

**HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA SECCIÓN DE BUCARAMANGA DE
VANGUARDIA.COM**

MARÍA FERNANDA PACHECO COBOS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

SECCIONAL BUCARAMANGA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

2018

**HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA SECCIÓN DE BUCARAMANGA DE
VANGUARDIA.COM**

MARÍA FERNANDA PACHECO COBOS

**Trabajo de investigación
para optar por el título de
Comunicador(a) Social – Periodista**

**Director del proyecto
MG. HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA
COMUNICADOR SOCIAL – PERIODISTA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO**

2018

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del
Jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS

Satisfacción, alegría y orgullo propio es lo que siento al culminar un proyecto profesional en el que estuvieron involucradas personas de mi entorno académico, familiar y social. Fueron meses de trabajo constante y compromiso para lograr una propuesta investigativa, la cual evidenció mis conocimientos adquiridos durante cinco años de preparación en una de las mejores universidades de la región, como lo es la Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga.

Quiero agradecer a Dios por darme claridad en mis objetivos, decisiones y mis anhelos como persona y profesional. De igual manera el apoyo incondicional de mi madre, Gloria Sofía Cobos. A Marcos Albarracín y María Eugenia Mantilla por desempeñar un papel incondicional en mi vida. También a la familia Gómez Albarracín por su acompañamiento en la ciudad de Bogotá, sin ustedes no habría sido posible terminar esta etapa de mi vida de forma exitosa.

Finalmente al docente Héctor Gómez por su dirección y asesoría en este proceso que exigió el análisis de la comunicación desde el ámbito digital, un panorama en el que la tecnología se ha convertido en una nueva oportunidad de estudio para los profesionales de la información.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
2. JUSTIFICACIÓN.....	19
3. OBJETIVOS.....	22
4. MARCO TEÓRICO.....	23
4.1 CONVERGENCIA TECNOLÓGICA EN LOS MEDIOS.....	23
4.1 CIBERPERIODISMO.....	28
4.2 DIGITALIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	23
4.3 HERRAMIENTAS DIGITALES EN EL EJERCICIO PERIODÍSTICO.....	34
4.4 HERRAMIENTAS DIGITALES BÁSICAS.....	37
4.5 HERRAMIENTAS DIGITALES INTERMEDIAS.....	38
4.6 HERRAMIENTAS DIGITALES COMPLEJAS.....	39
4.7 ¿CÓMO ES UN ARTÍCULO PERIODÍSTICO CON HERRAMIENTAS WEB?.....	51
4.8 TENDENCIAS DIGITALES EN LOS PRINCIPALES DIARIOS IMPRESOS DE COLOMBIA.....	53

4.9 VANGUARDIA LIBERAL Y LA INCURSIÓN DE SUS PERIODISTAS DESDE LO TRADICIONAL HACIA LO DIGITAL.....	58
5. EL PERIODISTA EN LA ERA DIGITAL.....	60
5.1 GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA RED.....	62
5.2 REDACCIÓN WEB.....	71
6. METODOLOGÍA.....	79
6.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	79
6.2 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	79
6.3 PERSPECTIVA METODOLÓGICA.....	79
6.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES.....	80
7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	82
7.1 MUESTRA.....	82
7.2 INSTRUMENTO.....	87
8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	92
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	103
BIBLIOGRAFÍA.....	106
ANEXOS.....	110

LISTA DE TABLAS

TABLA 1: Herramientas digitales básicas.....	38
TABLA 2: Ocho herramientas digitales intermedias.....	39
TABLA 3: Cinco herramientas digitales complejas.....	39
TABLA 4: Herramientas digitales del Centro de Periodismo de la Universidad de Texas.....	46
TABLA 5: Géneros periodísticos en la red.....	70
TABLA 6: Indicadores.....	73
TABLA 7: Desarrollo de los Cibermedios en Colombia.....	76
TABLA 8: Herramientas digitales para periodistas y sus respectivas funciones...83	
TABLA 9: Clasificación de herramientas digitales.....	90
TABLA 10: Tabla general de notas analizadas.....	91
TABLA 11: Número de notas según los géneros periodísticos.....	92
TABLA 12: Notas periodísticas de la sección Vigilante Ciudadano.....	93
TABLA 13: Número de notas según el nivel de ubicación.....	96
TABLA 14: Número de notas según la clasificación de herramientas.....	102

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Formatos de Vanguardia Liberal.....	25
FIGURA 2: Herramienta digital de video.....	47
FIGURA 3: Herramienta digital de imágenes.....	48
FIGURA 4: Herramienta digital de Google Maps.....	48
FIGURA 5: Herramienta digital de Galería de imágenes.....	49
FIGURA 6: Herramienta digital de infografía interactiva.....	50
FIGURA 7: Artículo periodístico con herramientas digitales.....	51
FIGURA 8: Versión digital del periódico El Colombiano de Medellín.....	54
FIGURA 9: Versión digital del periódico El País de Cali.....	55
FIGURA 10: Versión digital de la Revista Semana.....	56
FIGURA 11: Versión digital del periódico El Heraldo de Barranquilla.....	63

FIGURA 12: Entrevista en versión digital del diario español EL PAÍS.....	65
FIGURA 13: Columna de opinión en versión digital de la Revista Semana.....	67
FIGURA 14: Especial en versión digital de la Revista Semana.....	68
FIGURA 15: Infografía en versión digital del periódico EL TIEMPO.....	69
FIGURA 16: Nota periodística de Vanguardia.com con correo electrónico.....	97
FIGURA 17: Nota periodística de Vanguardia.com con enlaces.....	99
FIGURA 18: Nota periodística de Vanguardia.com con imagen.....	100

LISTA DE ANEXOS

Anexo A: Matriz de análisis aplicada

M.M

*M.M: Medio Magnético

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA SECCIÓN DE BUCARAMANGA DE VANGUARDIA.COM

AUTOR(ES): María Fernanda Pacheco Cobos

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Mg. Héctor Mauricio Gómez Mora

RESUMEN

Con la llegada del Internet, la información difundida por los diferentes medios de comunicación tradicionales, obtuvieron un nuevo espacio donde ser divulgados y, a su vez, estar expuestos a cualquier modificación por parte de la audiencia que ingresa al ciberespacio. Las nuevas tecnologías digitales, la extensión de Internet y la globalización, deja al descubierto un nuevo escenario para el rol de los periodistas, enfrentándolos a nuevos retos y oportunidades en el terreno laboral, lo que hace necesario reflexionar a partir de estas nuevas dinámicas que producen cambios al momento de emitir contenidos mediante los procesos de convergencia y plataformas o sitios web que ofrece el campo digital. Bajo esta mirada, el surgimiento de formas de producir e informar a las audiencias a través de nuevos géneros o modificaciones (infografías multimedia, líneas de tiempo, mapas, visualización de datos o web reportajes), que requieren de herramientas digitales para entender, visualizar o participar en los relatos. Contribuyendo al logro de este propósito, esta investigación establece un acercamiento hacia el análisis de la sección Bucaramanga de la versión digital de Vanguardia Liberal, a través del estudio de las herramientas digitales desde su uso, los géneros periodísticos en los que predominan y los temas en los que se incorporan dichas herramientas.

PALABRAS CLAVE:

Herramientas digitales, Géneros periodísticos, Bucaramanga y Vanguardia Liberal.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: DIGITAL TOOLS IN THE SECTION OF BUCARAMANGA DE VANGUARDIA.COM

AUTHOR(S): María Fernanda Pacheco Cobos

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Mg. Héctor Mauricio Gómez Mora

ABSTRACT

With the arrival of the Internet, the information disseminated by the different traditional media, obtained a new space to be disclosed and, in turn, be exposed to any modification by the audience that enters cyberspace. New digital technologies, the extension of the Internet and globalization, exposes a new scenario for the role of journalists, confronting them with new challenges and opportunities in the labor field, which makes it necessary to reflect on these new dynamics that produce changes when issuing content through the convergence processes and platforms or websites offered by the digital field. Under this look, the emergence of ways to produce and inform audiences through new genres or modifications (multimedia infographics, timelines, maps, data visualization or webreportajes), which require digital tools to understand, visualize or participate in the stories. Contributing to the achievement of this purpose, this research establishes an approach towards the analysis of the Bucaramanga section of the digital version of Vanguardia Liberal, through the study of digital tools from their use, the journalistic genres in which they predominate and the topics in those that incorporate these tools.

KEYWORDS:

Digital tools, journalistic genres, Bucaramanga and Vanguardia Liberal

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo busca investigar si la sección Bucaramanga del diario Vanguardia Liberal en su versión digital está haciendo uso de las herramientas digitales para informar de mejor manera, mediante el uso, los géneros periodísticos y los temas en las que se encuentran.

Para ello, la bibliografía está sujeta a diferentes teóricos de la comunicación y a los autores que desde el periodismo digital han reflexionado sobre las herramientas digitales implementadas en el ejercicio periodístico.

El estudio tiene un enfoque cualitativo y su alcance es descriptivo. El instrumento es la matriz de análisis. Los conceptos clave son: Herramientas digitales, Géneros periodísticos, Bucaramanga y Vanguardia Liberal.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación digital puede entenderse como el proceso de producción, circulación y puesta en marcha de sentidos, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación – TIC, con base en el código conocido como bit; una combinación de ceros y unos que son codificados e interpretados por los sistemas operativos de los computadores. A lo que se le puede llamar información digital, un contenido que está en línea y se accede a ella desde terminales o equipos de cómputo distantes entre sí. El código binario permite una combinación que facilita la comunicación por internet, reflejada en el hipertexto, la multimedia y la interactividad. Permitiendo construir historias reticulares, transmitir las y reconstruirlas con la actualización, adaptándose a los medios y a las plataformas. Siendo esto, una característica propia de la web.

En pocas palabras es lo que se conoce como convergencia tecnológica, propiciada por la llamada Revolución Digital, es decir, constituyen un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. El Ciberperiodismo en Iberoamérica cumplió veinte años en 2015, aunque hubo algunos experimentos de publicación digital anteriores a esa fecha, fue en 1995 cuando la mayor parte de los veintidós países de la región vieron cómo nacían sus primeros medios en Internet.

Asimismo, a pesar de que Internet disminuye las fronteras territoriales para la información y, permite crear mercados basados en la comunidad idiomática y cultural, al menos en estos primeros veinte años los mercados ciberperiodísticos que se han consolidado en Iberoamérica son los de estricto carácter nacional (Salaverría, 2016). Del mismo modo el periodismo colombiano, ha enfrentado en estos últimos diez años uno de los mayores retos en su historia por la dinámica impuesta por la tecnología y las audiencias en el universo digital. Los medios tradicionales han desempeñado un papel fundamental en esta trayectoria de cambio.

Así la producción de contenidos multimedia para diversas plataformas y las nuevas estructuras convergentes todavía se encuentran en etapas de experimentación y desarrollo. En Colombia, para 1996, había cerca de 40.000 usuarios de Internet y el

periódico El Tiempo lanzó su primera edición digital el 23 de enero de ese año. Este diario se constituye como uno de los líderes de los procesos de reconversión digital, El Tiempo fue uno de los primeros medios en conformar un equipo de profesionales dedicado exclusivamente a los temas de Internet. Luego le siguieron medios como El Espectador y RCN Radio.

En el país el proceso de integración de las grandes redacciones o su recomposición para afrontar los nuevos retos tecnológicos ha cambiado las dinámicas en el ejercicio periodístico. “Los reporteros procuran utilizar las nuevas herramientas digitales de acuerdo con sus normas profesionales y los lineamientos del medio” señala Singer (2005) en su investigación sobre el paso de las viejas prácticas a las nuevas normas de los medios digitales.

Según el Estudio de Medios Digitales en Colombia realizado por (Novoa, 2012) para el caso de Bucaramanga, Santander, se encontraron 41 medios digitales informativos de los cuales 19 son de prensa escrita y son considerados como medios que migraron de lo tradicional a lo digital, entre ellos, se encontró a Vanguardia Liberal.

El diario Vanguardia Liberal perteneciente a la empresa Galvis Ramírez & Cia, es el medio más importante de la región del oriente colombiano, inició su vida digital en 2008 con la creación de su sitio web vanguardia.com y posteriormente, sus redes sociales. Después de años de etapa de convergencia este periódico ha logrado consolidar un equipo de periodistas encargados de la redacción digital. El trabajo “Herramientas digitales en la sección de Bucaramanga de Vanguardia.com” busca conocer qué tanto ha incursionado el medio en temas tecnológicos para el periodismo.

La aproximación entre Tecnología y Medios de Comunicación establece un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de industrias y perfiles profesionales hasta ahora desconocidos. El periodismo digital ha logrado permear todas las esferas de lo público llegando a diferentes comunidades alrededor del mundo en cuestión de segundos.

Todo lo anterior es percibido por Salaverría (2016), investigador español en periodismo digital, como aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como

ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas, llegando a crear productos interactivos y multimediativos, es decir, que integran medios diferentes como texto, imagen y sonido, lo cual hace que los contenidos sean publicados de distintas formas.

En ese mismo orden y dirección un estudio del uso de las herramientas digitales en Vanguardia Liberal podrá evidenciar los cambios que ocurren en los medios de comunicación en su paso hacia el escenario digital implementado para el ejercicio periodístico.

Sobre las herramientas digitales en el periodismo la profesora de Knight Center for Journalism in the Americas, Crucianelli (2013) dice que han abierto un nuevo camino para periodistas de todo el mundo y han impactado profundamente la forma de contar noticias. Para quienes ejercen el periodismo, los programas informáticos que se usan a diario y la gran cantidad de recursos en línea constituyen soportes indispensables del método de trabajo que se debe conocer. En el mismo sentido existen organizaciones como +Hangouts (Periodismo, 2017) que le dan un alto valor al uso de estas herramientas a causa de los cambios que produce internet y las posibilidades de hacer un periodismo que esté a la altura de las tendencias digitales.

No obstante, la tecnología es responsable de la aparición de los denominados “nuevos medios” y de los cambios que los mismos están originando en el trabajo diario de la profesión periodística; cambios que afectan e influyen de forma directa a los profesionales del periodismo y que han llevado forzosamente a reflexionar sobre ellos.

De esa manera el punto central de la presente investigación requiere indagar sobre las herramientas digitales utilizadas en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com, con el propósito de conocer el uso de su implementación en los temas y los géneros periodísticos existentes en dichas secciones.

Esta sección fue escogida teniendo en cuenta que el diario Vanguardia Liberal tiene una destacada influencia en la opinión pública del departamento de Santander. Según

información brindada por Vanguardia Liberal, las métricas que arrojó Google Analytic a corte del 31 de octubre de 2017, Vanguardia.com registró:

Usuarios únicos: visitante individual que ingresa a un sitio web móvil durante un período especificado. Se registra por IP. Así, en los 10 meses de 2017 los usuarios únicos suman 23 millones 276 mil 285. Con un promedio de 2 millones 327 mil 628 por mes. En octubre de 2017 se contabilizaron 3 millones 361 mil 77 usuarios.

Las sesiones: Una sesión es un conjunto de interacciones que tienen lugar en su sitio web en un periodo determinado. Se puede definir los diferentes momentos en que un usuario único ingresa a un portal web. De esta manera, en los 10 meses de 2017 se registraron 70 millones 119 mil 414 visitas al portal web. Con un promedio de 7 millones 11 mil .941 sesiones por mes. En octubre de 2017 se contabilizaron 7 millones 714mil 592 sesiones.

Páginas Vistas: Es el número total de visitas o de páginas que ha sido vistas en un sitio web en un tiempo determinado. Igual que las sesiones, las visitas reiteradas de un mismo usuario son contabilizadas. En consecuencia, en los 10 meses de 2017 se sumaron 198 millones 38 mil 654 páginas vista. Con un promedio de 19 millones 803 mil 865 páginas vistas. En octubre de 2017 se contabilizaron 19 millones 986 mil 824 páginas vistas.

En el caso de la sección de Bucaramanga, su pertinencia está ligada al cubrimiento noticioso que se hace de los cuatro municipios que conforman el área metropolitana de la ciudad y al ciudadano.

De esta forma y en sintonía de los argumentos de Crucianelli, las herramientas digitales son empleadas para informar de mejor manera porque son necesarias en el trabajo cotidiano de cualquier periodista ya que cada día son más indispensables. Conocer y utilizar esas herramientas no son opciones para los periodistas, son una obligación para el desarrollo de la actividad periodística (Herramientas Digitales para periodistas , 2013). Además, la internet es un gigantesco centro de recursos, ya que puede contener una enorme cantidad de fuentes, contribuyendo al proceso de documentación periodística en todos sus formatos: texto, gráfico, oral, visual y multimedia.

De esta manera surge la pregunta problema:

¿La sección Bucaramanga de Vanguardia.com está haciendo uso de las herramientas digitales para informar de mejor manera?

2. JUSTIFICACIÓN

Investigar sobre herramientas digitales en el periodismo va a permitir hacer una revisión teórica y explorar las tendencias en metodología digital que se implementan desde los medios de comunicación y sus periodistas hasta las audiencias.

Vanguardia Liberal es el diario más importante de la región nororiental del país, con mayor influencia en Santander y su capital, Bucaramanga. Fundado el 1 de septiembre de 1919 por Alejandro Galvis Galvis. Es el cuarto periódico activo más antiguo del país después de El Espectador, El Tiempo y El Colombiano (Tarazona, 2013). Inició sus actividades en el ámbito digital hace más de 20 años por lo que es el diario con la presencia más longeva de la región santandereana.

En ese sentido el estudio va a describir la migración de Vanguardia Liberal hacia el escenario digital gracias a la indagación del uso de las herramientas digitales en su ejercicio periodístico. Indagar en su versión digital podrá permitir conocer la forma en la que el diario implementa las herramientas digitales para informar de mejor manera sus audiencias, también el uso de estas en los temas y en géneros periodísticos; lo cual podrá dar respuesta a lo que se entiende como uso o implementación de herramientas digitales en el periodismo.

Para Sandra Crucianelli (2013), periodista y profesora en temas digitales del Knight Center for Journalism in the America, afirma que las herramientas digitales han abierto un nuevo camino a periodistas de todo el mundo y han impactado de manera profunda la forma de contar historias y noticias. Usarlas acercan al periodista a entornos digitales, a pensar en redes y dispositivos digitales, en general como sus medios auxiliares (las herramientas). Entendiendo y desarrollando otro perfil de formación en el periodismo, precisamente condicionado por este contexto digital y logrando un consenso en su definición con el concepto de ciberperiodista. “Es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, para difundir contenidos periodísticos”. (Salaverría, 2016)

De esta forma mediante el presente proyecto investigativo se pretende mostrar un panorama de como Vanguardia Liberal se ha adaptado a los cambios en la era digital para el ejercicio de la profesión periodística. Entendiendo que los medios de comunicación con las nuevas tecnologías digitales, la extensión de Internet y la globalización, deja al descubierto un nuevo escenario para el rol de los periodistas, enfrentándolos a nuevos retos y oportunidades en el terreno laboral.

En el estudio “El periodista de investigación latinoamericano”, (Salamanca, Sierra, & Huertas, 2014) se habla de algunas características que están cambiando la forma de hacer periodismo que han venido de la mano de la era digital: la del trabajo en red; hay que saber jugar con el zoom sobre las historias para entender su valor local, pero potenciando sus impactos más allá de las fronteras; se requiere aprender a navegar en los océanos de información a los que se tiene acceso; la narración de las historias se aventura por rutas cada vez más innovadoras. De acuerdo con Crucianelli (2013) son habilidades que pueden enriquecer el trabajo de cualquier reportero, lo que termina convirtiéndose en utilidad para aquellos que administran sitios web, como el diseño de encuestas o edición fotográfica, entre otros.

Entonces desde el campo de la investigación académica y la formación profesional de los comunicadores sociales, resulta necesario ahondar en estas nuevas temáticas que se han convertido en campos de producción de conocimiento. Si bien, el tema de las herramientas digitales y sus características han sido investigadas en proyectos como Las herramientas digitales y el aprendizaje de contenidos (Álvarez C. A., 2013) y La web 2.0 como herramienta didáctica de apoyo en el proceso de enseñanza aprendizaje: aplicación del blog en los estudios de Bellas Artes (Gómez, 2012). En el ámbito local no se registran a la fecha en bases de datos de carácter académico científica estudios enfocados en las herramientas digitales implementadas en las secciones de Bucaramanga y Vanguardia TV de Vanguardia.com.

Con todo esto se abre la oportunidad para reflexionar a partir de estas nuevas dinámicas, las cuales rodean a los medios de comunicación y periodistas, los cambios por el cual se emiten los contenidos, los procesos de convergencia, a su vez, las plataformas (sitios web) que ofrece el campo digital. Exponiendo el surgimiento de formas de producir e

informar a las audiencias a través de nuevos géneros o modificaciones (infografías multimedias, líneas de tiempo, mapas, visualización de datos o webreportajes), que requieren de herramientas digitales para entender, visualizar o participar en los relatos.

Los hallazgos de un proyecto de este estilo podrán aportar para entender estos temas de estudio promoviendo el conocimiento actual e innovador para el aprovechamiento para el buen ejercicio del comunicador social - periodista.

3. OBJETIVOS

Objetivo General

Identificar las herramientas digitales utilizadas en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com

Objetivos Específicos

- Establecer el uso de las herramientas digitales utilizadas en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com
- Determinar los géneros periodísticos en los que se incorporan herramientas digitales en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com
- Conocer cuáles son los temas en los que se incorporan herramientas digitales en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Convergencia tecnológica en los medios

La convergencia tecnológica propiciada por la llamada Revolución Digital surge en 1980 según Mora (2002) con la aparición del lenguaje HTML (HyperText Markup Language), es decir, aparece el lenguaje de marcas como una forma de codificar un documento que, junto con el texto, incorpora etiquetas o marcas que tienen información adicional acerca de la estructura del texto o su presentación.

Los lenguajes de marcas suelen confundirse con los lenguajes de programación. Sin embargo, no son lo mismo, ya que el lenguaje de marcas no tiene funciones aritméticas, como sí lo tienen los lenguajes de programación. De forma histórica, el marcado se ha usado en la industria editorial y de la comunicación.

En consecuencia, las corrientes de bienes y servicios entre las personas, la información y la comunicación se han incrementado fuertemente en los últimos años como resultado del crecimiento económico y de la difusión masiva de las tecnologías digitales e Internet. Dichas tecnologías actúan como plataformas de actividades como la comunicación, la información y el entretenimiento. Por ende, la revolución digital ha promovido el acceso y el consumo digital en diferentes partes del planeta, y desde luego en América Latina. De ahí que, surja la necesidad de mirar nuevos horizontes como los mercados digitales que permitan la libre competencia en un mundo globalizado.

La aproximación entre Tecnología y Medios de Comunicación establece un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de industrias y perfiles profesionales hasta ahora desconocidos. Es un panorama en el que se multiplican las posibilidades comunicativas y se produce una fragmentación y segmentación de los contenidos identificados en videos, infografías, audios entre otros. Esta nueva escena comunicativa implica una estructura productiva con nuevos perfiles profesionales, especialmente en el periodismo tales como los periodistas de datos, multimedia, diseñadores gráficos y desarrolladores web.

El valor de la digitalización, por tanto, “no sólo reside en un contexto de reorganización integral de productos y contenidos, sino de las formas de trabajo y de los cambios al

momento de emitir información” (Jodar, 2009, pág. 11) Tras la aparición de la World Wide Web en los noventa, los medios de comunicación impresos se adaptaron tímidamente a las nuevas oportunidades que ofrecían las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC.

En un primer momento, utilizaron la web como otro canal más donde volcar y reproducir la edición impresa, elaborando páginas unidireccionales que, pese a implementar paulatinamente herramientas interactivas y contenidos multimedia, no estaban concebidas para recibir el ‘feedback’ de la audiencia y beneficiarse de la retroalimentación que genera un proceso multidimensional. Sin embargo, dado que la prensa digital forma parte de una web que está en plena revolución, los cambios que acarrea la web 2.0 en la forma de gestionar contenidos se reflejan en el comportamiento del periodismo en su versión online.

La convergencia sigue siendo un proceso en el que los medios están aprendiendo a madurar; precisamente la denominada web 2.0 ha permitido esto con un cambio en el ejercicio periodístico a la hora de producir contenidos para formatos como el impreso, la radio y la televisión. Así mismo en la actualidad se habla de texto, audio y video, lo cual ha convertido al profesional del periodismo a que constantemente se encuentre en la búsqueda de usar recursos multimedia, de construir relatos reticulares o hipertextuales.

Figura 1.

Versión impresa y digital de Vanguardia Liberal



Figura 1. Vanguardia Liberal como medio de comunicación difunde su información a través de dos formatos. En primer lugar se observa el impreso, siendo su versión tradicional y en segundo lugar está la versión digital representada mediante su sitio web.

En los primeros años de esta denominada convergencia, la web del diario tenía similitudes con el impreso, las cosas han cambiado, la web del periódico tiene otro aspecto, en algunos casos, ahora el impreso se parece en su diseño al 'home'.

También hay autores que resaltan que:

La convergencia es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y

lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una”. (García Avilés & Salaverría, 2008, pág. 35)

Uno de los principales cambios que ha generado la convergencia tecnológica en los medios de comunicación, radica en la organización de las redacciones. Más allá de la nueva estructura física como los puestos de los periodistas en la redacción, la convergencia de redacciones implica un cambio de mentalidad en distintos niveles de la producción periodística.

En un diario, la implementación de un proceso de convergencia implica que los periodistas de la redacción impresa y los de la edición en internet trabajen de forma conjunta. En el caso de la integración entre papel e internet, algunos autores abogan por la progresiva extinción de la separación entre ambos tipos de periodismo. Dentro de los casos más recientes está el periódico español 20 minutos y El mundo, en España, y The Daily Telegraph y The Financial Times, en Gran Bretaña, en los cuales la redacción multimedia es el lugar donde se centralizan todos los mensajes y se gestiona el flujo de información, con el fin de editar las versiones impresas, audiovisuales y en línea de unos contenidos cada vez más personalizados en función del público.

Algo que también le sucedió a Vanguardia Liberal en su transición hacia el escenario digital. Así lo vemos en la conformación de su redacción digital y la forma en que gestionan sus contenidos, teniendo una “mesa de coordinación” en la que seleccionan qué informaciones deben ser objeto de coberturas multimedia y qué profesionales deben llevarlas a cabo.

Las implicaciones que tiene el proceso de convergencia producen cambios en los perfiles profesionales, dado que la tecnología digital favorece la integración de funciones que antes estaban separadas en el proceso de producción de informativos, por lo que los periodistas asumen las tareas de grabación y edición.

Rintala N & Suolanen (2005) en una investigación realizada en Finlandia entre 2001 y 2002, sintetizan las transformaciones en los perfiles profesionales del siguiente modo:

- Transferencia de tareas: las funciones que antes llevaba a cabo un profesional determinado, ahora las asume otro. Sucede con los periodistas de televisión, a los que se les pide que, además de redactar el off y locutarlo, también editen el vídeo de la noticia, una tarea que tradicionalmente realizaba un montador y ahora en muchas redacciones ha pasado a ser competencia del redactor.
- Fusión de roles: ciertas actividades que en el pasado correspondían a dos o más profesionales, ahora son ejecutadas por uno solo. Es el caso del infografista, que antes trabajaba sólo para la edición impresa y ahora también elabora infografías para la web.
- Incremento de labores: los nuevos medios amplían las tareas que ejerce el periodista, como ocurre con la necesidad de intervenir en todas las fases del proceso productivo y de elaborar una misma noticia para el informativo de televisión, para la web y para el sistema de alertas vía SMS o correo electrónico

En las redacciones actuales, ya no basta con que el redactor sepa escribir. Además, se le exige conocimientos de edición de vídeo, maquetación, publicación en la web, fotografía o locución, por citar sólo algunas destrezas propias del periodista polivalente. En la redacción integrada, se espera que el redactor sea capaz de producir una información para el diario en papel, en internet y, en determinados casos, también para un informativo de radio y televisión. A estos periodistas se les exige, de acuerdo con Salaverría (2003) una serie de aptitudes que configuran el perfil del periodista multimedia:

- Dominio de las tecnologías de grabación y edición digital.
- Habilidad para el trabajo en equipo.
- Versatilidad para elaborar contenidos con imagen, audio, texto y grafismo.
- Capacidad de reacción para enfrentarse a la información de última hora

Otras de las implicaciones de la convergencia en los medios de comunicación, es la instrumental, en el pasado, los periodistas de prensa, radio y televisión se distinguían, entre otras cosas, por trabajar con herramientas muy diferentes. El redactor de un

periódico se enfrentaba a diario a una máquina de escribir; el locutor de radio, a un micrófono y un magnetófono; y el presentador de televisión, a una cámara y a un dispositivo de edición de vídeo. En la actualidad, el computador ha integrado todas esas tecnologías para la redacción y la edición audiovisual. Esta posibilidad tecnológica ha hecho que, cada vez más periodistas comiencen a emplear de manera habitual todas estas herramientas. La tendencia actual a la integración de redacciones lleva a pensar que la polivalencia instrumental crecerá en el futuro, en la medida en que las redacciones unificadas tendrán que atender las necesidades informativas de medios diferentes.

En cuanto a los beneficios que obtienen los usuarios a causa de la convergencia tecnológica por su progresiva transformación en la web, ha hecho que los usuarios puedan acceder a contenidos multimedia, logrando que se informe de mejor manera planteando una serie de decisiones estratégicas para las empresas de comunicación.

En Colombia y Latinoamérica la integración de las redacciones se evidencia en empresas líderes como El Tiempo Casa Editorial, El Comercio, La República, RPP y América Televisión las cuales están integrando sus redacciones desde la infraestructura, para promover una mayor convergencia e integración de los equipos de trabajo y un mejor aprovechamiento y tratamiento de contenidos temáticos multiplataforma.

En 2008, El Clarín y La Nación, medios argentinos anunciaron planes de convergencia en sus redacciones de papel y digital para jerarquizar sus contenidos en la web. Al mismo tiempo, los medios del interior del país iniciaron algún proceso de integración o al menos colaboración, por lo que nutrieron a Internet con mayor volumen de noticias.

4.2 Ciberperiodismo

Uno de los resultados de la etapa de convergencia de medios ha sido el surgimiento de denominaciones o conceptos como es el Ciberperiodismo. El cual se entiende como las posibilidades del desarrollo de diseños y posibilidades hipertextuales, interactivas y multimedia de Internet.

Tendencias como el crowdsourcing que van desde nuevos modelos de financiación hasta incluso delegar tareas a personas comunes y corrientes, han ampliado las oportunidades

para la intervención de los internautas en el proceso de producción de la información. La relación entre el periodismo y sus públicos se ha tornado más compleja, con múltiples niveles de interacción no siempre fáciles de encajar con las prácticas profesionales. El término web 2.0 fue utilizado por primera vez en 2004, “cuando la empresa O’ Reilly Media planificaba una conferencia alrededor de la resurrección de la economía internet después de la desinflación de la burbuja” (Reilly, 2005). Los organizadores de esta primera conferencia constataban que las nuevas páginas populares ya no eran páginas web de almacenamiento de información, sino servicios web gratuitos que permitían a los internautas participar en la publicación en línea de manera muy sencilla. Así, el uso fácil y gratuito de estos nuevos servicios web es clave para entender la evolución de Internet hacia la web 2.0. Durante la primera época de Internet las nuevas tecnologías enseñaron lo fácil de que era producir un texto y una imagen con un computador personal y una cámara digital.

Aunque publicarlo todo en una página web resultaba más complicado y requería un experto en tecnología. Aquí es donde la web 2.0 cambia las dinámicas de trabajo. Teniendo en cuenta las condiciones que anteceden los elementos que definen las diferencias entre los medios tradicionales y los cibermedios, la interactividad es el rasgo esencial que mejor delimita la frontera entre ellos. La interactividad transforma al público en un usuario activo, independientemente del grado de intervención que esté dispuesto a afrontar. Entonces, los cibermedios “adoptan prácticas orientadas hacia la apertura de las puertas de entrada al periódico, al facilitar la creación y el intercambio de contenidos informativos por parte de un conjunto de usuarios convertidos en productores” (Boczkowski, 2006).

En este sentido, “los sitios web de noticias, además de cumplir su papel tradicional como fuente de información, se están transformando en plataformas que fomentan la interacción social e incorporan a la audiencia en el flujo comunicativo”. (Briggs, 2007) Es decir, a causa de las nuevas herramientas que ofrece el ámbito digital, la audiencia ahora hace parte de lo que se informa, así, los medios de comunicación ya no cumplen con un solo rol si no que interactúan con sus públicos.

Interactividad y participación en lo digital es lo que va definiendo principalmente el concepto de Ciberperiodismo. La evolución de lo digital va modificando el 'hacer' en el ejercicio periodístico. Uno de los principales cambios que intervinieron en las rutinas del periodismo es que se "rompe con la comunicación lineal y unidireccional como lo impreso, la radio o la televisión" según lo afirmado por Gil (1999) Él en sus trabajos de investigación sobre el rol del periodista en la red va describiendo que el periodista en la web va incorporando un intercambio mayor o más evidente con el usuario porque las rutinas periodísticas gracias a las herramientas digitales producen un proceso de comunicación interactivo.

Solo basta que los periodistas lleven consigo un computador portátil, una grabadora de voz digital, una cámara digital que permita grabar videos y fotografías de alta calidad y un teléfono con el cual se pueda enviar a través de internet archivos de imagen, notas radiales en formato mp3 y un documento con el artículo para el diario impreso y otro para su sitio web, es decir nuevas herramientas y posibilidades para ejercer el periodismo, las cuales permiten conocer y utilizar los servicios que proporciona Internet, siendo aprovechados, ya sea por el usuario, en el acceso a una información actualizada; como por el periodista, que puede contar con una amplia divulgación.

4.3 Digitalización de los medios de comunicación

La digitalización es un proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario. Una sencilla explicación pero que ha generado toda una ruptura en los medios de comunicación. Scolari (2008) dice que la digitalización "nace del interés por reducir o directamente erradicar estas distorsiones y pérdidas de información". Lo cual ha facilitado la digitalización de los textos; esto entendido como un contenido multimedia. En palabras de Scolari hoy el texto no es texto, la imagen no es imagen, lo mismo ocurre con el video y el audio, son combinaciones binarias que se transforman para su transmisión y circulación.

Por ende la digitalización de los textos ha facilitado su transmisión a larga distancia sin perder información por el camino. Esa es la base de Internet y la de todos los medios tradicionales traducidos en formato digital (prensa, radio y televisión).

La digitalización un proceso digital que no solo está en la transmisión de contenido, sino también en la etapa de construcción o de producción. Así, sin digitalización no tendríamos hipertexto ni interacción; entonces es fundamental porque permitió el nacimiento de las nuevas formas de comunicación. De este modo para entender las hibridaciones de diferentes medios y lenguajes quizá convendría recuperar conceptos como el de convergencia, el cual implica cuatro dimensiones: empresarial, tecnológico, profesional y comunicativo.

En esta última dimensión, se dice que “es el nacimiento de una nueva retórica multimedia junto a la expansión de algunos lenguajes y medios como la infografía, además, la unión de servicios mediante una misma información que se distribuye en varios canales” (Scolari, 2008) El ámbito digital ofrece tanto a medios de comunicación como a sus usuarios nuevas plataformas de emitir los contenidos, que van desde el blog, hasta contenedores de contenidos en formato video (YouTube), infografías, archivos en pdf. entre otros.

Esta tendencia al cambio o adaptación, es a lo que Roger Fidler se refiere como mediamorfosis; es decir, “el cambio producido en los medios de comunicación a causa de un avance tecnológico y unas demandas sociales nuevas” (1998). Este autor señala la existencia de una evolución en los medios muy parecida a la teoría de la evolución de las especies de Darwin: Los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose.

Fidler destaca esta complementariedad de los nuevos medios y soportes con los ya existentes previamente a través de una reconfiguración de los usos, los lenguajes y sus ajustes sobre públicos objetivos. Se puede apreciar como la convivencia de diferentes tecnologías no sólo determina nuevos avances técnicos, sino que éstos evolucionan hacia nuevas formas y modos.

Con la implementación de los sistemas digitales y las nuevas tecnologías de la información ha tenido lugar una redefinición de los medios de comunicación

tradicionales. Estos 'new media', denominados así por su vinculación con sus predecesores no digitales, vienen a ser una redefinición de los medios tradicionales adaptados a la nueva realidad digital. Este es el caso de la prensa escrita tradicional, cuyo paradigma digital se encuentra en el periodismo electrónico, que ha evolucionado para ofrecer un tratamiento más especializado de los contenidos y una inmediatez poco habitual.

La esencia de estos 'new media' no es la mera digitalización del medio tradicional y su cambio de formato sobre una nueva tecnología, sino que la digitalización plantea una reconfiguración en la esencia propia del medio, permitiendo al usuario la profundización y el acceso aleatorio a los contenidos.

En este contexto de innovación tecnológica se encuentra una transformación generalizada de los medios, soportes y canales de información. El salto de lo tradicional al escenario digital no sólo deja al descubierto una nueva configuración de los medios, sino que lleva implícito un cambio de mentalidad, un giro en los procesos y en los modos de informar. Los nuevos formatos constituyen nuevas realidades mediáticas que sólo tienen sentido en un entorno digital. Los medios y los profesionales deben procurar cubrir todas las necesidades, así como el abanico de posibles contenidos. Otro resultado de esta transformación es un nuevo usuario, de esa forma va moldeando un nuevo o renovado profesional, es una acción de doble sentido. De esta manera, el perfil de usuario más activo, surge inevitablemente el de un nuevo profesional adaptado a los nuevos medios y a las demandas de los nuevos usuarios.

Internet ya no es visto como un canal para obtener más audiencia sino como un nuevo mercado, ya que existen consumidores que solo leerán un periódico o visualizarán un contenido de televisión a través de internet, con una tendencia creciente respecto a la migración digital.

En Colombia, así lo demuestran las cifras del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Colombia TIC Vive Digital , 2017) el cual recolectó información sobre la regulación de los nuevos actores digitales, dejando al descubierto el panorama actual de los medios convencionales en tiempos de internet en Colombia. Para el año

2016 se determinó un total de 15 mil 852 mil 991 usuarios considerados como suscriptores de Internet. Entonces en el consumo de medios teniendo en cuenta las nuevas tendencias tecnológicas se observó que aunque la radio y la prensa siguen estando vigentes, tienen una tendencia decreciente en los últimos dos años.

En consecuencia “la prensa tiene una tendencia aún más marcada de diferenciación entre el auge del consumo de nuevas tecnologías comparado con el periódico impreso” (Vega, 2016). Este último pasó de 35,8% de uso en 2012 a 29,7% en 2015, mientras que el consumo de prensa a través de tableta, celular y otros, aumentó 7 puntos en el mismo periodo.

La prensa es el primer medio de comunicación que la gente vio migrar a la red. (Díaz, 2011). En los inicios de este movimiento, periodistas y editores propendieron por hacer el trabajo fácil y se limitaron a llevar la información del impreso al canal electrónico. Es decir, sin un proceso diferente como el que observamos en algunos casos, con incorporación de videos, audios, imágenes, enlaces y otros cambios originados por el lenguaje digital.

Tras las exigencias del nuevo orden los periódicos inmigrantes empezaron a modificarse, haciendo uso de las herramientas propias de la informática y la telemática así como de las teorías que alrededor del discurso ciberperiodístico empezaron a producirse.

Internet ha transformado los medios de comunicación, adaptando nuevos espacios en la red para sus consumidores. Las nuevas tecnologías han revolucionado el sector de los medios de comunicación tradicionales, siendo internet una nueva herramienta para alcanzar a nuevos consumidores, en cualquier lugar y momento. Como afirma Javier Díaz-Noci “Todo ello está provocando desde aproximadamente 1995 una profunda transformación del periodismo y en general de la forma en que los humanos nos comunicamos e intercambiamos información”. (2010 , pág. 562).

Aspectos como la inmediatez y rapidez en el contenido son muy importantes, pero a la vez exige la posibilidad de consumir el contenido cómo y cuándo él quiere. Es por este motivo que actualmente todos los grandes medios tienen herramientas para satisfacer a

ese nuevo cliente de contenido a través de internet, como por ejemplo las aplicaciones para dispositivos móviles y los reproductores de contenido en directo o de archivo.

4.4 Herramientas digitales en el ejercicio periodístico

Las herramientas digitales son todos los recursos de software presentes en los computadores y dispositivos, que permiten realizar o facilitar todo tipo de actividades, es decir la interacción del hombre con la tecnología. Además, permiten utilizar el conocimiento y las destrezas relacionadas al desarrollo de procesos; haciendo uso los recursos tecnológicos. Un ejemplo en el periodismo son las herramientas digitales de ubicación, como los mapas. Estos ya no son una ilustración de algún atlas, sino contenidos multimedia que van más allá de la simple ubicación. Herramientas que como menciona Alegsa (2017) le permiten al periodista complementar las notas periodísticas haciendo que el usuario tenga un panorama más amplio de la información que consume.

En su libro “Herramientas Digitales para periodistas” Crucianelli (2013) dice que las herramientas digitales ofrecen oportunidades para los periodistas como la posibilidad de contar las noticias de forma diferente y atractiva para las audiencias. De esta forma los periodistas de investigación buscan números para respaldar o alimentar sus artículos. Las herramientas digitales son utilizadas para informar o visualizar la información de mejor manera. Ese es el caso de las herramientas utilizadas para la visualización de datos como Tableau, Carto, Datawrapper, Plotly y Qlik que permiten organizar grandes cantidades de información. Los usuarios pueden administrar datos, ejecutar análisis o diseñar mapas personalizados.

Según el estudio de Crucianelli (2013) existen diferentes tipos de herramientas digitales. Para realizar búsquedas, rastreo de datos, redes sociales, están las funciones alojadas en el laboratorio de noticias que ofrece el buscador Google, como las opciones de alerta, la búsqueda avanzada etc. Otra autora que destaca la importancia de las herramientas digitales en los medios de comunicación que trasladan sus contenidos hacia el escenario digital es Edo Bolós (2000) quien menciona que se producen cambios visibles en las rutinas de quienes hacen cada día tanto la edición impresa como digital de un diario.

La necesidad de que los periodistas se adapten a los usos y las posibilidades en línea, en lo que se refiere a la información como a la redacción. En esta última, aparecen las herramientas digitales, las cuales desempeñan un rol clave en los avances que puede tener un medio de comunicación en su paso hacia lo digital, es decir, el aspecto multimedia, con texto, sonido e imágenes fijas y en movimiento, haciendo uso de las posibilidades interactivas de Internet.

En suma debe existir en las redacciones “un nuevo tipo de periodista, un profesional capaz de exponer con eficacia el relato de los hechos, y cuyo trabajo se pueda distinguir” (Bolós, 2000) El periodismo digital, es un reflejo inicial de lo que será en un futuro la información periodística. De esta manera ya existen diferencias entre lo impreso y lo digital y las consecuencias se manifiestan en distintos aspectos. Desde la perspectiva de la empresa, los costos de distribución disminuyen en consideración con las versiones tradicionales de papel.

También se producen cambios en la financiación y en los ingresos por publicidad, dado que en lo digital hay más espacio para vender pauta publicitaria sin interrumpir de forma directa el ejercicio periodístico. En el aspecto interno cambia el diseño y el formato de las páginas de un diario, que dejan de presentar la información de manera lineal para ofrecerla a través de enlaces o links que conectan entre sí todos los aspectos informativos y simplifican la ampliación de las noticias, aportan contexto, presentan gráficos, fotografías y conectan con las fuentes.

En cuanto a los contenidos, lo primero es que se multiplican porque pueden dar toda la actualidad y no solo la selección que se hace para la versión impresa. Así, los lectores que, aunque reclaman la opinión de un experto sobre determinada temática, pueden intervenir, hacer su propia valoración de los hechos y pueden consumir noticias en tiempo real con la misma inmediatez que pueden ofrecer la radio o la televisión.

Igualmente, se pueden buscar con rapidez informaciones atrasadas sobre cualquier tema o acceder a otras más especializadas. El usuario puede ser a la vez emisor y receptor, tiene la opción de consumir información personalizada, porque existe la posibilidad de la selección activa de los contenidos. Otro aspecto es que la información

es documentada, ya que por medio de múltiples enlaces del propio medio, el usuario puede llegar a bases de datos o a otros artículos. Se accede a datos actualizados porque el medio puede publicar las noticias en cuanto se producen y se cambia así el concepto de periodicidad. En consecuencia, se integran todos los formatos periodísticos como texto, audio, video, gráficos y fotos, también aplica para facilitar servicios como cálculos de inversiones en bolsa, gráficos de resultados deportivos en tiempo real o búsquedas personalizadas de datos. El diseño va mucho más allá de la estética y debe facilitar al lector la navegación.

Así mismo Jesús Flores Vivar (2014) cuestiona el por qué se sigue hablando de periodismo digital y no simplemente de periodismo si ya todo es digital, dicho cuestionamiento lo responde afirmando que todas las profesiones necesitan optimizar sus trabajos. Entre estas inevitablemente está el periodismo por lo que aclara que un contenido digital no es lo mismo que la información en línea. Además, recalca que para publicar un contenido en internet, el profesional ya ha tenido que utilizar herramientas digitales y dispositivos digitales.

También dice que el periodismo sigue manteniendo su esencia independientemente del formato y de las herramientas digitales que el profesional y los usuarios utilizan. Siguiendo con lo anterior, (Vivar & Salinas Aguilar, 2012) dicen que las tecnologías (móvil, internet, blogs, medios sociales, etc), se han convertido en herramientas inseparables del ciudadano del siglo XXI. Los periodistas deben saber trabajar con herramientas para la web como el lenguaje HTML básico, y tomar conciencia de la importancia de la terminología tecnológica y saber utilizar algún programa de diseño y edición web.

En este sentido y al margen de lo mencionado anteriormente, los periodistas deben pensar más allá de la web y saber cómo transmitir información a través de reproductores MP3 y teléfonos móviles. Sin dejar de lado las habilidades del criterio noticioso, la ética y la narración. En la actualidad, el periodismo de datos se alimenta de competencias procedentes de distintos campos como los métodos estadísticos y el diseño gráfico, seguido del desarrollo web, la programación general, la administración de bases de datos, la ingeniería de sistemas y la minería de datos.

Por eso (Vivar & Salinas Aguilar, 2012) resaltan la importancia de la redacción con herramientas integradas para los reporteros de múltiples sitios web en la que la información se convierte y proviene de datos públicos.

Igualmente Yezers'ka (2010) hace una categorización de las herramientas digitales que existen para los comunicadores. En primer lugar está los sistemas de gestión de contenidos, compuesto por los blogs y los wiki. Le siguen las redes sociales acompañadas del microblogging y los marcadores sociales. En último lugar se encuentra la edición multimedia con el video, el audio y las imágenes.

Los datos abiertos por parte de las entidades gubernamentales, bases de datos, visualización de datos, herramientas específicas para audio, vídeo, elementos gráficos, edición de fotografía y las aplicaciones móviles de acuerdo a las necesidades de cada periodista hacen parte del amplio abanico de posibilidades que ofrece el escenario digital.

Las herramientas digitales se clasifican de acuerdo al contenido publicado cuando se presenta la información, la relación con el género y las intenciones que tiene el periodista para explicar de mejor forma al usuario los temas, esto debido a las ventajas que representan.

Para explicar la clasificación de las herramientas digitales empleadas en notas periodísticas, se han establecido tres tipos de categorías: básicas, intermedias y complejas, de acuerdo al grado de dificultad y uso que cada una de estas requiere en el ejercicio periodístico.

4.5 Herramientas digitales básicas:

Según +Hangouts de Periodismo una organización que funciona a través de un sitio web con el propósito de impulsar la reflexión, la formación y la innovación entre periodistas, comunicadores, estudiantes, academia y medios de comunicación en Iberoamérica. Según la plataforma +Hangouts (Periodismo, 2017) estas son las herramientas que hacen parte de dicha clasificación:

Buscador de Google

Evernote
Twitter
Buscador de imágenes de Google
Feedly
aTube Catcher
Periscope
Piktochart
Canva
Suite de Google (Documents, Charts, Document Cloud, Fusion Table, Refine, Translate)

Tabla 1. Nota: Diez herramientas digitales básicas según +Hangouts de Periodismo (Periodismo, 2017)

4.6 Herramientas digitales intermedias:

De acuerdo a las necesidades de los periodistas como contextualizar al usuario sobre un tema determinado, se consideran herramientas digitales intermedias aquellas que tienen cierto grado de dificultad en el sentido de saber la funcionalidad de cada una de ellas, pero su uso es alcanzable. Estas son:

Youtube
Soundcloud
Spreaker

Facebook Live
Juxtapose
Storymap
Timeline
Storify

Tabla 2. Nota: Ocho herramientas digitales intermedias con cierto grado de dificultad en las posibilidades que tiene, pero su uso es accesible.

Fuente: Elaboración propia

4.7 Herramientas digitales complejas

Las herramientas que hacen parte de esta clasificación contienen un grado de dificultad mayor a las demás, en este caso, es más recurrente encontrar aquellas que se utilizan en la visualización de datos o tema estadísticos. Entre estas están:

Datawrapper
Infogram
Piktochart
Plotly
Qlik

Tabla 3. Nota: Cinco herramientas digitales complejas utilizadas para la representación de datos estadísticos.

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se suman herramientas que ayudan al periodista en su labor de reportería y rastreo de información, a su vez, permiten una exploración al usuario por las fuentes

que no se encuentran en el mismo país que el periodista y se pueden contactar a través de distintas plataformas digitales.

- **Redes sociales:** son sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común, permitiendo el contacto entre ellos, permitiendo la comunicación y el intercambio de información

Ejemplo: Facebook, Twitter

- **Video:** son de los espacios digitales más demandados. Se utilizan para promocionar o vender contenidos audiovisuales.

Ejemplo: YouTube, Vimeo

- **Audio:** es una técnica relacionada con la grabación, reproducción y transmisión de sonido. Se pueden registrar voces, música y efectos de sonido.

Ejemplo: iVoox, Soundcloud, Spreaker. También existen emisoras virtuales que funcionan mediante enlaces, los cuales dirigen al usuario hacia sus sitios web.

- **Video en directo y conferencia gratuita:** son herramientas empleadas tanto por periodistas como ciudadanos que desean mostrar lo que está pasando en vivo y en directo en el lugar en el que se encuentran, ya sea desde su teléfono móvil o tableta.

Ejemplo: Skype, Facebook Live, Hangouts

- **Visualización de datos:** permite interpretar informaciones de manera sencilla y muy visual. Su principal objetivo es comunicar la información de forma clara a través de gráficos, diagramas, o infografías.

Ejemplo: Datawrapper, Infogram, Piktochart, Canvas, Plotly, Qlik

- **Crear líneas de tiempo:** Se utilizan para estructurar de forma cronológica la información a través de las nuevas tecnologías siendo interactivas, atractivas y visuales, con posibilidad de añadir imágenes, videos o enlaces.

Ejemplo: Timeline JS – Knight Lab, Storymap, Thinglink, TimeRime, Dipity

- **Herramientas de ubicación geográfica:** permiten definir la localización de un objeto en un sistema de coordenadas y datos determinados.

Ejemplo: Google Maps, Google Earth, Wiki-Map, Street Map

- **Nuevas narrativas:** son herramientas que permiten implementar el periodismo participativo, a través de la recopilación de informaciones y opiniones que circulan por internet. Un claro ejemplo de cómo se han modificado las rutinas periodísticas.

Ejemplo: Storify, Paper.li

- **Antes y después:** permite a los narradores comparar dos piezas de medios similares, incluidas fotos. Es ideal para destacar y explicar historias con los cambios a causa del tiempo.

Ejemplo: Juxtapose

- **Uso del link (hipervínculos):** se utiliza para ampliar la noticia con enlaces a otras noticias del mismo medio, ya sea material complementario como fotos, videos, etc. Y enlaces externos que permitan contrastar la información publicada. Deben estar en el cuerpo de la noticia, en donde el contexto y la ubicación son más claros.
- **Newsgaming:** se trata de un concepto que combina el periodismo con el videojuego, la información con lo lúdico o didáctico. Difunden información útil y generan entretenimiento. Ahora, los consumidores y a la vez los productores de información quieren hacer parte de las historias.
- **Descarga de documentos:** hay sitios web que le permiten al usuario tener acceso a leyes, sentencias o documentos relacionados con una determinada investigación.

De igual forma para el ejercicio periodístico hay formatos que son incompatibles con los dispositivos o con una función específica, por lo que existen sitios web que permiten convertir archivos de acuerdo a las necesidades del periodista.

Ejemplo: Cometdocs, Zamzar, Nitro PDF to Excel, PDF To Text, Tabula

Teniendo en cuenta a investigadores como Crucianelli (2013) la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano y la Escuela de Periodismo Digital para América Latina, quienes recalcan la necesidad de que los periodistas conozcan las herramientas digitales que tienen a su alcance y las implementen en su ejercicio periodístico, a continuación se presenta una lista de las herramientas específicas y su respectiva clasificación, de acuerdo a las necesidades del presente estudio.

Tabla 4:
Herramientas digitales para periodistas y sus respectivas funciones

Clasificación	Herramienta
Compartir audio	<ul style="list-style-type: none"> • MP32Tube (www.mp32tube.com): Para subir audios en MP3 a YouTube. • iVoox (www.ivoox.com): Para escuchar y publicar gratuitamente audios y música en línea, sin límite de almacenamiento ni transferencia. • SoundCloud (https://soundcloud.com/): Permite subir y compartir cualquier tipo de audio. • Spreaker
Video	<ul style="list-style-type: none"> • Youtube • Powtoon: videos explicativos www.powtoon.com • Videoscribe: videos explicativos http://www.videoscribe.co/ • Vibby: videos explicativos https://www.vibby.com/ • Goanimate: videos explicativos http://goanimate.com

	<ul style="list-style-type: none"> • Moovly: videos animados www.moovly.com
Para ubicar geográficamente	<ul style="list-style-type: none"> • Google Maps • Google Earth • Storymap https://srotymap.knightlab.com/ • Wiki-Map, • Street Map
Video en directo y conferencia gratuita	<ul style="list-style-type: none"> • Skype (www.skype.com/intl/es): Sigue siendo la opción más usada, aunque requiere descarga, pero es gratuito y muy sencillo de usar. • Facebook Live • Hangouts (http://www.google.com/intl/es/+/learnmore/hangouts/): Hangouts remplazaron otras herramientas de Google, como Google Talk y Messenger, en una única aplicación, por lo que incorpora la videoconferencia y el videochat de manera fácil y dinámica.
Elementos gráficos gratuitos	<ul style="list-style-type: none"> • Comic Strip Generator (www.comicstripgenerator.com/maker.asp): Herramienta que permite diseñar caricaturas de manera sencilla y gratuita.
Herramientas Gráficas para Periodismo de Datos (Infografías)	<ul style="list-style-type: none"> • DataWrapper (http://datawrapper.de/): Con interfaz disponible en español. Permite contar noticias a partir de datos sencillos y fáciles de diseñar. • Infogram (http://infogr.am/): Crea gráficos interactivos, mapas e infografías. Permite descargarlos y proporciona un código de inserción. • Piktochart (http://piktochart.com/): En tres sencillos pasos, crea infografías sin necesidad de contar con

	<p>experiencia previa. La versión gratuita no permite eliminar la marca de agua.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canvas: infografía interactiva https://www.canva.com/ • Thinglink https://www.thinglink.com/ • Genial.ly https://www.genial.ly/es • Easel.ly https://www.easel.ly/ • Amcharts https://www.amcharts.com/
Crear líneas de tiempo	<ul style="list-style-type: none"> • Dipity (http://www.dipity.com/): Permite insertar fotografías y otros elementos gráficos de manera cronológica. • Timeline JS (https://timeline.knightlab.com/): Herramienta de código abierto para construir líneas de tiempo visualmente atractivas, disponible en 40 idiomas
Nuevas Narrativas:	<ul style="list-style-type: none"> • Storify (https://storify.com/): es la herramienta más popular en este campo, ya que permite de manera rápida y sencilla, a partir de un tema, crear una secuencia ordenada de contenidos a partir de su recolección y visualización. Organiza texto, video, imágenes y mensajes en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, así como páginas web • Paper.li (http://paper.li/): Para crear un propio periódico digital personal en minutos.
Herramientas de extracción de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Free OCR (http://www.free-ocr.com/) Permite la subida de imágenes, siempre que no contengan tablas. La extracción de texto es eficiente. La calidad del documento debe ser óptima. No requiere registro.

	<ul style="list-style-type: none"> • DocumentCloud (www.documentcloud.org): Ya mencionada en el Capítulo sobre Periodismo de Datos. Al momento de subir un documento corre un programa de reconocimiento óptico (OCR), que extrae el texto de una imagen escaneada
Descarga de documentos	<ul style="list-style-type: none"> • Cometdocs • Zamzar • Nitro PDF to Excel • PDF To Text • Tabula
Capturas de pantalla	<ul style="list-style-type: none"> • La extensión del navegador Google Chrome, Fireshot permite no solo capturar lo que se ve en la pantalla, sino páginas web completas, lo que es muy útil cuando se requiere tener en una sola imagen discusiones o contenidos largos, o una página de inicio completa.
Antes y después	<ul style="list-style-type: none"> • Juxtapose https://juxtapose.knightlab.com/
Crear un mural colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> • Padlet (http://padlet.com/): Es una aplicación que permite a las personas que conozcan el enlace final de la creación, colgar notas, imágenes, etc. El resultado se puede insertar para publicar en un blog o sitio web, y también se puede distribuir mediante sindicación RSS.
Crear un libro de fotos	<ul style="list-style-type: none"> • MixBook (www.mixbook.com): Hace posible la creación de libros a partir de fotografías ('photobooks') a los que se puede añadir texto, así como definir el diseño mediante plantillas. Devuelve un código de inserción que se puede copiar en blogs o sitios web.

<p>Crear encuestas en línea y trivias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Google Forms, una herramienta dentro de Google Drive. • www.surveymonkey.com • Playbuzz
---	---

Tabla 4. Nota: Los datos recolectados son tomados del Centro de Periodismo para el periodismo en las Américas de la Universidad de Texas y el texto realizado por Sandra Crucianelli conocido como Herramientas Digitales para periodistas.

Este es un ejemplo de un reportaje realizado por el diario colombiano El Tiempo en uno de sus contenidos periodísticos publicados en su sitio web: <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/el-pueblo-donde-menos-lleuve-en-colombia-es-uribia-en-la-guajira-135092> evidenciando una estructura basada en el uso de herramientas digitales como: Google maps, video y galerías de imágenes. El reportaje titulado “Así son los días en Uribia, el pueblo más seco de Colombia” fue publicada el 27 de septiembre de 2017 a las 11:26 de la mañana.

Así son los días en Uribia, el pueblo más seco de Colombia

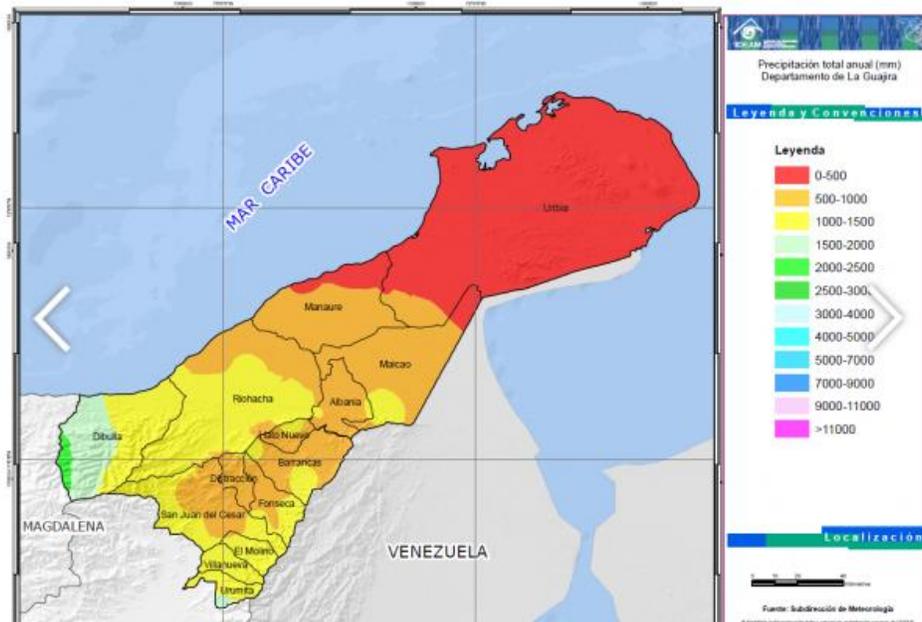
Este poblado caliente y desértico de La Guajira es donde menos llueve en el país. #PueblosInsólitos

-  Comentar
-  Facebook 751
-  Twitter
-  Guardar
-  Enviar
-  Google+
-  LinkedIn



Introduzca el texto aquí

Figura 2. Herramienta digital: video, se utiliza para mostrar cómo es ‘Uribia’, epicentro de la nota periodística y brindarle al lector una experiencia más completa.



2 / 2

Figura 3. Herramienta digital: Galería de imágenes suministradas por el Ideam, para explicar la razón por la que ‘Uribia’ es un territorio con escasez de agua.

En la ranchería de cemento

Uribea es famosa por su plaza Colombia, de forma octogonal, con un obelisco de 22 metros, de donde se desprenden ocho calles: Bogotá, Los Guajiros, La Victoria, Juyasirain, Alfonso López Pumarejo, Libertador, La Marina y Cacique Mara. "A través del obelisco se expresa toda una filosofía de vida, un culto al astro rey", el mismo sol que forman los planos de Uribea que, se cree, están inspirados en los de París.

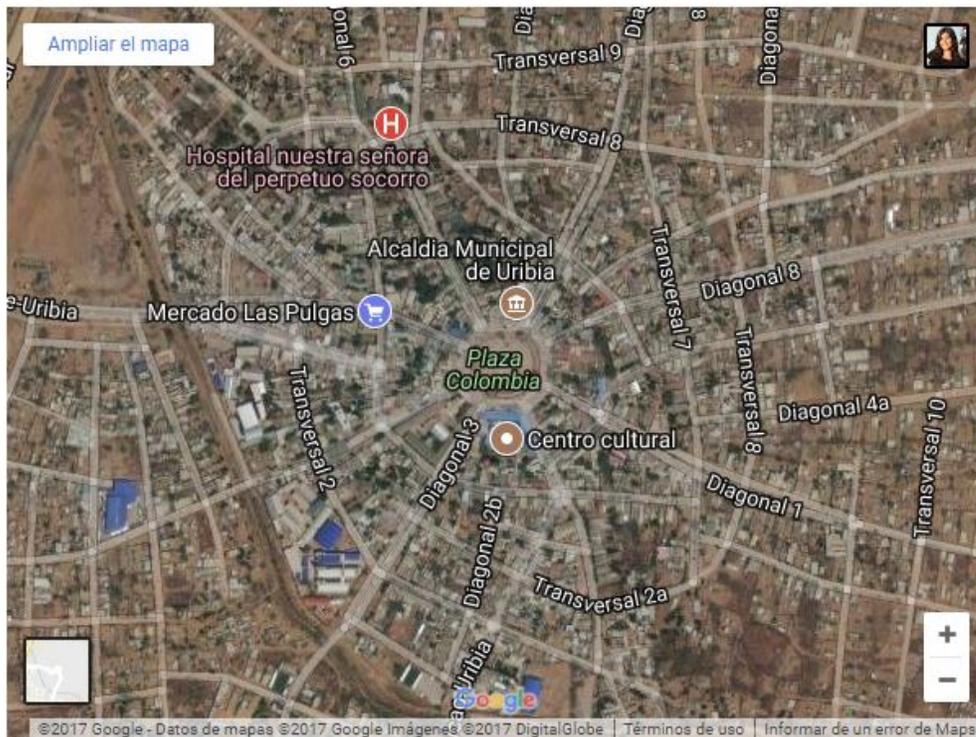


Figura 4. Herramienta digital: Google Maps, se utiliza para ubicar geográficamente al lector y ampliar el panorama sobre la temática.



Cerca del 90 por ciento de la población de Uribia pertenece al pueblo wayú. Por eso es considerado capital indígena del país.

Foto: Mauricio Moreno / EL TIEMPO

1 / 3

Figura 5. Herramienta digital: Galería de imágenes para mostrar cómo vive la gente de ‘Uribia’ en su cotidianidad.

Otro ejemplo es el del diario estadounidense The New York Times. En el artículo “The Guantanamo Docket” o La Agenda de Guantánamo del 22 de febrero de 2017 <https://www.nytimes.com/interactive/projects/guantanamo> evidencia el uso de herramientas digitales como la infografía interactiva realizada por sus periodistas y diseñadores. También el uso de la línea de tiempo para explicar un hecho a través de los años. Dicho artículo tiene una lista en la que se describe quiénes son los detenidos con su respectiva nacionalidad.

Es un reportaje con un solo nodo central, dando la sensación que es una página web, es interactivo y de fácil navegación para el usuario, con actualización constante ya que su primera publicación fue en febrero y en la actualidad hay datos de noviembre de 2017.

The Guantánamo Docket

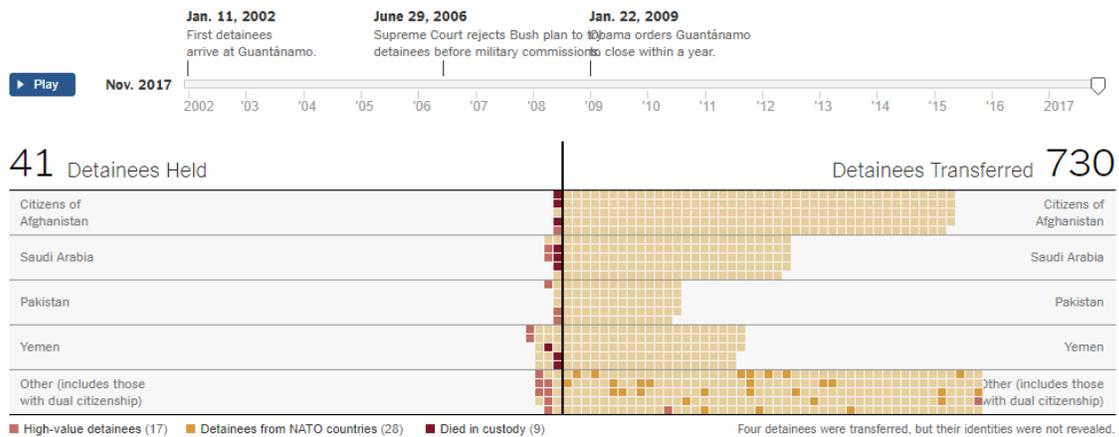
Documents and research related to the roughly 780 people who have been sent to the Guantánamo Bay prison since 2002.

Overview | [All Detainees](#) | [Current Detainees](#) | [Transfer Countries](#) | [Citizenship](#) | [Timeline](#) | [About](#)

[Related Coverage From the Times](#) »

DATA LAST CHANGED Feb. 22, 2017

A History of the Detainee Population



A Selection of Detainees

The men presented below were selected by The Times to provide a cross section of the government cases against the detainees. Click the [document icon](#) to read the government's previously secret risk assessment of the prisoner.

Abdul Rahman Mohamed Saleh Naser
Hunger striker, history of major depressive disorder but refuses antidepressants, the report says.

Saifullah Paracha
American resident accused of offering to use his business to help Al Qaeda smuggle weapons into the United States.

Omar Hamzayavich Abdulayev
After consultation with Russian and Tajik intelligence officers, American military analysts remain uncertain who he is.

Yasser Talal al-Zahrani
One of three detainees who the Pentagon said hanged themselves in their cells on the same day.

Ahmed Umar Abdullah al-Hikimi
Bodyguard for bin Laden, with him at his Tora Bora mountain complex, according to the report.

Mohammed Ahmad Said al-Edah
Affected by hypertension, migraine headaches, asthma and schizoaffective personality disorder, the report says.

Abu Zubaydah
Was subjected to waterboarding in secret C.I.A. prisons.

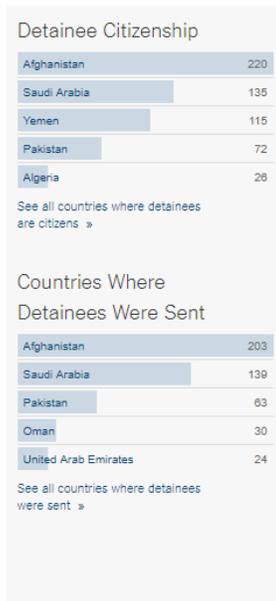


Figura 6. Herramienta digital: Infografía interactiva para explicar cómo es la cárcel de Guantánamo y su situación en términos de personas recluidas haciendo uso de la línea de tiempo para explicar dicho aumento a través de los años.

4.8 ¿Cómo es un artículo periodístico con herramientas web?

En el siguiente diagrama se muestra la estructura de una nota periodística haciendo uso de herramientas digitales, lo cual aporta para informar de mejor manera y el contenido se vuelve más atractivo y de impacto para los usuarios.

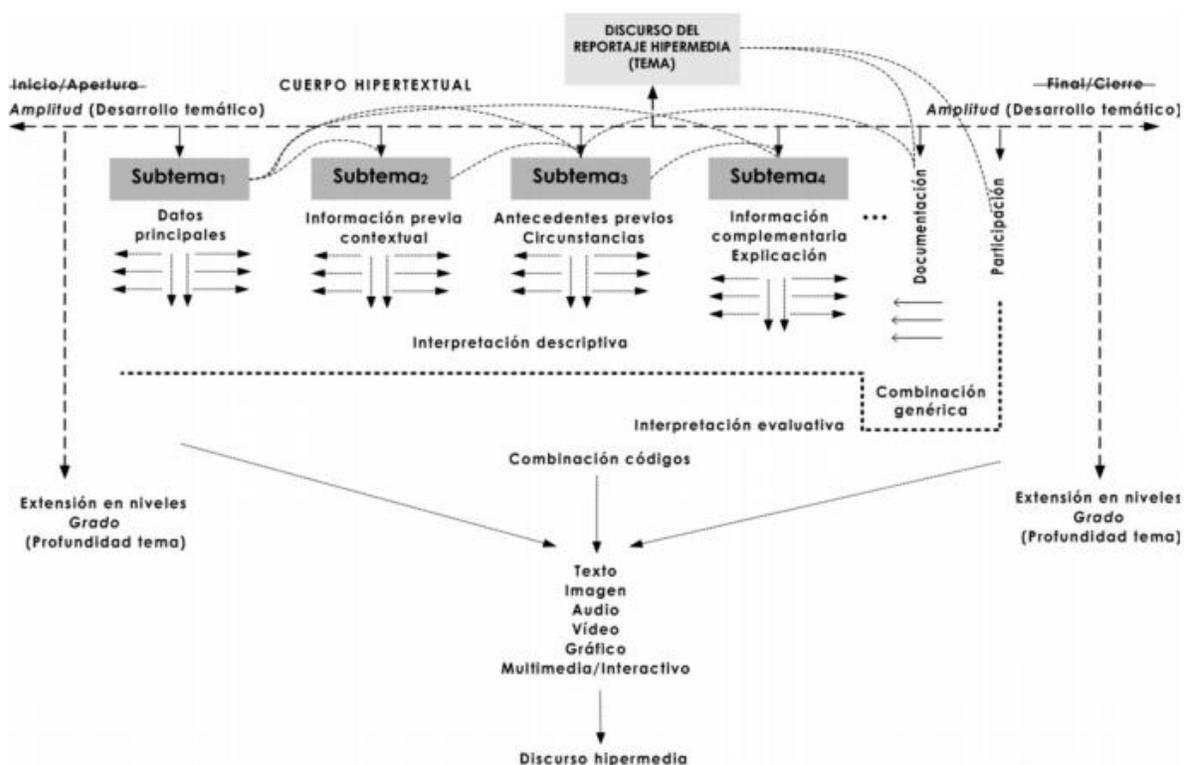


Figura 7. Artículo periodístico con herramientas digitales

Nota: La figura muestra de manera amplia la distribución de las herramientas digitales en un artículo periodístico mostrando desde lo textual hasta lo digital la combinación de estos dos ámbitos.

Fuente: Larrondo Ureta (La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo, 2009)

En el esquema anterior se muestra la organización que adopta un reportaje hipertextual. Aunque su propio rasgo de hipertextualidad impida hablar de una estructura rígida, este prototipo evidencia algunas convenciones en sus niveles discursivos. Estos se apoyan en estructuras ramificadas que se extienden en secuencias paralelas y en varios niveles que repiten la misma estructuración, una pauta de planificación compartida que promueve una organización temática en secciones.

De esta forma, su modelo superestructural (hiperestructura) responde a la necesidad de organización interna del género y revela una función de globalidad temática (macroestructura hipertextual) a través de una representación arbórea con bloques multisequenciales de carácter temático (microestructuras o macroestructuras locales). Estos sirven para dar importancia a las categorías discursivas tradicionales del discurso del género, aunque con cambios fundamentales por razón de la aplicación de la técnica hipertextual que llevan al reportaje hipermedia a admitir distintos estilos: informativo, interpretativo y argumentativo.

El diagrama conceptual que encierra la estructura hipertextual del reportaje (figura 7) plasma así un discurso del género gobernado por otras convenciones, cambios que resultan decisivos por dos motivos fundamentales: introducen variaciones en el elemento interpretativo y enriquecen su discurso tradicional con otros de carácter más novedoso en función de la interactividad y el multimedia.

4.9 Tendencias digitales en los principales diarios impresos de Colombia

El ejercicio periodístico juega un papel vital en la difusión de noticias veraces y objetivas que, algunas veces, se pierden en la avalancha de información que navega por las redes de internet. No obstante, es importante reconocer las oportunidades que los sitios web periodísticos le ofrecen a los periodistas, sin dejar de lado los desafíos narrativos, tecnológicos y organizacionales que esta promueve.

Con la llegada de la red a mediados de los años 90 a Colombia “los medios de comunicación vieron en esta una nueva oportunidad de obtener información actualizada y sistematizada que facilitaba la labor de la reportería, y como era de esperarse muy pronto los periódicos comenzaron a incursionar en Internet de una forma directa” (Marín, 2008). Estos primeros medios “intentaban adaptar sus contenidos de una manera fiel al formato impreso, por eso recibían el nombre de recicladores”. Con el paso del tiempo descubrieron que la inmediatez era una de las características más importantes del nuevo medio.

Los principales diarios impresos de Colombia como El Tiempo y El Espectador han integrado las nuevas tecnologías al proceso de producción noticiosa cuyo uso todavía resulta limitada para crear una relación más participativa con la audiencia. Según Barrios (2007) en su estudio: “Los diarios digitales en América Latina: entre la revolución, la redefinición y la frustración”, evidenció que la mayor necesidad de los periodistas que trabajan en versión digital de los diarios impresos es la creación de productos multimedia y la escritura para internet.

El Espectador, segundo diario de circulación nacional y el más antiguo del país, con 127 años de existencia, que está en la web desde el 29 de mayo de 1996, muestra avances significativos en la forma de contar sus historias desde su plataforma digital, siguió rápidamente los pasos de su principal competidor, también volcando allí los contenidos del impreso por su proyecto de convergencia que se dio a través de su página web, la primera página con el índice, la segunda con la noticia destacada del día y la tercera con noticias extras. En el año 2000 se encargó a la empresa Universal Online el mejoramiento de la página en el aspecto formal, pero solo hasta 2005 los contenidos empezaron a ser generados de manera particular para la versión digital.

En consecuencia su página web; incluía indicadores, encuestas y foros de opinión. Luego una pequeña modificación que incluyó una columna izquierda con mayor contenido, un apartado de últimas noticias, el traslado del logotipo por debajo de su habitual menú, una mayor utilización de tablas, entre otras mejoras.

Durante los años siguientes, el semanario continuó con los cambios en su sitio web; migró a una versión con tonos blancos y rojos, con tres columnas: a la izquierda y derecha, enlaces a columnistas, noticias y secciones; y en el centro a noticias y publicidad. Asimismo, renovó su logotipo en la web, agregando el .com y permitiendo comentar las noticias; entró también en funcionamiento el registro de usuarios. En el mes de abril del 2010 su página web alcanzó los 3 millones de usuarios únicos.

El Tiempo, el primer diario en tener su versión digital el 22 de enero de 1996, tiene un grupo específico de periodistas para su versión digital, conformado por un jefe general de redacción digital, periodistas con perfiles multimedia y un jefe de redes sociales. El

Tiempo fue constituyéndose como uno de los líderes de los procesos de reconversión digital. Fue uno de los primeros medios en conformar un equipo de profesionales dedicado exclusivamente a los temas de Internet. En 2010, lanzó la versión para móviles y, en 2011, la versión para iPad. El 8 de julio de 2011 anunció que sería un medio 24/7, es decir, con producción de noticias todos los días de la semana y a todas horas del día.

Los contenidos informativos son diferentes y si bien el tratamiento de la información es producido por integrantes de la redacción tradicional, se evidencia el uso de herramientas digitales en los artículos informativos. Un ejemplo de esto, resulta ser el video. Este último, con la combinación de gráficos interactivos, empleados para ofrecer una explicación más comprensiva de la realidad y se han convertido en las herramientas digitales más recurrentes a la hora de la publicación de noticias.

De otro lado, según (Salaverría, 2016) los portales de El Colombiano, El País y Semana han reforzado sus versiones digitales y han innovado con recursos multimedia y espacios de interactividad con los usuarios.

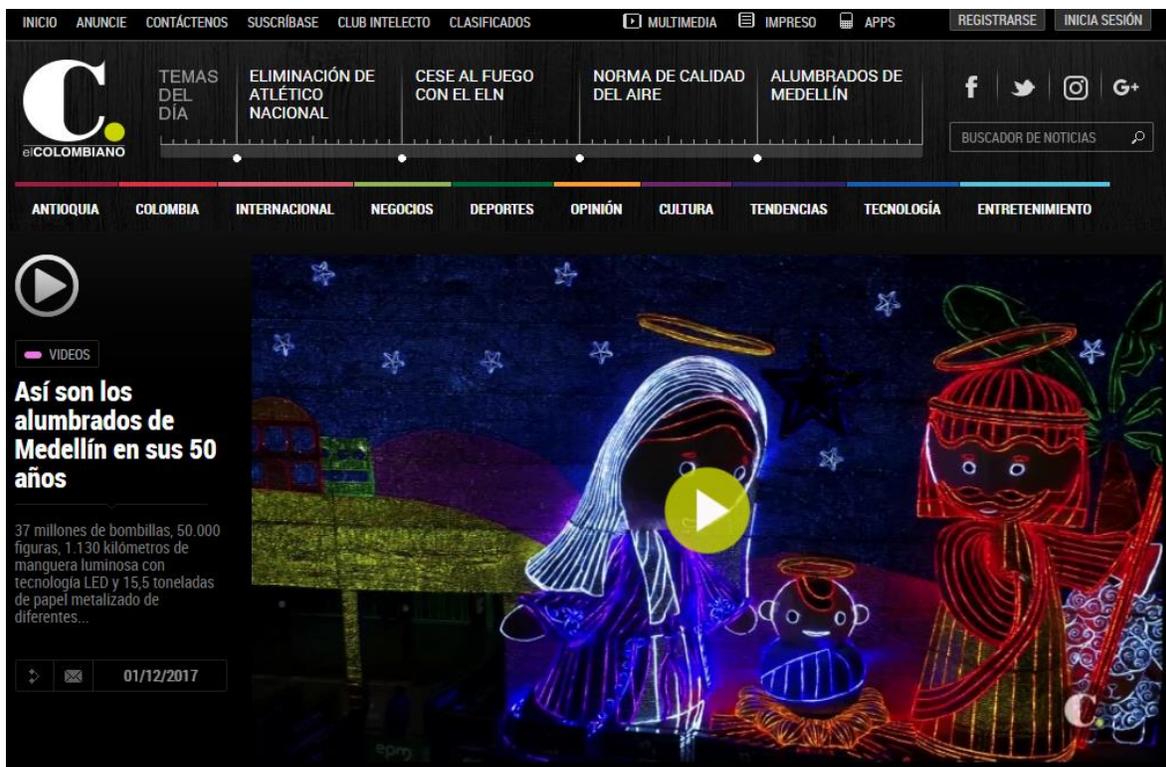


Figura 8. El Colombiano de Medellín, Antioquia tiene un espacio dirigido para los contenidos multimedia que incorporan audio, imagen o video. En la imagen se evidencia una nota periodística haciendo uso de un video.



Figura 9. El País de Cali, Valle del Cauca tiene una sección multimedia en la que se encuentra contenido clasificado por videos, fotografías, gráficos y especiales. En la imagen se evidencia el uso de audios en una nota periodística.

Semana Imágenes

Filtrar: Todas las secciones

BUSCAR

EN FOTOS | 2017-12-03

Estas son las fotografías de la semana



1 of 13

La afluencia de refugiados rwandeses que huyen de la región de Arakan en el oeste de Myanmar a Bangladesh. El número de refugiados ha disminuido en las últimas semanas para llegar a "docenas de personas" por día, por debajo de los miles en los primeros días que estalló a fines de agosto. (Firat Yurdakul - Agencia de Anatolia)

Algunos de los hechos mas importantes de esta semana en el mundo

COMPARTIDO 0 Veces



Figura 10. La revista Semana de Colombia tiene una sección conocida como ‘Especiales’ en la que se incorporan herramientas digitales como audio, video e imagen. En este caso se evidencia una galería de trece fotografías.

Poco a poco fueron surgiendo medios independientes de las grandes organizaciones. Estos nuevos medios nacieron digitales e incentivaron a los tradicionales a continuar su transición hacia la web. El estudio de Novoa (2012) afirma que el 74% de los medios digitales que existen en el país aparecieron entre los años 2001 y 2010. En esta investigación se incluyeron 745 medios, de los cuales terminaron reseñándose 650, ya que 95 dejaron de funcionar entre 2010, año del primer estudio, y 2012.

De estos, 306 de los caracterizados eran medios nativos digitales (47%); 183 eran migrados (28%), y 161 volcados, es decir, cuyo único contenido web corresponde a la misma información publicada en la plataforma original (25%). En 2008, la Fundación Ideas para la Paz (FIP) y la revista Semana «unieron sus fortalezas en el periodismo y la investigación académica» y crearon Verdadabierta.com, una página web destinada a reconstruir la memoria histórica del conflicto armado colombiano y denunciar las actividades del paramilitarismo, poco después de la puesta en marcha de la Ley de Justicia y Paz. Dentro de las más utilizadas por los medios anteriormente mencionados cobra mayor relevancia el uso de la infografía, las líneas de tiempo, los mapas de ubicación, los videos y las galerías de imágenes.

El 30 de marzo de 2009 surge La Silla Vacía, un portal de información sobre el poder y la política en Colombia, actualmente el medio nativo digital colombiano más consultado e influyente en el país. Fue fundado por Juanita León gracias a una beca de la Open Society y a inversión familiar. Se financia a través del apoyo de fundaciones, donaciones de usuarios, los ingresos generados por la publicidad y los cursos de capacitación en periodismo digital que dictan. La Silla Vacía ha creado un nuevo proyecto, llamado «La Silla Llena», que consiste en redes sociales especializadas en las que expertos debaten temas de trascendencia política para el país. Lo anterior, deja un precedente en su labor innovadora al utilizar herramientas digitales. También han puesto en marcha conceptos como newsgame, el cual es la clara demostración del periodismo de inmersión porque permite experimentar en primera persona los acontecimientos o situaciones descritas en los informes periodísticos.

Por ejemplo, [Gone Gitmo](#), una recreación virtual de [la prisión de Guantánamo](#) en [Second Life](#), utiliza audio real y fotografías de la prisión para crear una experiencia de inmersión periodística.

4.1 Vanguardia Liberal y la incursión de sus periodistas desde lo tradicional hacia lo digital

Vanguardia Liberal es el diario impreso más importante de la ciudad de Bucaramanga y del oriente colombiano. Fue fundado por el dirigente político Alejandro Galvis el 1 de septiembre de 1919 y decidió migrar hacia lo digital hace más de 20 años con el objetivo de publicar contenido en la web.

Dicho medio influye en la opinión pública del departamento de Santander de forma destacada, dado que se destaca por publicar noticias locales, nacionales e internacionales, pero su agenda prioritaria pertenece al ámbito regional.

En cuanto a su audiencia no es segmentada, no tienen en cuenta las edades y generan contenido para público en general. Con respecto a sus equipos de trabajo, para la versión impresa hay 40 periodistas distribuidos en el área metropolitana de Bucaramanga y los municipios de Barrancabermeja, San Gil y Socorro. Actualmente el diario impreso cuenta con dos editores: un subdirector y un editor para el periódico impreso. El equipo de trabajo para la versión digital <http://www.vanguardia.com/> está conformado por cinco periodistas, un community manager y un editor web. Por otro lado, la redacción está configurada bajo los siguientes parámetros: no tienen cobertura las 24 horas del día, trabajan desde las seis de la mañana hasta las dos de la tarde y desde las dos de la tarde hasta las diez de la noche.

Además, todos los periodistas, tanto los que hacen parte de la redacción tradicional como de la digital generan contenidos a partir del consejo de redacción. En cuanto al perfil profesional, el diario busca que se tenga un perfil integral: buena redacción, habilidades en la creación de videos, capacidad de edición y estar informados.

Con respecto a la generación de contenido multimedia “cada dos o tres meses generamos contenido multimedia, ya que la versión web es independiente del impreso y los temas coinciden en algunos casos, no en todos, sin embargo, hay temas a los que se les incluye videos, imágenes y audios”. (Juan Carlos. Gutiérrez, editor y encargado de la versión digital de Vanguardia Liberal, comunicación personal, 27 de julio de 2017)

Sobre el tema de las redes sociales y el ejercicio profesional del community manager, se estableció que el periódico cuenta con Facebook <https://www.facebook.com/vanguardiacom> Twitter <https://twitter.com/vanguardiacom> y

hace uso de las herramientas de Google Plus e Instagram <https://www.instagram.com/vanguardiacom>. En palabras del editor “el community manager tiene la obligación de responderle a los usuarios, la función es contar qué está diciendo la gente de lo publicado”.

En relación con las visitas al sitio web del medio, los datos cambian todos los meses, por ejemplo, en agosto de 2016 el número de visitas para dicho mes correspondió a 19 millones 62 mil 437 visitas según las métricas brindadas por Juan Carlos Gutiérrez, editor del diario. Lo anterior se da cuando el usuario ingresa y da clic. En lo concerniente a la narrativa transmedia, Vanguardia.com no cuenta con otros canales de difusión, únicamente utiliza su sitio web y las redes sociales anteriormente mencionadas.

El diario no tiene cobertura las 24 horas del día, es decir, sus periodistas trabajan desde las seis de la mañana hasta las 2 de la tarde y desde esta última hora hasta las diez de la noche. Todos los periodistas generan contenidos a partir del consejo de redacción. El perfil del periodista de Vanguardia Liberal se basa en la buena redacción, habilidades en la creación de videos, capacidad de edición y que estén bien informados, según lo mencionado por Juan Carlos Gutiérrez.

La redacción digital trabaja de manera independiente con la redacción tradicional, sin embargo, cuando los temas coinciden hay trabajo en equipo. El ‘homepage’ o página de inicio se da a través de una plataforma que permite la gestión de los contenidos en diversos escenarios, la cual es conocida como (CMS) que es un sistema que permite una manipulación ágil de la información en todos los formatos y facilita que los periodistas se centren en los aspectos editoriales.

5.0 El periodista en la era digital

El desarrollo de la profesión periodística en estos últimos años está marcado por los avances tecnológicos generando transformaciones profundas desde ‘el hacer’ hasta la forma de concebir la profesión. El periodismo profesional no tiene más allá de un siglo de vida ya que siempre han existido oficios relacionados con la recopilación y difusión de información. “El inicio del proceso de profesionalización del periodismo va indisolublemente unido a la aparición de la prensa de negocio de la segunda mitad del

siglo XIX; es consecuencia del desarrollo industrial y de los cambios sociales” (Ortega & Humanes , 2000)

En efecto, el periodismo asume una función: informar de lo que sucede sin interpretar ni indicar al lector lo que debe pensar. En consecuencia, ahora los periodistas tienen nuevas herramientas para su trabajo, no solo al momento de contar las historias, sino desde el mismo instante de sugerir enfoques, explorar nuevas rutas para obtener la información y articular los datos. Precisamente autores como Salamanca et al. (2014) identificaron cuatro cambios en el ‘hacer’ del periodismo digital:

El primer cambio alude a cómo los periodistas pueden pasar de tener hábitos muy antiguos a ser unos periodistas híper conectados que encuentran en el trabajo con otros una forma de llevar a cabo trabajos colaborativos que de otra manera no podrían realizarse. En otras palabras, es cambiar la mentalidad de que ellos son los únicos que saben hacer las cosas, a la mentalidad que valora el trabajo colaborativo con colegas e incluso con profesionales de otras áreas.

Esta conexión no alude a estar conectado a internet todo el tiempo sino saber dónde y con quién trabajar. Estar en red es mucho más que permanecer en la web. Se trata de ser un reportero que entiende que para fortalecer su trabajo y multiplicar el impacto del mismo, es posible crear redes con otros colegas, no solo en el mismo medio, sino también fuera de este e incluso más allá de las fronteras de los países.

El segundo cambio, el de jugar con el zoom sobre los hechos, muestra cómo la realidad de las historias que se cuentan ha dejado de ser meramente local. Existen primerísimos primeros planos de los hechos –para su impacto híper local–, pero también al abrir el foco se pueden ubicar esas historias en un plano panorámico en el que se tiene la habilidad de ubicar las conexiones de esa misma historia más allá de las fronteras locales, potenciando las conexiones transnacionales o incluso globales.

La era digital también ha traído un tercer tipo de evolución: ahora los periodistas están en capacidad de navegar por la información, sin desgastar sus dedos al pasar páginas y páginas en busca de datos. El acceso a información en formato digital requiere de una

nueva habilidad que permita navegar en grandes volúmenes de información concentrados en bases de datos o soportes virtuales.

Este cambio va más allá del paso del impreso a lo virtual. Convierte al reportero que usualmente trabajaba casi escondido en pilas de documentos y archivos, en una nueva especie de periodista que no le teme a zambullirse en el mundo virtual.

Por último, el cuarto gran cambio está en la manera en que se cuentan las historias, dado que los periodistas que transitan por la era digital saben que tienen más herramientas para la divulgación de su trabajo (más allá de los formatos tradicionales impresos, audiovisuales y sonoros), y ven esta posibilidad como un reto para aventurarse en experimentos narrativos con el apoyo de toda suerte de herramientas multimedia. Se deja al descubierto una nueva visión del profesional de los medios virtuales y la aparición de una demanda de profesionales con este nuevo perfil.

Ante un nuevo panorama de segmentación y especialización de contenidos, unido a la aparición de una figura más activa del usuario autosuficiente y participativo, los nuevos profesionales han de tener una mayor formación cultural y tecnológica además de ser más versátiles y polivalentes. Adaptado a los nuevos medios y a las demandas de los nuevos usuarios. En ese sentido, el uso y la incorporación de herramientas digitales en el periodismo hace además de nuevas formas de contar las historias. Según Chamorro, (2009), el efecto de las herramientas digitales en el periodismo se manifiesta, principalmente, en tres vertientes: la dinámica de la construcción de la noticia o información; el ejercicio profesional, que remite al tema de las habilidades necesarias para sobrevivir y prosperar en el nuevo entorno (la capacitación), y la situación de los medios tradicionales.

5.1 Géneros periodísticos en la red

Los géneros periodísticos para la web, son la respuesta clave a las necesidades de comunicar en los entornos virtuales y de mostrar avances en el discurso periodístico en los cibermedios. Salaverría & Cores (2005) los agrupa en cinco tipos de géneros: informativos, dialógicos, argumentativos y/o de opinión, interpretativos e infografía digital.

- Género informativo: este se encarga de divulgar datos y hechos de modo claro y conciso, pero sin mostrar pasión en la descripción de ellos, tal como se puede reflejar de manera contraria en el género interpretativo.

De esta clasificación hace parte la noticia, dado que es el género emblemático del periodismo. Lo ha sido antes de Internet y lo sigue siendo también en la red. Los cybermedios ofrecen un lugar preeminente a este género, que ocupa la mayor parte de la producción de contenido.

EL HERALDO

Junior 2 (2) América 2 (4): la Liga tampoco fue para los rojiblancos



Hansel Vásquez



POR: RAFAEL CASTILLO
VIZCAINO
@Rajocavi

RINCÓN JUNIORISTA | Actualizado hace 9 minutos

Escuchar ▶

En un partido que Junior dominó a su antojo y que estaba para goleada, terminó embolatándose por un nuevo tanto en la agonía del juego y por la vía aérea. En los 90 minutos culminó 2-2. Carlos Bejarano atajó dos penales (Mier y Chará).

 479
 10

TEMAS TRATADOS
 JUNIOR DE BARRANQUILLA -
 AMÉRICA DE CALI -
 LIGA ÁGUILA II 2017



Junior superó, dominó y pudo golear al conjunto escarlata, pero no acertó en la definición, el árbitro Wilmar Roldán anuló mal un gol de Teófilo Gutiérrez y Éder Castañeda, con un cabezazo en medio de una salida en falso de Sebastián Viera, consiguió el empate 2-2 que forzó a la definición por tiros desde el punto penal, donde se impusieron los visitantes 4-2.

Teófilo Gutiérrez (a los 20 minutos) puso en ventaja a los dirigidos por Julio Comesaña, Juan Camilo Angulo consiguió la igualdad parcial (26) y Germán Gutiérrez volvió a poner arriba a los locales (37).

Junior fue amo y señor del juego y en el segundo tiempo siempre estuvo más cerca su tercer gol que la paridad de los rojos. El empate no estaba en los planes de nadie, pero sucedió lo que ya había padecido el equipo en juegos anteriores. Un descuido en la agonía del encuentro se pagó demasiado caro.

Esta vez fue Viera quien falló al salir a cortar el cobro de una dudosa falta y Castañeda (87) se convirtió en héroe americano con un cabezazo que firmó un 2-2 impensado e injusto.

Fue una derrota tan inesperada como inmerecida. Los tiburones ganaban 2-1 con amplia superioridad, tenían contra las cuerdas a los 'Diablos Rojos', le pegaban como y cuando querían, tocaban a su antojo, lo tenían grogui, pero faltó el golpe de gracia para dejarlo en la lona.

Roldán se lo negó a Teo increíblemente con un supuesto fuera de lugar que jamás existió. Lástima que no hay VAR en el fútbol colombiano. Nunca hubo offside en ese tanto que significaba el 3-1.

Junior, que comenzó con el oncenno titular que la gente le pide a Comesaña (y que se esperaba ante Flamengo), entró paciente a su búsqueda del gol. Era evidente que

Figura 11. Noticia del diario colombiano El Heraldó en su sitio web. “Junior 2 América 2: la Liga tampoco fue para los rojiblancos”. La noticia corresponde al género informativo.

- Género dialógico: éste propicia la comunicación entre dos o más lectores por medio de textos escritos u orales, que pueden llevarse a cabo en sincronía, es decir, los usuarios realizan diálogos en tiempo simultáneo; o en modo asincrónico, lo que se refiere, a comentarios que hacen los mismos a la producción noticiosa y al intercambio de mensajes en modo diferido.

De esta clasificación hacen parte la entrevista, el chat, las comunidades virtuales, los foros y las encuestas.

EL PAÍS

EL PAÍS SEMANAL

Reportajes Entrevistas Personajes Columnas Psicología y bienestar Tendencias Vídeos

ENTREVISTA >

Kepel: “Los yihadistas consideran a Europa el punto flaco de Occidente”

¿Cuándo y dónde nació la yihad? ¿Cómo ha evolucionado? ¿Por qué ataca a Europa? ¿Quiénes son los terroristas que matan en nombre del islam?

El politólogo francés Gilles Kepel recorre desde Afganistán a Francia a través del Magreb y Oriente Próximo hasta desembocar en las últimas matanzas de París

Álex Vicente

13 DIC 2016 - 18:00 COT

La pregunta que se hace todo el mundo es qué pasará ahora. ¿En qué mundo viviremos durante los próximos meses o años? Solo hay una manera de responder a esa pregunta: contextualizando lo que está sucediendo, dándole una perspectiva histórica y procurando entender que nos encontramos ante una nueva generación de yihadistas, la tercera, que es muy distinta a las dos anteriores, pero que a la vez supone una síntesis de ambas. Antes de saber adónde vamos, debemos tratar de entender de dónde venimos.

Eso opina también el escritor Michel Houellebecq, que culpa a la clase política de lo ocurrido... No sé si sabe que Houellebecq afirma que se documentó con mis libros para escribir *Sumisión*, lo que me valió muchas críticas de mis colegas. ¿Qué culpa tendré yo de que quisiera leerme?

Figura 12. Entrevista del diario español EL PAÍS en su sitio web. Kepel: “Los yihadistas consideran a Europa el punto flaco de Occidente”. La entrevista corresponde al género dialógico.

- Género argumentativo y/o de opinión: en este tipo de géneros se producen gran cantidad de textos que pueden catalogarse como de opinión, editoriales, columnas o sueltos, debido a la argumentación implícita, donde la persona encargada de la redacción recurre a juicios valorativos que van desde lo bueno hasta lo malo, y de lo conveniente hasta lo inconveniente. Este manejo de la argumentación suele identificarse con mayor presencia en los medios digitales que en los medios tradicionales.

De esta clasificación hacen parte las columnas de opinión, los blogs, las caricaturas, editoriales, ilustraciones y sondeos. En este caso el principio es la opinión y no la información como tal.

La principal característica de este género es la generación de diálogo. Dentro de las características de la web se evidencia el debate, la hipertextualidad, la y la interactividad.

Opinión

Filtrar por autor



DANIEL CORONELL | 2017/09/30 22:15

El impune Holger

Una misteriosa mano borró de la hoja de vida del entonces congresista las líneas que indicaban que había sido gerente general de la empresa Salud con Calidad Limitada.

COMPARTIR



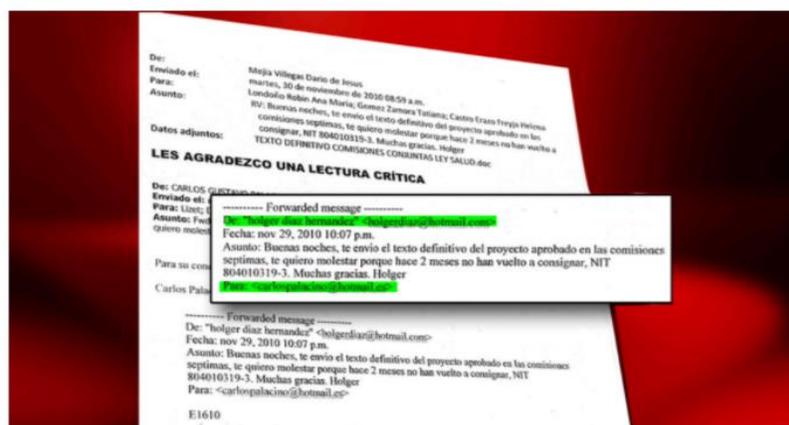
El Consejo de Estado vino a quitarle a Holger Díaz la investidura de congresista cuando ya llevaba tres años sin serlo. La extemporánea sanción le llegó acompañada de “la muerte política”. Eso es lo único que le ha pasado al Representante a la Cámara que tramitó una reforma de la ley para favorecer a Saludcoop mientras le pedía plata al presidente de ese pulpo responsable —en buena parte- del colapso de la salud en Colombia.



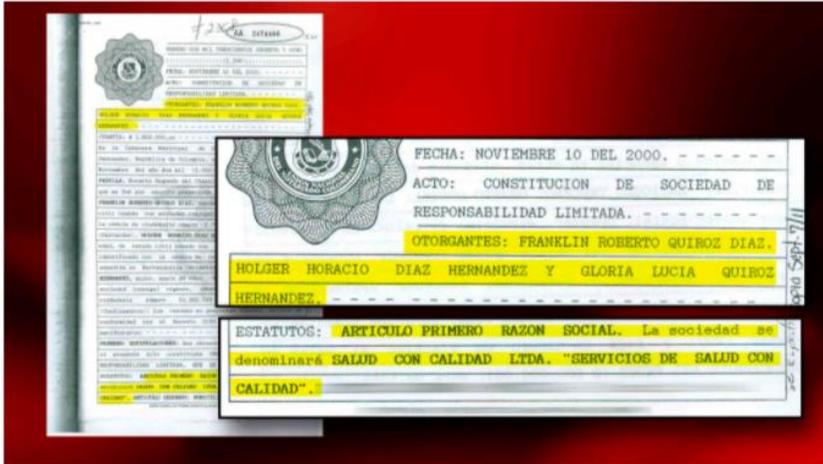
La decisión del Consejo de Estado, a pesar de ser tardía, resulta casi ejemplar frente a la impunidad total con que la Procuraduría de Alejandro Ordóñez obsequió a Holger y la morosidad de la Corte Suprema de Justicia que ha tenido el expediente ganando polvo en el despacho del magistrado José Luis Barceló.

La prueba reina contra Holger Díaz fue publicada en esta columna hace más de seis años.

Se trata de un correo electrónico enviado por el entonces representante a la Cámara Holger Díaz al presidente de Saludcoop Carlos Gustavo Palacino que fue encontrado por funcionarios de la Contraloría. El e-mail fue enviado por el usuario holgerdiaz@hotmail.com pasadas las 10 de la noche del 29 de noviembre de 2010 y dice lo siguiente: “Buenas noches, te envío el texto definitivo del proyecto aprobado en las comisiones séptimas, te quiero molestar porque hace 2 meses no han vuelto a consignar, NIT 804010319-3. Muchas gracias. Holger”.



El número de identificación tributaria corresponde a una empresa llamada Salud con Calidad Limitada, fundada por el propio Holger Díaz, por su esposa Gloria Lucía Quiroz Hernández y por su suegro Franklin Quiroz Díaz.



Holger traspasó sus acciones en esta compañía unos días antes de convertirse en congresista pero la empresa siguió en manos de familiares de su esposa Gloria Lucía Quiroz.

Cuando se conoció el e-mail que mostraba el claro conflicto de intereses y la petición monetaria del congresista a Saludcoop, la primera reacción de Holger fue asegurar que nunca había escrito el mensaje: "Considero que el correo fue clonado. Es absolutamente claro que ese tipo de correo no se ha enviado. Soy alguien que siempre busca hacer las cosas bien".



Sin embargo a Holger no le quedó más remedio que aceptarlo, un tiempo después, porque existía trazabilidad técnica que demostraba su autoría. El documento con su declaración ante el ministerio público señala: "En su versión libre el disciplinado admitió haber enviado el correo electrónico al otro correo (...) reconociendo su contenido en intervinientes".

Figura 13. Columna de opinión del periodista Daniel Coronell “El impune Holger” publicada en el sitio web de la Revista Semana.

- Género interpretativo: Es aquel que pone el énfasis en situar la información en su contexto para explicar sus causas y procesos, así como sus posibles

consecuencias y finalidades. Dicho de otro modo, los géneros interpretativos se preocupan de responder sobre todo a las cuestiones cómo, por qué y para qué.

Entre los géneros periodísticos que cumplen este cometido interpretativo se destaca el reportaje, los especiales, la crónica y el perfil.



Figura 14. Especial de la Revista Semana “Padres que vencieron el temor” publicado en su sitio web. El especial corresponde al género interpretativo.

- Infografía digital: es una herramienta valiosa para presentar información compleja. Hasta cierto punto su lectura puede ser lineal. En la web se caracteriza por el movimiento, la hipertextualidad, la interactividad y el diseño.

Las modalidades textuales que en el entorno de los cybermedios permiten aludir la propuesta de la infografía, cuya principal característica es informar a través de diferentes unidades gráficas.



Figura 15. Infografía del diario colombiano EL TIEMPO en su sitio web ¿dónde están los billetes que ya no usamos? La infografía corresponde al género informativo.

En consecuencia, Noci & Salaverría (2003) en su investigación Manual de redacción ciberperiodística proponen una clasificación de los géneros del ciberperiodismo:

Géneros del ciberperiodismo y herramientas digitales

Géneros del ciberperiodismo	Géneros periodísticos tradicionales	Herramientas digitales
Género informativo	Noticia	iVoox, Soundcloud, Spreaker, Timeline JS, Facebook, Twitter

Género dialógico	Entrevistas, chats, comunidades virtuales, foros y encuestas	Facebook Live, Hangout, YouTube, Storify, Playbuzz, SurveyMonkey, Twitter
Género argumentativo	Columnas de opinión, blogs, caricaturas, editoriales, ilustraciones y sondeos	Playbuzz, Paper.li
Género interpretativo	Reportaje, especiales, crónica y perfil	Google Maps, Google Earth, Storymap, Wiki-Map, Street Map, YouTube, Juxtapose,
Infografía digital	Infografías individuales y colectivas	DataWrapper, Infogram, Piktochart, Canvas, Thinglink, Genial.ly, Easel.ly, Amcharts.

Tabla 5. Nota Fuente: (Noci & Salaverría , Manual de redacción ciberperiodística , 2003)

Fuente: Herramientas digitales – Elaboración propia

5.2 Redacción Web

En Internet los bloques de texto ahuyentan a los usuarios, pero existen fórmulas para facilitar el escaneo, entre estas están los intertítulos, las enumeraciones, y la diferenciación por color.

Los intertítulos permiten dividir el texto en temas e identificar cada uno de ellos. Deben ser frases con sentido completo, le deben decir al lector qué puede encontrar en los párrafos que siguen. Así en una lectura escáner, los lectores caerán en los intertítulos y seleccionarán los que les llamen la atención.

En términos de escritura Web, las enumeraciones son otra manera de romper la uniformidad del texto y facilitar al usuario encontrar lo que está buscando. Los ítems dentro de una enumeración permiten ofrecer una lectura no lineal del contenido. Así

mismo, “son una puerta de entrada al concepto de estratificación de información, ya que cada uno de ellos se puede convertir en un enlace” (Franco, 2008)

Ahora bien, la utilización del color también es empleada para romper la uniformidad del texto y atraer al usuario. En estos se encuentran a los enlaces que en sí mismos son un elemento destacado por color dentro del texto, que rompe la uniformidad, llama la atención del usuario e induce a dar clic en él. Los enlaces pueden ser el punto de entrada a capas profundas de información.

También está la negrilla, un recurso de diferenciación por color, sirve para diferenciar preguntas en una entrevista, primeras palabras de ítems dentro de una enumeración, palabras sueltas o frases completas dentro de un texto. Es función del editor Web qué frases son destacadas usando negrilla.

Los párrafos cortos como otra forma de romper la uniformidad del texto, son formados por algunas frases que facilitan el escaneo y la obtención de la información buscada.

Kilian (1999), autor del libro ‘Writing for the Web’, adopta una posición más radical: recomienda entregar una idea por párrafo. “Con frecuencia, los usuarios que están escaneando el texto leerán solo la primera oración. Si usted cubre muchos temas en un simple párrafo, muchos usuarios nunca conseguirán ver la segunda idea, si la primera no detiene su ojo mientras escanean la página. La idea es impartir su mensaje tan pronto como sea posible, dado que no hay tiempo” dice Kilian. Lo anterior hace alusión a los elementos básicos de la web, un primer nivel de herramientas web.

Algunos estudios sobre el uso de las herramientas digitales en la producción noticiosa

Casos como el de VilaWeb, referenciado en el estudio de Hernández (2014) “Evaluación de las herramientas web 2.0 en el periodismo digital: el caso de VilaWeb” buscó analizar este portal informativo más antiguo de Cataluña, España, un cibermedio nativo de contenido general y local, de actualización constante, que contempla todos los modelos de comunicación y cuya finalidad de contenidos es: informativa, comunicativa, y de intermediación y servicios.

Su metodología se basó en el modelo de análisis propuesto por Lluís Codina centrándose en el uso de las herramientas web 2.0. Dicho modelo distingue entre dos tipos de indicadores: generales y específicos. Los tres componentes básicos de la metodología empleada son los parámetros, los indicadores y los procedimientos.

El objetivo del grupo de parámetros e indicadores que presenta Codina (2006) es aportar criterios de calidad para espacios web o publicaciones que se mueven en el mundo social y cultural en sentido amplio: webs de medios de comunicación, de universidades, publicaciones en línea de la cultura y la ciencia, webs de museos, webs de la administración, etc. Es decir, webs donde la función principal es proporcionar acceso a información.

Los parámetros se agrupan en secciones por afinidad funcional, para facilitar el análisis. En esta metodología, se propusieron cuatro secciones:

I. Contenido. Que incluye aspectos sobre la fuente y la autoría individual o colectiva, personal o corporativa del recurso.

II. Acceso a la información. Examina los aspectos de organización y estructura de la publicación, la arquitectura de la información.

III. Visibilidad. Los aspectos de la presencia del recurso en el contexto global de Internet.

IV. Usabilidad. Determina la facilidad de uso de aquellas opciones que implican algún tipo de actividad, como por ejemplo la participación en foros.

Cada una de estas secciones tiene una serie de parámetros, con sus correspondientes indicadores que determinan la calidad, y en cada indicador pueden encontrarse diferentes elementos. En la metodología aportada por Codina (2006) se proponen los siguientes componentes para cada indicador:

Nombre del indicador	
Definición	Presentación del indicador. Una descripción no ambigua del indicador.

Examen	Preguntas de revisión para adoptar decisiones sobre la calidad del indicador.
Explicaciones/ ejemplos	Ejemplos de recursos que ayudan a entender cómo evaluar el indicador.
Procedimiento/ fuente de información	Orientaciones sobre las operaciones aconsejables para proceder a la evaluación y la fuente principal de información para el indicador.
Puntuación	La escala de puntuación para el indicador. Una puntuación del tipo 0-1 puntúa de manera binaria (bien/mal) el cumplimiento. En cambio, si se recomienda una puntuación tipo 0-3, significa que se puede matizar entre un mal cumplimiento (0); un cumplimiento suficiente, pero con limitaciones (1); un cumplimiento notable (2); un cumplimiento excelente (3).

Tabla 6. Componentes de cada indicador. Fuente: Adaptado de Codina (2006).

Los primeros valoran la totalidad de la web independientemente de su género o tema, mientras que los específicos valoran los elementos característicos propios de la página diferenciándolos entre internos (los que la página debería tener) y externos (aquellos que permiten observar el impacto de la web social en la prensa digital).

Dicho análisis tuvo un periodo de observación durante los meses de mayo y septiembre de 2013. De igual manera, los resultados se compararon con un estudio realizado por la Universidad de Lleida, (España), durante el año 2010, así pudieron determinar si el portal de información VilaWeb, se adaptó a los cambios producidos en Internet en los últimos años.

Siguiendo la metodología del profesor Codina, la puntuación global se obtiene dividiendo el total de puntos por el número de indicadores que se han aplicado (Codina, 2006). De este modo, si se hubiera obtenido la mejor puntuación posible (139 puntos), el valor máximo de la escala de un hiperdocumento que cumpliera todos los indicadores aplicados (55) sería de 2,52. Así, la traducción cualitativa que se aplica a los datos cuantitativos obtenidos de la evaluación sería de 0 (valor mínimo) a 2,52 (valor máximo), entre los cuales cabe definir que de 0 a 0,63 la calidad sería mala, de 0,64 a 1,26 la

calidad sería regular, de 1,27 a 1,89 la calidad sería buena y de 1,90 a 2,52 la calidad sería excelente.

En el caso de *VilaWeb* se han aplicado los 55 indicadores y se ha obtenido en el análisis de 2009 un total 126 puntos. Así, la puntuación global del hiperdocumento en ese año es de 2,29 puntos (ver tabla 6). El hiperdocumento analizado en 2010 ha obtenido un total de 129 puntos, con una puntuación global final de 2,34 puntos (ver tabla 6). Esta puntuación sitúa el ciberperiódico como un hiperdocumento de excelente calidad, tanto en 2009, como en 2010, después de su remodelación.

Otro estudio es el Desarrollo de los Cibermedios en Colombia, Said-Hung et, al. (2011) buscaron analizar 38 diarios digitales de Colombia para determinar la evolución de los cibermedios, enfocando su atención a la incorporación de las herramientas digitales.

Con este trabajo los autores buscaron analizar el grado de adopción del ciberperiodismo en Colombia, mediante la elaboración de un indicador que contribuyera a la medición de la calidad de los medios digitales del país. Este análisis se aplicó en 38 diarios digitales activos en mayo de 2010, según el listado de prensa escrita en Colombia. Con los diarios analizados en ese estudio se abarcan todos los ámbitos de difusión en Colombia: nacional, regional, departamental y local (Ver tabla 6).

Los medios analizados en esa investigación fueron:

- Nacionales: El Tiempo, El Espectador, El Espacio, La República, Portafolio, El Colombiano
- Regionales: El Herald, La Patria, La Nación, El diario de Huila, El diario del sur, La crónica del Quindío, El país, El diario de occidente, La tarde, La vanguardia
- Departamentales: El nuevo siglo, El nacional, El periódico, El mundo, La opinión, El universal, El liberal, El pilón, El meridiano de Córdoba, El diario del norte, El diario del Magdalena, El informador, El diario, El frente, El meridiano de Sucre
- Locales: Diario deportes, La libertad, El diario de Magangue, El comunicador, Q'Hubo, Extra, ADN. <http://www.prensaescrita.com/america/colombia.php> Se tomaron como diarios de control las versiones online de The New York times de

Estados Unidos y El país de España, que se encuentran entre los principales medios de comunicación digitales según el ranking de Alexa: The New York times se encontraba el 25 de abril de 2010 en el puesto 93 de las webs con mayor tráfico a nivel mundial, y 23 de Estados Unidos; y El país estaba en el puesto 548 mundial y 16 de España

Para el estudio se utilizó el modelo de análisis propuesto por Rodríguez-Martínez et al. (2010) Y se tomaron como referentes un conjunto de indicadores como los siguientes:

1) Generales, que miden la accesibilidad del sitio web, su visibilidad y popularidad, entre los aspectos que toda web de un diario digital debe cuidar.

2) Específicos internos, que dan cuenta de la profundización de la información, las herramientas de interacción empleadas en los diarios digitales, así como la personalización de la información, y de aquellos elementos que el sitio de un diario digital debiese incluir.

3) Específicos externos, relacionados con el impacto de las webs sociales en los diarios digitales, en el que se miden los mecanismos de fidelización de los usuarios mediante las plataformas de la web 2.0 y otras herramientas dispuestas en los diarios, así como los mecanismos de difusión de los contenidos generados en los mismos.

El estudio, que forma parte del proyecto “Los cibermedios en Colombia y América Latina” (adelantado desde la Universidad del Norte en Colombia, con el apoyo de la Universidad de los Andes en Venezuela en 2010), analizó la página principal y todas las secciones de los 38 diarios digitales seleccionados en Colombia. La medición se realizó en días alternos (de lunes a domingo), a lo largo de un mes de análisis, desde el 25 de abril hasta el 25 de mayo de 2010. Durante este período se realizaron mediciones de repetición y verificación, que garantizaron la consistencia de los datos.

Ranking de los Top 10 cibermedios en Colombia
Portafolio www.portafolio.com.co

El Tiempo www.eltiempo.com
El Colombiano www.elcolombiano.com
El Universal www.eluniversal.com.co
Vanguardia Liberal www.vanguardia.com
La República www.larepublica.com.co
El Espacio www.elespacio.com.co
El Heraldó www.elheraldo.com.co
Nuevo Siglo www.elnuevosiglo.com.co
El País www.elpais.com.co
La Patria www.lapatria.com
La Nación www.lanacion.com.co
El Espectador www.elespectador.com

Tabla 7. Nota Fuente: (Said-Hung, E., Arcila-Calderón, C., & Méndez-Barraza, J. (2011). Desarrollo de los Cibermedios en Colombia . *El Profesional de la Información*, 47-53).

Los medios del Ranking de los Top 10 de los Cibermedios en Colombia (ver tabla 7) se ubican en puestos privilegiados de liderazgo en Colombia. Hay que tener en cuenta que las cabeceras que lideran el escenario de cibermedios en este país aún siguen perdiendo importantes puntos tanto en los indicadores específicos internos (en especial en la profundización de la información y las herramientas de interacción) como en indicadores externos (es decir, en el nivel y forma de empleo de las plataformas de la web 2.0 en dichos medios). Fue uno de los hallazgos de la investigación.

Según Said-Hung et al. (2011) Los resultados señalan que si bien el desarrollo de los cibermedios colombianos aún es insuficiente en lo relativo a la accesibilidad, los medios

de comunicación están forzando las transformaciones en materia de calidad. El ranking propuesto en dicho estudio así como el detalle de los indicadores, contribuye a la descripción del estado de los cibermedios en Colombia y sienta un punto de referencia para la futura comparación con el resto de países de América Latina.

6. METODOLOGÍA

6.1. Enfoque de la investigación

El proyecto de Herramientas digitales en la sección de Bucaramanga de Vanguardia.com tiene un enfoque cualitativo puesto que, según la metodología de investigación propuesta por Hernández et al. (2014) Los estudios cualitativos “pueden desarrollar preguntas o hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos”.

En este caso se quiere investigar si la sección Bucaramanga del diario Vanguardia Liberal en su versión digital está haciendo uso de las herramientas digitales para informar de mejor manera.

6.2 Tipo de investigación

Retomando a Hernández et al. (2014) Entre los tipos de estudio que existen están los descriptivos, los cuales permiten detallar situaciones y eventos; decir cómo son y cómo se manifiestan para precisar sus características. En él pueden incluirse personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Por eso es que esta investigación es descriptiva, ya que pretende identificar las herramientas digitales que se utilizan en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com, estableciendo el uso, determinando los géneros periodísticos en los que se incorporan dichas herramientas y conocer los temas en los que se encuentran.

6.3 Perspectiva metodológica

El presente proyecto investigativo está enmarcado en el paradigma interpretativo, específicamente de la hermenéutica, porque desea estudiar la implementación de las herramientas digitales utilizadas en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com. Haciendo esto, el trabajo acudirá al análisis de dicho periódico en su versión digital.

Así, lo anterior es ratificado por Casilimas (2002) cuando afirma que: “el trabajo interpretativo que pretenden adelantar las distintas corrientes identificadas con la hermenéutica, parte de reconocer como principio, la posibilidad de interpretar cualquier

texto, en una de dos formas principalmente. La primera, como una interpretación literal y la segunda, como una interpretación a partir de la reconstrucción del mundo del texto”.

Según Hoyos (2009) “la hermenéutica no puede acudir a ningún apoyo diferente a la comunicación misma”, lo cual quiere decir que el diario Vanguardia Liberal, en su versión digital es una expresión de la comunicación que merece ser comprendida y analizada desde su relación con los nuevos retos a los que se enfrenta el periodista en la era digital. Además, las herramientas digitales que se identificarán son una expresión clara del campo de la comunicación.

Entonces, la hermenéutica es el eje central de la investigación, dado que se estudiará a través de una planilla de observación la implementación de las herramientas digitales, por lo cual, resulta ser un estudio interpretativo.

6.4 Métodos de investigación en entornos digitales

La incorporación y el uso de las tecnologías de la información y comunicación, TIC en la sociedad en general han hecho que se produzcan nuevas formas en el campo de acción de la investigación cualitativa al suministrar otras posibilidades para su desarrollo y nuevas situaciones sociales en los espacios de interacción.

Dichos entornos digitales se convierten en generadores de gran potencial documental, observacional y conversacional. Según López & Cruz Sánchez (2006) está la recolección de datos que existe en formas convencionales como las bibliotecas, las entrevistas, los documentos, ya sean escritos, visuales o auditivos. Por otro lado, si la denominamos no convencional, en estos casos con ayuda de las TIC, tenemos una recolección de información digital. La actualidad se ve sustentada por las nuevas tecnologías o nuevas maneras de recolectar información, tales como las bases de datos en línea, los enlaces a compilaciones, las discusiones e intervenciones a través de un computador, bibliotecas digitales, textos digitalizados, sistemas multimedia, entrevistas por internet, videograbaciones, simulaciones y en redes sociales, los ‘me gusta’, ‘compartir’, ‘retuit’, reproducciones entre otras.

En general, las TIC brindan al investigador la posibilidad de utilizar el audio, el video, la imagen, los datos en textos escritos o hablados, todos recolectados a través de la mensajería del correo electrónico, de los foros de discusión, la observación en línea, el monitoreo o registros de todas las acciones producidas por los objetos a indagar mediante un equipo informático.

La incorporación de las TIC en la sociedad genera una redefinición y ampliación del campo de actuación de la investigación cualitativa, de igual forma crea amplias posibilidades para su desarrollo, por lo que el camino a seguir debe estar basado en la integración de tres metodologías complementarias para la recolección de los datos: las observaciones en línea y el análisis de contenido, según lo mencionado por (Sade-Beck, 2004). Se propone una metodología nueva para la investigación cualitativa basada en internet, la cual se fundamenta en la combinación de técnicas de recolección de datos on-line como off-line, considerando que esta metodología es la llave para lograr una información completa de las situaciones u objetos en estudio.

En ese sentido, términos como la netnografía se presenta como un nuevo método investigador para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales. El método surge de la aplicación de la etnografía al estudio del ciberespacio. Su pretensión radica en ocuparse de lo que ocurre en la red de redes. “Es un método cualitativo e interpretativo pensado de modo específico para investigar el comportamiento del consumidor en los entornos de las comunidades y culturas en uso en internet”. (Washington, 2008).

Lluís Codina es profesor de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y es experto en temas relacionados con la Web 2.0, documentación periodística e investigación en línea. Codina (2000) plantea la Evaluación de Recursos Digitales, un procedimiento formalizado, es decir, constituido por un método explícito y articulado, por el cual se determina la calidad de un recurso digital.

Esta metodología puede ser útil en diversos contextos, aunque se han teniendo en cuenta, según las necesidades profesionales del mundo de la documentación científica y técnica.

En primer lugar, y aunque ya hemos señalado que no existe un acuerdo total sobre todos los aspectos que deben contemplarse, hay unos cuantos de ellos sobre los que existe bastante unanimidad y que son los siguientes: contenido, autoría, ergonomía, representación de la información.

Ahora bien, si quisiéramos reducir aún más la lista, podríamos elegir los dos primeros criterios exclusivamente: contenido y autoría. En concreto, el criterio de contenido debe contemplar indicadores tanto sobre la calidad como de cantidad de la información. Entre los primeros están los siguientes: el rigor, la exhaustividad, la actualización, la edición, la sistematización, el interés intrínseco y la originalidad. Sobre la cantidad de información tenemos como indicador el grado de cobertura o indicadores y métodos de exhaustividad de la información respecto al campo tratado.

La necesidad de evaluar radica en que a medida que la Internet vaya creciendo, será más necesario para los profesionales de la documentación disponer de criterios sólidos para saber evaluar recursos digitales y determinar su valor o su capacidad relativa para cumplir sus objetivos. La estructura de dicha propuesta metodológica se articula en tres partes: conceptos, indicadores y procedimientos.

10. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

7.1 Muestra

Respondiendo a los objetivos de la investigación y siguiendo los métodos probabilísticos para la selección de una muestra representativa que permita continuar con el estudio, se eligió aleatoriamente ocho días de la cuarta semana del mes de noviembre de 2017 para aplicar los instrumentos de recolección de información elaborados con base a los conceptos y teorías que se han incorporado al inicio del documento.

Hay que decir que la observación se realizó los días lunes 20, martes 21, miércoles 22, jueves 23, viernes 24, sábado 25, domingo 26 y lunes 27 del mes anteriormente mencionado para un total de una semana en los siguientes rangos de horario (Hora colombiana):

- 7:00 de la mañana a 9:00 de la mañana
- 12:00 del mediodía a 2:00 de la tarde
- 6:00 de la tarde a 8:00 de la noche

Dichos horarios se deben a los ritmos de lectura de los usuarios, dado que Vanguardia.com comienza a realizar sus actualizaciones desde las 12 de la media noche del día anterior. En ese orden de ideas, el horario de la mañana comprendido desde las 7 hasta las 9, es un periodo de alta lecturabilidad, porque el público ingresa en ese lapso de tiempo para actualizarse sobre lo que será noticia en el día.

De 12 del mediodía a 2 de la tarde los usuarios ingresan a la plataforma a la espera de encontrar información nueva o también ampliación de los hechos presentados en el primer horario de la mañana. Posteriormente la audiencia entra al sitio web de Vanguardia.com de 6 de la tarde a 8 de la noche para conocer los hechos de última hora del día, pero también con la intención de tener un anticipo de lo que será noticia al día siguiente.

Siguiendo con lo anterior, los horarios fueron estipulados con el fin de otorgarle a Vanguardia.com el tiempo para actualizar los datos que presentan diariamente, y así enriquecer el ejercicio.

Se siguió una actividad que inicia con el pdf del día que hace alusión a la página principal de la versión impresa de Vanguardia Liberal. Luego, el home de Vanguardia.com, compuesto por la sección de Bucaramanga y el área metropolitana constituida por Bucaramanga, Floridablanca, Girón, Piedecuesta y Vigilante Ciudadano, una sección en la que se encuentra información de los municipios.

Para analizar se tuvieron en cuenta las dos notas principales que aparecían en cada sección (Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta) En cuanto a la sección de

Vigilante Ciudadano se tuvo en cuenta la primera nota que aparecía, ya que es un espacio alimentado por la información suministrada por los ciudadanos.

La siguiente tabla está compuesta por la clasificación general, las herramientas digitales que las componen según sus funciones y el uso en las notas periodísticas publicadas por Vanguardia.com

Herramientas digitales para periodistas y sus respectivas funciones

Clasificación	Herramienta
Compartir audio	<ul style="list-style-type: none"> • MP32Tube (www.mp32tube.com): Para subir audios en MP3 a YouTube. • iVoox (www.ivoox.com): Para escuchar y publicar gratuitamente audios y música en línea, sin límite de almacenamiento ni transferencia. • SoundCloud (https://soundcloud.com/): Permite subir y compartir cualquier tipo de audio. • Spreaker
Video	<ul style="list-style-type: none"> • Youtube • Powtoon: videos explicativos www.powtoon.com • Videoscribe: videos explicativos http://www.videoscribe.co/ • Vibby: videos explicativos https://www.vibby.com/ • Goanimate: videos explicativos http://goanimate.com • Moovly: videos animados www.moovly.com
Para ubicar geográficamente	<ul style="list-style-type: none"> • Google Maps • Google Earth • Storymap https://srotymap.knightlab.com/ • Wiki-Map, • Street Map
Video en directo y conferencia gratuita	<ul style="list-style-type: none"> • Skype (www.skype.com/intl/es): Sigue siendo la opción más usada, aunque requiere descarga, pero es gratuito y muy sencillo de usar. • Facebook Live • Hangouts (http://www.google.com/intl/es/+learnmore/hangouts/): Hangouts remplazaron otras herramientas de Google, como Google

	<p>Talk y Messenger, en una única aplicación, por lo que incorpora la videoconferencia y el videochat de manera fácil y dinámica.</p>
Elementos gráficos gratuitos	<ul style="list-style-type: none"> • Comic Strip Generator (www.comicstripgenerator.com/maker.asp): Herramienta que permite diseñar caricaturas de manera sencilla y gratuita.
Herramientas Gráficas para Periodismo de Datos (Infografías)	<ul style="list-style-type: none"> • DataWrapper (http://datawrapper.de/): Con interfaz disponible en español. Permite contar noticias a partir de datos sencillos y fáciles de diseñar. • Infogram (http://infogr.am/): Crea gráficos interactivos, mapas e infografías. Permite descargarlos y proporciona un código de inserción. • Piktochart (http://piktochart.com/): En tres sencillos pasos, crea infografías sin necesidad de contar con experiencia previa. La versión gratuita no permite eliminar la marca de agua. • Canvas: infografía interactiva https://www.canva.com/ • Thinglink https://www.thinglink.com/ • Genial.ly https://www.genial.ly/es • Easel.ly https://www.easel.ly/ • Amcharts https://www.amcharts.com/
Crear líneas de tiempo	<ul style="list-style-type: none"> • Dipity (http://www.dipity.com/): Permite insertar fotografías y otros elementos gráficos de manera cronológica. • Timeline JS (https://timeline.knightlab.com/): Herramienta de código abierto para construir líneas de tiempo visualmente atractivas, disponible en 40 idiomas
Nuevas Narrativas:	<ul style="list-style-type: none"> • Storify (https://storify.com/): es la herramienta más popular en este campo, ya que permite de manera rápida y sencilla, a partir de un tema, crear una secuencia ordenada de contenidos a partir de su recolección y visualización. Organiza texto, video, imágenes y mensajes en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, así como páginas web Herramientas específicas. • Paper.li (http://paper.li/): Para crear un propio periódico digital personal en minutos.

Herramientas de extracción de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Free OCR (http://www.free-ocr.com/) Permite la subida de imágenes, siempre que no contengan tablas. La extracción de texto es eficiente. La calidad del documento debe ser óptima. No requiere registro. • DocumentCloud (www.documentcloud.org): Ya mencionada en el Capítulo sobre Periodismo de Datos. Al momento de subir un documento corre un programa de reconocimiento óptico (OCR), que extrae el texto de una imagen escaneada
Descarga de documentos	<ul style="list-style-type: none"> • Cometdocs • Zamzar • Nitro PDF to Excel • PDF To Text • Tabula
Capturas de pantalla	<ul style="list-style-type: none"> • La extensión del navegador Google Chrome, Fireshot permite no solo capturar lo que se ve en la pantalla, sino páginas web completas, lo que es muy útil cuando se requiere tener en una sola imagen discusiones o contenidos largos, o una página de inicio completa.
Antes y después	<ul style="list-style-type: none"> • Juxtapose https://juxtapose.knightlab.com/
Crear un mural colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> • Padlet (http://padlet.com/): Es una aplicación que permite a las personas que conozcan el enlace final de la creación, colgar notas, imágenes, etc. El resultado se puede insertar para publicar en un blog o sitio web, y también se puede distribuir mediante sindicación RSS.
Crear un libro de fotos	<ul style="list-style-type: none"> • MixBook (www.mixbook.com): Hace posible la creación de libros a partir de fotografías ('photobooks') a los que se puede añadir texto, así como definir el diseño mediante plantillas. Devuelve un código de inserción que se puede copiar en blogs o sitios web.
Crear encuestas en línea y trivias	<ul style="list-style-type: none"> • Google Forms, una herramienta dentro de Google Drive. • www.surveymonkey.com • Playbuzz

Tabla 8. Nota: Los datos recolectados son tomados del Centro de Periodismo para el periodismo en las Américas de la Universidad de Texas y el texto realizado por Sandra Crucianelli conocido como Herramientas Digitales para periodistas.

7.2 INSTRUMENTO

La matriz de análisis se construyó para darle cumplimiento a los objetivos planteados relacionados con la recolección de información de las notas periodísticas publicadas por Vanguardia.com en cuanto al uso, géneros periodísticos y temas en los que se incorporan herramientas digitales en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com.

Dicha matriz está compuesta por seis variables:

- Ficha general (Número de nota, título, fecha de publicación, fecha de observación, link, sección, género periodístico, etiquetas, tema, hora de observación, hora de publicación y hora de actualización).
- Aparición y ubicación (Versión impresa primera página, home Vanguardia.com, home sección. Fecha de publicación en impreso y web. Orden de aparición en impreso y web).
- Nivel de ubicación (Home de Vanguardia.com y home de la sección, hora de observación y de actualización).
- Redacción web (Número de párrafos y número de líneas por párrafo. Correo electrónico, negrillas, Intertítulos, enlaces y número de imágenes).
- Nivel de herramientas (Nivel cero, básico, intermedio, complejo).
- Presencia según la clasificación de la herramienta (Compartir audio, video, para ubicar geográficamente, video en directo y conferencia gratuita, elementos gráficos gratuitos, herramientas gráficas para periodismo de datos, crear líneas de tiempo, nuevas narrativas, herramientas de extracción de datos, descarga de documentos, capturas de pantalla, antes y después, crear un mural colaborativo, crear un libro de fotos, crear encuestas en línea y trivias (gamenews)).

Herramientas digitales para periodistas y sus respectivas funciones

HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA SECCIÓN BUCARAMANGA DE VANGUARDIA.COM													
Ficha general													
Nota número	04_notabucaramanga_07_09_112017												
Título													
Un premio al coraje y la valentía													
Fecha publicación													
Lunes 20 de noviembre de 2017													
Fecha observación													
Lunes 20 de noviembre de 2017													
Link													
http://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/416247-un-premio-al-coraje-y-la-valentia													
Sección		Género periodístico			Etiquetas		#	Nombre	Tema	Hora	Hora	Hora	
					SÍ	NO		Etiqueta		Observación	Publicación	Actualización	
Bucaramanga	X	Informativo	Noticia			X			Educación	7 - 9 a.m.	X	12:01 a.m.	8:37 a.m.
		Dialógico	Entrevistas							12 - 14 p.m.			
Floridablanca			Chats							18 - 20 p.m.			
			Foros										
Girón			Encuestas										
		Argumentativo	C de opinión										
Piedecuesta			Blogs										
			Caricaturas										
Vigilante Ciudadano			Editoriales										
			Ilustraciones										
			Sondeos										
		Interpretativo	Reportaje										
			Especiales										
			Crónica	X									
			Perfil										
		Infografía digital	Individuales										
			Colectivas										

Aparición y ubicación					
Versión	Sí	NO	Fecha de publicación		Orden de aparición
			Impreso	Web	
Impreso Primera Página	X			20-nov	
Home Vanguardia		X			
Home Sección	X				
Home Vanguardia	Niveles			Hora de observación	
	Primer (dos			7 - 9 a.m.	X
	columnas)			12 - 14 p.m.	
	Segundo (una			18 - 20 p.m.	
	columna)				
	Tercero				
Home Sección	Primer	X			
	Segundo				
	Tercero				

Herramientas Web		Redacción web	
Número de párrafos	9	Número de líneas por párrafo	
		1 a 2 líneas	
		3 a 5 líneas	
		6 a 8 líneas	X
		9 o más líneas	

Correo electrónico	SÍ		NO	X										
Negritas	SÍ	X	NO		Intertítulos	SÍ	X	NO		Enlaces	SÍ		NO	X
# de palabras	Título	X			# intertítulos			1		# enlaces				
en negrilla	Intertítulo		X							Internos				
	Párrafos		X							Externos				
# de imágenes														
(individuales o galerías)	1-2 imágenes	X												
	3-4 imágenes													
	4- Galería													

Nivel de herramientas			
Nivel Cero (texto, imagen, enlace)	Básico	Intermedio	Complejo
X			

Presencia según la clasificación de la herramienta			
Compartir audio			
Video			
Para ubicar geográficamente			
Video en directo y conferencia gratuita			
Elementos gráficos gratuitos			
Herramientas gráficas para periodismo de datos			
Crear líneas de tiempo			
Nuevas narrativas			
Herramientas de extracción de datos			
Descarga de documentos			
Capturas de pantalla			
Antes y después			
Crear un mural colaborativo			
Crear un libro de fotos			
Crear encuestas en línea y trivias (gamesnews)			
Ninguna	X		
Nombre de la herramienta			

Tabla 9. Nota: La matriz de análisis presentada se construyó a partir de los objetivos planteados en la presente investigación. Su principal función radica en la recolección de la información requerida mediante la aparición y ubicación, las herramientas digitales empleadas, el nivel y la clasificación de las notas periodísticas publicadas por Vanguardia.com

Fuente: Héctor Mauricio Gómez Mora y María Fernanda Pacheco Cobos

8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

8.1 Aspectos generales

El periodo de observación fue de ocho días, de lunes a lunes (del 20 al 27 noviembre) en los rangos de horario 7:00 de la mañana a 9:00 de la mañana, 12:00 del mediodía a 2:00 de la tarde y 6:00 de la tarde a 8:00 de la noche, con un total de 216 notas analizadas.

		Lunes 20	Martes 21	Miércoles 22	Jueves 23	Viernes 24	Sábado 25	Domingo 26	Lunes 27	Total
ESTRUCTURA GENERAL										
Sección	Notas analizadas	27	27	27	27	27	27	27	27	216
Bucaramanga										
Floridablanca										
Girón										
Piedecuesta										
Vigilante Ciudadano										
Género periodístico										
Informativo	Noticia	201								
Dialógico	Entrevistas									
	Chats									
	Foros									
	Encuestas									
Argumentativo	C de opinión									
	Blogs									
	Caricaturas									
	Editoriales									
	Ilustraciones									
	Sondeos									
Interpretativo	Reportaje	13								
	Especiales									
	Crónica	2								
	Perfil									
Infografía digital	Individuales									
	Colectivas									
		216								

Tabla 10. Número de notas analizadas por día y según el género periodístico en la web de Vanguardia.com

8.2 Géneros

Los géneros periodísticos que prevalecen y en los que se incorporan herramientas digitales son el género informativo con la noticia y el género interpretativo con el reportaje y la crónica. De las 216 notas analizadas se encontraron 13 notas pertenecientes al reportaje y 2 a la crónica. Las 201 notas restantes, son noticia, siendo el género por excelencia más utilizado. Géneros como el dialógico, el argumentativo y la infografía digital no se encontraron en las notas analizadas.

Género periodístico		
Informativo	Noticia	201
Dialógico	Entrevistas	
	Chats	
	Foros	
	Encuestas	
Argumentativo	C de opinión	
	Blogs	
	Caricaturas	
	Editoriales	
	Ilustraciones	
	Sondeos	
Interpretativo	Reportaje	13
	Especiales	
	Crónica	2
	Perfil	
Infografía digital	Individuales	
	Colectivas	
		216

Tabla 11. De las 216 notas analizadas se encontraron 13 notas pertenecientes al reportaje y 2 a la crónica. Las 201 notas restantes, son noticia, siendo el género por excelencia más utilizado. Géneros como el dialógico, el argumentativo y la infografía digital no se encontraron en las notas analizadas.

Se publicaron tres resúmenes de noticias los días lunes 20, miércoles 22 y viernes 24 de noviembre de 2017. En la franja de horario que comprende desde las 6 de la tarde a 8 de la noche, haciendo uso de imágenes y videos.

Dentro de la sección Bucaramanga, además de estar los municipios del área metropolitana se encuentra la sección Vigilante Ciudadano. Así fue el comportamiento de dicha sección:

- De 8 días de análisis, presentó 4 notas periodísticas. Es decir, los temas son repetidos y existe poca actualización de las denuncias alojadas en dicha sección del portal Vanguardia.com.

Vigilante Ciudadano		Horario
	Lunes 20 de noviembre	6:32 p.m.
	Este es el ejemplo que no hay autoridad ni cultura ciudadana en Bucaramanga	
	Miércoles 22 de noviembre	11:47 p.m.
	Motociclista expone de forma irresponsable la vida de este menor en Girón	
	Viernes 24 de noviembre	7:42 p.m.
	Este es el conductor más descarado de Piedecuesta	
	Lunes 27 de noviembre	11:30 a.m.
	Jóvenes en bicicletas realizan maniobras peligrosas en Bucaramanga	

Tabla 12. Notas periodísticas con su respectiva fecha y horario de publicación en la sección de Vigilante Ciudadano de Vanguardia.com

En cuanto a las etiquetas se hallaron 29 notas periodísticas en la sección de Bucaramanga, 4 en la sección de Floridablanca, 2 en la sección de Piedecuesta y 2 en la sección de Vigilante Ciudadano en las que se encontró el uso de las mismas. La sección en la que no se evidenció dicho uso fue la de Girón.

A continuación el nombre de las etiquetas utilizadas en cada sección:

- **Bucaramanga:** *Violencia contra la mujer, UIS, Accidente de tránsito, Noticias, Deslizamiento de tierras, Alcalde de Bucaramanga, Min Ambiente, Páramo de Santurbán, Metrolínea, Cauca, Congreso, Deporte, Deportistas, Min TIC, Lectura, Atletismo, Santander, Denuncian irregularidades, Noticias Vanguardia, Cepos, Actividades fin de semana, Prográmese fin de semana, Personas en condición de discapacidad, Parque, Policía, UNAB, Parqueaderos, Zona Azul, Área, Olores, Enfermedad, Secretaría de Salud Santander, Ciencia, Buses de Metrolínea, Estaciones de Metrolínea, Programa PAE, Dir. de Tránsito, Asesinado, Maltrato Infantil, Teatro.*
- **Floridablanca:** *Ciudad, Espacio público, Floridablanca.*
- **Piedecuesta:** *Colegio, irregularidades, Vías,*
- **Vigilante ciudadano:** *Conductores imprudentes, Bicicletas, Menores Infractores.*

8.3 Temas

De las 216 notas, 24 incorporaron herramientas digitales. Las 192 notas restantes no las utilizaron.

Estos son los temas y el respectivo número de notas con herramientas digitales:

- Movilidad con 9 notas periodísticas en las cuales se implementaron videos de elaboración propia de Vanguardia.com y videos suministrados, hay que decir que el diario no hace uso de plataformas como YouTube, según lo analizado.
- Noticias con 4 notas periodísticas en las que se implementaron videos de elaboración propia de Vanguardia.com.
- Medio Ambiente con 2 notas periodísticas, en las cuales se incorporaron herramientas digitales de audio, video y nuevas narrativas como Twitter.
- Educación con 2 notas periodísticas acompañadas de video como herramienta digital.

- Ciudad con 4 notas periodísticas cuya herramienta digital es el video.
- Judicial con 1 nota periodística, en la que se hace uso de las nuevas narrativas como Twitter.
- Sociedad con 1 nota periodística y hace uso de video.
- Entretenimiento con 1 nota periodística, la cual implementa video.

En el caso de la hora de publicación de las notas periodísticas los horarios que predominan son: 12:00 a 11:30 de la mañana, 3:47 a 5:40 de la tarde, 6:14 de la tarde a 7:42 de la noche. En lo referente a la hora de actualización de las notas no es un aspecto fácil de evidenciar, dado que la hora que aparece en la parte superior del sitio web de Vanguardia.com 'Actualizado' muestra la hora en la que se ingresó por última vez, en la que se realizó alguna modificación o se subió una nueva nota, por lo que no es visible saber si la nota que se analizó tuvo cambios.

Siguiendo con lo anterior se encontró que las notas analizadas de la sección Floridablanca publicadas en horas de la mañana (7 a.m. – 9 a.m.) son repetidas en el horario del medio día (12:00 p.m. – 2:00 p.m.) y en la tarde noche (6:00 p.m. – 8:00 p.m.) Por cada rango de horario se publicaron 9 notas.

En la observación de aparición y ubicación, de las 30 notas que se publicaron en la web, estas salieron al día siguiente en la primera página de la versión impresa. Y de la impresa a la web, se hallaron 70, y de los 'home' de cada municipio del área todas las notas salían del impreso en forma breve en la parte inferior de la primera página.

A cada home (Vanguardia y sección) se asignaron tres niveles según el lugar que fue asignado para cada nota. En el caso del home de Vanguardia.com el nivel que predominó fue el tercero con 80 notas ubicadas en dicho nivel. En el segundo se encontraron 50

notas y en el primer nivel, 20 notas, para un total de 150 notas. En el home de las secciones el nivel que prevalece es el primero pues de las 216 notas analizadas, todas aparecen en la primera parte del mencionado home.

Horario	Temas	Home Vanguardia	Niveles	
7 - 9 a.m.	Movilidad		Primer (dos	20
	Judicial		columnas)	
			Segundo (una	50
12 - 2 p.m.	Medio Ambiente		columna)	
	Entretenimiento		Tercero	80
				150
		Home Sección	Primer	216
18 - 20 p.m.	Educación		Segundo	
	Sociedad		Tercero	

Tabla 13. El home de Vanguardia.com tuvo 150 notas ubicadas en los distintos niveles predominando el tercero. En el home de las secciones el primer nivel prevaleció con la totalidad de las notas puestas en esa ubicación.

8.4 Redacción web

En la categoría de redacción web, el número de párrafos está entre 4 y 13 párrafos. El número de líneas está de 3 a 5 líneas y 6 a 8 líneas. No se encontraron párrafos con 9 líneas o más.

En lo concerniente al correo electrónico, se encontraron 150 notas en las que el contacto del periodista era visible y al darle clic, se desplegaba una nueva ventana en el navegador para enviarle un mensaje al autor de la nota periodística. Sin embargo, 66 notas estaban firmadas por nombres como: redacción vanguardia o redacción metropolitana, sin correo.

Hoy, lanzamiento del proyecto "Ciudadela Francisco Primero"

► Hoy, 26 de noviembre, se lleva a cabo el proceso de



El proyecto "Ciudadela Francisco Primero" ofrecerá 1.200 soluciones de vivienda. (Foto: Suministrada / VANGUARDIA LIBERAL)

A+ A-   

 Tweet  Me gusta 8  Compartir  G+

inscripción y adquisición de formularios en Piedecuesta para acceder al proyecto de vivienda "Ciudadela Francisco Primero", incluido dentro del programa "Mi casa Ya" del Gobierno Nacional.

La actividad se cumple a partir de las 8:00 de la mañana en el auditorio del colegio Balbino García, donde serán repartidos un total de 1.200 formularios con ocasión del lanzamiento del plan de vivienda.

Se informó que el proyecto se desarrollará en un área de 37.400 metros cuadrados y consta de siete torres cada una de cinco pisos con zona social y comercial, así como espacios recreativos, beneficiando con ello a un gran número de personas.

Es importante señalar que pueden aplicar a este proyecto y al subsidio de vivienda, los trabajadores independientes, comerciantes, vendedores informales, madres comunitarias, comunidad en general, familias en condiciones de desplazamiento y víctimas del conflicto con asiento en Piedecuesta.

El proyecto se enmarca en el programa nacional del Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio.

Publicada por REDACCIÓN METROPOLITANA

 Contacte al periodista

Figura 16. Una nota firmada por Redacción Metropolitana sin correo para contactar al autor.

El número de palabras en los títulos oscila entre 7 y 12 palabras. En lo relacionado con los Intertítulos se encontraron 80 notas en las que se utiliza y cada una de estas con 2 o 3 en la estructura de la nota.

Se encontró una nota que utiliza negrilla en los párrafos, la cual pertenece a la sección de Bucaramanga y fue publicada en el horario de 12 a 2 de la tarde del lunes 27 de noviembre de 2017 cuyo tema es la movilidad.

Se identificaron 60 notas que utilizaron enlaces luego de frases como 'Lea también' 'Le puede interesar' o 'Vea también', además, de los enlaces se encontraron que son internos, solo en una nota el enlace fue externo haciendo referencia a un sitio web comercial del tema tratado en la nota periodística.

Floridablanca
Domingo 26 de Noviembre de 2017 - 12:01 AM
Sin votos aún

La próxima semana se vence la cuarta cuota de Industria y Comercio

Hasta el jueves 30 de noviembre, hay plazo de pagar la última cuota del impuesto de Industria y Comercio.



La Administración municipal hace un llamado a la ciudadanía para que eviten intermediarios al momento de realizar estos trámites, ya que pueden ser víctimas de estafadores. (Foto: Archivo / VANGUARDIA LIBERAL)

A+ A- [Social media icons]

Así lo recordó, Ana Doris Chinchilla, secretaria de Hacienda Municipal, quien extendió la invitación a todos los contribuyentes que tienen pendiente este compromiso tributario, para que se acerquen a cualquiera de las ventanillas ubicadas en el primer piso del Palacio Municipal y realicen el trámite de manera personal.

Después de esta fecha, según lo expresado por la funcionaria, los titulares de las cuentas recibirán sanciones, según lo establecido en el artículo 380 del Acuerdo 032 de 2012.

La cancelación del saldo se puede realizar en cualquiera de las 14 entidades financieras que tienen vigente el convenio con la Alcaldía de Floridablanca, entre las que se encuentran: Banco de Bogotá, Banco Popular, Sudameris, Banco de Occidente, Davivienda, BBVA, Corbanca, Banco AV Villas, Colpatria, Bancolombia, Caja Social, Coopcentral, Pichincha y Helm Bank.

Otra alternativa es descargar el recibo en la página oficial del Municipio www.floridablanca.gov.co y pagar en línea, por medio del botón PSE.

Publicada por: REDACCIÓN METROPOLITANA
[Contacta al periodista]

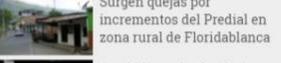
Publicidad



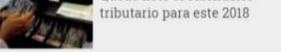
Le puede interesar



Anuncia descuentos para impuesto predial y de industria y comercio



Surgen quejas por incrementos del Predial en zona rural de Floridablanca



Quedó listo el calendario tributario para este 2018

Publicidad



TOY BLAST!
JUGAR



Figura 17. La nota periodística “La próxima semana se vence la cuarta cuota de Industria y Comercio” tiene un enlace externo.

En la utilización de imágenes se encontró que las 216 notas analizadas hacen uso de una imagen. Aunque de estas, 120 tienen entre una o dos imágenes, 60 tienen de 3 a 4 imágenes y 36 tienen 4 o más imágenes convirtiéndose esto en galería.

GIRÓN
Vanguardia.com

Inicio Bucaramanga Santander Deportes Judicial Colombia Mundo Política Economía Opinión Entretenimiento Vanguardia TV Clasificados

Girón ★★★★★
Su voto: Ninguno (2 votos)

Domingo 26 de Noviembre de 2017 - 12:01 AM

Habitantes de Acapulco en Girón temen problemas de energía eléctrica

La comunidad de la vereda espera mayor apoyo de la Administración de Girón, debido a varios problemas que siguen sin resolver.



Acapulco es una de las veredas con gran potencial de desarrollo, debido a su estratégica posición entre el municipio y Ruitoque. (Foto: Archivo / VANGUARDIA LIBERAL)

A+ A- Twitter Me gusta Compartir

Los residentes de la vereda Acapulco de Girón están preocupados por el riesgo de fallas en el servicio de energía eléctrica.

La denuncia comunal fue hecha debido a que los transformadores que alimentan la luz pública requieren de mantenimiento.

"Acapulco se va quedar sin el servicio de luz eléctrica, ya que los cuatro transformadores que iluminan el pueblo están oxidados; la luz se ha interrumpido varias veces, en mi caso hemos sido afectados por la quema de electrodomésticos", manifestó Clemencia Díaz, residente de la vereda Acapulco.

Los ciudadanos denuncian negligencia por parte de las autoridades locales, debido a que hay inconvenientes sin una solución a largo plazo.

Por su parte, Janet Gordillo, presidente de la junta de Acción Comunal de la vereda Acapulco, manifestó con respecto al tema, "No nos han pasado información de transformadores en mal estado y Acapulco es bastante extenso, por eso le pido a la misma comunidad que nos informe, pero hasta el momento nadie se ha quejado".

Diana Carrillo, arquitecta y vocera de la Secretaría de Infraestructura informó que el caso es competencia de la Electrificadora de Santander, ESSA, pero añadió "más sin embargo le oficiaré a la entidad la solicitud de la comunidad por una respectiva revisión".

Los pobladores esperan que el Gobierno local cumpla con sus promesas de mejorar la calidad de vida de los residentes de Acapulco, tal como fue prometido en época de elecciones.

Necesidades sin resolver

Acapulco es considerada un lugar estratégico para muchos gironeses que han invertido sus recursos económicos para adquirir predios en ese sector, en especial por su cercanía con Ruitoque y Floridablanca, pese a sus puntos favorables, la comunidad manifiesta que hay necesidades todavía sin resolver como:

- El pavimento de las vías.
- La instalación del alumbrado público en todas las zonas.
- La construcción de un centro de salud, para la atención de los lugareños.
- La implementación de una estación de Policía, que fortalezca la vigilancia.

Publicada por BRAYNER R. GARCÍA ARDILA

Contacte al periodista

Publicidad



Le puede interesar



Desplazamiento masivo en San José de Uré, Córdoba



Publicidad



Vanguardia TV



Rescatan a hombre que cayó a un abismo de 50 metros en Floridablanca

Dos muertos y cuatro heridos dejó accidente en la vía al Aeropuerto de Bucaramanga

Vanguardia.com X3 PYMES

Publicidad



Figura 18. En la imagen hay un ejemplo de una nota analizada que utiliza una sola imagen.

8.5 Nivel de herramientas

El uso de las herramientas digitales utilizadas en la sección Bucaramanga se pudo establecer mediante el nivel de las mismas como el nivel cero (texto, imagen, enlace), básico, intermedio y complejo.

- En nivel cero se ubicaron 120 notas
- En nivel básico 58 notas
- En nivel intermedio 38 notas
- En nivel complejo no hubo notas

Se evidenció que la estructura de 206 notas está compuesta por un título, un lead, una imagen, un pie de foto, párrafos de desarrollo y enlaces. En básico se encontró 10 notas que insertan mensajes de la red social de Twitter, y 10 notas en nivel intermedio que incorporan videos, ya sean de elaboración propia o suministrada. A su vez, no se encontraron notas en el nivel complejo, es decir con infografías o herramientas de visualización de datos.

8.5 Presencia según la clasificación de la herramienta

- De acuerdo con la clasificación realizada Twitter hace parte de las Nuevas Narrativas. En el análisis se encontraron 58 notas de la sección Bucaramanga, dicha red social es la más utilizada al momento de insertar tuits representativos de personajes públicos.
- El video como herramienta digital se evidenció en 38 notas que utilizaron videos elaborados por Vanguardia.com o suministrados.

Presencia según la clasificación de la herramienta			
Compartir audio			
Video	38		
Para ubicar geográficamente			
Video en directo y conferencia gratuita			
Elementos gráficos gratuitos			
Herramientas gráficas para periodismo de datos			
Crear líneas de tiempo			
Nuevas narrativas	58		
Herramientas de extracción de datos			
Descarga de documentos			
Capturas de pantalla			
Antes y después			
Crear un mural colaborativo			
Crear un libro de fotos			
Crear encuestas en línea y trivias (gamesnews)			
Ninguna	120		

Tabla 14. Número de notas analizadas de acuerdo a su presencia según la clasificación de la herramienta utilizada.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El periodismo colombiano ha enfrentado en estos últimos diez años uno de los mayores retos en su historia por la dinámica impuesta por la tecnología y las audiencias en el universo digital. Los medios tradicionales han desempeñado un papel fundamental en esta trayectoria de cambio y el diario local Vanguardia Liberal en su versión digital no ha sido la excepción.

Durante el proceso de observación para identificar las Herramientas Digitales usadas en la sección Bucaramanga (Floridablanca, Girón, Piedecuesta y Vigilante Ciudadano) de Vanguardia.com, se pudo evidenciar que si bien el diario ha avanzado en la producción de contenidos multimedia y las nuevas estructuras convergentes, todavía se encuentran en etapa de desarrollo.

En temas tecnológicos Vanguardia.com ha incursionado mediante el uso de las herramientas digitales. De acuerdo al tiempo de análisis aplicado, se encontró que en la sección Bucaramanga predomina el uso de la red social Twitter al momento de insertar tuits representativos de personajes públicos, y el video.

Sin embargo, existen diferentes tipos de herramientas digitales según la necesidad del periodista al momento de contar historias (mapas, infografías, trivias, juegos, nuevas narrativas entre otras) las cuales no se evidenciaron en el análisis.

En lo que corresponde al uso de las herramientas digitales en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com se pudo establecer que en el nivel cero conformado por texto, imagen y enlace, se ubican la mayoría de notas analizadas con un total de 120, las cuales no tienen ningún tipo de herramienta digital. En niveles como el básico con 58 notas se utiliza Twitter y en el intermedio con 38 notas se emplea el video, ya sea elaborado por el mismo diario o suministrado. Además en el nivel complejo no se encontraron notas, es decir con infografías interactivas o herramientas de visualización de datos.

Lo anterior deja al descubierto que si bien Vanguardia Liberal en su versión digital ha avanzado en la implementación de algunas herramientas digitales aún le falta dar pasos

contundentes hacia la incorporación de las mismas en sus contenidos para que pueda informar de una mejor manera a su audiencia.

En ese mismo orden y dirección los géneros periodísticos en los que se incorporan herramientas digitales en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com son el informativo con la noticia y el género interpretativo con el reportaje y la crónica. Además, se pudo determinar que géneros como el dialógico, el argumentativo y la infografía digital no fueron utilizados en la etapa de análisis.

Esto, significa que en el portal Vanguardia.com predomina el uso de la estructura tradicional de la noticia en sus publicaciones, lo cual se puede producir por motivos como la inmediatez y la coyuntura de las informaciones. Teniendo en cuenta que el reportaje, la crónica y las infografías demandan un mayor trabajo periodístico por el análisis que merecen determinadas temáticas.

En lo concerniente a los temas en los que se incorporan herramientas digitales en la sección Bucaramanga de Vanguardia.com se encontró: movilidad, noticias y ciudad, en los que prevalece la utilización de herramientas digitales como el video. Seguido por medio ambiente, educación, judicial, sociedad y entretenimiento en los que se usan herramientas digitales de audio, video y nuevas narrativas como Twitter. La presencia de herramientas digitales en este tipo de temas muestra que, existe prioridad al momento de brindar un contexto y una mayor profundización en los temas locales y de necesidad de la audiencia.

Para seguir generando procesos digitales se recomienda al diario Vanguardia Liberal continuar incorporando herramientas digitales y así mismo, explorar nuevas posibilidades en la estructura de sus notas. Si bien rasgos del ejercicio periodístico como la inmediatez pueden llegar a interferir en la producción de contenidos de este tipo, la apuesta de contenidos interactivos puede aportar de manera positiva y significativa al crecimiento de su sitio web y por supuesto, a la fidelización de su audiencia.

La Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Bucaramanga, como academia debe seguir promoviendo asignaturas que estén orientadas a fomentar en el estudiante una

posición de análisis sobre la transformación del periodismo, y a su vez, de los profesionales que al momento de informar se enfrentan a nuevos retos y oportunidades a causa de la tecnología.

BIBLIOGRAFÍA

- Alegsa. (2017). ALEGSA. Obtenido de http://www.alegsa.com.ar/Dic/herramientas_digitales.php
- Álvarez, C. A. (2013). Las herramientas digitales y el aprendizaje de contenidos . *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo* , 1.
- Álvarez, C. Á. (2013). Las herramientas digitales y el aprendizaje de contenidos . *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo* .
- Barrios, M. M. (2007). Los diarios digitales en américa latina: entre la revolución, la redefinición y la frustración. *Revista de Investigación y Desarrollo*, 15(2).
- Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online*. Buenos Aires : Manantial.
- Bolós, C. E. (2000). Las ediciones digitales de la prensa: los columnistas y la interactividad con los lectores. *Revistas Científicas Complutenses*(6), 63-78.
- Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*, Texas. Obtenido de Creative Commons Attribution-Non Commercial-NoDerivs 2.5.: http://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf
- Bullón, P. (1999). Algo está cambiando. *Revista electrónica Sala de Prensa*, n.º 5, abril. Obtenido de <http://www.saladeprensa.org>
- Casilimas, C. S. (2002). *Investigación Cualitativa*. . Bogotá, Colombia: Arfo Editores.
- Chamorro, C. F. (2009). *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe* . Austin, Texas : Centro Knight para el Periodismo en las Américas y Open Society Foundations Media Program .
- Codina, L. (2000). Evaluación de Recursos Digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. *Revista Española de Documentación Científica*, 23.
- Codina, L. (2006). *Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos*.
- Codina, L. (4 de Diciembre de 2006). *Metodología de análisis y evaluación de recursos digitales. Parte I: Procedimientos y desarrollo de indicadores"*. Obtenido de <http://www.lluiscodina.com/metodos/procedimientos2006.doc>

- Comunicaciones, M. d. (30 de Noviembre de 2017). *Colombia TIC Vive Digital* .
Obtenido de
<http://colombiatic.mintic.gov.co/estadisticas/stats.php?&pres=content&jer=1&cod=&id=34#TTC>
- Crucianelli, S. (2013). *Herramientas Digitales para periodistas* . Texas: Centro Knight .
- Díaz, J. C. (Agosto - Octubre de 2011). De lo impreso a lo digital la migración de los periódicos impresos de América Latina a los entornos digitales. *Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación* (77).
- Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis: Comprender los nuevos medios*. Ediciones Granica.
- Franco, G. (2008). *Cómo escribir para la web*. Bogotá: Centro Knight para Periodismo en las Américas.
- García Avilés, J., & Salaverría, R. (2008). Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. *I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación*, (pág. 35). Santiago de Compostela.
- Gil, Q. (1999). Diseñando el periodista digital. *Revista electrónica Sala de Prensa, nº 13, noviembre*. Obtenido de www.saladeprensa.org
- Gómez, R. A. (2012). *La web 2.0 como herramienta didáctica de apoyo en el proceso*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid .
- Hernández, F. (2014). Evaluación de las herramientas web 2.0 en el periodismo digital: el caso de VilaWeb. *Revista de Historia y Comunicación Social*, 79-91.
- Hoyos, G. (2009). *Hermenéutica práctica: Habermas vs Gadamer*. . Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. .
- Jodar, J. (2009). La Era Digital. Nuevos Medios, Nuevos Usuarios y Nuevos profesionales. *Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación Razón y Palabra*(71), 1-11.
- Kilian, C. (1999). *Writing for the web*. Estados Unidos .
- López, D. O., & Cruz Sánchez , M. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Revista de investigación Educativa*, 24(1), 205-222.
- Marín, B. (Julio de 2008). Una mirada al desarrollo de los medios electrónicos en Colombia. *Revista Educación Comunicación Tecnología*, 3(5).

- Mora, S. L. (2002). *Programación de aplicaciones web: historia, principios básicos y clientes web*. Club Universitario.
- Noci, J. D. (2010). *Medios de comunicación en internet: algunas tendencias en el profesional de la información* .
- Noci, J. D., & Salaverría , R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística* . Barcelona : Ariel .
- Novoa, G. R. (2012). *Estudio de Medios Digitales en Colombia* . Bogotá: Consejo de Redacción .
- Ortega, F., & Humanes , L. (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona .
- Periodismo, +. d. (11 de Diciembre de 2017). *+Hangouts de Periodismo*. Obtenido de <https://hangoutsdeperiodismo.co/herramientas-digitales-basicas-para-periodistas/>
- Reilly, T. O. (30 de Septiembre de 2005). *What is Web 2.0?* . Obtenido de <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>
- Rintala N, & Suolanan, S. (2005). The implications of digitalization for job descriptions, competencies and the quality of working life . *Nordicom Review*, 53-67.
- Rodríguez-Martínez, R., Codina, L., & Pedraza-Jiménez, R. (2010). Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación. *El profesional de la información*, 19(1), 35-44.
- Sade-Beck, L. (2004). *Internet ethnography: Online and offline. International Journal of Qualitative Methods*. Obtenido de http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_2/pdf/sadebeck.pdf
- Said-Hung, E., Arcila-Calderón, C., & Méndez-Barraza, J. (2011). Desarrollo de los Cibermedios en Colombia . *El Profesional de la Información*, 47-53.
- Salamanca, N., Sierra, J. L., & Huertas, C. E. (2014). *El periodista de investigación latinoamericano en la era digital*. Connectas.
- Salamanca, N., Sierra, J., & Huertas , C. (2014). *El periodista de investigación latinoamericano*. Obtenido de <https://www.connectas.org/labs/manual-el-periodista-de-investigacion-latinoamericano-en-la-era-digital/>
- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica* . Madrid : Ariel, S.A .

- Salaverría, R., & Cores, R. (2005). Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. *Revista de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones*, 145-185. Obtenido de http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7284/1/cap5_generos_ciberperiodisticos_en_los_cibermedios_hispanos.pdf
- Sampieri, R. H., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. . Barcelona .
- Singer. (2005). *The Political J-blogger: 'Normalizing' a New Media Form to Fit Old Norms and Practices*.
- Tarazona, Á. A. (2013). Empresa, civilización y política: representaciones sobre el oficio periodístico en El Diario de Pereira y Vanguardia Liberal de Bucaramanga durante la República Liberal . *Historelo*, 211.
- Ureta, A. L. (2009). La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo. *Revista Comunicación y Sociedad*, XXII(2), 59-88.
- Vega, A. Q. (20 de Mayo de 2016). *La República* . Obtenido de <https://www.larepublica.co/internet-economy/audiencias-de-tv-radio-y-prensa-migran-a-internet-2381181>
- Vivar, J. F. (12 de Julio de 2014). *Internet media lab*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2017, de <http://internetmedialab.com/2014/07/12/porque-seguimos-hablando-de-periodismo-digital-y-no-simplemente-de-periodismo-si-ya-todo-es-digital/>
- Vivar, J. M., & Salinas Aguilar, C. (2012). Entornos y perfiles profesionales para redacciones con cultura de red: Mashups y Data. *Comunicación y Riesgo* (pág. 20). Tarragona: Universidad de Rovira.
- Washington, O. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 81-93.
- Yezers'ka, L. (2010). Herramientas digitales para comunicadores . *Universidad de Piura*

ANEXOS

INSTRUMENTO DE APLICACIÓN: MATRIZ DE ANALISIS

Nota periodística en primer horario de análisis (7 a.m. – 9 a.m.)

HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA SECCIÓN BUCARAMANGA DE VANGUARDIA.COM													
Ficha general													
Nota número	04_notabucaramanga_07_09_112017												
Título	Un premio al coraje y la valentía												
Fecha publicación	Lunes 20 de noviembre de 2017												
Fecha observación	Lunes 20 de noviembre de 2017												
Link	http://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/416247-un-premio-al-coraje-y-la-valentia												
Sección		Género periodístico			Etiquetas		#	Nombre	Tema	Hora		Hora	Hora
					SÍ	NO		Etiqueta		Observación		Publicación	Actualización
Bucaramanga	X	Informativo	Noticia			X			Educación	7 - 9 a.m.	X	12:01 a.m.	8:37 a.m.
		Dialógico	Entrevistas							12 - 14 p.m.			
Floridablanca			Chats							18 - 20 p.m.			
			Foros										
Girón			Encuestas										
		Argumentativo	C de opinión										
Piedecuesta			Blogs										
			Caricaturas										
Vigilante Ciudadano			Editoriales										
			Ilustraciones										
			Sondeos										
		Interpretativo	Reportaje										
			Especiales										
			Crónica	X									
			Perfil										
		Infografía digital	Individuales										
			Colectivas										

Aparición y ubicación								
Versión	SÍ	NO	Fecha de publicación		Orden de aparición	Impreso	Web	No sale
			Impreso	Web				
							X	
Impreso Primera Página	X			20-nov				
Home Vanguardia		X						
Home Sección	X							
Home Vanguardia			Niveles			Hora de observación		Actualización
			Primer (dos			7 - 9 a.m.	X	1 - 4 a.m.
			columnas)			12 - 14 p.m.		5 - 8 a.m.
			Segundo (una			18 - 20 p.m.		9 a.m. - 12
			columna)					
			Tercero					1 - 4 p.m.
								5 - 8 p.m.
Home Sección		X	Primer					9 - 12 a.m.
			Segundo					
			Tercero					

Herramientas Web			
Redacción web			
Número de párrafos	9	Número de líneas por párrafo	
		1 a 2 líneas	
		3 a 5 líneas	
		6 a 8 líneas	X
		9 o más líneas	

Correo electrónico	SÍ		NO	X										
Negritas	SÍ	X	NO		Intertítulos	SÍ	X	NO		Enlaces	SÍ		NO	X
# de palabras	Título	X			7# intertítulos			1		# enlaces				
en negrilla	Intertítulo		X							Internos				
	Párrafos		X							Externos				
# de imágenes														
(individuales o galerías)	1-2 imágenes	X												
	3-4 imágenes													
	4- Galería													

Nivel de herramientas			
Nivel Cero (texto, imagen, enlace)	Básico	Intermedio	Complejo
X			

Presencia según la clasificación de la herramienta			
Compartir audio			
Video			
Para ubicar geográficamente			
Video en directo y conferencia gratuita			
Elementos gráficos gratuitos			
Herramientas gráficas para periodismo de datos			
Crear líneas de tiempo			
Nuevas narrativas			
Herramientas de extracción de datos			
Descarga de documentos			
Capturas de pantalla			
Antes y después			
Crear un mural colaborativo			
Crear un libro de fotos			
Crear encuestas en línea y trivias (gamesnews)			
Ninguna	X		
Nombre de la herramienta			