traslados entre ellos uno en la carrera 7 con calle 19, así como la adquisición de nuevas tecnologías de la imprenta como prensas planas que favorecieron la impresión de un mayor número de ejemplares.

Estas modificaciones dentro de la compañía permitieron que se generaran nuevos sistemas informativo y se radicaran secciones temáticas. Debido a los acontecimientos del 'Bogotazo', ocurridos el 9 de abril de 1948, el diario dejó de circular durante cuatro días.

Así mismo, por un incendio en las instalaciones del periódico el 6 de septiembre de 1952, se paró la producción de dos días del tiraje del diario, que en ese momento era trabajado con el formato tabloide.

¹⁰ CASA EDITORIAL EL TIEMPO. Historia, Misión y Visión. Disponible en Intranet.

Otro hecho que marcó la historia de la organización fue el cierre del medio de comunicación el 3 de agosto de 1955, por la dictadura del General Rojas Pinilla, quién clausuró las prensas impidiendo la libre circulación del periódico.

En 1956 se logra la creación de la Casa Editorial El Tiempo, gracias a la fundación del periódico Intermedio. Modificación que permitió a la organización incursionar en diferentes sectores del mercado editorial.

Debido al gran crecimiento de la compañía, se trasladan a las instalaciones de la avenida El Dorado, lugar en el que se encuentran actualmente. Durante este cambio se estrena tecnología offset, que permite la edición de más de 700 mil ejemplares.

A lo largo de los años 90, la Casa Editorial El Tiempo logra un proyecto de descentralización de diferentes regiones de la costa y el occidente colombiano. Instalando recursos físicos para la impresión del periódico desde estas ciudades, incluyendo la sección regional.

En el año 2000 se logra la creación del portal de noticias en Internet, gracias a la alianza estratégica de la organización con Avantel y Multirevista. Este proyecto se desarrolla para estar a la vanguardia de la evolución tecnológica y a las necesidades de los usuarios.

Así mismo en el año 2009, con la adopción de las nuevas tecnologías, la compañía empieza un proceso de convergencia, por esta razón, los periodistas de este medio producen información para todos los productos de la Casa Editorial El Tiempo y así mismo cada uno de ellos se acoge al formato multimedia.

2.2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES INSTITUCIONALES

2.2.1 Misión:

La Misión de la Casa Editorial El Tiempo está enfocada en la labor de darle al lector lo que necesite a través de la generación de contenidos. Este medio de

comunicación se caracteriza por crecer y avanzar de manera proporcional al mundo y la sociedad.

Esto puede verse reflejado con el nuevo rediseño del portal, lanzado en mayo de 2014, en donde se realiza una serie de cambios en el diseño de la página, pero sobre todo en la navegación y facilidades de uso para los usuarios en la web y sus diferentes demandas.

2.2.2 Visión:

La Visión de la Casa Editorial El Tiempo es ser el proveedor de contenidos más creíble, relevante y preferido de Colombia. Elementos que se ven reflejados en las mediciones realizadas a los usuarios, quienes posicionan a este medio de comunicación como el más leído entre los líderes de opinión.

Así mismo, al lograr más de 16 millones de usuarios únicos mensuales dentro del portal web, evidenciando la aceptación y el favoritismo de los lectores por los contenidos generados por el portal de noticias.

2.2.3 Valores corporativos:

Dentro de su identidad corporativa, la Casa Editorial El Tiempo defiende y abandera los valores corporativos de la Credibilidad, representada con la gran trayectoria del medio a través de más de 100 años de publicaciones.

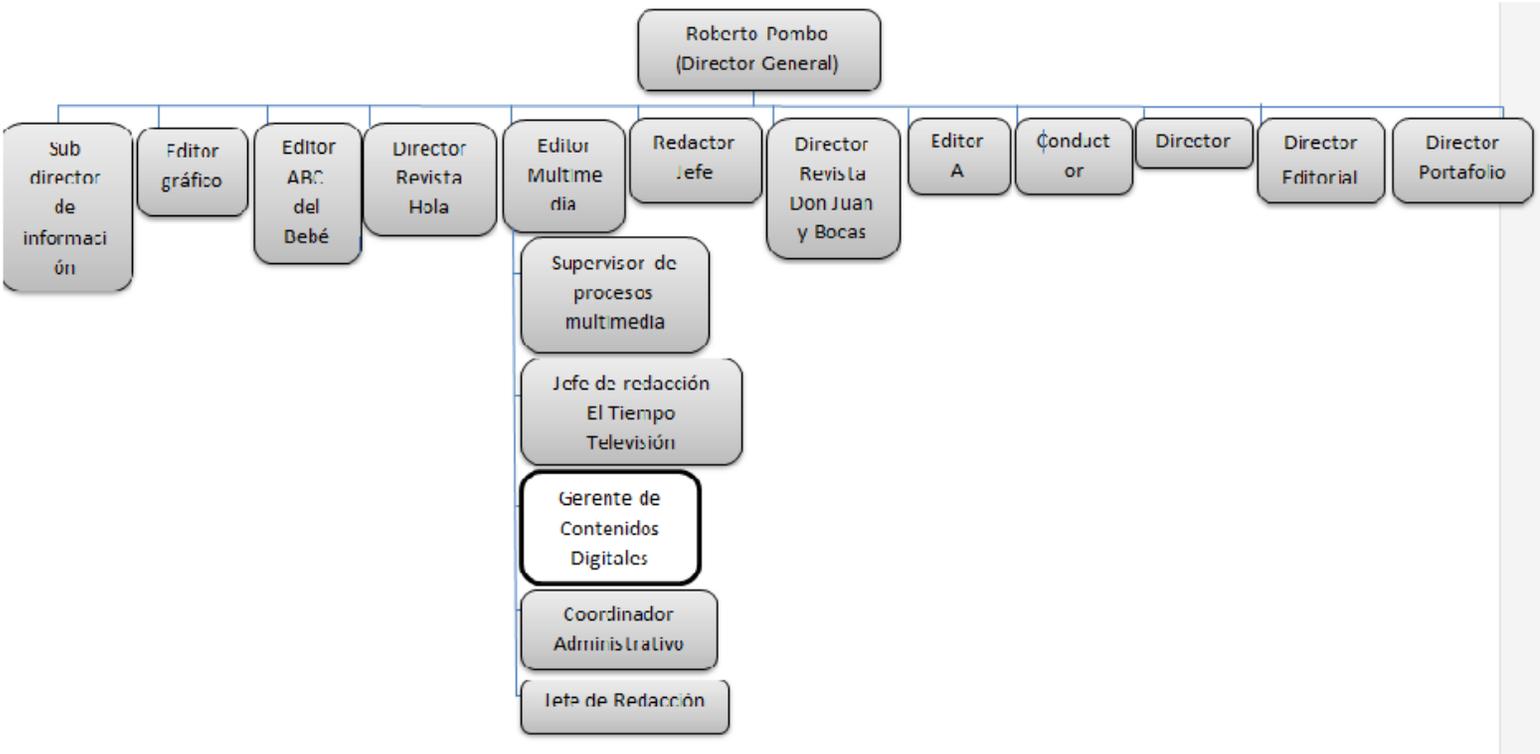
Así mismo, se promulga la Pasión por el oficio del periodismo y el Compromiso y la Integridad de todas las áreas por asegurar la generación y distribución de contenido de alta calidad los 365 días al año y las 24 horas al día.

Con la adaptación de las nuevas tecnologías y los cambios informativos, la organización defiende y promulga el valor de la Innovación, reflejado en su gran número de productos, que incluye portales de internet, periódicos impresos, revistas que cubren diferentes temáticas y dos canales de televisión, que conservan un estilo original y reconocido entre los consumidores.

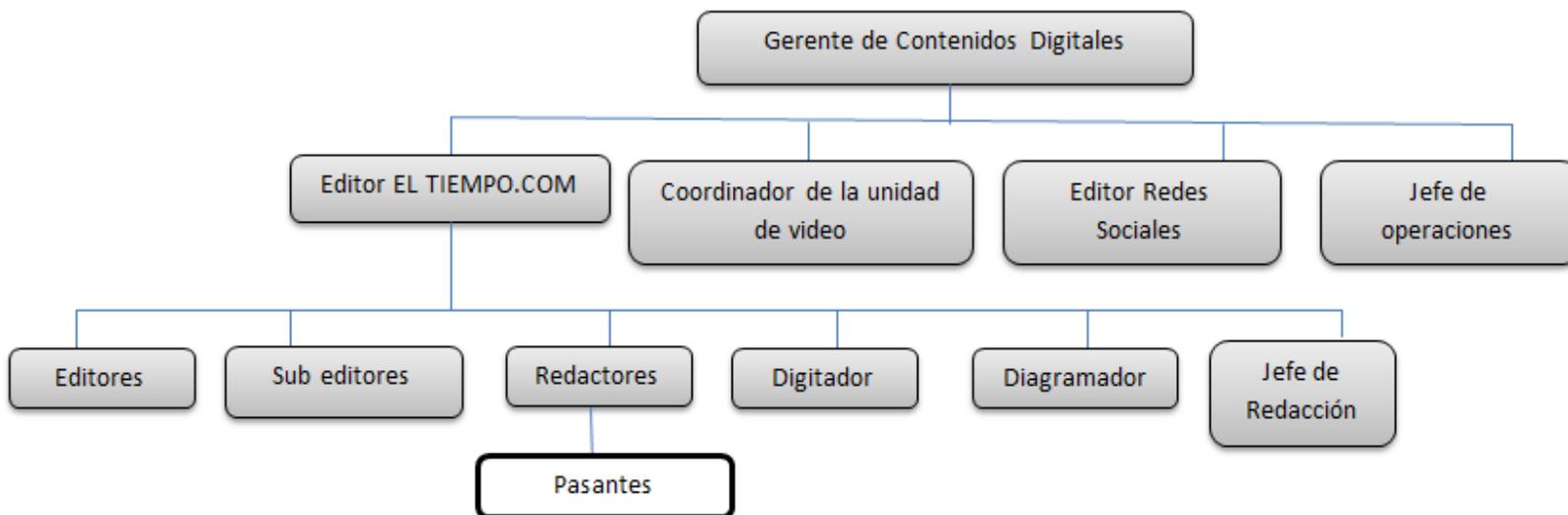
Esta empresa promulga estos valores corporativos como su sello diferenciador ante los otros medios de comunicación y para generar contenidos de alta calidad que estén acordes a las necesidades de todos los usuarios.

2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfica 1.



Gráfica 2.



3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Apoyar en la producción de contenidos multimedia del portal El TIEMPO.COM

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Redactar notas de temas de actualidad para el portal El Tiempo.com
- Editar cables internacionales para adaptarlos al tipo de contenido que se manejan dentro del portal El Tiempo.com
- Elaborar galerías fotográficas, videos y demás recursos multimedia para complementar la información del portal El Tiempo.com
- Subir y realizar el montaje de las notas de las otras secciones de El Tiempo, en la versión para la página web.

4. ACTIVIDADES

- Objetivo específico

Redactar notas de temas de actualidad para el portal El Tiempo.com

Estrategia: Elaborar artículos de diferentes temáticas que puedan interesar a los lectores.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACCIONES DESARROLLADAS
- Redactar notas de temas de actualidad para el portal El Tiempo.com	- Elaborar artículos de diferentes temáticas que puedan interesar a los lectores.	1. Monitorear y buscar temas de actualidad que puedan ser de interés. 2. Plantear las temáticas a los jefes de redacción para su aprobación 3. Hablar con las fuentes y entrevistarlas. 4. Redactar de manera clara y atractiva la información. 5. Presentarle al jefe de redacción el artículo ya terminado. 6. Subirlo en la página web a través del software CMS.

Nota: En algunas ocasiones los jefes de redacción pueden sugerirnos pequeños temas que deben ser redactados de manera rápida en ese mismo turno de trabajo.

- Objetivo específico:

Editar cables internacionales para adaptarlos al tipo de contenido que se manejan dentro del portal El Tiempo.com

Estrategia: Elaborar una nota basada en los cables internacionales que llegan de las diferentes agencias.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACCIONES DESARROLLADAS
- Editar cables	- Elaborar una	1. Revisar la información que es

internacionales para adaptarlos al tipo de contenido que se manejan dentro del portal El Tiempo.com	nota basada en los cables internacionales que llegan de las diferentes agencias.	seleccionada por el gatekeeper de El Tiempo. 2. Elaborar un artículo basado en la información del cable entregado por las agencias internacionales. 3. Buscar imágenes que ayuden a complementar la información. 4. Publicar esta información de acuerdo a la categoría y sección en el portal de El Tiempo. 5. Relacionarle imágenes, incluir título SEO, tags o hipervínculos si es el caso. 6. Subirlo en la página web a través del software CMS.
---	--	--

3. OBJETIVO ESPECÍFICO:

Elaborar galerías fotográficas, videos y demás recursos multimedia para complementar la información del portal El Tiempo.com

Estrategia: Generar contenidos multimedia que puedan relacionarse con la información publicada en El Tiempo.com

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACCIONES DESARROLLADAS
-Elaborar galerías fotográficas, videos y demás recursos multimedia para complementar la información del portal El Tiempo.com	-Generar contenidos multimedia que puedan relacionarse con la información publicada en El Tiempo.com	1. Revisar en la plataforma de Hermes (Programa o banco de imágenes de cables y archivo de la Casa Editorial El Tiempo) imágenes que tengan un contexto noticioso. 2. Seleccionar un promedio de 10 a 15 de las mejores imágenes. 3. Recortar las imágenes a través de Photoshop con los tamaños preestablecidos en el software del CMS. 4. Redactar título, sumario y pie de fotos para la galería. 5. Montar las fotografías en el CMS y relacionarlas a la galería. 6. Relacionarlo a algún artículo del portal o generar un enlace fantasma en el Home de El Tiempo, para direccionar directamente a la galería.

-Objetivo específico

Subir y realizar el montaje de las notas de las otras secciones de El Tiempo, en la versión para la página web.

Estrategia:

Actualizar la información dentro del portal El Tiempo con las noticias redactadas por las secciones impresas del periódico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACCIONES DESARROLLADAS
- Subir y realizar el montaje de las notas de las otras secciones de El Tiempo, en la versión para la página web.	- Actualizar la información dentro del portal El Tiempo con las noticias redactadas por las secciones impresas del periódico.	1. Revisar las noticias que mandan las otras secciones al correo. 2. Editar las notas dependiendo de las características del contenido web que difieren a las manejadas dentro del impreso. 3. Buscar una imagen que se pueda relacionar con el artículo. 4. Elaborarle un título SEO y generarle tags a la nota. 5. Montar el artículo en el portal a través del software CMS.

Nota: Estas son las principales actividades desarrolladas dentro de la pasantía, hay algunas otras funciones pero tienen una mayor trascendencia e impacto dentro del ejercicio laboral.

5. RESULTADOS

Este proyecto fue direccionado al Apoyo en la generación de contenidos multimedia del portal El Tiempo.com con el fin de contribuir en la actualización de diferentes noticias y elementos de actualidad dentro de la página, que sean atractivos para los usuarios de este medio. Así mismo, durante el proceso del lanzamiento del rediseño del portal y todas las labores desempeñadas en este proyecto de gran envergadura.

Este plan de acción está determinado y planteado de acuerdo a los objetivos elaborados dentro de la gestión desempeñada durante el tiempo de pasantía, con la finalidad de evidenciar la labor profesional de un comunicador social y periodista desde el campo digital y el complemento teórico que se ve expuesto durante cada una de las acciones diarias.

5.1. Alimentación de notas de las otras secciones en la plataforma de CMS.

Esta actividad hace parte de una de las funciones principales del pasante en El Tiempo y está directamente relacionada con la actualización constante de contenidos, principalmente de las otras secciones del periódico, como Internacional, Política, Justicia, Estilo de vida o Entretenimiento y que serán redireccionadas al Home principal, como uno de los temas más importantes del momento.

Para este proceso, los editores de cada una de las secciones, envían a través de correo electrónico el artículo, después de eso se hace una revisión y edición del texto enviado, adaptándolo a la estructura y el estilo que maneja El Tiempo en su versión digital.

Por consiguiente, se adapta el título SEO y los tags con los que se van a manejar las notas, siendo este un elemento importante, porque asignará instantáneamente, artículos relacionados con el tema tratado y posicionará en el Home principal los temas más leídos en el día.

En el tratamiento del texto, se seleccionan las frases más relevantes del artículo, para ser resaltadas con negrita, esto permitirá que el lector identifique más rápidamente la información más importante.

La alimentación de todas las noticias se realiza a través del software CMS, interfaz apreciable en la Figura 1, en la que está diseñado especialmente para el tipo de formato que maneja el portal de noticias de El Tiempo.

También se tiene en cuenta relacionar dentro de los párrafos hipervínculos de elementos multimedia, como galerías o videos que traten el mismo hecho de actualidad, así como notas que amplíen la información. Esto ayuda a trazar una línea de navegación para los usuarios.

Las notas son creadas desde la sección a la que corresponden y de ahí son exportadas o direccionadas al home principal para ser destacadas y organizadas, dependiendo de la relevancia que tengan.

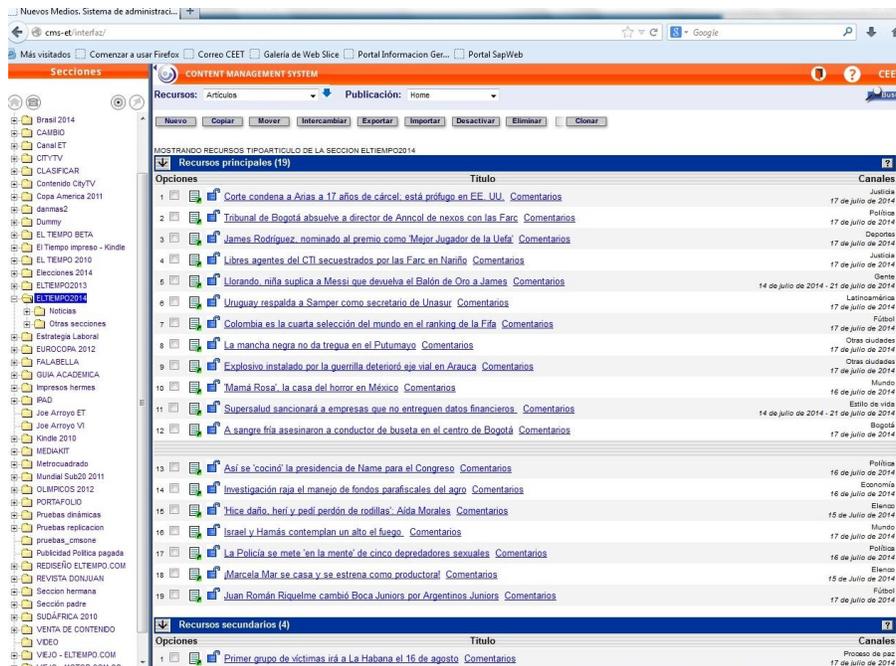


Figura 1. Software CMS.

5.2. Redacción de notas periodísticas para el portal y adaptación de cables internacionales.

El contenido de la página no sólo maneja información de las secciones del portal o temas completamente de Colombia, también está alimentado de hechos mundiales de relevancia e información importante que no es cubierta por los periodistas de otras secciones.

Por esta razón, se realiza reportería telefónica o a través de correo electrónico, para redactar noticias de temas importantes, esta información también es recibida por medio de comunicados de prensa y debe tener las mismas características de un artículo para el formato digital del periódico. Tal como se muestra en la Figura 2.

Por otro lado, se trabaja de la mano con agencias internacionales como EFE, Reuters y AFP, que comparten cables de noticias de información importante de otros países. Estos artículos son seleccionados por el gatekeeper o el jefe de

redacción de la sección y son pasados a los redactores y pasantes para ser corregidos y adaptados según el estilo de El Tiempo. Así como se presenta en la Figura 3.

Esta información generalmente es acompañada de una imagen que es seleccionada a través del software H11.

Por 'inmoral y vulgar', concejal pide vetar video de Shakira y Rihanna

El cabildante Marco Fidel Ramírez dice que el video "es erótico y peligroso para los niños".

El [concejal](#) de la familia, como es conocido Marco Fidel Ramírez, empezó una campaña a través de su cuenta de Twitter para pedir que se vea el [nuevo video](#) de la cantante Shakira. 'Can't remember to forget you', que ya [cuenta](#) con más de 52 millones de visitas en su canal de Youtube, porque - según él - contiene un peligroso mensaje para los jóvenes, ya que se incita al tabaquismo y el lesbianismo. (Vea: Los dós de Shakira).

A través de la [etiqueta](#) #PeligroVideoShakira, el cabildante publicó una imagen en la que escribe: "El concejal de la familia, [Marco Fidel Ramírez](#), rechaza ostegóricamente los contenidos del reciente [video de Shakira](#), por considerarlo que lesiona el carácter moral de la juventud bogotana, colombiana y latinoamericana". (Lee también: ¿Cómo cayó el video de Shakira y Rihanna en las redes sociales?)

Así mismo, Ramírez le pidió a la artista a través de la [red social](#) que se retire el video, porque según él es "erótico y peligroso para los niños", también realizó un llamado de alerta a los [padres de familia](#) para que los menores no tengan acceso a esta pieza musical. (Vea también: Recordando el peso de EL TIEMPO... Shakira).

El concejal lamenta que la artista barrenquillera se haya prestado para participar en un video "vencillamente seguro" con la artista [Rihanna](#).

En [respuesta](#) de esta situación, varios usuarios de Twitter han criticado la postura del cabildante considerándolo excesivo.

El polémico cabildante es conocido porque en diferentes ocasiones ha criticado las [campañas](#) del Distrito [elecciones.com](#) los temas de la comunidad LGBTI. De igual modo, en meses anteriores emprendió otra iniciativa para prohibir la celebración de la [fiesta de Halloween](#) en [Bogotá](#).

REDACCIÓN [ELTIEMPO.COM](#)

Figura 2. Artículo del portal El Tiempo.



Figura 3. Artículo de agencias de noticias internacionales.

5.3. Creación de galerías fotográficas.

Uno de los recursos multimedia más importantes y utilizados dentro de El tiempo.com son las galerías fotográficas. Estas pueden ser realizadas para ser relacionada a un artículo de gran importancia o ser creadas por ser un hecho curioso y atractivo para los usuarios.

Para obtener los recursos fotográficos se hace uso del programa H11, en donde son recibidas imágenes de agencias internacionales, fotógrafos de la Casa Editorial El Tiempo y freelance.

En primer lugar se realiza la selección de las mejores y más impactantes imágenes del tema a desarrollar. Para una galería se maneja un promedio de 15 fotografías o más dependiendo de la importancia de la noticia, el número mínimo que se manejan son ocho imágenes.

Después de la selección, las imágenes son cortadas en tres tamaños diferentes, que son un tamaño para ser vistas en computadores de escritorios o portátiles, uno para formato tabletas y el último para dispositivos celulares.

Esta última optimización se creó a partir del rediseño del portal, que está pensando principalmente para las nuevas formas de consumo digital de los usuarios.

Cada fotografía está acompañada de un pie foto, de no más de 100 caracteres en los que se sintetice una descripción de la imagen o el suceso de actualidad. A parte de la información se debe incluir los datos del fotógrafo y la agencia a la que pertenece, para respetar los derechos de autor.

Así mismo se debe crear un título llamativo y un sumario con los datos más importantes de la noticia. Este sumario es de aproximadamente un párrafo.

Cada imagen debe ser montada en el CMS y reunida en una opción de galería, el orden de las fotografías puede estar por el contexto cronológico de los pies de fotos o por la secuencia gráfica que muestren las imágenes. Así como se presenta en la Figura 4.

El recurso fotográfico es el que mayor consumo tiene dentro del portal de noticias de El Tiempo, es por esto que se le da gran importancia y en general se realizan un promedio de seis galerías fotográficas por día. Siendo destacada como una nota fantasma dentro del Home principal o dentro de la sección de fotos destacadas del portal. Así mismo, este elemento multimedia es relacionado dentro de notas que compartan la misma información.

Curiosa Carrera en tacones por las fiestas del Orgullo Gay en Madrid

Una gran multitud recibió a los participantes de la popular Carrera en tacones, que se realizó en la Plaza de Chueca. Esta jornada es uno de los eventos más reconocidos de la celebración del Orgullo Gay en Madrid, que durante cinco días, defiende la libertad y la igualdad de la comunidad LGBT.



Figura 4. Galería fotográfica de El Tiempo.

5.4. Montaje de videos para el carrusel de videos y enlaces dentro de las notas.

El material audiovisual es un componente constante dentro de los contenidos manejados dentro del portal de El Tiempo, ya que no solo son destacados dentro del carrusel de videos sino que siempre son enlazados a un artículo periodístico que tenga la misma temática.

Por esta razón, se tiene una relación con los dos canales de televisión Citytv y El Tiempo Televisión, pertenecientes a la Casa Editorial, de esta manera, se mantiene una alimentación constante de videos realizados por estos dos medios de comunicación, creando notas para ampliar o especificar la información presentada en la nota televisiva.

También se cuenta con videos de creación propia, elaborados con la ayuda de la Unidad de video de El Tiempo. Dentro de los recursos utilizados se permite el acceso a la plataforma de videos de Reuters, los cuáles son trabajados para temas internacionales o que sean atractivos y curiosos para los usuarios.

Para este tipo de contenido, se realiza un pequeño guion sobre las partes que van a ser utilizadas dentro de la pieza audiovisual y sí se requiero voz en off para la traducción de ciertos diálogos, para este proceso se cuenta con la colaboración de realizadores del equipo de video y editores, quienes alimentan el material audiovisual terminado en la plataforma de Ooyala, en donde es subida a través de CMS en el portal de noticias de internet.

Así mismo, se trabaja piezas audiovisuales que hagan parte de especiales multimedia de largo alcance, como el desarrollado por el fallecimiento de Gabriel García Márquez, llamado 'Macondo está de luto', para este proyecto se realizó un trabajo de reportería pidiéndole a personas en diferentes partes de Bogotá que leyeran partes del 'Coronel no tiene quien le escriba'. Tal como se puede observar en la Figura 5.

Para este proyecto se realizó reportería durante dos días y se desarrolló con la ayuda de un camarógrafo y realizador audiovisual, quien editó el video que hizo parte del especial.



Figura 5. Video de especial multimedia de 'Macondo está de luto'.

5.5. Destacar a través de correo electrónico los contenidos multimedia para la edición impresa.

Los diferentes contenidos multimedia son elementos de alto consumo dentro de los usuarios de ElTiempo.com, por esta razón se destaca cada uno de estos contenidos en un correo electrónico entre los editores del periódico en su versión impresa, para elegir dos de los más destacadas piezas multimedia para ser puestos en la primera página de la edición impresa del periódico del día siguiente.

Esta función, permite una interacción directa con las otras secciones de El Tiempo y así relacionar en los contenidos escritos que ellos están trabajando con el trabajo multimedia que se coordina en la sección digital del medio.

Así mismo, permite que los usuarios tradicionales de El Tiempo en su edición en papel conozcan parte de lo que se está trabajando en la versión digital y así se interesen por visitar y consumir los contenidos de la versión web de este medio de comunicación.

5.6. Promoción de notas de otros portales dentro del Home de El Tiempo.

Una de las funciones más claras de convergencia mediática es la que se realiza dentro de la página principal de Eltiempo.com en donde se destaca notas de los otros medios que pertenecen a la Casa Editorial, como Aló, ADN, Portafolio, Metrocuadrado, Carroya, ABC del Bebé y Don Juan. Ubicado dentro del módulo de la página principal, así como lo presenta la Figura 6.

Estos medios, comparten a través de correo electrónico artículos destacados de su versión digital, para ser presentados en el portal. Esto permite que ellos mantengan un flujo constante de lectores y que se mantenga una colaboración mutua entre estos medios.

Para esta función se sube a través del CMS una imagen llamativa relacionada con el artículo y en la que éste relacionada el enlace de la nota para destacar, está es una labor que se desarrolla todos los días y se actualiza a las 10 de la noche, hora en la que son actualizadas los contenidos fijos del portal.

El perfil de los agentes en TransMilenio para capturar perversos
Once policías encubiertos, entre ellos 7 mujeres, recorren el sistema para identificar a abusadores.
[VER MÁS DE BOGOTÁ](#)

ECONOMÍA

INDICADORES

DOLAR	\$ 1,850.61
EURO	\$2,485.92
COLCAP	1,715.14
UVR	\$ 213.39

PUBLICIDAD

Comisiones económicas del Congreso, tras \$600 billones

NUESTROS PORTALES

- Portafolio.co**
Consejos para hacer de LinkedIn una fuente de oportunidades laborales
- aló**
El embarazo oculto de Eva Mendes y otros chismes de Hollywood
- Carroya**
Los carros más caros que se venden en Colombia
- ADN**
Ellas también juegan: el 11 ideal de las mujeres de los futbolistas
- Don Juan**
Podio completo para Boyacá en la fiesta de los 'Pesos Pesados' del transporte
- Cine de Carboncillo**

Figura 6. Módulo 'Nuestros Portales'.

5.7. Actualización y manejo de El Tiempo Recomienda.

Todos los contenidos multimedia que se realizan dentro del portal están destacados en la sección El Tiempo Recomienda, la cual contiene todos los productos especiales que se han trabajado en la página.

Esta sección cuenta con especiales interactivos, infografías, crónicas, reportajes, entrevistas, galerías y videos. Estos contenidos son seleccionados dependiendo de la relevancia de la temática que contengan y la acogida de los usuarios. Así como se puede observar en la Figura 7.

La alimentación en esta sección se realiza diariamente y se crea mediante una imagen que represente el artículo o producto y el enlace del elemento que se va a destacar, este proceso se hace a través del software de CMS.

El componente está creado para que los lectores puedan tener de forma más organizada y clasificada los diferentes contenidos que se producen en el portal y para que su vigencia sea mayor que la de una nota presentada en la página principal, que perderá la relevancia en un día.

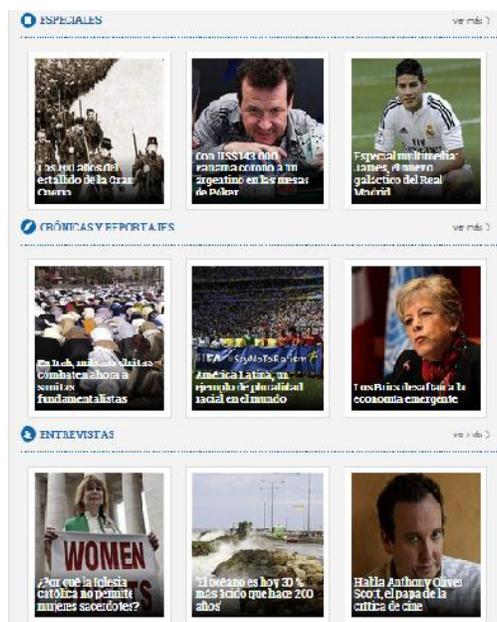


Figura 7. Sección 'El Tiempo Recomienda'.

5.8. Edición y alimentación de artículos de los periódicos Llano y Boyacá 7 días en la sección Colombia del portal.

Los periódicos Boyacá 7 días y Llano 7 días hacen parte de los productos ofrecidos por la Casa Editorial El Tiempo, por esta razón algunos de sus artículos son incluidos dentro de los contenidos de la sección Colombia del portal web.

Esta función se realiza diariamente mediante el programa H11, en el que se tiene acceso de la versión terminada y digital del periódico del siguiente día, con estos artículos se realiza una selección de las notas de mayor relevancia y que tengan una importancia nacional, después de esto son editadas y corregidas según los parámetros de un artículo de El Tiempo en su versión digital. Como se presenta en la Figura 8.

Así mismo, se incluyen hipervínculos o enlaces de otras notas que tengan temáticas relacionadas y se crea un título SEO, al igual que se utilizan tags. Los artículos incluyen la imagen con la que aparecen en la edición impresa y son destacadas en la sección Colombia del portal.



Inició formación en bilingüismo en el Meta

12.000 estudiantes y 200 docentes se forman en la plataforma de la UNAD Florida.

El [proyecto educativo](#) de bilingüismo para mejorar la calidad de la enseñanza y aprendizaje [del](#) idioma inglés de los estudiantes de educación básica en el Meta comenzó en forma virtual a través de la plataforma de la UNAD Florida.

En principio el proyecto beneficia a 12.000 [estudiantes](#) y 200 docentes del departamento, que desarrolla esta iniciativa con la [Universidad Nacional](#) Abierta y a Distancia (UNAD).

Blanca Dilia Parrado, rectora de la UNAD zona [Amazonia](#) Orinoquia, señaló que los docentes que están al frente de este proyecto han recorrido distintos municipios del Meta socializándolo.

Se busca que [estudiantes](#) y [docentes](#) que participan del [proceso de formación](#) obtengan la certificación con el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCRL).

Este es el patrón internacional para medir la comprensión, expresión oral y escrita en una lengua, y los docentes y estudiantes que logren la certificación van a continuar en el proceso de [aprendizaje](#).

La formación a través de la [plataforma](#) virtual de UNAD Florida es un proyecto que se desarrollará a [mediano plazo](#), para garantizar así un verdadero impacto y el manejo adecuado del inglés.

Fuentes de la Secretaría de [Educación](#) dicen que se busca que en el [futuro](#) el programa de bilingüismo llegue a los estudiantes de todo el Meta.

En la [actualidad](#) unos 107.000 alumnos hay en las instituciones oficiales de los 28 municipios en [los que](#) el departamento está a cargo de la educación. Solo no es responsable en Villavicencio.

REDACCIÓN LLANO 7DÍAS

Publicación [eltiempo.com](#) | Sección Otros | Fecha de publicación 17 de mayo de 2014 | Autor REDACCIÓN LLANO 7 DÍAS

Figura 8. Artículo Llano 7 días.

5.9. Alimentación de notas especiales de Tiempo zona y Lecturas dominicales.

El Tiempo tiene ediciones impresas especiales que se alimentan también en su versión digital, este es el caso de Tiempo Zona, una sección de la edición Bogotá, que incluye historias importantes de diferentes barrios de la capital colombiana y algunas denuncias de hechos que hayan ocurrido en estos lugares.

Estos artículos son compartidos por los periodistas encargadas de estas notas por medio de un archivo colectivo, que tienen acceso todos los equipos de la redacción de El Tiempo, para estos escritos se realiza una edición y se adaptan según las características de las noticias para su versión digital. Así mismo, se crea un título SEO y se incluyen todos en el tag de Tiempo zona, que le permite a los usuarios conocer todas las notas que de esta sección.

A su vez, se realiza el montaje de todas las notas del cuadernillo especial de lecturas dominicales, un producto que sale cada mes y que incluye artículos sobre cultura desde diferentes aspectos. Para esta función, también se hace uso del archivo colectivo, en donde son montados todos los artículos e imágenes que hacen parte del cuadernillo y su edición.

Para el tratamiento de todos estos artículos siempre se mantiene el mismo título SEO que incluye la palabra lecturas dominicales y el nombre del artículo relacionado. Como se puede observar en las Figuras 9 y 10.

Esta alimentación les permite a los usuarios acceder a todas las ediciones impresas que desarrolla el periódico, facilitándole su lectura en todos los dispositivos electrónicos.

LECTURAS

TEMAS DEL DÍA | Millonarios Liga Postobón Nasa La luna Lluvia de estrellas Farc Becas ÚLTIMAS NOTICIAS

Libros del Rock

Desde hace 5 años, leyendas del rock y escritores especializados publican libros de este género.

Por: JACOBO CELNIK
 © 6:59 a.m. | 3 de julio de 2014



Foto: Archivo particular
 All the rage. Ian McLagan. Pan Books, 2013.

Estos [libros](#) están dedicados a explorar vidas o historias detrás de la grandeza de un músico o banda. También proliferan los ensayos rigurosos sobre momentos, situaciones o estilos. Una interesante oferta editorial que ha tenido eco en distribuidoras de libros y algunas librerías de [Bogotá](#) que no le temen a exhibir títulos académicos, de poesía y música, como sucede con Tornamesa, Casa Tomada, Prólogo, Arteletra, Fondo de Cultura Económica y Siglo [del](#) Hombre. Espacios con selecciones ambiciosas de libros de rock acordes al 'boom' de estos tiempos. Algunas novedades que no se debe perder.

All The Rage

Ian McLagan
 Pan Books, 2013

El teclista de los Small Faces, Faces y los [Rolling Stones](#) (78 a 81), revela secretos de su vida con tres de las bandas más importantes [del rock](#). Lleno de humor y sinceridad, pero sin meterse a ventilar [secretos](#) o [situaciones incómodas de sus coequiperos de banda](#).

PUBLICIDAD

MÁS LEÍDO MÁS COMPARTIDO

- 1 Durero en Bogotá: muestra del gran maestro del renacimiento alemán
- 2 Entre guerra y paz
- 3 Terror en el frío
- 4 La confusión reinante
- 5 ¿A quién oír?

Figura 9. Lecturas Dominicales.

LECTURAS

TEMAS DEL DÍA | Millonarios Liga Postobón Nasa La luna Lluvia de estrellas Farc Becas ÚLTIMAS NOTICIAS

Dos mujeres y un paisaje

Historia en contravía de "la apoteosis del narcisismo".

Por: MARTHA LIGIA PARRA
 © 12:00 p.m. | 7 de julio de 2014



Foto: Archivo particular
 La película 'Ida' es dirigida por Pawel Pawlikowski.

El [cine polaco](#) viene saliendo de una crisis que ha durado cerca de dos décadas. Nombres como Wajda o Munk, Skolimowski y Kieslowski hacen parte de la identidad de esta cinematografía. Pawel Pawlikowski el director de Ida dejó la Polonia comunista a los 14 años, ha vivido la [mayor parte](#) de su vida en [Gran Bretaña](#) y ahora reside en París. Confiesa que en su bagaje están los maestros polacos de los 50, la Nueva Ola checa de los 60, Bresson y el Godard de los inicios.

Ida es el primer [filme](#) que rueda en el [país de origen](#) y el quinto de su filmografía. Es ante todo una historia de mujeres, el retrato de Polonia en los años 60— como la recuerda el director— una película ligada a la infancia, a las imágenes de los [álbumes de fotos](#), a la atmósfera de esa época. Pero al mismo tiempo Pawlikowski señala que no es "una réplica de la vida", sino más bien "una abstracción [del mundo](#)". Es una cinta que habla sobre la identidad, la religión, la fe, la fe católica, el comunismo, el pasado.

PUBLICIDAD

MÁS LEÍDO MÁS COMPARTIDO

- 1 Durero en Bogotá: muestra del gran maestro del renacimiento alemán
- 2 Entre guerra y paz
- 3 Terror en el frío
- 4 La confusión reinante
- 5 ¿A quién oír?

Figura 10. Artículo Lecturas Dominicales.

5.10. Actualización de las secciones de crucigramas diarios y sociales.

En la página principal hay contenidos fijos que son renovados diariamente, este es el caso de los crucigramas que son alimentados a través del software Filezilla en la página web. Estos productos son creados y diseñados por colaboradores del periódico quienes envían a través de correo electrónico los datos, el montaje se realiza por medio del programa de Crossboard, que permite incluir las pistas y palabras de este contenido. Así se puede observar en la Figura 13.

La actualización de este contenido se realiza a las 10 de la noche, hora en la que son actualizados todos los contenidos fijos del portal.

Por otro lado, la sección de sociales también es actualizada diariamente y es desarrollada de la mano con la sección de Estilo de vida, que son las encargadas de realizar el montaje de la galería de eventos importantes que se hayan realizado esa semana en las principales ciudades del país, después es destacada en el módulo de sociales de la página principal por medio del CMS. Como se presenta en las Figura 11 y 12.

Este tipo de contenidos son de gran consumo por parte de los lectores, es por eso que se tienen actualizados diariamente y cuentan con un módulo establecido para la facilidad de búsqueda de los usuarios.



Figura 11. Módulo 'Sociales'.



Figura 12. Sección 'Sociales'.

The image shows a screenshot of the El Tiempo website interface for Bogotá. It is divided into three main sections: CLIMA, PICO Y PLACA, and SERVICIOS.

- CLIMA:** Shows the current weather for Bogotá with a sun and cloud icon, a temperature of 12°C, and a 50% probability of rain. Below this, it shows the forecast for tomorrow with a cloud icon, a maximum of 19°C, and a minimum of 8°C.
- PICO Y PLACA:** Displays traffic restrictions. For 'Vehículos particulares', the restriction is 0-2-4-6-8 from 6:00 a.m. to 3:00 p.m. For 'Vehículos públicos', it is 7-8 from 5:30 a.m. to 9:00 p.m. For 'Motos', it states 'NO APLICA'.
- SERVICIOS:** Contains three sub-sections:
 - Horóscopo:** Features a zodiac sign icon and text: 'Encuentra acá todos los signos del zodiaco. Tenemos para ti consejos de amor, finanzas y muchas cosas más.'
 - Puerta astral:** Features a star icon and text: 'Conoce la Puerta Astral para cada signo del zodiaco. Predicciones en temas de: dinero, salud y otros.'
 - Crucigrama:** Features a grid icon and text: 'Pon a prueba tus conocimientos con el crucigrama de EL TIEMPO. Encuentra todos los días uno nuevo.'

Figura 13. Módulo Crucigrama

5.11. Apoyo en el lanzamiento del rediseño del portal Eltiempo.com

El 10 de mayo de 2014 el portal de noticias de El Tiempo lanzó el rediseño de la página web, trabajo que llevo un proceso de más de dos años. Los primeros meses de este año se trabajó en la capacitación del nuevo software y la identificación de las nuevas secciones y funciones que se encontrarían en la página.

Durante ese periodo, se realizó un reconocimiento del nuevo diseño y la ubicación de las notas dentro de la página principal, el nuevo orden y número de artículos que se pueden destacar dentro de la página principal. Así como los módulos fijos de las secciones y las nuevas características de las secciones de los contenidos multimedia.

Por un tiempo de dos meses, previos al lanzamiento del rediseño se realizó una alimentación doble de todos los contenidos trabajados en el portal, es decir una réplica de cada uno de los productos que se trabajaron en el software antiguo fueron montados del mismo modo en la nueva versión, este proceso permitió evaluar el funcionamiento del nuevo portal y la detección de fallas en la actualización.

Así mismo, se trabajó con las otras secciones en un proceso de capacitación para que cada una de ellas asumiera progresivamente la alimentación de sus propios artículos, así como la coordinación de sus contenidos multimedia dentro del portal.

Este proyecto requirió todo el apoyo de los profesionales de Eltiempo.com, lo que le permitió al equipo adaptarse a los nuevos requerimientos en la generación de contenidos y la adopción de tecnologías diferentes para sobresalir dentro el portal y la prioridad que se le da al usuario en este nuevo rediseño, también el proceso de convergencia entre todos los medios que están integrados en la Casa Editorial El Tiempo.

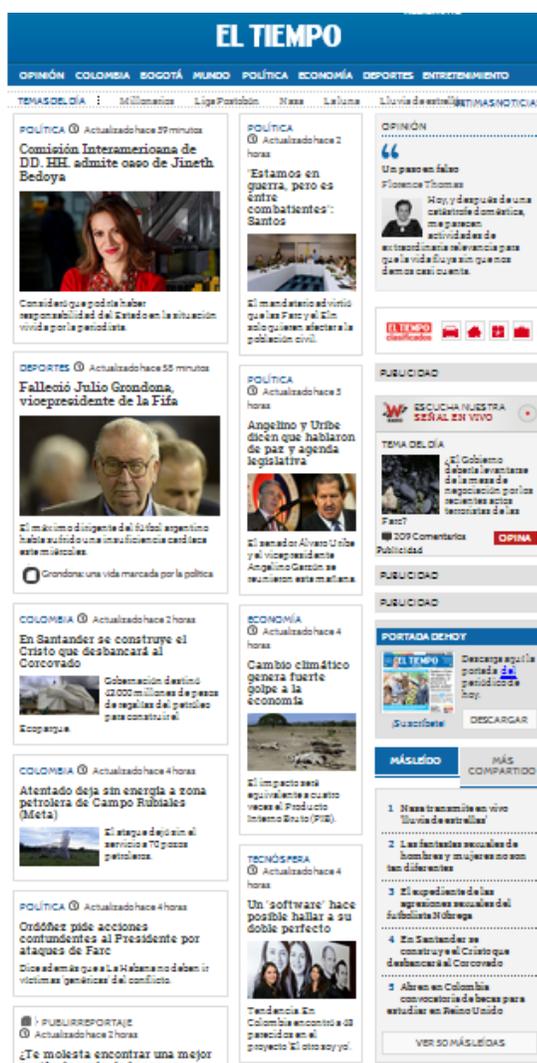


Figura 14. Página principal de El Tiempo.

6. CONCLUSIONES

Dentro del proceso de pasantía profesional se pudo evidenciar la gran importancia que tiene la generación constante de contenidos dentro de un portal de noticias en la web, es decir la actualización periódica de noticias y sucesos de importancia, ya que los usuarios acceden a estos sin una definición horaria y siempre esperan que la página web los mantenga informados de manera precisa.

Así mismo, los productos multimedia como galerías fotográficas y videos son muy importantes para recrear y complementar la información y se convierten en los elementos más consumidos por los usuarios de los portales de noticia. Por esta razón es importantes enlazarlos dentro de los artículos para crear una ruta de navegación que le permita a los internautas acceder a cada uno de los contenidos relacionados con este tema.

Por otro lado, la labor de un periodista en el ámbito digital es dinámica y varía dependiendo del estilo que se maneje dentro del medio de comunicación, aun así se evidencia una labor más polivalente de constante cambio buscando siempre adaptarse a las necesidades de los lectores. Por esta razón, los periodistas deben presentar información muy precisa, pero también debe ser muy veloz para actualizar un suceso de última hora, a diferencia de un periodista del periódico impreso, que tendría que trabajar para la edición del día siguiente.

Así mismo, se pudo evidenciar la importancia del trabajo con agencias internacionales, que permiten que los portales no solo mantengan contenidos locales sino información de relevancia mundial.

De esta manera, los medios de comunicación con sus versiones en web, deben estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías, innovando y adaptándose siempre a las necesidades de los usuarios en la web, que cada vez asume más el rol de prosumidor, por esta razón es más exigentes y demandantes tanto con los

contenidos, como con las facilidades de navegación y accesibilidad, elementos que son fundamentales para los lectores.

7. RECOMENDACIONES

- Sería importante que los practicantes y pasantes del equipo de ElTiempo.com tengan un trabajo más directo con la unidad de video, ya que esto permitiría que se realice un proceso creativo más profundo en cuanto a la creación de piezas audiovisuales, poniendo en práctica los conocimientos en realización y producción de este recurso multimedia, que es muy importante para los contenidos del portal y para poner evidencia el rol de periodista polivalente capaz de asumir diferentes roles.
- Dentro del proceso de aprendizaje del pasante y practicante sería valioso la posibilidad de proponer temáticas de gran envergadura para desarrollar trabajos de reportería más amplios que deriven en la creación de reportajes o crónicas que se mantengan con una periodicidad determinada, lo que sería fundamental para el crecimiento profesional.
- El Tiempo.com mantiene directamente un cronograma de especiales multimedia, sería recomendable que dentro de las funciones directas del pasante o comunicador se incluya el apoyo y soporte creativo en este tipo de elementos, que enriquecen los contenidos del portal y que son con el paso del tiempo un elemento indispensable para presentar la información.
- Debido al gran flujo de información manejada durante el día dentro del portal, sería importante identificar las temáticas más importantes del día para que de esta manera se trabaje los contenidos multimedia, priorizando una calidad mayor, que la de una gran cantidad, que en un momento no sea de interés de los lectores.
- Establecer y dar acceso al manual de estilo a los nuevos miembros del equipo de El Tiempo.com para facilitar el proceso de adaptación e

identificar de manera más directas las características que se manejan dentro de la estructura digital del periódico.

- Lograr y mantener una mejor convergencia entre los diferentes productos y medios manejados dentro de la Casa Editorial El Tiempo, teniendo en cuenta una mejor funcionalidad al cubrimiento de temáticas desde los diferentes medios permitiendo así la producción de contenidos, generándose desde un mejor trabajo en conjunto y facilitando la labor de los periodistas y el rol desempeñado.

8. BIBLIOGRAFÍA

- BRIGG, Mark. Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital. Disponible en: https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf
- CASA EDITORIAL EL TIEMPO. Historia, Misión y Visión. Disponible en Intranet.
- FRANCO, Guillermo. Cómo escribir para la web. Disponible en: <http://online.upaep.mx/campusTest/ebooks/Comoescribirparalaweb.pdf>
- MESO AYERDI, Koldo. Nueva profesión: El periodista digital. .[Citado el 6 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16008101>
- PRADO, Emili y FRANQUET, Rosa. Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer04-01-prado.pdf>
- PRIETO, Carmen María. Planificación, estructura y flujos de trabajo en la producción ciberperiodística. Disponible en: http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/prieto_c.pdf
- SÁNCHEZ, Jaqueline, CONTRERAS, Paloma. De cara al prosumidor: Producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. Disponible en: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/viewFile/210/376>