

**EL PERIODISMO DIGITAL EN COLOMBIA, MEDIADO POR OTRAS
AGENDAS INFORMATIVAS. ESTUDIO DE CASO ELTIEMPO.COM Y
ELESPECTADOR.COM**

GUILLERMO ANDRÉS PUERTO RAMÍREZ

Trabajo de grado para optar al título de
Profesional en Periodismo y Opinión Pública

Tutor
JOSÉ ALEJANDRO GONZÁLEZ TORRES

**COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA
BOGOTÁ, 2011 I**

TABLA DE CONTENIDO

1. PERIODISMO DIGITAL. ESCUELAS Y MEDIOS.....	10
1.1 Medios de Comunicación: la primera industria cultural que incursionó significativamente en la red	10
1.2 Instauración del Periodismo Digital: un cambio cuantitativo y cualitativo.....	11
1.3 Un súper medio	13
1.4 ¿El periodismo digital es un nuevo género periodístico?	13
1.5 Periodismo digital en las aulas: ¿cómo se está enseñando en Colombia?	15
1.6 ¿De qué recursos dispone el periodismo digital?	22
1.7 ¿Cómo se escribe en el periodismo digital?.....	24
1.8 De la escuela a los medios.....	27
2. AGENCIAS DE NOTICIAS.....	33
2.1 Un poco de historia alrededor de las agencias de noticias	34
2.2 ¿Cómo se favorecen los medios de las agencias?.....	35
2.3 ¿Cómo trabajan las agencias?	35
2.4 Agencias... ¿de noticias solamente?.....	37
2.5 Estructura orgánica de una agencia de noticias.....	38
2.6 Agencias internacionales de noticias representadas en Colombia	40
2.7 Pregunta para las agencias: ¿Por qué tener representación en Colombia?	42
3. OTROS MEDIOS COLOMBIANOS DE COMUNICACIÓN	43
3.1. ¿Con qué otros medios de comunicación, además de eltiempo.com y elespectador.com cuenta Colombia y qué tipo de información se maneja en ellos?	44
3.2 Casa Editorial El Tiempo	50
3.3 Valórem S.A.	50
4. RELACIÓN EXISTENTE ENTRE ELTIEMPO.COM Y ELESPECTADOR.COM CON LOS OTROS MEDIOS Y LAS AGENCIAS DE NOTICIAS.....	51
4.1 ... ¿Cuánta y qué información comparten?	53
4.2 Géneros periodísticos.....	57
4.3 ¿Y el periodismo digital?	61
4.4 Recursos que sí usaron eltiempo.com y elespectador.com.....	64

5. CONCLUSIONES	65
6. BIBLIOGRAFÍA Y ARTÍCULOS CONSULTADOS	68
7. ANEXOS	70
7.1 Entrevista con Henry Orrego. AFP Colombia.	70
7.2 Entrevista con Esther Rebollo. Delegada de la Agencia EFE en Colombia.	74
7.3 Entrevista con Luis Jaime Acosta. Reuters Colombia.	76
7.4 Entrevista con Javier Correa. Profesor Universidad Central	78
7.5 Entrevista con Rosabel Sánchez. Coordinadora Académica de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo en la Universidad Externado de Colombia	79
7.6 Entrevista con Mario Morales. Profesor Universidad Javeriana	82
7.7 Entrevista con Álvaro Duque. Director del pregrado de Periodismo y Opinión Pública en la Universidad del Rosario.....	85
7.8 Entrevista con Manuel Ignacio González. Director del Programa de Comunicación Social	88
7.9 Entrevista con Arturo Rojas. Coordinador del Área de Periodismo y Medios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación UNIMINUTO	91
7.10 Entrevista con Fanny Stella Duque. Secretaria Académica de la Facultad de Comunicación, Información y Lenguaje	93
7.11 Entrevista con Gabriel Alberto Hernández, editor de deportes en el espectador.com	95
7.12 Entrevista con Diego Santos, director de eltiempo.com.....	96
7.13 Matriz de recolección de datos.....	98

INTRODUCCIÓN

Antes de que Internet se consolidara como una herramienta fortalecedora en varios aspectos de la vida cotidiana, en el campo de la comunicación era muy difícil hablar de una herramienta capaz de ser universal, bidireccional e ilimitada. Las que existieron hasta ese momento (finales de los 90) no cumplieron con todas las condiciones para serla, dejando abierta la posibilidad para que cualquier novedad se ganara ese espacio.

Las necesidades informativas de la población y el rápido avance tecnológico reflejo de finales de siglo, rápidamente permitieron la instauración de Internet en esa plaza. El hecho de consolidarse como un canal a través del cual podía fluir el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes, lo ubicó en un lugar privilegiado para la difusión de informaciones.

Sus características se lo permitían. A diferencia de los otros medios existentes para ese entonces, Internet demostró tener muchas ventajas, una de las cuales era garantizar un alcance prácticamente ilimitado por ser una herramienta multimedia, bidireccional e interactiva.

De ahí que los medios de comunicación tradicionales no lo vieran como una competencia sino como la oportunidad de disponer de un nuevo canal para la difusión de su información. Sin dejar de serlo, también se instaló como un nuevo lenguaje, cuyo desarrollo lo ha ido convirtiendo en un nuevo medio de comunicación, basado en la convergencia e integración plena de los ya existentes.

Y como el periodismo es una actividad apasionante, intrépida, impredecible y generadora de controversias que no depende de una escuela, tendencia o metodología única y ortodoxa para su práctica actual, esa instauración de Internet trajo consigo varias modificaciones en el modo de ejercer esta profesión dentro de los diferentes campos.

EFE, la mayor agencia de noticias en español y la cuarta del mundo, habla de “imparcialidad, credibilidad e inmediatez”¹ como los pilares del periodismo en la web y las razones de su éxito. De ahí que actualmente no sea descabellado decir que algunos moldes y paradigmas de tradición en el periodismo se han roto, dándole lugar a la imposición de la agilidad, el sentido de la oportunidad y la rapidez en la publicación de contenidos, como las características más relevantes en el ejercicio en línea.

Los sucesos que se producen vertiginosamente son simultáneos (a veces catastróficos), políticamente significativos y todos afectan en diverso modo a la sociedad, las instituciones, las personas, la economía y la forma en que se ejerce el

¹ <http://www.efe.com/quesefe/principal.asp?opcion=1&idioma=ESPAÑOL>

periodismo. Debido a los conflictos sociales mayúsculos en la época, las innovaciones tecnológicas y la rapidez con que se presentan diversos eventos internacionales en un contexto globalizado e interdependiente, el reto de informar es más agresivo hoy en día, y demanda criterio, responsabilidad y sentido de competencia por parte de su ejecutante.

Todas las informaciones que se producen (relaciones entre países, tratados comerciales, costumbres sociales, medio ambiente, conflictos políticos, crónica judicial, moral pública, enriquecimiento ilícito o cubrimiento deportivo, por citar sólo algunos ejemplos) comprometen su habilidad, conocimiento, actitud y responsabilidad.

¿La labor periodística colombiana está preparada para afrontar tamaña responsabilidad no sólo en sus medios tradicionales sino en las plataformas digitales de alcance masivo y que actualmente tiene en eltiempo.com y elespectador.com a sus principales exponentes, de acuerdo con los servicios de medición de audiencia de los sitios de internet?

Algunos expertos observan el mejor ejemplo de periodismo digital colombiano en ese par de medios. Razones para creerlo existen: i) son los sitios web de noticias más consultados en Colombia, según mediciones de tráfico en internet realizadas por empresas especializadas (www.alexa.com); ii) tienen un equivalente en un medio impreso, al pertenecer a los únicos periódicos de distribución nacional que hay en el país, y iii). Tienen redacciones independientes dedicadas a la producción de noticias web (pese a sus procesos de convergencia, aún tienen periodistas dedicados exclusivamente a actualizar y a generar proyectos especiales para estos medios).

Pero también existen quienes discuten la posición de liderazgo web de estos dos medios, basándose en la forma en que cumplen con la labor de informar oportunamente en todas las secciones de sus portales, ya que para ello tienen como estrategia principal el uso de noticias provenientes de la tercerización de servicios informativos (a través de agencias de noticias y otros medios de comunicación).

Al recopilar artículos periodísticos publicados por eltiempo.com y elespectador.com en sus páginas de inicio durante los 10 primeros días de 2011, dentro de las horas de mayor tráfico (7:00 a.m., 12:00 m y 7:30 p.m., según Jaime Dueñas, Director de Contenidos de El Tiempo), es posible hacer un análisis cuantitativo que compare los temas, la forma en que los están abordando y, principalmente, el tipo de fuente que utilizan en su producción informativa. Entonces podemos observar la forma en que se trabaja dentro del par de portales web.

A través de este trabajo conoceremos, desde la visión externa del investigador, la dinámica noticiosa bajo la cual ese par de medios manejan su producción periodística, y determinaremos cuál es la proporción de contenidos que nutren esos portales que provienen del ejercicio periodístico de otros medios de comunicación (incluyendo

aquellos que no necesariamente tienen presencia en la web, como sus propias ediciones impresas) y de las agencias de prensa, con lo cual validaremos que lo que allí se muestra es una información que no necesariamente deba ser considerada como periodismo digital, algo que altera la ruta entre la formación académica y el ejercicio periodístico en la red.

Ahora bien, hay que hacer claridad que, con el advenimiento de Internet, son pocos los medios que se dedican exclusivamente a generar contenidos especiales de primera mano para la web. Eso no es exclusivo de El Tiempo y El Espectador: Muchos otros medios también se valen de lo que hacen las agencias de noticias y otras organizaciones con que tienen convenios informativos.

A pesar de que esta actividad les ayuda a cumplir con la función de informar de manera más amplia, al valerse de las producciones realizadas por medios impresos, agencias de noticias y hasta canales de televisión, los dos principales medios de comunicación web colombianos quedan relegados a ser simples plataformas para reproducir contenidos, en las que no se tienen en cuenta los recursos que éste tipo de ejercicio brinda (podcast, blogs, hasta la interacción con los lectores a través de redes sociales).

Así, el periodismo de épocas pasadas, que se valía de enviados especiales y corresponsales, continúa con la pérdida de protagonismo, gracias a las funciones que ofrece la plataforma virtual. Si bien la compra de contenidos tercerizados (adquiridos de terceras partes) se convirtió en una forma más barata y eficiente de obtener información, al mismo tiempo se instaló como un camino que se aleja de los principios de la labor periodística, más si se tiene en cuenta que varias de las herramientas digitales aún no hacen parte de la labor cotidiana de nuestros medios.

Hoy el trabajo de los periodistas ha venido reduciéndose y la calidad de su desempeño ya no es la misma de antes, quizás por la relevancia que se le da a la inmediatez desde la misma plataforma informativa (internet). Anteriormente, la información que se presentaba llevaba detrás un arduo proceso de investigación y reportería. Ahora se duda de todo ello debido a la calidad de los artículos que se presentan en internet.

Antes los diarios tenían más tiempo para elaborar las noticias, pues no tenían la presión de informar constantemente. Esto proporcionaba una mejor calidad, más análisis y menos conjeturas momentáneas. A diferencia de lo que pasa actualmente con la web, la información de otrora no era tan abundante y acceder a ella no era un procedimiento tan simple, pues solamente un pequeño grupo de individuos lograba tenerla de primera mano.

El público era susceptible a aceptar el trabajo periodístico con mayor aprobación debido a que la sociedad sólo estaba informada por la labor de los medios, a quienes se les consideraba prestigiosos por realizar ese trabajo. Actualmente, el proceso es

muy diferente. La información se desborda y su volumen no se compara con el de años anteriores, debido a la masificación de la profesión, la facilidad en el acceso a la información y la disposición de las empresas e instituciones para dar a conocer sus noticias.

A este factor se suma la competencia latente y ambiciosa que existe entre los medios de comunicación que, por lo general, consideran que la mejor noticia es la que se hace más rápido y no la que es más completa e investigada, pero que toma más tiempo de elaboración. Ahora la selección de las noticias está filtrada por las audiencias que, según sus gustos, determinan aquello que quieren saber. En este sentido, los medios tratan a la información como mercancía que debe venderse al mejor precio y convierten su objeto social en un bien de consumo.

En este contexto, la labor del periodista queda incompleta. Al elaborar sus informaciones, priman otras cuestiones antes que su criterio. Se opta entonces por la rapidez que pueda convertir a un hecho cualquiera en una “chiva” que tenga gran aceptación entre la audiencia, pese a que esto signifique omitir otro tipo de información que pueda resultar más importante.

Ignacio Ramonet, periodista y ex director de la publicación francesa *Le Monde Diplomatique*, en una de sus reflexiones sobre el periodismo afirmó: “la información se caracteriza hoy por 3 aspectos. El primero es que sí durante siglos fue muy escasa, casi inexistente, hoy es superabundante. La segunda es que la información, de un ritmo relativamente parsimonioso y lento en otros tiempos, es hoy extremadamente rápida. [...] y la tercera es que la información no tiene valor en sí misma en relación, por ejemplo, con la verdad o en relación con su eficacia cívica. La información es, antes que nada, una mercancía sometida a las leyes del mercado, de la oferta y la demanda, y no de otras reglas que podrían ser derivadas de criterios cívicos o éticos.”²

Otro aspecto que diferencia a los periodistas relacionados con las publicaciones online con los de antaño, es su función. Antes de que las revoluciones tecnológicas llegaran al periodismo, la principal función de los medios era hacer un recuento de los acontecimientos, para lo cual se valían de contextos históricos e interpretaciones cercanas a las causas y consecuencias de los hechos que después difundían entre el público. Hoy esta función ha sido reducida al nivel de hacerla innecesaria. El público supone estar en la capacidad de hacer esta labor solamente por tener acceso a los acontecimientos sin mediación de interpretaciones o detalles relacionados, dicen algunos.

El público, una vez en contacto con las imágenes de los hechos que le interesa conocer, no necesita de la interpretación o análisis del periodista porque se siente en propiedad de hacerlo por sí mismo. La tarea del periodista se restringe solamente a

² Ver Ramonet, *La tiranía de la comunicación*, p. 48.

poner en contacto al público con los acontecimientos por medio de cámaras o grabadoras. El problema está en que eso mismo es lo que creen los medios.

Conscientes de eso, *eltiempo.com* y *elespectador.com* no hacen mucho por cambiar el panorama. La forma en que presentan sus contenidos más relevantes (los que se ubican en la parte principal del portal) es reflejo de ello, puesto que allí no se le da prioridad a sus propios contenidos (los que deberían ser digitales), sino que se publican indiscriminadamente informaciones provenientes de agencias de prensa y otros medios, algo que los hace caer en otro error.

Y es que en Colombia, la competitividad extrema que existe entre los medios de comunicación, trae como consecuencia el cubrimiento de una misma noticia, al tiempo que olvidan y se ignoran otras que también revisten importancia para el país. El medio de comunicación que no centre su atención en la misma noticia en la que la han centrado los demás, corre el riesgo de no ser tenido en cuenta.

Sólo basta con hacer un recorrido por distintos de ellos (*eltiempo.com* y *elespectador.com*, por ejemplo), para descubrir que dicha retroalimentación existe. Muchas de las noticias que se analizan en uno, son las mismas que están publicadas en el otro. Este hecho trae consigo otro problema: la dificultad que presenta para el público contrastar la veracidad de los hechos que aparecen en los medios. Sí todos cubren la misma noticia y casi de la misma forma, siempre quedará la sensación de validarlas como verdaderas.

Continuando con Ramonet, vale la pena citar su texto *La Tiranía de la Información* (Editorial Debate. 1998). “El sistema de información actual transforma el propio concepto de verdad. El sistema en el que evolucionamos funciona de la siguiente manera: si todos los media dicen que algo es verdad, es verdad. Si la prensa, la radio, la televisión o el internet dicen que algo es verdad, eso es ‘verdad’, incluso si es falso. [...] El receptor no tiene criterios de apreciación ya que no puede orientarse más que confrontando unos medios con otros. Y si todos dicen lo mismo, está obligado a admitir que esa es la verdad”.

Fuera de esto, también hay que mencionar que la profesión de los periodistas está perdiendo su especificidad a medida que avanza el tiempo. Se supone que la tarea de los reporteros es buscar la información y con ayuda de varias fuentes elaborar las noticias, los reportajes, las crónicas. Pero esta labor perdió especificidad. El periodista digital tiene que estar en condiciones de hacerlo todo y de manera mucho más eficiente que antes, conforme con lo que le demanda el comportamiento del medio.

En entrevista a Maxwell McCombs -creador de la Agenda-setting- publicada en el texto “Hay que Reinventar la Noticia” (Cuadernos de Información No 12, 1997), la alumna de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica y de Periodismo y

Ciencias Políticas en la Texas University, Paulina Leiva le preguntó si el periodismo era una habilidad que nacía con las personas o que se aprendía con estudios.

Él respondió: “si el periodismo se aprende (sic) en la práctica, los cuatro o cinco años en la universidad resultarían innecesarios. Para mucha gente eso es sólo un negocio [...] Alguien tiene que rediseñar el periodismo como una profesión que provea liderazgo intelectual. Y eso probablemente pasará si en las universidades se estudia periodismo apropiadamente. [...] Ser periodista es mucho más que escribir y reportear. Todo periodista, con los años de trabajo, se da cuenta de lo valiosos que son los cursos de historia del periodismo, por ejemplo”.³

En ese sentido, el periodista digital no se aleja de los principios básicos del periodismo. Lo que lo hace diferente es la adaptación al medio en que se tiene que desempeñar. Su labor es escoger, dentro de esa gran cantidad de eventos, aquellos que debido a sus implicaciones, causas o particularidades se consideran más importantes.

Eso es lo realmente significativo en su trabajo y lo que se está potenciando en Colombia, de acuerdo a las Escuelas de Periodismo del país que, conscientes del reto, modificaron sus pénsumes para dar un espacio a la enseñanza de las diferencias y los beneficios que implica el periodismo digital, instruyendo también en la forma en que este se debe aplicar en el ejercicio diario de la profesión. Partiendo de allí, se deduce que las falencias que vemos en eltiempo.com y elespectador.com no son resultado de una potencial falla en la academia y sus métodos formativos de periodistas digitales.

³ Ver Leiva, Entrevista a Maxwell McCombs, p. 10.

1. PERIODISMO DIGITAL. ESCUELAS Y MEDIOS

1.1 Medios de Comunicación: la primera industria cultural que incursionó significativamente en la red

En 1992 comenzaron a funcionar los dos primeros sitios web pertenecientes a periódicos impresos: **The Chicago Tribune y Mercury Center**. Ambos se actualizaban con la misma rutina de las ediciones impresas a las que pertenecían, al tiempo que les solicitaban un pago adicional a los lectores que decidieran utilizarlos. El primero de ellos contó con el apoyo de la red America OnLine (más conocida como AOL) y el segundo con el del grupo de comunicaciones Knight Rider.

Su aparición fue un claro reflejo de Estados Unidos como el país más avanzado en infraestructura informática empresarial. De este modo, vinieron rápidamente las apariciones de un conjunto de medios estadounidenses, seguidos por los británicos, también pioneros en sitios web de información: *The Chicago Tribune*, *The Atlanta Journal and Constitution*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal* y *The Daily Telegraph*.

Estas ediciones digitales fueron el primer paso para que a principios de 1995, según la Newspaper Association of America, cerca de 70 publicaciones ya tuvieran alguna presencia en línea, con la cual buscaban acercarse a los beneficios que les traería un nuevo medio: Internet. De hecho, varios periódicos sólo lo veían como una opción para promocionar sus ediciones impresas, entonces sólo usaban los sitios web para poner sus portadas sin dejar abierta la opción para acceder a los contenidos. Era, claramente, un ensayo para conocer la nueva herramienta.

Bajo ese contexto, bien lo expone Luis Albornoz en el texto *Periodismo Digital: los grandes diarios en la red* (Editorial La Crujía. Año 2007), los medios se movían en un terreno que les daba posibilidades y riesgos:

“Las posibilidades pasaban por experimentar con las nuevas tecnologías de información y comunicación, establecer un nuevo canal para llegar a nuevos potenciales lectores, participar de la convergencia multimedia, disponer de un nuevo medio informativo ‘barato’ -sin gastos de papel, impresión y distribución, y pocos en personal (sic)-, y encontrar en el soporte online una nueva fuente de ingresos publicitarios; los riesgos eran el desconocimiento de las posibilidades tecnológicas y periodísticas (oferta), desconocimiento de las reacciones de los lectores (usos sociales), desconocimiento de cómo

rentabilizar las ediciones online (modelos de negocio) y quedar rezagado en un competitivo sector”.⁴

Durante los años siguientes, las cifras de medios impresos en la red se acrecentaron de la misma forma en que lo hicieron las de entidades de todo tipo. Para 1997 Estados Unidos siguió siendo el país con el mayor número de diarios en línea (2059), pero ya no era el único. A él se unieron Gran Bretaña, Canadá, México, Noruega, Alemania, India, Bolivia, Sudáfrica y Australia, confirmando así que esa nueva herramienta digital abría posibilidades a empresas de todo el mundo.

Tanto así que, varios años después, revistas, emisoras de radio y canales de televisión encontraron en internet una oportunidad para competir directamente con los periódicos que habían sido los pioneros en esta instauración. Con ese aporte y según un informe presentado por la *World Press Trends* (Tendencias de la Prensa Mundial) en 2004, para ese año ya el número de ediciones online era el triple de las que se veían en 1999 (cerca de 3 millones).

1.2 Instauración del Periodismo Digital: un cambio cuantitativo y cualitativo

La historia cuenta que hasta principios del S. XXI internet se presentó como una herramienta válida para que el periodismo compitiera en cantidad contra los demás formatos. Pero faltaba lo más importante: hacer funcionar el medio de tal manera que se presentara como un instrumento que además luchara en calidad con la radio y la televisión, medios contruidos para responder a mayores exigencias en cuanto a tiempos de publicación.

Justamente, el punto de quiebre del que se valió para lograrlo, estuvo en los ataques terroristas contra las Torres Gemelas y el World Trade Center, sucedidos el 11 de septiembre de 2001. A partir de ese momento internet mostró su verdadero potencial como medio de comunicación inmediato.

Ese día, por primera vez en la historia, las audiencias se abarrotaron en él para ver las ediciones en línea de los principales diarios en el mundo, con el objetivo de acercarse a las imágenes del hecho. No en vano, en el recuerdo de todos quedó el colapso sufrido por la mayoría de estos portales, al punto que debieron salir al aire con ediciones sin cabezotes ni imágenes.

A partir de ahí el mundo entendió a la perfección el tratamiento que le podía dar a la herramienta. Estar informado al instante y además tener acceso a todos los campos del periodismo en un solo formato, empezó a tener sentido para muchos, llevando a que los encargados de ofrecer este servicio se vieran obligados a mejorar sus plataformas, de acuerdo a las necesidades de la audiencia.

⁴ Ver Albornoz: La prensa diaria en Internet en Periodismo Digital: los grandes diarios en la red. P. 50.

Después de esa imborrable fecha, los usuarios empezaron a exigir contenidos más completos para cualquier tipo de información. Saber que una computadora con acceso a internet podía reunir lo mejor de la radio, la televisión y la prensa escrita, también obligó al emporio informativo a preocuparse por desarrollar mejores utilidades.

Y claro, de paso se instauró otro pensamiento, también relevante en la consolidación del internet como medio informativo, cuya característica principal estuvo en aceptar a los usuarios como complementos ideales para mejorar la producción noticiosa. Ajustándose a sus expectativas y realidades, estaban un paso por delante de los demás.

Con el paso rápido del tiempo y dando espacio para que las ediciones web se consolidaran en el mercado, tales sitios ganaron terreno al ofrecer nuevos e importantes servicios para los usuarios como la constante actualización de los contenidos, la multiplicidad en los formatos informativos (se empezaron a usar videos, animaciones, audio, etc.), la posibilidad de consultar ediciones anteriores, la incorporación de buscadores internos y la instauración de plataformas interactivas entre el medio y los usuarios.

Con todo ello se garantizó un espacio en las preferencias del público. La novedad en su servicio así se lo avaló, convirtiendo al periodismo digital en un nuevo producto informativo, caracterizado por 3 principios que fueron definidos por Nicolas Pélissier en el texto *Internet en línea de divulgación y la ciudadanía (Internet de proximité et citoyenneté en ligne)*:

“Las nuevas redes digitales provocan un cambio no solo tecnológico sino también conceptual, alterando nuestra manera de aprehender el mundo: un modo de acceso al conocimiento basado en la escritura lineal y textual, está siendo progresivamente sustituido por un nuevo modo basado en los tres principios fundadores de internet: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad”.⁵

Interpretando un poco al académico francés, vale rescatar que la primera de las características se refiere a la posibilidad que adquirieron los medios para integrar en un mismo soporte todos los formatos: texto, audio, video, etc.; la segunda habla de una forma multidireccional de estructurar y acceder a la información en los entornos digitales a través de enlaces, y la tercera se refiere a un concepto que remite a la idea de que la audiencia inicie y desarrolle acciones de comunicación con el medio y otros usuarios.

Estos rasgos expuestos por Pélissier resumen el potencial del periodismo que ofrece internet, y dan claras luces de que este tipo de comunicación incorporó y potenció a su producción, varios procesos inalcanzables para los demás formatos periodísticos.

⁵ Ver Pélissier, *Internet en línea de divulgación y la ciudadanía*, p. 34.

Se trataba de aprovechar los recursos que provee internet para ampliar la información en un sólo medio y de forma inmediata.

1.3 Un súper medio

Absolutamente todos los medios informativos se vieron afectados por el arribo del periodismo digital. A partir de su instauración en 1995, se perdió la línea que distinguía los diferentes lenguajes periodísticos, permitiendo la apertura de nuevos modelos noticiosos. Dependiendo de la adquisición del software adecuado, este género brindó la posibilidad de juntar a los ya existentes -escrito y audiovisual- en las novedosas plataformas.

Por lo tanto se puede considerar que una de las ventajas del periodismo en internet está en la posibilidad de que los elementos icónicos ya no sean entendidos únicamente como un elemento complementario al contenido. Siguiendo a Albornoz (Periodismo Digital: los grandes diarios en la red), ahora todo pasó a ser parte de un todo que le brinda al usuario una información más detallada, basada en el uso de palabras, frases subrayadas (hipervínculos, entendidos como la herramienta que permite relacionar ideas, hechos, datos, etc. a través de un clic), imágenes, audio y video.

Por eso debe hablarse del periodismo digital como aquel que ofrece una información *hipermedia* que utiliza todos los soportes, haciéndolos compatibles. Ese es su gran reto, pues hacerlo bien depende de una integración secuencial lógica y accesible para cualquier tipo de audiencia. En caso de lograrlo, se podría hablar de una especie de “Súper medio”, ya que se valdría por sí mismo para ofrecer lo propio e incluir en ello todo lo que brindan los demás.

Un medio digital no tiene limitaciones para garantizar información en el campo más adecuado. Su desarrollo le permite tomar lo mejor de los demás campos para explotarlo en el propio. Una información puede ser publicada para ser escuchada, vista o leída, según las necesidades de la audiencia y la apreciación del panel periodístico.

1.4 ¿El periodismo digital es un nuevo género periodístico?

Con el arribo de la tecnología hubo que modificar algunos aspectos en la forma de ejercer la labor periodística. Iniciaba el siglo XXI y con él llegaban cambios en el trabajo informativo. Ya la radio y la televisión eran cabeceras fundamentales en la difusión de la información, dejando a los periódicos un poco relegados en esta función.

Entonces el mundo informativo estaba dando pie a una transformación forzosa del periodismo, encaminada a agilizar los procesos ya existentes. Una vez más el perfil profesional del periodista debía cambiar, obligado a hacerlo por la profunda

modificación que vivió el sector de la información. Estaba claro que ninguno de los formatos podía prescindir del texto informativo, entendido como el elemento básico en la tarea de comunicar.

Así que la opción pasaba por unificar los lenguajes, sobre todo teniendo en cuenta que la redacción periodística nació vinculada al papel y ahora debía prepararse para los nuevos medios. Eso supuso que el periodista apto para labrar su función en internet debía prepararse (además de lo básico impartido en cada escuela) para utilizar todos los soportes conocidos: texto, sonido, fotos y videos, para producir aquel deseado lenguaje unificador para esa convergencia de medios, también conocida como multimedia, y responder a la demanda del súper medio.

“A fin de que la Web alcance ese estatus completo, los desarrolladores de contenido y los usuarios deben sacar ventaja de sus atributos, ambiente y funcionalidades. La Web debe pasar un proceso de maduración; el mismo que todos los nuevos medios han pasado. El ejemplo clásico de este proceso son las noticias de televisión. Al comienzo, estas eran simplemente reportes de radio leídos ante la cámara. Hoy, sin embargo, todas las habilidades del medio son utilizadas mientras cámaras desde múltiples ángulos, videos grabados y en vivo, fotos y gráficos son empleadas para contar los eventos noticiosos diarios”, dicen Nora Paul y Cristina Fiebich en su trabajo *Cinco elementos de la narrativa digital* (5 Elements of Digital Storytelling).⁶

Ese recorrido que debió hacer esta tecnología obligó a las escuelas de periodismo a llamar la atención en las características que responden a la inmediatez, la omnipresencia y el acceso global a la información. El ambiente obligó a que el “nuevo periodista”, además de mantenerse actualizado, estuviese en capacidad de publicar esos mismos hechos en el formato requerido y haciendo uso del menor tiempo posible.

Los periodistas, acostumbrados a los medios tradicionales, debieron hacer algunas modificaciones en su forma de trabajar para adaptarse a las nuevas herramientas y los servicios de Internet. No obstante, también los medios sufrieron modificaciones al verse obligados a cambiar su cultura corporativa, priorizando otro tipo de información y modificando su relación con los usuarios. En eso consistió el nacimiento del periodismo digital.

La demanda que requiere la instauración de ese nuevo esquema informativo también hace necesario el replanteamiento en la formación de los comunicadores. Así lo entendieron los medios que recurrieron a él, quienes advirtieron que para el manejo de su nuevo recurso era necesario empezar desde la academia.

⁶ Ver Paul y Fiebich, *5 Elements of Digital Storytelling*: <http://www.inms.umn.edu/elements>

Todo tiene una razón de ser, fundamentada en que la información publicada en un medio digital maneja los recursos ya mencionados: imágenes, texto, video, etc., lo cual requiere de una tecnología programada, antes inexistente en las escuelas de periodismo. Eso, junto a la dinámica del trabajo cotidiano, que dejó de ser la recolección de información durante el día para luego escribirla y finalmente pasarla a un editor, y que ahora es una rápida producción muchas veces sin supervisión debido a la exigencia de la publicación, cambiaron la forma en que el periodista se prepara y ejerce su labor.

Para mayor claridad en el tema está la siguiente cita, tomada del texto *Nuevas Tecnologías de la comunicación y el perfil del periodista digital*, en la que se publica una declaración del periodista y catedrático argentino José Luis Orihuela (texto publicado en internet en 2009):

“Un buen periodista digital debe ser diestro en el manejo del lenguaje adecuado a cada plataforma y debe ser capaz de explicar lo que pasa, con la misma solvencia, en cualquier medio. Es decir que el periodismo en sus bases teóricas sigue siendo el mismo, las funciones y responsabilidades del periodista no han cambiado, pero se enfrenta al surgimiento de un nuevo medio con una plataforma que permite la convergencia de los instrumentos periodísticos para informar (...) Así que no estamos hablando de nuevas destrezas en el periodismo digital, sino de las destrezas de siempre bajo las exigencias que han planteado las tecnologías de la información”.⁷

Así que la principal modificación en el trabajo del periodista está en las destrezas que adquiera o demuestre en la búsqueda, localización, procesamiento y redistribución de la información. El resto de su labor no cambia. Siempre lo primordial estará en la información que le brinde a su audiencia, en la veracidad que pueda tener, la capacidad de análisis y la destreza de expresión.

1.5 Periodismo digital en las aulas: ¿cómo se está enseñando en Colombia?

Percatarse del arribo de un nuevo patrón al ejercicio de la labor periodística causó un vuelco en los programas de enseñanza del periodismo. Otrora la mayoría de ellas se dedicaba a impartir su cátedra hacia la búsqueda de la imparcialidad, la ética, la precisión y la transparencia en el ejercicio periodístico.

Ahora, sin dejar de lado ese enfoque pero también preocupados por los formatos en que esto se debe aplicar, los programas han tenido que cambiarse. Al igual que pasó en años anteriores con el arribo de la radio y la televisión, la profundización en el estudio está sufriendo una modificación causada por la llegada de un nuevo medio, algo que a su vez ocasiona una transformación en el criterio de su educación.

⁷ Ver Convergencia de los medios en <http://tesis.stephaniefalla.com/>

Cada nuevo formato trae consigo una nueva preocupación. La del internet está ligada a la inmediatez. Eso lo entendió gran parte del mundo durante los últimos 20 años y eso también le tocó a nuestro país. Acá la cátedra de Comunicación Social y Periodismo tuvo su origen en 1936, cuando la Universidad Javeriana se convirtió en la pionera de su difusión.

Detrás de ella vinieron todas las demás para hoy contar con cerca de 50 Escuelas Formadoras de Periodistas en todo el país, con un gran porcentaje de ellas funcionando en la capital (17). En el siguiente cuadro⁸ podemos apreciar cuáles son y en qué parte del país están trabajando:

ESCUELAS FORMADORAS DE PERIODISTAS EN COLOMBIA	
Bogotá	- Pontificia Universidad Javeriana - Universidad Externado - Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario - Universidad de La Sabana - Universidad Minuto de Dios - Universidad Central - Fundación Universitaria Los Libertadores - Universidad Sergio Arboleda - Universidad Santo Tomás - Politécnico Grancolombiano - Universidad Jorge Tadeo Lozano - Fundación Universitaria INPAHU - Universidad Antonio Nariño - Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN) - Fundación Universitaria Panamericana - Corporación Técnica de Colombia - Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)
Antioquia	- Universidad de Antioquia - Universidad Cooperativa de Colombia - Universidad Pontificia Bolivariana - Corporación Universitaria Lasallista de Medellín - Universidad Católica de Oriente (UCO) - Fundación Universitaria Católica del Norte (UCN) - Universidad EAFIT - Fundación Universitaria Luís Amigó (FUNLAM)
Atlántico	- Universidad del Norte - Universidad Simón Bolívar - Universidad Autónoma del Caribe
Bolívar	- Universidad de Cartagena - Universidad Tecnológica de Bolívar
Boyacá	- Universidad de Boyacá
Caldas	- Universidad de Manizales
Cauca	- Universidad del Cauca - Fundación Universitaria de Popayán

⁸ Información tomada del Ministerio de Educación.

Córdoba	- Universidad del Sinú
Huila	- Universidad Surcolombiana
Nariño	- Universidad Mariana
Norte de Santander	- Universidad Francisco de Paula Santander - Universidad de Pamplona
Quindío	- Universidad del Quindío
Risaralda	- Universidad Católica Popular de Risaralda (UCPR)
Santander	- Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB)
Tolima	- Universidad del Tolima - Universidad de Ibagué
Valle del Cauca	- Universidad del Valle - Universidad Santiago de Cali - Universidad Autónoma de Occidente

Pocas de las integrantes del listado cuentan con la tradición que tiene la Pontificia Universidad Javeriana. La gran mayoría inició sus labores las últimas dos décadas, motivada quizás por la expansión del mercado referente a futuros periodistas. Al integrarse al campo, se vieron rápidamente sumergidas en la reunión y la especialización del periodismo digital a sus pénsumes, según se observa en la rápida evolución de los mismos hacia esta tendencia.

Es así como la mayoría de ellas contempla en sus programas académicos algunos cursos relacionados con la tecnología impuesta por el periodismo digital anteriormente descrita. Sin embargo, ninguna ofrece especialización en dicho género todavía, salvo algunas que abordan el tema de cierta manera en los post-gradados que ofrecen de Televisión (Javeriana y Externado).

Entonces se podría decir que la formación en periodismo digital en Colombia se encuentra radicada en la etapa de pregrado. Al tener en cuenta los cambios que tuvo el oficio por la llegada del internet a su puerta, varios de los programas tuvieron modificaciones.

Tal afirmación se pudo confirmar con lo que dijeron los Directores de Carrera y algunos profesores de 7 de las universidades que tienen la carrera de periodismo dentro de su oferta educativa: Universidad Javeriana, Universidad Externado, Universidad del Rosario, Universidad Minuto de Dios, Universidad Central, Universidad de La Sabana e Inpahu.

¿Modificaciones en los pensum por la llegada del internet?

Casi la totalidad de los entrevistados coincide en que las universidades realizaron modificaciones en sus pénsumes con la llegada de los nuevos medios digitales. Adaptar las necesidades de su programa a las nuevas tecnologías fue algo casi que obligatorio para aquellos que en Colombia quisieron enseñar el periodismo.

“Hubo algunos ajustes, teniendo en cuenta la necesidad de contar con ciertas herramientas digitales tales como programas para los computadores, la plataforma para los periódicos digitales, etc. Lo que no cambiamos fue la concepción de enseñar periodismo, porque éste es uno solo pese a la variedad de campos en los que se puede desarrollar”, dijo Javier Correa, profesor de la **Universidad Central**.

Mismo caso se dio en la **Universidad Externado de Colombia**. Allí Rosabel Sánchez, Coordinadora Académica de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, dijo: “Sí claro que hubo modificaciones. Ahora nosotros tenemos dentro del programa una línea de informática que, a diferencia de otras facultades, la dictamos directamente dentro de nuestro departamento. Eso nos da la opción de jugar con nuestros contenidos, de acuerdo a las necesidades”.

Y continuó: “Recuerdo que hace 10 años el programa estaba muy orientado hacia lo hardware (funciones operativas del computador). A eso le dimos la vuelta, teniendo en cuenta el cambio en los estudiantes que recibimos. Así las cosas, no desconocemos el contexto informático en el que los alumnos se mueven cotidianamente, pero al mismo tiempo los metemos en el mundo de lo digital. Desde el primer semestre hasta el octavo, sin importar el énfasis en el que estén (la universidad brinda periodismo de gestión y periodismo general), les ofrecemos materias relacionadas con el tema digital. En total a lo largo de todo el programa brindamos 7 asignaturas de estas: en la línea teórica está “Nuevas Tecnologías”. En la parte informática hay 4 y en los énfasis hay dos. Aparte de eso tenemos espacios en los que siempre hacemos talleres y conferencias sobre el tema digital, pero siempre intentado trascender lo operativo, porque nos interesa que los estudiantes entiendan las posibilidades que este mundo le ofrece, para que empiece a pensar su trabajo de acuerdo a ello”.

No fue distinto lo sucedido en la **UNIMINUTO**, como lo confirma Arturo Rojas, Coordinador del Área de Periodismo y Medios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación: “Por supuesto que tuvimos cambios. Nosotros reformamos los planes de estudio de acuerdo a las posibilidades que nos da internet y otro tipo de tecnologías. Todo lo que vino con ellas lo tuvimos en cuenta para empezar a enseñarlo. De hecho creamos un medio de comunicación en la web, que usamos como plataforma simulada del trabajo profesional, para ir mostrando el trabajo que hacen los estudiantes”.

La **Universidad del Rosario** también se unió a las modificaciones a partir del primer semestre de 2010. Álvaro Duque, Director del pregrado de Periodismo y Opinión Pública, comentó que “en ese momento se inició una reforma en el Plan de Estudios, en la que se introdujeron asignaturas que se dedican al asunto de la convergencia digital. Así es como hay una asignatura nueva que se llama Producción Periodística V, en la que se ve el tema general en el que confluyen el trabajo de los estudiantes que ya vieron audio y video, con temas referentes al internet”.

“Fuera de eso también contamos con currículos ocultos. Nos detenemos en eso para mostrar aquellas cosas en el proceso informativo que no aparecen de manera explícita en el programa. Entonces, sí se introdujeron un par de asignaturas que es lo más evidente, pero también hay cosas más grandes como una serie de prerequisites con los que se garantiza el proceso paulatino en el que gradualmente se van aprendiendo las cosas”.

“Otra modificación es que se pusieron las asignaturas de producción y teoría de forma contemporánea; otra son las tutorías que complementan lo que se ve dentro del programa; y otro es que todos los estudiantes deben participar en el proyecto de Plaza Capital (medio de comunicación en línea que es actualizado por los alumnos); y la última es que ya cada alumno es autosuficiente para publicar sus contenidos en nuestro portal web”.

Para el final quedan los casos de la **Universidad de La Sabana** y el **Inpahu**, que también aceptan haber vivido casos similares a los anteriores. En la primera Manuel Ignacio González, Director del Programa de Comunicación Social, dice: “Tuvimos varias modificaciones porque eso además cambió a los estudiantes y a los profesores. El internet se convirtió en herramienta de trabajo para los segundos y en fuente de información y reto para los primeros. Al programa lo modificó para instalarse definitivamente como un medio más. Inició en el programa como herramienta de docencia hace 10 años y se instauró como tema de investigación.

A su vez, Fanny Stella Duque, Directora del Programa de Comunicación de Inpahu: “Claro que tuvimos cambios. Pero con ellos también logramos fortalecer nuestro proceso en la formación de reporteros, pues con internet nació otra forma de hacer reportería, así que lo convertimos en una herramienta y no solamente la dejamos como un medio”.

El único caso contrario se presentó en la **Universidad Javeriana**, según cuenta su profesor Mario Morales: “Eso lo pensamos mucho, al punto que estuvimos muy cerca de cambiar todo el pensum a principios de la década actual, debido a esta nueva perspectiva. Afortunadamente nos tomamos un buen tiempo para hacerlo porque, paulatinamente, nos terminamos dando cuenta que el periodismo digital alcanzó las proporciones que merece y se convirtió en un soporte más a la labor, tal como sucedió en su momento con la radio y la televisión. Así que al final optamos por no cambiar nada y más bien incluirlo dentro del programa que ya teníamos”.

¿Formación adicional en el campo digital?

Con tales respuestas queda claro que la preocupación que tiene la academia de ir a la vanguardia con las tecnologías relacionadas a su campo. Así que también cabía la opción de ir más allá en la profesionalización del oficio.

Si ya se entendía que habían estado dispuestos a cambiar en su primera etapa, ¿por qué no pensar en una segunda, relacionada con la formación adicional dentro del

periodismo digital para cada uno de los programas? Hubo varias respuestas negativas que dejaron como conclusión que el de la especialización todavía es un campo por explorar en el país.

“Lo que ofrece El Externado que se puede asemejar a una especialización en el tema, son 7 asignaturas relacionadas al periodismo digital que brindamos a lo largo del programa” (Rosabel Sánchez).

“En la Universidad Central los estudiantes, en séptimo semestre, ven una materia conocida como *Proyecto Experimental, Montaje y Diseños Comunicativos*. En ella trabajamos las bases del periodismo digital, intentando, en principio, terminar con esa falencia que lleva a los estudiantes a demorarse entre 2 y 3 semanas para desarrollar un trabajo periodístico” (Javier Correa).

“En la Javeriana contamos con formaciones específicas, prácticas y teóricas, pero además en las áreas comunes al campo del periodismo, los estudiantes tienen la posibilidad de aprehender herramientas, elementos, técnicas y lenguajes de internet en otras áreas electivas del programa” (Mario Morales).

“En la UNIMINUTO tenemos un par de asignaturas que están dirigidas hacia el uso de la red. Cuando internet empezó a llamarnos a la puerta con mayor insistencia, creamos una que se llama “Periodismo Digital” y que aún está vigente. Hoy en día ya ampliamos su profundización a todo lo multimedia porque consideramos que no se trata únicamente de entender que existe la herramienta, sino también de saber manejarla” (Arturo Rojas).

“En El Rosario lo que se puede entender como adicional es la integración al programa de las materias de *Periodismo Gráfico y Producción Periodística V*. Pero también hubo otras materias en otras líneas que también contribuyen en esta profundización, aunque no directamente en su estudio. Por ejemplo, hay una que se llama *Historia del Periodismo* que va en la línea de contar lo que ha sucedido, para que eso sirva como base para todos los cambios que se avecinan, hoy visibles en el periodismo digital” (Álvaro Duque).

“En la Universidad de La Sabana tenemos 2 cosas diferentes que se hacen con esta herramienta. Primero, y lo más formal, es que tenemos asignaturas obligatorias dentro del plan de estudios que abordan este medio de comunicación y esta posibilidad tecnológica. El segundo nivel tiene que ver con que el resto de materias se valen de él para desarrollar sus contenidos y competencias” (Manuel Ignacio González).

“En el INPAHU tenemos una electiva que se llama *Comunicación Digital* y un trabajo que se hace en redacción para medios impresos y electrónicos. Además tenemos una línea de producción en la que se mira todo desde lo multimedial y lo digital. También desde otras áreas se hacen trabajos acerca de cómo entender y mirar esas narrativas, para complementar la formación del estudiante” (Fanny Duque).

Estrategias de enseñanza en busca de periodistas digitales

Tras conocer la forma en que los centros educativos abordan la enseñanza del periodismo digital, ahora falta conocer cómo se llevan a la práctica. Y para ello qué más importante que saber quién está a cargo y con cuánto tiempo de trabajo cuenta para ello.

“Tenemos profesores que ya han ejercido periodismo en internet y que también han hecho investigaciones en ese campo. Los estudiantes trabajan con ellos seis horas semanales, divididos en bloques”, responden en la Universidad Central. En el Externado dicen que sus catedráticos son comunicadores con experiencias en el campo digital y diseñadores gráficos con maestría en comunicación multimedia. Con ellos se trabajan desde 2 horas semanales, hasta algunas de 6, dependiendo de la asignatura.

El tema en la Javeriana pasa porque todos sus profesores sean periodistas y tengan estudios de pos-grado. La idea es que los estudiantes compartan con ellos entre 4 y 6 horas semanales. En la UNIMINUTO los educadores deben ser comunicadores sociales con algún tipo de experiencia en el tema y que tengan disponibilidad para trabajar 6 horas a la semana; en el Rosario, las ideas son las mismas pero a la intensidad horaria hay que agregarle 3 más de tutorías.

La Sabana busca un perfil clásico de profesores: profesionales y en ejercicio dentro de la generación de contenidos. En cuanto a los horarios, se aplica la idea que la materia completa debe tener 5 horas semanales. Finalmente, en el Inpahu casi todos los coordinadores de área tienen post-grado y experiencia tanto docente como universitaria; las materias tienen una duración entre 3 y 4 horas a la semana.

Plataformas simuladas hacia el periodismo digital

Conocer la información que nos brindan las anteriores respuestas deja un panorama claro del estatus actual en la relación Periodismo Digital - Escuelas de Periodismo. Esa especialización en el área y la actualización en los métodos de aprendizaje que ellos dicen tener, resultan siendo indispensables para quienes desean dedicarse a esta profesión en las circunstancias actuales, que señalan al profesional de la comunicación con un primer acercamiento en el uso de las nuevas tecnologías para después evaluar su impacto en el ejercicio profesional.

El contexto actual en el que se mueve el periodismo, mediado por las herramientas que se mencionarán en el apartado siguiente (1.6), lleva a que esas nuevas tecnologías afecten la forma en que nos relacionamos. Así que es de vital importancia que todo profesional en este campo esté al tanto de estas nuevas formas de comunicación, para estar al día y poder transmitir con mayor claridad su información.

De ahí que los cursos brindados por cada universidad ya no estén ligados a tecnologías obsoletas. Lo que se enseña en la teoría es rápidamente integrado a la

tecnología reciente, algo que se demuestra en el uso de portales que simulan el trabajo en medios de comunicación digitales.

Algunas de las universidades a las que se les consultó cuentan con medios propios: en la Universidad Central está **Aula y Asfalto** (www.aulayasfalto.e-pol.com.ar), en la UNIMINUTO está **Recorridos** (www.recorridos.uniminuto.edu), en la Javeriana está **Laponti** (www.laponti.com), en La Sabana **Unisabana Radio** (www.unisabanaradio.tv), y en el Rosario, **Plaza Capital** (www.portal.urosario.edu.co/plazacapital).

Con eso se cierra el círculo que apunta a que los periodistas digitales aprendan en profundidad el manejo de las nuevas tecnologías solamente haciendo uso de ellas. Las universidades colombianas ya les ofrecen esa oportunidad, además de aquella que les garantiza estar asesorados por personas capacitadas en la importancia de la alfabetización digital, con lo cual a su salida deberían estar listos para entrar a competir en el mercado laboral del periodismo digital, hoy en día en auge en la totalidad del planeta.

1.6 ¿De qué recursos dispone el periodismo digital?

El periodismo digital impone retos a los periodistas y al ejercicio del mismo por los recursos con los que nace y las exigencias de los mismos. De ahí que ejercerlo en internet no sea lo mismo que hacerlo para cualquier otro escenario tecnológico, pese a que el concepto periodístico sigue siendo el mismo.

Tal transformación en su práctica ya se vivió cuando arribaron la televisión o la radio. Para ese entonces, aquellos que se inclinaron por estas herramientas debieron adaptarse a ellas para aplicarlas a la perfección, sacándoles el mayor provecho en la actividad informativa.

Así como en su momento algunos periodistas debieron alejar sus conocimientos de la tinta y el papel para adecuarlos a consolas de radio, micrófonos, cámaras de video, etc., la propuesta de internet es hacerlo ahora a nuevas tecnologías a través de la web 2.0, permitiéndose realizar una labor más eficiente, rápida y efectiva al momento de informar.

De eso se habla en www.retonet.com. Allí se encuentra un artículo llamado “Los 6 Recursos Multimedia” escrito por Sergio Acosta (diseñador de páginas web radicado en Londres), en el que se apunta que “desde la pluma hasta la producción audiovisual, pasando por el diseño gráfico y las redes sociales. Estas son las herramientas que todo periodista debe adquirir si quiere añadir a su quehacer el adjetivo digital o “multimedia”⁹.

⁹ Ver Acosta, “Los 6 Recursos Multimedia”: <http://www.retonet.com/2010/03/los-6-recursos-esenciales-del-periodista-digital/>

Para Acosta los recursos básicos que debe manejar todo periodista digital son: video y audio, slideshows, redes sociales, CMS, Diseño Gráfico y Texto. Cada uno de ellos son explicados de la siguiente manera:

Video y audio: Contar historias en video, usando una cámara profesional o el teléfono celular, es ya una norma en los medios contemporáneos y se ha vuelto una exigencia ineludible para cada periodista.

Slideshows: Los grandes medios de comunicación los utilizan cada vez más. La combinación de audio y fotografía de calidad permite producir reportajes con fuerte impacto emocional. El británico Benjamin Chesterton es uno de los tantos periodistas que están haciendo del Slideshow su herramienta básica.

Redes sociales: No hay conferencia sobre medios digitales en la que no se ponga en evidencia la importancia de las redes sociales como factor de distribución de contenidos y como fuentes de información. Predicar la interactividad y reaccionar ante los intentos de retroalimentación es vital. Ya que las redes sociales son una plataforma de difusión de contenidos, deben usarse también como punto de encuentro con los lectores.

CMS: Y para periodistas o bloggers, con sueldo mensual o freelances, se ha vuelto vital contar con un sistema de administración de contenidos (Content Management System).

Diseño gráfico: La representación visual de la información, mediante infografías, mapas, fotos o ilustraciones, es un recurso clave en Internet, pues ayuda a enfocar a audiencias que, en la red, suelen navegar por la información en segundos. The New York Times es vanguardia en este rubro. El muro de noticias creado por el diario británico The Independent es una experiencia original en este sentido.

Texto: Para retoNet, la palabra escrita es una herramienta antiquísima que no pierde poder, ni siquiera en Internet. Entre la cascada de fotos, slideshows, videos, galerías y podcasts, el texto tiene también una función primordial y sin él, el periodista multimedia pierde impacto.

A esas propuestas de Acosta quizás haya que agregarle la capacidad que el periodista digital debe tener para emitir sus contenidos e informaciones en formatos móviles y el multilenguaje que debe usar para ello. El medio le exige información completa y actual, por lo cual él debe desarrollar la habilidad y hacerse a herramientas como gadgets o conexiones inalámbricas, para realizar su trabajo en tiempo real.

Además, debe estar en capacidad de usar los formatos adecuados para su publicación en la red (blogs o podcast, por ejemplo). Es por ello que debe saber de optimización

de recursos para buscadores, refiriéndose con esto al uso de etiquetas que los buscadores puedan localizar adecuadamente.

1.7 ¿Cómo se escribe en el periodismo digital?

“En el instante (menos de un segundo, según el EyeTrack III) que un título capte la atención del usuario, éste debe ser lo suficientemente elocuente para decirle de qué es la información o historia (aquí incluimos el audio y video, que normalmente son presentados por líneas de texto), para ver si vale la pena leerla, verla u oírla haciendo clic en el enlace”.¹⁰

La anterior es una afirmación de Guillermo Franco, ex Gerente de Contenido de Nuevos Medios de la Casa Editorial El Tiempo, expresada en su texto “Cómo escribir para la web”, en un intento por educar y preparar a los nuevos periodistas de cara al nuevo reto, en la que se explica claramente la necesidad de un cambio en la escritura, para atender las necesidades del periodismo en la web.

De manera similar a las ya mencionadas, que plantearon modificaciones en la forma de ejercer el periodismo tras la llegada de internet, la escritura también trajo consigo cambios en la presentación de los contenidos escritos. Una fue la Escuela que se formó para redactar contenidos en medios impresos y otra la que se impuso para hacerlo en medios digitales.

Había que hacer esa separación de objetivos en la escritura, pues los diferentes propósitos informativos de periódicos e internet, así lo obligó. Sus audiencias no suelen ser las mismas, por lo cual hubo que especializar cada una de ellas desde su raíz.

Gracias a internet la escritura empezó a verse limitada sencillamente porque no es lo mismo leer un texto en la pantalla de un computador que uno en tinta impresa en papel. El cansancio en algunas partes del cuerpo, la imposibilidad de buscar fuentes alternativas y la necesidad de la inmediatez, influyen en esta dualidad.

“Una gran parte de los usuarios de sitios web de periódicos van a ellos para actualizar información. Las visitas del sitio son disparadas por un comportamiento rutinario, en lugar de una meta particular”, cuenta Franco en su texto. Allí cita un estudio conocido como Eyetrack (rastreo de seguimiento al ojo), desarrollado en 2007, en el que se concluyó:

“Hay un dramático contraste entre el impreso y la versión online la forma como fueron vistos los titulares dominantes: Comparado con el 53 por ciento de lectores de formato sábana que veían un titular como punto de entrada inicial, solo el 8 por ciento de los lectores online vio los titulares de la página de inicio que era coronada por una

¹⁰ Ver Franco. *Cómo escribir para la web*, p. 100.

historia en texto. A diferencia de los lectores impresos, los lectores online no parecían ver inicialmente lo que el editor había seleccionado para destacar”.

Por conclusiones de ese estilo es que Franco afirma que “hay que estructurar los textos para el ambiente digital (u online), teniendo en mente el comportamiento y las metas del usuario”. De hecho, en el prólogo de su libro “Cómo escribir para la web”, Fernando Ávila -licenciado en Artes y ex profesor de Franco-, escribió:

“En los días en que él y yo hablábamos de cómo se debía redactar para los medios escritos, era dogma el esquema inventado por los reporteros de la Guerra de Secesión y sistematizada por la AP, la pirámide invertida. Se debía escribir un lid (lead, en inglés) que respondiera a las cinco dobleús (who, what, where, when, why además del ineludible how). Ese lid se desarrollaba en un cuerpo de cuatro párrafos en orden decreciente de importancia, y se condensaba en un título de máximo seis palabras.

La pirámide invertida perfecta debía permitir la eliminación sucesiva de párrafos, desde el último hasta el segundo, sin que el lector advirtiera la falta de ninguno de ellos, en caso de recibir apenas una parte de la versión original de la noticia”.

Con ese énfasis en la antigua enseñanza acerca de la forma en que se debían redactar las noticias antes del internet se da paso a explicar la nueva:

“La noticia de Internet debe redactarse con este tradicional esquema, sólo que adaptado a nuevas exigencias. Hay, pues, un nuevo estilo de pirámide invertida. La vieja pirámide narraba tres veces el hecho. Primero en el título de seis palabras, enseguida en el lid, y finalmente en el cuerpo. Se anunciaba el hecho (título), se ampliaba con los datos esenciales (lid) y luego se desglosaban esos datos (cuerpo). La nueva pirámide narra una sola vez, sin repetir, desde el título, que viene a ser el mismo lid, hasta el final del cuerpo. Título y lid pasan a ser uno solo, y el cuerpo agrega información.

Esta nueva forma exige palabras cortas, conocidas y precisas. Es una pauta para los textos de la red, que inevitablemente termina siendo pauta para todos los medios”.¹¹

Todo lo anterior lo dice con el fin de llamar la atención hacia las nuevas generaciones periodísticas en el objetivo de cambiar los viejos paradigmas de la escritura. En el último tiempo, inevitablemente hay que hablar de una nueva sintaxis que se explica en cambios necesarios como frases más cortas, exclusión de incisos y circunstancias, verbos fuertes y directos, adverbios y adjetivos descriptivos y exactos, menos

¹¹ Ver Ávila. “Prólogo de Cómo Escribir Para la Web”, pp. 10-11.

prevención en el uso de la voz pasiva, y ubicación estratégica de las palabras más significativas.

Al simplificar la escritura, crea una consciencia de síntesis en los textos tanto para quien lo escribe como para quien lo lee. Las exigencias del mundo actual nos llevan a pensar que cada vez hay menos tiempo para todo, lo cual afecta directamente los índices de lectura. Para luchar contra ellos, qué mejor que ahorrarle tiempo al lector.

“La información en la pantalla se lee -se ve- configurando un patrón en F, en el que los usuarios solo ven el primer tercio de los titulares, primera frase de los párrafos y de intertítulos cuando exploran la página. Así que a la izquierda debe ir la palabra más significativa y no necesariamente la primera palabra del sujeto de la frase. En consecuencia, lo que en un medio tradicional se podría anunciar como Guerrillera de las FARC se desmoviliza, en la red hay que anunciarlo como Desmovilizada guerrillera de las FARC”, explica Franco en su texto.

En conclusión, y citando lo más importante de lo que propone Franco, para la web se debe escribir teniendo en cuenta:

- “La estructura de pirámide invertida exige del autor/editor esencialmente un ejercicio de jerarquización de los elementos de la información, define la importancia relativa de cada uno de ellos, lo que le permite ubicarlos dentro de la página Web en orden decreciente de importancia.
- El autor/editor puede crear cuantas capas o estratos de información quiera sobre un mismo tema. Los estratos más profundos de información pueden, o no, estar escritos según la estructura de pirámide invertida. Si está bajo el control del autor/editor, es deseable que así sea. La información de contexto larga y detallada puede ser visualizada, así, como una capa más profunda de información.
- Los titulares deben adquirir sentido y explicarse por sí mismos, pues en páginas de inicio, resultados de búsqueda, canales RSS, boletines enviados a través de correo electrónico e incluso en el menú de favoritos en un navegador, aparecen desplegados fuera de contexto; es decir, no tienen material rodeándolo para facilitar su interpretación, como lo pueden ser otros textos en forma de sumario, textos destacados, fotos o gráficos.
- Reivindique la voz pasiva; violente el orden ‘lógico’ sujeto, verbo, complemento directo, complemento indirecto, complemento circunstancial; use los dos puntos en nuevas formas; elimine los artículos; maneje siglas y números de una forma diferente... El inicio de todo esto es la oración, el bloque con que se construye la pirámide.

- Cambie el orden de los elementos de la frase de forma tal que comience con las palabras, a su juicio, más relevantes, más ‘gancho’. Los dos puntos (:) un recurso válido para llevar a mano izquierda las palabras más portadoras de información.
- Los artículos (el, la, los, las, un, uno, unos, una, unas...) están dentro de la categoría de las peores palabras para comenzar frases, en especial títulos (bien sea externo o por diferenciación tipográfica), intertítulos e ítems en enumeraciones.
- Minimice la puntuación, racionalice el número de ideas que entrega en las frases (y controle su longitud); No tema comenzar párrafos, frases e ítems en enumeraciones con números escritos en dígitos, siempre y cuando se trate de cifras simples y le ayuden a dar fuerza a la segunda palabra portadora de información.
- Mezcle números en dígitos y en letras cuando se trate de cifras complejas, si con ellos facilita su lectura; Restrinja el uso de los números romanos casi exclusivamente al orden de papas y reyes, y al número del siglo.
- Los bloques de texto ahuyentan a los usuarios, pero existen fórmulas para facilitar el escaneo: intertítulos, enumeraciones, diferenciación por color, etc.”¹²

1.8 De la escuela a los medios

Colombia no se diferencia de los demás países en el hecho de tener en sus principales medios de comunicación a los mayores exponentes del periodismo digital. Así como en Estados Unidos este género periodístico nació de las apariciones en la web de importantes diarios como *The Atlanta Journal and Constitution*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal* y *The Daily Telegraph*, acá sus pioneros fueron El Tiempo y El Espectador, medios de tradición nacional.

El primero de ellos -fundado en su edición impresa en 1911- se inició como portal web el 22 de enero de 1996; el segundo, que surgió en 1887 en papel, funciona en internet desde el 29 de mayo de 1996. Ambos optaron por este camino con el objetivo de ir acorde a los avances tecnológicos y con la intención de expandir su audiencia, llegando a públicos globales y ya no solamente colombianos, tal como les pasaba con la edición impresa que aún siguen manejando.

El 22 de enero de 1996, la edición impresa de El Tiempo trajo consigo un par de artículos en los que se le explicó al usuario la nueva modalidad en la que trabajarían a

¹² Ver Franco. *Cómo escribir para la web*, pp. 100-119.

partir de ese momento: “Desde hoy, El Tiempo en Internet y El Tiempo se lee en internet...”

En el primero se daba a entender la idea de que los usuarios podrían navegar el periódico de 3 maneras: leyendo las páginas impresas, por intermedio de El Tiempo InterActivo y a través de internet: “La versión de EL TIEMPO (sic) en Internet contendrá básicamente la misma información de su contraparte impresa (...). Allí estarán disponibles las secciones de Primera página, En foco, Primer plano, Opinión, Judicial, Política, Internacional, Deportes, Computadores, Vida de Hoy, Viajar, Educación, Medio Ambiente y Salud”, se leía en el primer artículo.

El objetivo con el cual arribó El Tiempo a Internet, era el de llegar hasta los colombianos en el exterior, a los conectados a Internet desde Colombia y, en general, a cualquier persona interesada en conocer lo que sucede en el país. Todo eso prometiéndolo una información actualizada cada 24 horas a la hora del cierre de edición del periódico.

Ese día en la edición en línea del diario aparecieron 137 noticias: 20 de Información general, 19 de Economía, 17 de Ciencia y tecnología, 16 de Deportes, 15 de Bogotá, 13 de Opinión, 7 de Medio ambiente, 6 de Nación, 6 de Cultura y entretenimiento y 4 que se ubicaron en la categoría Otros.

De los titulares más importantes se recuerdan: A mantenimiento 137 puentes de Cali, A paro el transporte de carga en los puertos del país, Cayó la Sub-23, Avenida Ciudad de Cali conquistará el oeste, Cuatro candidatos para presidir El Concejo, Lo que más temen los narcos es la extradición, No iremos a una guerra: Venezuela, Las causas del desempleo, Policía graduó 2.500 bachilleres y Windows 95 para botar por la ventana.

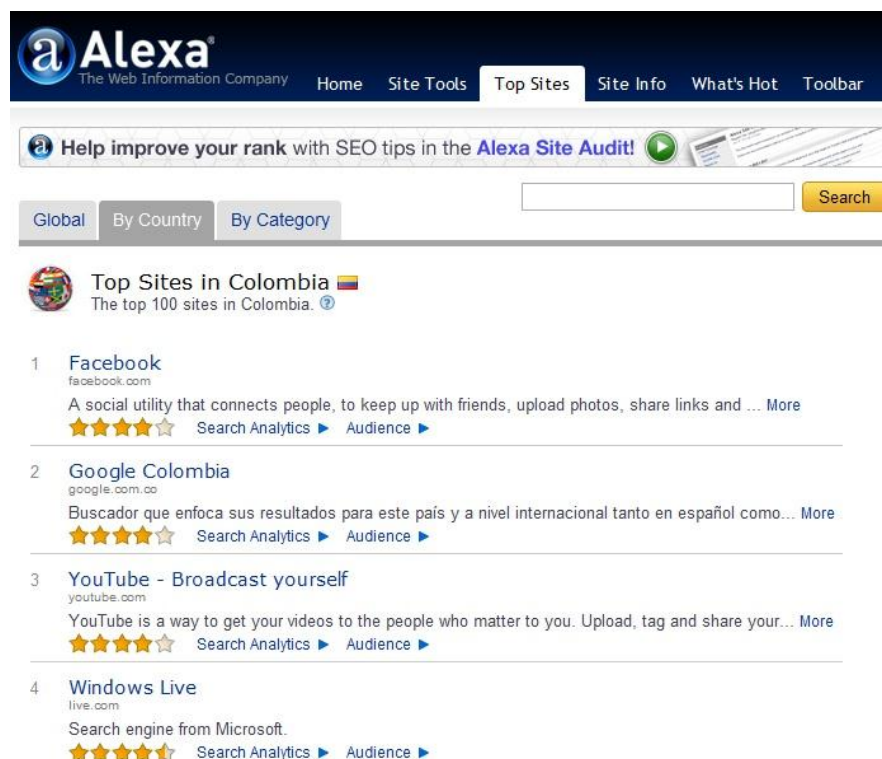
Cuatro meses después El Espectador también anunció su llegada a esta tecnología. El 29 de mayo de ese mismo año se introdujo en este mundo, después de una campaña de expectativa que mantuvo durante un mes. Con eso Colombia ya tenía a sus dos potencias informativas en armonía con los avances tecnológicos y por ende ya no había nada que envidiarle al resto de los medios de comunicación.

La idea de ambos comenzó con trasladar los contenidos habituales a esta plataforma. Así arrancaron y se mantuvieron durante los primeros años. Con el paso del tiempo fueron instaurando novedades tecnológicas que les permitieron ir a la par con el mundo web, al mismo tiempo que se instalaban como pioneros del periodismo digital en Colombia.

Fue así como a su trabajo cotidiano le agregaron las funcionalidades multimedia que aún actualmente presentan. Con eso se convirtieron en el ejemplo a seguir por los demás diarios nacionales que también comenzaron a instaurarse en el mundo digital.

De allí nacieron publicaciones web de El Colombiano, El País y El Herald, tres de los diarios más importantes del país.

Detrás suyo también comenzaron los medios virtuales del Canal Caracol, el Canal RCN, las revistas Semana y SoHo, otro tipo de medios periodísticos que también figuran dentro de los 100 sitios web más visitados en Colombia, según el servicio de medición de tráfico Alexa.com, el cual provee información de la cantidad de visitas que reciben las páginas en internet y que se puede apreciar en la siguiente imagen), y dentro de los cuales también se observa un claro acercamiento a cumplir los objetivos que traza el periodismo digital anteriormente mencionado.



Desde ese entonces a nuestros días, ambos portales denominados pioneros para Colombia, se instalaron en los primeros puestos de aceptación por parte de los receptores, según los principales medidores de audiencia. Rápidamente el tiempo.com se consolidó como la web colombiana más visitada en el país, resultado que le sirvió para aliarse -junto a Publicaciones Semana, El Colombiano (diario de Medellín) y El País (diario de Cali)- con Terra (filial dedicada a contenidos de internet y portales del Grupo Telefónica de España) en el año 2000 para buscar una consolidación en el mercado, dando total libertad de uso y comercialización de sus contenidos al portal internacional. Eso lo consiguió pese a disolver dicha alianza en 2006.

Elespectador.com, entretanto, tuvo una serie de problemas internos que lo llevaron a perder terreno en esta “competencia”. Apenas ahora y según la más reciente

publicación del Estudio General de Medios, se haya convertido en el medio de comunicación que más creció en internet en los primeros meses de 2010, al llegar a 687.700 visitantes.

“Al cierre de abril pasado Elespectador.com superó los tres millones de usuarios únicos, récord para este portal desde su relanzamiento, hace menos de tres años. De acuerdo con los datos publicados este lunes (10 de mayo), Eltiempo.com creció ocho por ciento, mientras que Elcolombiano.com cayó ocho por ciento. Dentro de los portales de información, Semana.com se mantuvo estática en cuanto a número de visitantes en siete días, mientras que Elpais.com creció cuatro por ciento y Q'hubo.com 9 por ciento.

Por su parte, los otros dos portales informativos de nuestra red, Shock.com.co y Cromos.com.co, mostraron comportamientos positivos. Shock.com.co creció dos por ciento, mientras que Cromos.com.co lo hizo en un tres por ciento”.¹³

Ese mismo 10 de mayo Eltiempo.com también se hizo eco de los resultados que arrojó el estudio hecho por el EGM. El artículo en el que se hizo eco del tema se llamó “Eltiempo.com se consolida como el portal noticioso más consultado de Colombia, según el EGM” y en ella se dice que:

“El estudio destacó que eltiempo.com creció en 117,471 lectores, mientras que elespectador.com lo hizo en 74,742 y quedó por debajo de elemprego.com y Canal Caracol.

El liderazgo de eltiempo.com entre los internautas en Colombia se consolida también en Omniture, una de las empresas más respetadas del mundo en la medición de tráfico web, y en Comscore, la plataforma internacional que mide el tráfico de todos los portales de manera comparativa.

Según Omniture, eltiempo.com cuenta con casi 8 millones de usuarios únicos al mes, más de 600 mil usuarios únicos al día y casi 3 millones de páginas vistas al día.

En apenas 4 meses, eltiempo.com pasó de 6 millones de usuarios únicos a casi 8 millones, un crecimiento del 33,3% que fue posible gracias a la actualización del portal las 24 horas al día, siete días a la semana, y a una alimentación permanente de noticias que le ha dado un dinamismo a la página que capta cada vez más a los lectores.

¹³ Ver “Elespectador.com, medio que más creció según el EGM”, en la edición online de Elespectador.com del 10 de mayo de 2010.

Según Comscore, el alcance de eltiempo.com en Colombia es del 25%, seguido de CaracolTV.com con 12,9% y elespectador.com con 12,19%.

El Top 5 de la categoría de noticias en Colombia en internet son: eltiempo.com, caracoltv.com, elespectador.com, elmundo.es y semana.com. En tanto, en toda la red de portales de Casa Editorial El Tiempo hay casi 9 millones de usuarios únicos sin duplicidad, a octubre de 2009”.¹⁴

Del par de artículos se puede concluir que ambos datos no se contradicen. El Tiempo habla de valores absolutos (número de personas) mientras El Espectador lo hace de datos relativos (en porcentaje). Así que ambos resultan beneficiados a su manera por cada una de sus audiencias, lo cual queda reflejado en la medición de tráfico que presentó Alexa.com en el cierre del primer semestre de 2010, periodo de tiempo al que se refiere el estudio del EGM.

En el siguiente cuadro¹⁵ apreciamos las 25 primeras posiciones y las que ocuparon cada uno de los medios de comunicación dentro de los 100 lugares iniciales:

LOS 100 SITIOS WEB MÁS CONSULTADOS EN COLOMBIA, SEGÚN ALEXA.COM		
1.	Google Colombia	Buscador que enfoca sus resultados en páginas colombianas
2.	Facebook	Red Social en la que se comparte información
3.	Windows Live	Motor de búsqueda de Microsoft
4.	Youtube	Red Social de entretenimiento, enfocada en los videos
5.	Google	Motor de Búsqueda
6.	MSN	Portal de compras, noticias, e-mail, búsqueda, y chat
7.	Yahoo	Correo electrónico gratuito y buscapersonas
8.	Blogger.com	Herramienta libre dedicada a la publicación de contenidos
9.	Wikipedia	Enciclopedia virtual
10.	Conduit.com	Herramienta dedicada a la personalización de sitios web
11.	Taringa	Sitio de entretenimiento en el que se comparte información
12.	Eltiempo.com	Diario de circulación y alcance nacional
13.	Mercado Libre	Sitio de compra y venta de eBay para el País.
14.	Twitter	Red Social en la que se comparte información
15.	Google España	Buscador que enfoca sus resultados en páginas de ese país
16.	WordPress.com	Herramienta gratuita en el manejo de blogs
17.	Vibramovil.com	Herramienta para la personalización de celulares
18.	Elespectador.com	Diario de circulación y alcance nacional
19.	grupobancolombia.com	Sitio oficial de Bancolombia
20.	Rapidshare	Empresa de alojamiento de archivos
21.	Microsoft Corporation	Principal sitio de información soporte y noticias

¹⁴ Ver “Eltiempo.com se consolida como el portal noticioso más consultado de Colombia, según el EGM”, en la edición online de Eltiempo.com del 10 de mayo de 2010.

¹⁵ Datos tomados de <http://www.alexa.com/topsites/countries/CO>, a finales de julio de 2010.

22.	Bing	Herramienta de búsqueda de Microsoft
23.	Bp.blogspot.com	Herramienta libre dedicada a la publicación de contenidos
24.	ASK	Ofertas de búsqueda para los sitios web
25.	Megaupload	Empresa de alojamiento de archivos
32.	CaracolTV.com	Medio televisivo de alcance nacional
36.	canalrcnmsn.com	Medio televisivo de alcance nacional
49.	Elcolombiano.com	Diario de circulación local y nacional
51.	Futbolred.com	Noticias y estadísticas del fútbol profesional en Colombia
52.	Semana.com	Revista especializada en noticias y actualidad colombiana
69.	SoHo	Revista especializada en contenidos para hombres
75.	Caracol Colombia	Emisora de alcance nacional
90.	Terra	Medio de comunicación nacional
93.	Portafolio	Diario de economía y negocios

Internet da para todo. Aquel que conoce el mundo virtual sabe que allí no hay restricciones: Cualquier cosa que se le ocurra al periodista la puede ver reflejada en un computador con acceso a la red. De allí sale la variedad en las preferencias del público colombiano, demostrada en que los diez primeros lugares de aceptación son ocupados por páginas que poco tienen que ver entre sí.

De hecho, y remitiéndonos a lo dicho por Víctor Solano, consultor en comunicaciones, en una entrevista con el Canal Caracol en mayo de 2010, “se sabe que, según el último Estudio de Consumo de Internet, el 86% de los cibernautas usa la web para ver y publicar fotografías; el 75% para escribir comentarios y el 45% para ver videos”.¹⁶

De ser así y conociendo las cifras publicadas por el Ministerio de Tecnologías e Información en su Boletín trimestral del cuarto trimestre 2010, en las cuales se afirma que a finales de 2010 había en Colombia 4.4 millones de suscriptores de internet¹⁷, resulta ser muy importante para los medios de comunicación digitales saber que las posiciones que ocupan dentro de las preferencias de la audiencia en el país, no los dejan ubicarse por debajo de los 20 primeros puestos, siendo además los dos medios de comunicación más consultados por los colombianos pese a tener también su edición impresa.

¹⁶ Ver <http://www.caracoltv.com/noticias/cienciaytecnologia/video-178301-el-46-de-la-poblacion-colombiana-tiene-acceso-a-internet>

¹⁷ Ver Boletín trimestral de las TIC, Cifras cuarto trimestre de 2010, p.5: http://184.106.30.252/E-DocumentManager/gallery/Indicadores_del_Sector/Bolet%C3%ADn4Tfebrero2011-l.pdf

2. AGENCIAS DE NOTICIAS

Quizás sin proponérselo, Samuel Morse tuvo mucho que ver con la invención de toda esta línea comunicativa moderna que el mundo conoce desde mediados del S. XIX y que funciona a través de la red mundial, también denominada como agencia de prensa. Con la llegada del telégrafo que inventó, se separó la estrecha línea que unía al transporte con la comunicación.

Antes de eso lo uno dependía de lo otro gracias a que no existían mecanismos para enviar la información, más que la velocidad del mensajero y su pericia para transportarla. A la par de la instauración de ese método (1832), Morse terminó el instrumento que le permitió por primera vez a la humanidad disfrutar del canal informativo más rápido y eficaz, denominado también como la primera gran red de telecomunicaciones: El Telégrafo.

Esa invención trajo consigo la renovación en el método de trabajo para los medios de comunicación de la época. Al tener canales de transmisión más importantes, algunos de ellos optaron por ampliar su foco de información, abriendo la brecha para la llegada de entidades dedicadas a la transmisión de mensajes que iban más allá de la relevancia local.

Queriendo informar a audiencias más amplias y de diferentes lugares, se dio espacio para el establecimiento de aquello que hoy en día funciona bajo el nombre de Asociaciones de Prensa o Agencia Internacional de Noticias (también Agencia de Prensa) más recientemente. Estas entidades, que tienen la responsabilidad de divulgar con mucha eficacia lo que pasa en el mundo, se instauraron desde ese entonces y a partir de ahí han perfeccionado su labor valiéndose de todos los avances científicos.

Con todo eso, hoy en día puede hablarse de una agencia de noticias como aquella que reúne informaciones recolectadas de la cantidad de corresponsales con los que cuenta en distintos lugares del mundo, para luego enviárselas a sus clientes (los medios de comunicación o abonados, como también son conocidos) con un previo paso por la sede central, en la que se editan, corrigen y perfeccionan.

En este camino se encuentran diferentes formatos de presentación para las informaciones pues, como ya lo veremos, el servicio que ellas prestan no se limita únicamente a brindar noticias. Por tal razón puede decirse que las agencias hoy en día hacen parte de la cadena informativa de cualquier medio de comunicación. Para ello tienen a su cargo la elaboración de un amplio cúmulo de información, pero con la particularidad de llevarlo también a los puntos más remotos del planeta. Ese es su principal aporte y su razón de ser, con la cual solventan la necesidad informativa de la sociedad.

Cabe recordar que en El Diccionario General del Periodismo, el bibliólogo español José Martínez de Sousa, describe cómo a principios del siglo XIX, fecha de origen de las agencias, “la rivalidad por la conquista de la noticia, la más rápida, mejor y más completa, determina una concurrencia desastrosa para las posibilidades económicas de los periódicos. De una parte, las tarifas elevadas de los servicios telegráficos y de otra, el deseo siempre creciente del público de estar bien informado, hizo pensar en la necesidad de las agencias”.¹⁸

2.1 Un poco de historia alrededor de las agencias de noticias

¿Cómo informar acerca de lo que sucede en lugares distantes? En esa gran duda se basó toda la idea que llevó a su conformación. Los principales editores de los grandes medios informativos de principios del S. XIX, se encontraron con aquel dilema siempre que quisieron ir más allá de lo que ya estaban haciendo, pero se vieron limitados para hacerlo por la ausencia de recursos tecnológicos para lograrlo.

Fue entonces como el telégrafo creado por Samuel Morse pasó a tener un papel fundamental en la vida de los medios de comunicación. Con él, sus intenciones de ampliación en la cobertura de la comunicación, se hicieron realidad para mediados de siglo.

El primero en tener en cuenta el instrumento fue el francés Charles Havas, quien lo utilizó para perfeccionar aquella difusión que ya antes había iniciado con el uso de las palomas mensajeras, validando así el funcionamiento de la agencia que llevaba su apellido como nombre y que más tarde se conoció como AFP.

Posteriormente, en los años 1839 y 1851 respectivamente, surgieron las agencias Wolff y Reuter para competir en el negocio. Esas 3 ya instaladas en el mercado, iniciaron un intercambio de información telegráfica entre París, Berlín y Londres, demostrando el potencial del oficio que estaban inventando y dando origen al primer modelo de flujo informático internacional.

No obstante, fue Estados Unidos el país pionero en el concepto de asociación periodística, gracias a que en 1848, cinco de sus periódicos firmaron un acuerdo para recibir los principales datos surgidos de la guerra con México. Los involucrados en aquella reunión fueron The New York Sun, The Herald, The Courier and Enquirer, The Journal of Commerce y The Express, quienes más tarde conformarían lo que actualmente se conoce como Associated Press (AP).

Detrás suyo se conformaron todas las demás: en 1851 el británico Paul Reuter fundó Reuters; en 1907 nació UPI fundada por el estadounidense Edward Wyllim Scripps, en 1909 INS gracias al empresario William Randolph Hearst, en 1918 inició labores la agencia estatal rusa ROSTA y a finales de la década del 30, Xinhua en China,

¹⁸ Ver Martínez de Sousa. El Diccionario General del Periodismo, p. 68.

dando a entender con estas últimas que la constitución de este tipo de plataformas también significaba un beneficio para los gobiernos nacionales.

2.2 ¿Cómo se favorecen los medios de las agencias?

Pretender una cobertura informativa global es una demanda demasiado ambiciosa. Por ende suele decirse en los medios de comunicación que ni siquiera el más poderoso de ellos está en capacidad de lograrlo. “Una de las principales ventajas de las agencias de prensa para con los medios está en que ocupan el espacio que ellos no cubren debido a que no pueden contar con periodistas en todo el mundo”, afirma sobre el tema Jaime Dueñas, director de contenidos de Eltiempo.com (entrevista adjunta).

Así que esa imposibilidad impuesta por ellos mismos al momento de ofrecerse a dar información a la cual su panel periodístico no tiene acceso, le dio vida a aquellas plataformas informativas que sí están en capacidad de contar, en tiempo real y desde el sitio del acontecimiento, lo que está sucediendo allí.

Ese otro grupo de periodistas dispersos por distintos lugares del planeta, trabaja mancomunadamente con aquellos que los requieren para complementar las labores informativas más relevantes, con detalles precisos e informaciones correctas, sobre aquello que se convierte en noticia pero que sucede en lugares a los que solamente ellos tienen acceso, convirtiéndose así en la única fuente de información sobre ellos.

Para ello se abastecen de una red de corresponsales y enlaces instantáneos, reforzada por una Redacción Central capacitada y en constante vigilancia, que suele satisfacer las necesidades de aquellos medios que confiaron en sus servicios y que por ello esperan la comunicación inmediata de los acontecimientos que le puedan interesar a su público objetivo.

2.3 ¿Cómo trabajan las agencias?

Tal como lo confirma Luis Jaime Acosta, periodista de Reuters en Colombia (entrevista adjunta), el ejercicio periodístico en una agencia de prensa no dista mucho de aquel que se practica en los medios:

“Nuestra dinámica es muy parecida a la de cualquier otro medio de comunicación. Tenemos un consejo de redacción en el que se hace una agenda informativa de los temas a desarrollar. En nuestro caso estos temas deben tener trascendencia internacional, para que amerite su cobertura.

El periodista consigue la información. Si tiene el tiempo la redacta. Si no, llama a un corresponsal para que él lo haga, cumpliendo los parámetros de calidad expuestos en el manual de calidad y estilo de Reuters. Una vez redactada, la noticia se manda a la mesa de redacción (en Santiago de Chile).

Ellos la revisan y se encargan de enviarla a todos los abonados a nivel mundial.

Todos los que trabajan en esta dinámica son periodistas profesionales contratados por Reuters. No se trabaja con practicantes”.

Así que siguiendo esa idea, vale destacar que el trabajo del periodista en su rol de corresponsal (Persona que habitualmente y por encargo de un periódico, cadena de televisión, etc., envía noticias de actualidad desde otra población o país extranjero, según la RAE) sigue siendo el punto de partida para el trabajo periodístico bien sea en un medio de comunicación o una agencia de noticias.

La diferencia quizás radique en que las agencias cuentan con ese potencial que les permite distribuir a sus corresponsales internacionalmente y debidamente acreditados, en un número relacionado al volumen de información requerida de acuerdo a los temas y fuentes noticiosas pretendidas. Eso no lo hacen los medios nacionales, quienes únicamente están enfocados en contar con corresponsales distribuidos en las principales regiones nacionales.

A eso hay que sumarle que existe una modalidad especial que también se convierte en una ventaja para el trabajo de la agencia. Y es que cuentan con corresponsales ocasionales, que no forman parte de su panel periodístico pero que están dispuestos a prestarles su servicio, ya que se encuentran distribuidos en los diferentes lugares del planeta.

Bien sea a través de ellos o de su propio equipo, la información que se consigue es enviada primero a las Redacciones Centrales o Mesas de Edición General, como la define Esther Rebollo, delegada de la agencia EFE en Colombia (entrevistas adjuntas):

“Acá en la oficina de Colombia únicamente producimos información de Colombia. Preparamos esa información, la elaboramos y la mandamos a nuestra Mesa de Edición General, que es una mesa a la que llega toda la información de las demás delegaciones de América. Ahí es donde se centraliza, se estudia, se edita y finalmente se distribuye a los clientes”, cuenta Rebollo.

Y continúa, “La Agencia EFE tiene dos bases ‘centrales’ de edición: Madrid, que se encarga de la edición de las noticias que provienen de España, el resto de Europa, África, Asia y Oceanía. Y Bogotá, donde se editan las noticias provenientes de todo el continente americano, desde Canadá hasta La Patagonia. Además de estas dos, hay mesas de edición para el servicio en catalán, el servicio vasco, y el servicio en portugués”.

La función en esta parte del proceso consiste en recibir la información, seleccionarla, mejorarla si es necesario, traducirla en el mismo caso y retransmitirla lo más rápido

posible. Lo que falta por contar está relacionado con lo que hacen los medios ante este panorama. Tal proceso lo resume Jaime Dueñas de la siguiente manera:

“En eltiempo.com la sección internacional maneja su propio contenido en internet. Nosotros mismos, a través de HERMES (herramienta web utilizada en el proceso de envío de información por parte de las agencias y posterior visualización en las salas de redacción de los medios de comunicación), podemos ver los cables que nos interesan y colgarlos así en la página. Así que si lo que vemos nos llama la atención publicarlo, lo hacemos.

Los cables nos llegan a través de esa herramienta y los que están más pendientes de ella son los encargados de nutrir la sección Internacional en eltiempo.com. En el caso de ellos, se manejan unos turnos internamente y el encargado debe poner ese material en la sección Mundo de eltiempo.com. Cuando el cable tiene que ver con algo nacional, la persona del manejo de noticias en ella se delega para publicarla, y si hay algo interesante en materia internacional que puede pasar al Home de eltiempo.com, hay una comunicación entre la sección y eltiempo.com para que pueda ser destacada allí.

A través de los cables nos llega mucha información de Colombia referida a la política, la justicia, deportes, actividades culturales y demás. Lo que pasa allí es que nosotros tenemos nuestras redacciones dedicadas a esos temas y lo que hacemos con lo que nos mandan es complementar lo que ya tenemos”.

2.4 Agencias... ¿de noticias solamente?

Su nombre lo dice pero es válido preguntar por ello debido a la amplia gama de posibilidades que ofrece un oficio como el del periodista, hablando del formato de presentación de sus contenidos. Desde el momento en que se instalaron los diferentes géneros periodísticos al lado de la noticia (la entrevista, el reportaje, el informe especial) pasando por los diferentes avances tecnológicos hasta la llegada de internet al campo de la información, ya no es costumbre de las audiencias el conformarse únicamente con las noticias.

El ansia de ir más allá de ellas es algo inserto en la población actual y que hace parte del periodismo desde sus orígenes. Por ende es difícil creer que aquellos que ejercen el oficio dentro de una agencia de noticias se dediquen exclusivamente a esta especialidad del oficio. La duda se planteó desde su nombre, pero rápidamente es despejada por parte de los que hoy en día se encuentran en esa tarea.

Según ellos, las agencias de noticias se apartan hace ya bastante tiempo de la simple difusión de informaciones escuetas. Su especialidad ahora es proporcionar a sus abonados servicios variados que incluyen fotografías, reportajes, entrevistas, columnas de opinión y todo aquello que esté de la mano con la información. Eso

también pasa en Colombia. A la pregunta que titula este apartado, los representantes de las cuatro agencias que están en nuestro país, respondieron:

- **EFE:** “EFE es una agencia netamente periodística. Lo que hace son noticias pero en todos los formatos. No solamente damos el breaking news de última hora; además desarrollamos temas atemporales, hacemos reportajes, entrevistas, crónicas de color, análisis económicos o políticos. Entonces se puede decir que manejamos los distintos medios periodísticos pero siempre dentro del formato noticia”, Esther Rebollo.
- **AP:** “Hacemos noticias, pero entre nuestros despachos se distribuyen reportajes. Además ofrecemos servicios de fotos, video, gráficos, interactivos y radio”, Sergio De León.
- **AFP:** “El despacho y la información breve son el eje del servicio de una agencia, pero a esto se suman las ampliaciones y desarrollos en profundidad de las informaciones. En segunda instancia está el reportaje o la nota de color, que es básicamente aquella que hace énfasis en el “cómo” (cuenta detalles de lo ocurrido) a lo que sigue el análisis (un despacho que hace énfasis en el “porqué” o la explicación y que cita analistas o expertos). El reportaje es cada vez más demandado, tanto en texto, como en foto y video.

También son productos independientes las notas de ángulo (las que desarrollan un aspecto particular, como por ej: en la cobertura sobre Diana de Gales, un papel sobre la controvertida figura de los paparazzi); las entrevistas (un diálogo exclusivo concedido por un personaje) y los papeles de apoyo (cronologías, recuentos, recuadros etc.), Henry Orrego.

- **REUTERS:** “Básicamente manejamos la noticia y muchos temas de análisis y reportajes, además de fotografías y videos”, Luis Jaime Acosta.

2.5 Estructura orgánica de una agencia de noticias

Toda agencia está compuesta por dos grandes áreas que le permiten funcionar en armonía: el panel periodístico y la parte administrativa. Ninguna de ellas dista de lo que indican sus nombres ni de las funciones que se conocen para ellos. En la segunda están aquellos que se encargan de la organización, las finanzas, la promoción y las ventas.

En la primera están el director, los redactores y los corresponsales. Su misión es conseguir las noticias, escribirlas y transmitírselas al mundo por intermedio de sus abonados. De ahí, y de saber que su función corresponde a un criterio de eficiencia para recopilar informaciones, es decir, recoger información en un amplio espectro geográfico, sus redes deben estar conformadas por un número ilimitado de personas.

Para el caso colombiano, 4 de las que funcionan actualmente lo hacen de la siguiente manera:

- **EFE:** “La oficina de producción de noticias en Colombia está constituida por 6 redactores (uno especializado a los temas deportivos y el resto a todos los demás campos); además tenemos 2 practicantes que vienen de España a través de una alianza que hace la Fundación de la Agencia EFE y una Institución Financiera que los proporciona. Aparte de este equipo de redacción de texto (que también hacen los videos) tenemos un equipo de fotografía que consta de 3 fotógrafos en Bogotá y otros en Medellín, Cali y Cartagena. Lo último es que aparte de ellos, tenemos la facultad de contratar eventualmente a fotógrafos en otras partes del país si la información así lo requiere. No tenemos un redactor web. Todos hacen de todo”, Esther Rebollo.
- **AP:** “En la oficina contamos con 2 fotógrafos, 2 camarógrafos, 4 redactores en español y 1 jefe de oficina que también es redactor, pero para el servicio en inglés. Además te puedo decir que la colombiana es una de las oficinas más grandes en Sudamérica porque otras como las de Bolivia, Uruguay, Paraguay, o las de Centroamérica, tienen entre uno y dos redactores, variando los casos, y un fotógrafo”, Vivian Sequera.
- **AFP:** “En Colombia tenemos una directora que además está encargada de la oficina de Ecuador. Ella además de ser la cabeza de la oficina, escribe artículos pero lo hace solamente en francés. Además tenemos un Jefe de Redacción y 3 periodistas, que son los encargados de escribir la información en español. A ellos a veces se suman unos apoyos, que no hacen parte de la planta como tal, pero que sí colaboran con información. Y hay otro periodista en la sede de Quito.

Contamos además con un Departamento de Fotografía (2 fotógrafos de planta y otros en las principales ciudades del país), uno de sistemas y uno comercial”, Henry Orrego.

- **REUTERS:** “En Bogotá tenemos tres periodistas en español y dos en inglés. Los 5 estamos respaldados por un reportero móvil que se encarga de cubrir cosas que se producen instantáneamente. Él nos da sonido telefónico que nos garantiza cobertura inmediata, ya que nosotros lo estamos escuchando y vamos redactando la nota, tal como si estuviéramos en tiempo real.

Además tenemos un staff de 3 fotógrafos en Bogotá, apoyado por otro en Cali, otro en Medellín y otro en Cartagena. Y en televisión hay un equipo de dos camarógrafos, un productor y un asistente”, Luis Jaime Acosta.

2.6 Agencias internacionales de noticias representadas en Colombia¹⁹

La historia de las agencias de prensa en nuestro país tiene su origen a mediados del S. XIX. Para ese entonces arribaron AP, UPI y AFP entre otras de menor relevancia, con el fin de continuar su proyección mundial y para brindarle a nuestro territorio la información más precisa acerca de coyunturas de importancia internacional como lo era en ese momento la Segunda Guerra Mundial.

Bajo ese contexto luego se unieron EFE, REUTERS y todas las demás que se reseñan a continuación. Cabe mencionar que algunas de ellas ya no tienen presencia en el país, pero que al haberla tenido, vale la pena mencionar.

AGENCIA FRANCE PRESSE (AFP). La más antigua de las grandes agencias de información internacional, fue fundada en 1835 por Charles Havas. Tomó el nombre de Agence France Presse después de la segunda guerra mundial (20 de agosto de 1944 cuando un grupo de periodistas de la resistencia retomó su control y le cambió el nombre por el actual). Con sede en París, tiene oficinas y distribuye servicio de noticias en 161 países de los cinco continentes.

En Colombia funciona desde 1945, sin interrupciones hasta el día de hoy. Tiene acuerdo con la mayoría de los medios de comunicación del país, incluidos El Tiempo y El Espectador. Además le ofrece sus servicios a canales de televisión, emisoras, entidades gubernamentales y universidades.

AGENZIA NAZIONALE STAMPA ASSOCIATA (ANSA). Fue fundada el 13 de enero de 1945. Es una sociedad cooperativa de propiedad de empresas editoriales italianas que agrupa a más de 50 periódicos. Tiene su sede central en Roma y 14 oficinas regionales en Italia con más de 400 corresponsales. En el exterior tiene 68 jefes de corresponsalías en las principales ciudades del mundo. Procesa diariamente más de 400 mil palabras de información en cinco idiomas.

ASSOCIATED PRESS (AP). Fue fundada en 1848 en New York. Es una sociedad cooperativa de propiedad de los periódicos de los Estados Unidos y algunos grandes diarios latinoamericanos como Excelsior de México y La Nación de Buenos Aires. Sus servicios noticiosos y gráficos son distribuidos por la red mundial de comunicaciones de Associated Press a unos 12 mil suscriptores en los cinco continentes. Tiene corresponsales propios en 112 países. Su sede central está en New York.

Trabaja en Colombia desde 1930, sin interrupciones hasta el día de hoy. Solo fue sancionada por 48 horas (sin télex para transmitir como era en esa época) en la década del 70 por el gobierno de Carlos Lleras, tras haber transmitido la información

¹⁹ Información tomada de *Asociación de Prensa Extranjera en Colombia*, p. 7-10.

que Rojas Pinilla había ganado la elección. Actualmente prevé sus servicios a cerca de 15 medios colombianos, en los que se incluye El Tiempo y El Espectador.

AGENCIA TELEGRÁFICA DE LA UNIÓN SOVIÉTICA (TASS). Organizada por decisión del Consejo de Comisarios del Pueblo el 10 de julio de 1925. Sucedió a la ROSTA, creada por decreto que firmó V. I Lenin el primero de diciembre de 1917, la que, a su vez constituyó sobre la base técnica y los abonados de la Agencia Telegráfica Petrogradense fundada en 1904. En Colombia inició operaciones en 1961. TASS tiene su sede en Moscú y distribuye información a unos 10 mil suscriptores en más de 100 países.

CENTRAL NEWS AGENCY (CNA). Tiene su sede en Taipei (República de China). Fue fundada en 1924 y difunde al mundo por radio, televisión, periódicos y revistas, noticias de interés nacional e internacional en diversos idiomas, incluyendo chino, inglés, francés, español, árabe y japonés. Actualmente tiene corresponsales en 34 ciudades de 26 países del mundo.

DEUTSCHE PRESSE AGENTUR (DPA). Es sociedad limitada fundada en 1949, de propiedad de los casi 200 medios de prensa de la República Federal de Alemania. Tiene corresponsales en 97 puntos del planeta y la cooperación de 60 agencias informativas nacionales. El servicio para América Latina fue creado en 1961. La sede central está en Hamburgo. Además del servicio noticioso vía satélite, distribuye películas para televisión.

En Colombia trabaja desde principios de la década del 80, pero ya no presta sus servicios a algún medio colombiano. Tiene su sede acá y trabaja con periodistas colombianos, pero la información que tiene se distribuye a diferentes medios del mundo.

EFE. Agencia española, con implantación internacional, fundada en 1939. Está constituida como Compañía Mercantil Anónima. Cuenta con delegaciones y corresponsalías en los cinco continentes. Sus servicios informativos incluyen noticias 24 horas al día en español, inglés y francés; reportajes, fotografías y artículos de ilustres escritores iberoamericanos. Cuenta además con servicios y estudios de radio, televisión y fotografía, y con departamento de sondeos y encuestas. Tiene su sede central en Madrid (España).

Opera en Colombia desde 1967. Se inició como sucursal de la casa matriz y se constituyó legalmente en 1969. Desde ahí no ha dejado de funcionar. Actualmente presta sus servicios a 18 de los más importantes medios periodísticos colombianos, dentro de los que se incluye El Tiempo y El Espectador.

GAMMA PRESS IMAGES. Agencia internacional especializada en fotografías con sede principal en París.

INTER PRESS SERVICE (IPS). Es una agencia informativa del Tercer Mundo e independiente, fundada en 1964 e integrada por periodistas, técnicos y especialistas de diferentes nacionalidades y credos. Tiene como objetivo difundir los procesos económicos, sociales, culturales y políticos de los países en desarrollo y sus organizaciones. El circuito latinoamericano está centralizado en Lima y la red europea en Roma.

NOVOSTI (APN). Fue fundada en 1960 en Moscú por las siguientes organizaciones sociales: Unión de Periodistas de la URSS, Unión de Escritores de la URSS, Unión de Sociedades Soviéticas de Amistad y Relaciones Culturales con otros países, la Sociedad de la URSS para la Ciencia y el Consejo Central de Sindicatos Soviéticos. Tiene corresponsales en numerosos países del mundo. En Colombia está desde 1965, suministrando información a la prensa escrita, a la radio y a la televisión. Además edita periódicos y revistas.

PRENSA LATINA (PL), AGENCIA INFORMATIVA LATINOAMERICANA. Fue fundada el 16 de junio de 1959. Su sede principal se encuentra en La Habana. Tiene oficinas permanentes en 35 países. Además de los despachos cablegráficos, distribuye artículos especiales, fotorreportajes, servicios gráficos, comentarios especializados y las revistas Cuba Internacional y Prisma Latinoamericano.

REUTERS. Fue fundada como agencia Internacional de Noticias en 1848 por Julius Reuter, quien utilizando palomas mensajeras, enviaba informaciones entre Bruselas y Ache. En 1851 estableció su sede definitiva en Londres. Allí operan desde entonces sus oficinas principales. Suministra servicios informativos generales y especializados a prensa, radio, televisión e instituciones comerciales y financieras en alrededor de 150 países y territorios del mundo.

UNITED PRESS INTERNATIONAL (UPI). Agencia internacional de noticias fundada en los Estados Unidos en 1907. Está activa en Colombia desde 1923. Su sede principal está en New York. Tiene servicios de noticias, radiofotos, columnas de comentarios, historietas y películas para televisión por satélite.

XINHUA. Es la agencia noticiosa de la República Popular China. Xinhua significa “Nueva China”. Fue fundada en la década de los años 30 y tiene sus oficinas en todas las provincias y principales ciudades de China. En el exterior posee unas 90 oficinas ubicadas en los diversos países de los cinco continentes. La agencia transmite diariamente en diversos idiomas tales como chino, inglés, francés, español, árabe y ruso, las noticias, reportajes, artículos y comentarios escritos y gráficos sobre asuntos nacionales e internacionales a todo el mundo.

2.7 Pregunta para las agencias: ¿Por qué tener representación en Colombia?

La mayoría de agencias que están en el listado anterior optaron por abrirse camino en nuestro país por dos razones: la primera es que llegar acá hacía parte de un programa

de cubrimiento noticioso latinoamericano y por ende nuestro país no podía quedarse afuera; la segunda está relacionada con que el acontecer cotidiano en Colombia, es uno de los más activos en materia periodística.

Eso lo confirma Esther Rebollo de EFE (entrevista adjunta): “Colombia es una oficina muy importante para nosotros porque es uno de los lugares que genera mayor información a nivel continental vinculada a temas políticos, gubernamentales, de seguridad, etc.; además nos ofrece una variedad de información de la que nos hacemos eco las agencias internacionales relacionados con la cultura, el desarrollo y la economía. Porque si bien es un país en conflicto, también genera de forma paralela mucha proyección en esos aspectos”.

Tales aspectos lograron que Colombia se convirtiera en una fuente atractiva para las agencias, a tal punto que ahora -en 2010- el país cuenta con la presencia de 4 de las más importantes a nivel mundial: EFE, REUTERS, AFP y AP.

Ellas producen información desde acá para todos los países con los que tienen acuerdo, y a su vez brindando su servicio informativo a los medios de comunicación masiva más importante del país, dentro de los que se incluyen El Tiempo y El Espectador, además de sus versiones digitales.

3. OTROS MEDIOS COLOMBIANOS DE COMUNICACIÓN

Las agencias, ya estudiadas a profundidad, hacen parte de la gama de opciones con las que cuentan los medios de comunicación para nutrirse de contenidos, más no son la única fuente a la que se recurre para ello. También existe el intercambio de informaciones entre los mismos medios y la posibilidad de ver algunas repetidas en uno y otro.

Contrario a lo que se podría pensar, tal como lo veremos en el posterior estudio (apartado 3.1), ese ejercicio es común dentro de los canales informativos en Colombia. Este país cuenta con un par de imperios noticiosos que, bajo la perspectiva de tener la misma línea editorial construida por aquellos dueños que poseen varios medios de comunicación, les facilitan a éstos la cooperación al momento de publicar ciertas informaciones, convirtiendo sus agendas informativas en un foco de atención determinante para la construcción de aquellas de los medios en línea.

Cuando se fijan en ella y la usan para nutrir sus publicaciones, amplían su espectro informativo pero caen en la actitud de no diferenciarlo en producciones, usando por igual aquellas que provienen de medios televisivos, auditivos o escritos. En Internet es común observar que los portales de una u otra casa editorial colombianos compartan lo mejor de todos sus medios dentro de la misma plataforma principal (eltiempo.com y elespectador.com en el caso de este estudio).

La enorme gama de focos informativos con los que cuenta el país así lo permite, pero al mismo tiempo afecta los objetivos del periodismo digital al darle espacio en la web a informaciones que fueron pensadas para audiencias pertenecientes a otros nichos (los ya mencionados de la TV, la radio y la prensa escrita).

Y es que Colombia, 213 años después de haber celebrado la aparición de su primer medio informativo (“El Papel Periódico”, fundado por el cubano don Manuel del Socorro Rodríguez y que empezó a verse a partir del miércoles 9 de febrero de 1791), puede ufarse de tener una altísima gama de opciones informativas. Según conteos no oficiales publicados en internet, el listado se acerca a 200 publicaciones divididas en periódicos, revistas, ediciones online, emisoras de radio y canales de televisión.

El par de últimas están asociadas al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Claro. Para funcionar legalmente deben estarlo. Con los periódicos y revistas sucede lo mismo, siempre y cuando aspiren a circular nacionalmente. Los de internet están amparados en la libertad de expresión que en Colombia rige gracias al Artículo 20 de 1991 de la Constitución Política de Colombia, según el cual:

“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en igualdad de condiciones de equidad. No habrá censura”.²⁰

3.1. ¿Con qué otros medios de comunicación, además de eltiempo.com y elespectador.com cuenta Colombia y qué tipo de información se maneja en ellos?

Pues bien. Gracias al panorama antes descrito, los colombianos tenemos casi dos centenares de posibilidades para informarnos, hablando del total de medios de comunicación existentes entre regionales y nacionales. El listado, no oficial, que no incluye las opciones en internet, y a los cuales se tiene acceso en cualquier región del país gracias al tiraje nacional con el que cuentan, es el siguiente:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COLOMBIA			
PERIÓDICOS	REVISTAS	EMISORAS	CANALES DE TV
El Tiempo	Semana	Caracol Radio	Canal Caracol
El Espectador	Cromos	RCN Radio	Canal RCN
Portafolio	Dinero	Todelar Radio	Canal Uno
El Colombiano	Diners	Radiodifusora	Señal Colombia

²⁰ Ver Constitución Política de Colombia. Artículo 20.

El Heraldito	Soho		Teleantioquia
El País	Shock		Telecaribe
Vanguardia Liberal	Don Juan		City TV
El Universal	Motor		Canal Capital
Nuevo Estadio	Caras		CM&
	TV y Novelas		NTN 24
	Elenco		Canal ET

Es múltiple y muy variada. Para clasificarla hay que tener en cuenta el campo en el que se desempeñan. Como ya sabemos, hay unos dedicados a la radio, otros a la televisión y los demás a la prensa escrita. Bajo ese contexto, cada uno tiene su particular forma de trabajar. Por eso para responder a la pregunta con la que se titula este capítulo, hablaremos individualmente de cada campo.

PERIÓDICOS

EL TIEMPO: Su audiencia es nacional. Así ha sido durante los 99 años de su existencia. Por ende la información que publica centra su atención en los principales hechos que suceden en el país y en el mundo, a nivel político, judicial, económico, deportivo, tecnológico y cultural. Hace parte de la Casa Editorial El Tiempo.

EL ESPECTADOR: También circula nacionalmente, autonombrándose desde su primera edición como un periódico político, literario, noticioso e industrial. Actualmente, luego de 123 años de trabajo, la línea que mantiene es la de informar al país sobre temas nacionales e internacionales, relacionados con la política, la salud, la ecología, la justicia, la educación, la economía, los deportes, la cultura, el entretenimiento y la tecnología. Hace parte de Valórem S.A.

PORTAFOLIO: Se autodefine como un medio de comunicación especializado en la economía y los negocios. Pertenece a la Casa Editorial El Tiempo, y por eso mucha de su información también se encuentra en las ediciones online de eltiempo.com. Aparte del par de fuentes antes nombradas, toca temas internacionales de mercados, bienestar, finanzas personales y empresas.

EL COLOMBIANO: Su foco de atención está en la información proveniente del departamento de Antioquia, pues es allí donde tiene su sede y su principal fuente noticiosa. Sin embargo, no por eso deja de lado los hechos más relevantes del país. Acerca de ellos también informa, aunque en menor medida que los diarios anteriores. Las secciones que maneja son Economía, Medio Ambiente, Política, Ciencia, Conflicto Armado, Educación, Internacional, Investigaciones, Salud, Cultura y Entretenimiento.

EL HERALDO: Su caso es similar al anterior, con la diferencia que la información más relevante en este caso es la sucedida en la zona norte del país, sobre todo en el

departamento del Atlántico y sus alrededores, también estando al tanto de la actualidad nacional e internacional en los ámbitos deportivos, judiciales, económicos, políticos, culturales y sociales.

EL PAÍS: Es el principal diario del Valle del Cauca. De ahí que el mayor porcentaje de sus publicaciones se dediquen a temas exclusivos de esta parte del país, aunque su espacio también esté abierto a informaciones nacionales e internacionales, dentro de los campos económicos, deportivos, sociales, judiciales y tecnológicos.

VANGUARDIA LIBERAL: su principal foco informativo está en el departamento de Santander. Lo que pase allí es lo más importante para su publicación, aunque también le reserva un espacio a lo más relevante que sucede en Colombia y el mundo. Sus principales intereses están en las fuentes deportivas, judiciales, económicas y culturales.

EL UNIVERSAL: La información que maneja es principalmente la acontecida en Cartagena y el departamento de Bolívar. También le dedica un espacio a sus alrededores con los suplementos regionales de Montería y Sincelejo. Las secciones de las que dispone son Ambiente, Cultural, Económica, Local, Internacional, Nacional, Sucesos, Ciencia, Tecnología, Educación, Deportes, Gente, Política, Sociales y Vida Sana.

NUEVO ESTADIO: Es un semanario dedicado al fútbol que circula a nivel nacional. Es quizás el más relevante que existe en este campo, pues todo lo que publica tiene que ver con el Fútbol Profesional Colombiano. Allí se encuentra la información principal que tiene que ver con los torneos profesionales que se juegan en nuestro país.

REVISTAS

SEMANA: Es la publicación semanal de análisis y opinión más importante de Colombia, según se consigna en su portal web. Allí también se informa que se constituyó en 1982 y que actualmente encabeza una de las empresas editoriales más sólidas de América Latina. Se dedica a cubrir los principales procesos políticos y sociales del país, además de ser un referente obligado para los líderes colombianos en la política, la economía y la cultura.

CROMOS: Es una publicación perteneciente al Valórem S.A., que está orientada a brindar informaciones políticas, económicas, culturales y sociales. Se autodenomina como un semanario de actualidad colombiana e internacional.

DINERO: Noticias, reportajes y crónicas de economía y negocios nacionales e internacionales. Eso es lo que se encuentra en esta publicación que también hace parte de Publicaciones Semana y tiene actualización permanente.

DINERS: Sus intereses están sembrados en la actualidad colombiana relacionada con las noticias de arte, cultura y reportajes. Se dedica a recomendar música, libros, lugares, viajes, cine, espiritualidad y personajes. Se publica mensualmente.

SOHO: Pertenece a Publicaciones Semana y se dedica a contenidos de entretenimiento. Es una publicación mensual dirigida al público masculino, que además de la publicación de fotografías sugerentes de modelos, actrices y mujeres de la vida pública colombiana, cuenta con un contenido editorial caracterizado por la contribución de artículos de reconocidos autores latinoamericanos y diversos temas de interés para el público masculino.

SHOCK: Es una publicación netamente dedicada al entretenimiento nacional e internacional. Sus contenidos hablan de la actualidad en el mundo de la música, el cine y la televisión. También hace parte de Valórem S.A., dueño de El Espectador, El Canal Caracol y la Revista Cromos.

DON JUAN: Se autodefine como la primera revista para hombres en Colombia con estilo, Sexo, tecnología, mujeres, comida, aventuras, consejos prácticos, moda, economía, estilo de vida, deporte, deportes extremos, trago, debate, investigación y varios otros temas relacionados con el entretenimiento masculino. Hace parte de la Casa Editorial El Tiempo.

MOTOR: Es uno de los suplementos del diario El Tiempo. Su circulación es quincenal y sus contenidos se refieren exclusivamente a información sobre automóviles.

ENTER: Noticias y análisis de Tecnología e Internet: lanzamientos de Hardware y Software, fotos y videos de las últimas tendencias en Tecnología en Latinoamérica y el mundo. Es empresa independiente.

CARAS: Es la revista de las celebridades. Tiene su casa matriz en Argentina pero se ha ido extendiendo a varios lugares del mundo. Colombia es uno de ellos, que ya cuenta con sus publicaciones sobre el mundo del entretenimiento. Temas de sociedad y actualidad. Artículos de vida social, política, cine, moda, cultura, belleza, lugares y decoración, hacen parte de su oferta.

TV y NOVELAS: Su nombre dice mucho. Los contenidos que publica tienen que ver exclusivamente con esa fuente. Actores, actrices, productores, directores y todos los que hacen parte del mundo audiovisual, tienen cabida acá. Informaciones sobre ellos más las novedades en los dos campos, nutren sus publicaciones.

ELENCO: Es uno más de los suplementos de El Tiempo. Contiene noticias, artículos e información de la farándula y el espectáculo en Colombia y el Mundo. En conclusión, y como ellos mismos se definen, ofrecen las últimas noticias de los famosos.

EMISORAS DE RADIO

CARACOL RADIO: Su foco informativo está en las noticias de última hora y en español sobre la actualidad colombiana, internacional, economía, deportes, tecnología, cultura, sociedad y mucho más. Eso es lo que se anuncia en su portal web y lo que intenta cumplir a diario en su frecuencia nacional.

RCN RADIO: Su programación es netamente noticiosa puesto que presenta permanentemente el acontecer nacional e internacional a través de sus periodistas y corresponsales. Los temas que maneja son todos los que tienen que ver con la economía, el deporte, la cultura, la sociedad, etc.

TODELAR RADIO: Sus objetivos no distan mucho de los dos ejemplos anteriores. Todelar es la tercera cadena radial colombiana y por ende sus labores son similares a éstas. Informando durante las 24 horas del día, se dedican a hablar de las noticias más relevantes de los ámbitos políticos, judiciales, deportivos, de entretenimiento y culturales.

RADIODIFUSORA NACIONAL: Es la señal institucional del gobierno nacional. Entrevistas, personajes y música que son noticia en Colombia y el Mundo, hacen parte de su parrilla de programación.

CANALES DE TELEVISIÓN

CANAL CARACOL: También hace parte de Valórem S.A. Dentro de su programación le dedica cerca de 5 horas diarias durante la semana (4 los fines de semana) a la difusión de información noticiosa. En sus franjas informativas, conocidas como Noticias Caracol, se habla de lo más reciente en el ámbito judicial, político, económico, deportivo y farandulero.

CANAL RCN: 20 por ciento de su programación está dedicada a la actualización de noticias (cerca de 5 horas diarias). A través de RCN Noticias, el nombre de su noticiero, informa lo último relevante en la actualidad nacional, internacional, deportiva, económica, política, judicial.

NTN 24: Es un canal internacional propiedad de RCN Televisión que se dedica exclusivamente a emitir noticias durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Sus emisiones no son exclusivas para Colombia. Sudamérica, Centroamérica, las Islas del Caribe e hispanohablantes en Norteamérica, también tienen acceso a ellas, por lo cual la información que maneja tiene mucho que ver con el ámbito internacional.

CITY TV: es una estación de televisión bogotana perteneciente a la Casa Editorial El Tiempo y basada en el formato impuesto por la marca canadiense del mismo nombre.

Su objetivo pasa por relatarle a la audiencia la mayor cantidad de noticias de interés local dentro del campo deportivo, el económico, el judicial, el político, el vial, el laboral y el cultural.

CANAL ET: Es la otra señal de televisión de la Casa Editorial El Tiempo (aparte de City Tv), que está al aire por medio de servicios de suscripción. Se trata de una pantalla múltiple en forma de L que permite oferta simultánea de noticias de última hora, información actualizada de hechos en desarrollo, e información de utilidad para el televidente, más opción de fotos, videos y gráficos. Y un contenido noticioso con la misma dinámica y rapidez de la internet, respaldado por el equipo periodístico y la plataforma Multimedia de Casa Editorial EL TIEMPO, según lo dicho por Darío Restrepo, su director, en entrevista publicada por El Tiempo el 5 de octubre de 2010.

CANAL UNO: En su página web se autodefine como el único canal público colombiano de cubrimiento nacional que tiene un carácter comercial. Está conformado por cuatro consorcios integrados por empresas. Estos tienen asignada una licencia, otorgada por la Comisión Nacional de Televisión, para operar como programadores desde el primero de enero de 2004 por un lapso de diez años y cada uno maneja el 25 por ciento de la programación semanal que equivale a 32 horas por consorcio. Su franja de noticias (Noticias Uno) se denomina como La Red Independiente, debido a que no depende del gobierno para existir. Sus informaciones tienen que ver con la política, el deporte, la economía y el ámbito judicial colombiano.

SEÑAL COLOMBIA: Es un canal de televisión creado para prestar un servicio de televisión pública eficiente y de alta calidad; un canal que le ofrece al televidente una programación entretenida de carácter educativo y cultural, contenidos que fomentan la participación democrática, la construcción de ciudadanía y la generación de identidad nacional.

TELEANTIOQUIA: Es un canal de televisión pública del departamento de Antioquia, que dentro de su programación incluye una franja noticiosa, llamada Teleantioquia Noticias, cuya principal preocupación está en lo sucedido dentro de su región, pero sin descuidar la actualidad nacional.

TELECARIBE: Es otro de los canales regionales. En este caso su foco informativo está en la región Caribe del país (departamentos de Bolívar, Atlántico, Sucre, César, Córdoba, La Guajira, Magdalena y San Andrés). De ahí saca las principales informaciones para brindárselas al país y a los departamentos antes nombrados.

CANAL CAPITAL: Es otro de los canales regionales de Colombia, que transmite desde Bogotá. Se enfoca en la información relacionada directamente con el Distrito Capital, incluyendo un par de horas diarias dedicadas a la emisión de noticias en las que también desarrolla temas nacionales e internacionales.

CM&: Es el noticiero dirigido por Yamid Amat que tiene un cubrimiento nacional de noticias deportivas, judiciales, políticas, económicas y de farándula. Sale al aire una vez al día (9:30) durante los cinco días de la semana.

3.2 Casa Editorial El Tiempo

Siguiendo juiciosamente el recorrido anterior de todos los medios de comunicación existentes en Colombia, fácilmente podemos percibir la presencia de varios pertenecientes a un conglomerado, conocido como la Casa Editorial El Tiempo, que no es otra cosa más que la editorial propietaria del principal diario colombiano de circulación nacional: El Tiempo.

Junto a él, en la Casa se editan varias otras publicaciones, incluidas algunas de las que ya se habló anteriormente: **Portafolio** (diario económico), **Aventuras** (revista de tiras cómicas), **Eskpe** (cuadernillo de entretenimiento), **Lunes Deportivo** (suplemento de información deportiva), **The New York Times** (selección de artículos del diario estadounidense), **Revista Motor** (información sobre automóviles), **Carrusel** (revista de entretenimiento y variedades), **Elenco** (revista de farándula), **Habitar** (información sobre vivienda) y **Viajar** (revista de turismo). A eso hay que agregarle que es la principal accionaria del canal **City TV** y la dueña del Canal ET.

Gracias a que comparten la misma casa matriz, varios de los contenidos publicados por estos medios son reproducidos por el principal, bien sea El Tiempo o eltiempo.com (también sucede entre ambos). El caso más común se da en el portal web. De hecho allí hay un espacio reservado a algunas de las informaciones de los canales de TV y otras escritas por sus demás portales (abcdelbebe, 100 años y Vive.in).

Esta cooperación en el momento de informar a la audiencia, tiene su razón de ser en el hecho de que los medios de los que se nutre el portal, hacen parte de una misma Casa Editorial: la Casa Editorial El Tiempo, según lo confirma Diego Santos, director de eltiempo.com (entrevista adjunta), quien además cuenta que con algunos medios como Revista Enter se tiene una alianza, mientras otros como Revista Motor o CityTV, comparten su material sencillamente por ser también de la Casa Editorial.

3.3 Valórem S.A.

Caso similar al anterior se presenta con las publicaciones de El Espectador. A él lo rige un grupo empresarial, dueño además del Canal Caracol, la Revista Cromos y la Revista Shock. Por eso en la página web de elespectador.com, suelen haber espacios reservados para contenidos provenientes de las demás fuentes.

De esa forma se nutre de mayor información el portal principal de la editorial. Así lo explica Gabriel Alberto Hernández, editor de la sección Deportes, quien además ve

en esta fórmula un buen argumento para potenciar los contenidos que salen publicados en su medio de comunicación.

4. RELACIÓN EXISTENTE ENTRE ELTIEMPO.COM Y ELESPECTADOR.COM CON LOS OTROS MEDIOS Y LAS AGENCIAS DE NOTICIAS

Facilitar el trabajo y brindar un mayor volumen informativo a su audiencia. Bajo ese par de consignas, los dos medios de comunicación análisis de estudio decidieron ampliar su espectro periodístico, basándose en las herramientas que el par de campos anteriores le brindan con su trabajo.

Aprovechar al máximo su producción (la de agencias y otros medios) hace parte de la estrategia planteada por ambos para generar una mayor cantidad de artículos que le permitan cumplir con el conjunto de secciones y espacios prometidos a los usuarios. “Tener esa información nos trae muchas ventajas, pero sobretodo porque te permiten abarcar fuentes que tú no puedes con tu equipo de trabajo”, dice Gabriel Hernández (entrevista adjunta), de acuerdo a su experiencia en elespectador.com.

Esa respuesta es validada por las agencias de prensa. Esther Rebollo (delegada en EFE) dijo: “Nosotros lo que hacemos es facilitarles el trabajo a los medios, más no reemplazar sus labores. Nuestros clientes deben tener alguien que reciba nuestros envíos y allí está la parte de ellos. Pero también es verdad que hay muchos medios de comunicación que ahora no pueden mantener grandes equipos de trabajo. Eso se da por muchas circunstancias que no vale la pena entrar a debatir, pero es allí donde los ayudamos. Nosotros les damos un paquete informativo ya enlatado que les permite ahorrarse tiempo y personal, ya que solamente lo reciben y lo publican. Aún así siempre va a tener que haber un periodista al otro lado que reciba, analice y considere que lo que EFE les está dando es lo que les conviene”.

Lo que ella dice tiene que ver con esa histórica conexión que siempre existió entre estas partes y que se mantiene actualmente. Hoy en día es común el hecho que se compartan informaciones en uno y otro medio digital, provenientes de la misma fuente: las agencias y, más claramente para el caso, de EFE, AFP y REUTERS.

Esas 3 agencias son las que todavía tienen vigencia dentro del par de medios colombianos más importantes. Ambos suelen publicar informaciones suyas, con el respectivo crédito y dentro de su espacio más importante. Y claro. Todo se debe a que son las de mayor cobertura en América Latina y a que sus publicaciones resultan trascendentes en la amplia cobertura informativa que el par de diarios colombianos prometen tener, dentro de la cantidad de secciones con las que trabajan.

Eltiempo.com, por ejemplo, está dividido en 19 grandes campos, ubicados en el **Botón Secciones** del menú principal dentro del portal, desde el rediseño al que se sometió en octubre de 2010: las que aparecen ahí son Política, Justicia, Colombia, Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Mundo, Economía, Deportes, Tecnología, Vida de Hoy, Entretenimiento, Gente, Viajes, Editoriales, Columnistas, Blogs y Lecturas Dominicales.

Clasificados, Yo Publico y Archivo no son tomadas en cuenta como secciones, pero sí como un servicio alterno que se presta para lograr la interacción con los usuarios, cumpliendo así con las recomendaciones de la Web 2.0.

La presencia de informaciones provistas de las agencias de noticias se percibe en mayor medida dentro de los espacios reservados para Política, Justicia, Mundo, Economía, Deportes, Tecnología y Entretenimiento, lo cual corresponde a un **36.8 por ciento del área total del portal**. En una sección posterior (la 5.1) veremos en profundidad cómo se distribuye este porcentaje, hablando de la cantidad de artículos publicados en cada una de las secciones.

El caso de elespectador.com se resume en 18 secciones: Política, Nacional, Actualidad, Judicial, Investigación, Mundo, Economía, Deportes, Cultura, Entretenimiento, Tecnología, Paz, Ecológico, Educación, Salud, Bogotá, Soy Periodista, y Blogs. De ellas las que más se nutren con artículos de agencias de prensa son las 11 primeras, para un total del 61.1 por ciento del portal. Al igual que con eltiempo.com, más adelante hablaremos cuantitativamente de las informaciones.

La pregunta que surge al conocer ese amplio panorama informativo con el que se compromete el portal desde su espacio más importante (el menú ubicado en la parte superior del mismo y que se observa desde el momento en que se accede a él) es: ¿cuántos periodistas están a cargo de la actualización de todo esto?

A ese interrogante responden en eltiempo.com: “Nosotros contamos con un equipo periodístico de 20 personas. Con ellas existe un trabajo de convergencia en el que nuestros redactores también cooperan con otros medios de la Casa Editorial. Es más, nosotros incentivamos que así sea para poder formar a un periodista más completo que pueda manejarse en los distintos lenguajes del periodismo” (entrevista anexa con Diego Santos).

En elespectador.com dicen que su equipo es de 15 personas, dedicadas exclusivamente a la generación de contenidos para su portal durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana (entrevista adjunta con Gabriel Hernández).

Sus respuestas quedan más claras si entendemos que algunas de esas secciones están a cargo de otros medios de comunicación o de agencias de prensa, además del equipo propio. Hablando de cada una de ellas en profundidad, nos daremos cuenta de la

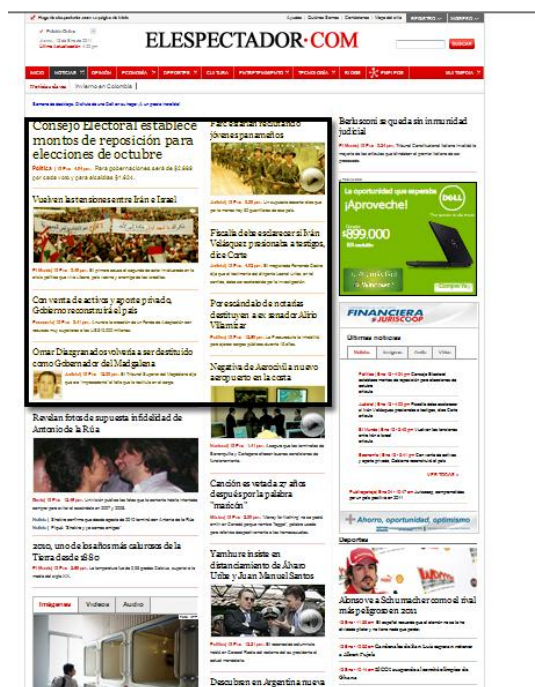
forma en que se actualizan y de los formatos periodísticos que se usan para cada una de ellas. Entonces...

4.1 ... ¿Cuánta y qué información comparten?

La mejor forma de responder este interrogante está en el ejercicio de observar lo que publican eltiempo.com y elespectador.com, y más aún, de lo que sacan al aire dentro de su espacio principal en el portal. Por éste entenderemos a aquel que se encuentra dentro de las dos primeras columnas (son 3) contando de izquierda a derecha y las 4 primeras filas de arriba hacia abajo. Para mayor claridad, observar el siguiente gráfico:



eltiempo.com



elespectador.com

Se entiende que éstas, por ser las primeras informaciones que se observan al ingresar a los respectivos portales, son aquellas de mayor relevancia coyuntural para los periodistas de cada uno de los medios, bajo la premisa de querer mostrar el trabajo más trascendente dentro de cada edición online. De ahí que sean las más importantes para analizar y las mismas que se usaron para el presente estudio, hecho durante los 11 primeros días de 2011 (ver matriz anexa).

La muestra obtenida durante ese tiempo resulta valiosa por tratarse de un periodo en el que la información es abundante y relevante en cada uno de los aspectos informativos de los que se encargan ambos diarios: el económico, el cultural, el deportivo, el político, el judicial y el tecnológico, pues se trata de fechas determinantes en el futuro de cada uno de ellos. En esos momentos se posesionan

presidentes, se definen tazas salariales, se montan espectáculos, se contratan deportistas, se entregan premios, etc.

Siguiendo este panorama, se analizaron cerca de 300 artículos publicados por los dos medios de comunicación objeto de estudio (ver matriz anexa), dentro de aquellos que estuvieron al aire en los horarios de mayor tráfico para ambos (7:00 a.m. -cuando se publica la primera edición del día-, 12:00m -cuando sale la segunda- y 7:30 p.m. -momento en el que se alista la tercera-), según lo ratificó Jaime Dueñas, Director de Contenidos de El Tiempo.

Los resultados obtenidos del estudio indican que eltiempo.com, elespectador.com, las agencias de prensa y algunos de los medios de comunicación antes mencionados, comparten toda clase de información y en una cantidad bastante significativa. De los 303 artículos estudiados, 124 tienen su origen en las agencias de prensa, 88 en otros medios y 51 cuentan con algún recurso proveniente de estas mismas fuentes (imágenes o videos), lo cual indica que apenas el 30 por ciento (93 artículos) de lo que produjeron noticiosamente ambos medios en ese tiempo, fue producto de su propio equipo periodístico (ver matriz anexa).

Y eso pasó en todas las secciones. Normalmente las que más presencia tienen en esos espacios del portal son: Actualidad, Bogotá, Colombia, Cultura y Entretenimiento, Deportes, Economía, El Mundo, Entretenimiento, Judicial, Nacional, Política y Tecnología. Pero pese a la variedad de fuentes, los casos son los mismos en todos los puntos. La conclusión que queda es que en cada una de ellas se detecta poca presencia de contenidos propios.

Lo que comparte eltiempo.com

De los 303 artículos ya citados, 152 vinieron de este medio. Los resultados, únicamente teniendo en cuenta esta cifra, arrojan que 63 de ellos (41 por ciento) tienen su origen en las agencias de prensa y 46 en los otros medios (30 por ciento), lo cual indica que escasamente el 28 por ciento de su producción diaria (43 artículos en 11 días) fue considerada relevante para ocupar los puestos más destacados del portal (ver matriz anexa).

En cifras concretas, discriminadas por sección, los resultados son (ver matriz anexa):

- 10 artículos en la Sección Bogotá (6 provenientes de otros medios)
- 24 artículos en la Sección Colombia (4 provenientes de agencias y 4 de otros medios)
- 23 artículos en la Sección Deportes (16 provenientes de agencias y 3 de otros medios)
- 5 artículos en la Sección Economía (1 proveniente de agencias y 1 de otros medios)
- 14 artículos en la Sección Entretenimiento (7 provenientes de agencias y 6 de otros medios)
- 5 artículos en la Sección Gente (1 proveniente de agencias y 3 de otros medios)

- 3 artículos en la Sección Internacional (2 provenientes de agencias y 1 de otros medios)
- 18 artículos en la Sección Justicia (1 proveniente de agencias y 7 de otros medios)
- 28 artículos en la Sección Mundo (22 provenientes de agencias y 6 de otros medios)
- 14 artículos en la Sección Política (2 provenientes de agencias y 8 de otros medios)
- 5 artículos en la Sección Tecnología (2 provenientes de agencias y 1 de otros medios)
- 3 artículos en la Sección Vida de Hoy (1 proveniente de agencias)

Como se aprecia claramente con estos resultados, todas las secciones de eltiempo.com están apoyadas por la aparición de informaciones que no son exclusivas suyas y que fácilmente se pueden encontrar en otros medios de comunicación, como sucede con aquellas que vienen de las agencias de prensa. Porque vale decir que EFE, AFP y REUTERS, las 3 de las que se nutre, también le prestan sus servicios a varios otros medios en el mundo.

Quizás lo mismo no le suceda con lo que publica tomado de otros medios de comunicación, pues cuenta a su favor con que el total de ellos pertenecen también a su Casa Editorial: la Casa Editorial El Tiempo, tal como lo vimos anteriormente. De ellos, los que participaron activamente en los 11 días analizados, fueron City TV, El Tiempo Impreso, Portafolio, Enter.co y Vive.in.



Ejemplo de una noticia tomada de City TV

Bajo ese contexto, no resultó fuera de lo normal encontrarse en esos días dentro de eltiempo.com con informaciones ya presentadas en la televisión u otros periódicos. Lo mismo que ya se había informado a través de otros canales, aparecía allí sin mayores novedades o profundizaciones en la información. En total, 8 artículos de

City TV fueron reproducidos, 32 de El Tiempo, 1 de Enter.co, 1 de Portafolio y 6 de Vive.in.

Lo que comparte elespectador.com

De los 303 artículos ya citados, 151 vinieron de este medio. Los resultados, únicamente teniendo en cuenta esta cifra, arrojan que 60 de ellos (39 por ciento) tienen su origen en las agencias de prensa y 37 en los otros medios (24 por ciento), lo cual indica que escasamente el 36 por ciento de su producción diaria (54 artículos en 11 días) fue considerada relevante para ocupar los puestos más destacados del portal.

En cifras concretas, discriminadas por sección, los resultados son (ver matriz anexa):

- 6 artículos en la Sección Actualidad (3 provenientes de agencias y 3 de otros medios)
- 2 artículos en la Sección Arte y Gente (1 proveniente de agencias)
- 18 artículos en la Sección Bogotá (7 provenientes de otros medios)
- 3 artículos en la Sección Cine (3 provenientes de agencias)
- 24 artículos en la Sección Colombia (4 provenientes de agencias y 4 de otros medios)
- 3 artículos en la sección Cultura y Entretenimiento (1 proveniente de otros medios)
- 21 artículos en la sección Deportes (8 provenientes de agencias y 9 de otros medios)
- 8 artículos en la sección Economía (5 provenientes de agencias)
- 31 artículos en la sección El Mundo (22 provenientes de agencias y 5 de otros medios)
- 2 artículos en la sección Gente (1 proveniente de agencia)
- 2 artículos en la sección Internacional (1 proveniente de otros medios)
- 22 artículos en la sección Judicial (2 provenientes de agencias y 9 de otros medios)
- 2 artículos en la sección Medios (2 provenientes de las agencias)
- 2 artículos en la sección Música (1 proveniente de otros medios)
- 12 artículos en la sección Nacional (2 provenientes de otros medios y 3 de otros medios)
- 1 artículo en la sección Negocios (1 proveniente de otros medios)
- 6 artículos en la sección Paz (1 proveniente de agencias y 4 de otros medios)
- 15 artículos en la sección Política (7 provenientes de agencias y 1 de otros medios)
- 1 artículo en la sección Salud (1 proveniente de agencias)
- 1 artículo en la sección Tecnología (1 proveniente de agencias)
- 3 artículos en la sección Tema del Día (2 provenientes de otros medios)
- 2 artículos en la sección Un Chat con...

Estos resultados también confirman que, al igual que sucede en eltiempo.com, todas las secciones de elespectador.com, están apoyadas por la aparición de informaciones que no son exclusivas suyas. A ellos los que los apoyan son EFE y AFP, dos de los que trabajan también con eltiempo.com.

En cuanto a los otros medios, los que lo apoyaron en ese tiempo fueron el Canal Caracol, Caracol Radio, el diario impreso de El Espectador y el diario español El País. Los tres primeros también pertenecen al grupo dueño de elespectador.com (Valórem S.A.), algo que facilita su relación y posterior cooperación informativa. Con el cuarto también existen buenos términos que se reflejan en el hecho de compartir artículos.



Ejemplo de una noticia tomada de El Canal Caracol

Con todo esto, tampoco sorprendió lo encontrado en los 11 primeros días del año, en los que elespectador.com también fue presa de la repetición de informaciones ya disponibles en otros medios. A éste le pasó con 29 que antes publicó el Canal Caracol, 2 de Caracol Radio, 8 del impreso de El Espectador y 1 de El País (ver matriz anexa).

4.2 Géneros periodísticos

El periodismo es un oficio altamente calificado por la alta gama de posibilidades que ofrece en cuanto a la presentación de sus contenidos. A aquellos que se dedican a estudiarlo, la academia les enseña diferentes formatos para ello. Dentro de los pénsumes académicos de la profesión y refiriéndose al tema, se encuentran principalmente la noticia, la entrevista, el informe especial, las crónicas, los reportajes, las columnas de opinión y los editoriales.

De ahí que los principales medios de comunicación en el mundo cuenten con la posibilidad de moverse dentro de ellos para brindarles a sus usuarios, además de una información veraz y confiable, las presentaciones más adecuadas para su aceptación y

buen entendimiento. Ya depende de la línea editorial de cada uno y del conocimiento que tengan de sus usuarios, saber con cuáles puede (y debe) contar y con cuáles no.

El caso de eltiempo.com y elespectador.com durante los 11 primeros días de 2011, demostró que la mejor forma de informar que ambos tienen, pasa por la publicación de noticias en su gran mayoría, informes especiales en una menor cantidad y entrevistas, en muy pocos casos (ver matriz anexa). Vale mencionar que nunca dentro de ese tiempo, se publicó un editorial o una columna de opinión dentro de la parte más importante de sus respectivos portales, según ya se citó anteriormente.

En esos espacios lo que más se encontró fueron noticias. De las 303 informaciones que se ubicaron allí en ese tiempo, 281 (el 92 por ciento) fueron publicadas en ese género periodístico. ¿Por qué? A eso responde Diego Santos, director de eltiempo.com: “Hay que entender el medio y es que internet es inmediatez, y la inmediatez son las noticias de última hora y su evolución. Los .com se ven abocados, entonces, a estar muy pendientes de esto”.

Quizás a esa respuesta haya que agregarle lo que dicen en las agencias de prensa al respecto. En REUTERS, Luis Jaime Acosta confirma que “básicamente lo que se maneja en su despacho son noticias y temas de análisis”. En AFP, Henry Orrego cuenta que “la información breve es el eje del servicio de una agencia”; y en EFE, Esther Rebollo ratifica lo anterior, cuando dice que “las agencias lo que hacen son noticias en todos los formatos”.

Siguiendo esa línea, durante el presente estudio se confirmó lo anteriormente dicho por todos. Noticias escuetas, que oscilan su extensión entre 4 y 8 párrafos, y entre 500 y 2.500 caracteres -con espacio-, fueron las elegidas para nutrir de contenido a eltiempo.com y elespectador.com, dentro de sus espacios de mayor relevancia, bien estuvieran hechas por los propios medios o por aquellos otros con los cuales se complementan, según ya se nombró anteriormente.



Ejemplo de una noticia publicada por el tiempo.com



Ejemplo de una noticia publicada por elespectador.com

El otro par de géneros que utilizaron estos medios durante ese tiempo, en mucha menor medida, fueron la entrevista y el informe especial. En cifras, de las primeras se publicaron 7 y de los segundos, 10. Quien más utilizó la entrevista fue elespectador.com. Las 5 que publicó fueron con: José Roberto Arango (Presidente del Club Deportivo Los Millonarios), Raúl Vallejo (nuevo Embajador de Ecuador en Colombia), Néstor Eugenio Ramírez (director del Instituto de Desarrollo Urbano), Luz Patricia Mejía (Relatora de los Derechos de la Mujer de la Comisión

Interamericana) y Julia Salvi (fundadora y directora del Festival Internacional de Música de Cartagena); las entrevistas de eltiempo.com fueron con Carolina Gómez (actriz y modelo colombiana) y Manuel José Bonnet (Gobernador del Magdalena) (ver matriz anexa).

El total de las entrevistas mencionadas se hicieron bajo el formato cuestionario (pregunta respuesta). Algunas de ellas fueron entrevistas noticiosas (las que buscan que el entrevistado brinde alguna información) y las demás, Entrevistas de Opinión (las que buscan que el entrevistado manifieste su opinión sobre un determinado hecho o tema).

No se usaron Entrevistas de personalidad o retrato (las que tienen como intención que el entrevistado se muestre tal como es o que a través de sus declaraciones proporcione un retrato de su personalidad o imagen), Entrevistas Grupales o Colectivas (la que implica la participación de dos o más entrevistados), Entrevistas No Estructuradas (la que tiene preguntas respondidas en una conversación teniendo la característica de ausencia de una estandarización formal) o Entrevistas Romanceadas –etiqueta original de Miguel Ángel Bastenier– (aquella que no necesita mostrar el diálogo directo pues es una narración de la entrevista, no su transcripción).

¿Luego de pagar esa deuda qué sigue para el nuevo Millonarios?
Una vez pagados los 24 mil millones de pesos se cita a una Asamblea en la que los antiguos dueños se quedan con su corporación que ya no será Millonarios porque se les habrá pagado por ese nombre. Luego hacemos una nueva Asamblea con los nuevos socios, se montan los nuevos directivos y ahí termina el proceso del nuevo club.

¿Hasta cuándo va entrenar Millonarios en la actual sede deportiva?
No será por mucho tiempo, ya estamos trabajando no sólo en las nuevas sedes sino en varios productos de marketing bajo la marca Millonarios. En el lote estaremos hasta que logremos separar definitivamente los dos Millonarios.

En lo deportivo, ¿hasta aquí llega el proceso de contratación de cara a la Liga Postobón 2011?
El libro de pases nunca se cierra. Esto es dinámico. Seguramente quedará algún jugador en carpeta, pero vamos con calma.

¿Se siente tranquilo con los jugadores que logró contratar para el torneo que arranca en febrero?
Estamos mejor preparados que hace un semestre, hicimos esta renovación con la que estoy cómodo y tranquilo, pero seguramente para el segundo torneo del año estaremos aún mejor. Creo que tenemos material para hacer una buena presentación.

Con 10 caras nuevas es como arrancar de cero para el cuerpo técnico. ¿Tiene algún margen de espera para el técnico Richard Páez en caso de que los resultados no empiecen a ser los esperados?
El cuerpo técnico tiene todo el apoyo nuestro. Esto no es de dar espera a nadie. Somos 18 equipos y todos quieren ser campeones, de modo que ¿el que no es campeón acaso tiene que cambiar todo el equipo? Vamos a jugar a largo plazo y tanto jugadores como cuerpo técnico tienen todo nuestro respaldo para seguir siempre adelante.

Gabriel Hernández | elespectador.com

Ejemplo de entrevista publicada por elespectador.com

En cuanto a los informes especiales, conocidos como aquellos artículos que utilizan muchos de los demás géneros periodísticos porque comienzan en un hecho noticioso, pero ahondan en el mismo, sus causas y consecuencias, fue eltiempo.com el que más recurrió a ellos (6 veces); el espectador.com publicó 4 (ver matriz anexa).

Los que hizo eltiempo.com fueron (ver matriz anexa):

- 1) ¿Qué nos depara el 2011?, responde el Nobel de Economía,
- 2) Otra mirada a la lucha contra la droga, según ex presidente de Brasil
- 3) Seguridad en Asia: ¿está en marcha la segunda Guerra Fría?
- 4) Daniel Ángel, primera cabeza de DMG que queda en libertad
- 5) La historia detrás de tragedia que involucra a 3 policías en Medellín
- 6) Así son los nuevos créditos educativos

Los de elespectador.com fueron (ver matriz anexa):

- 1) Bajo el sol de la Antártida
- 2) Peajes subirán todo el año
- 3) Alcaldía asegura que “en 2011 llegó la hora de disfrutar de las obras”
- 4) De ruinas y de fósiles

4.3 ¿Y el periodismo digital?

Anteriormente vimos las herramientas que diferencian al periodismo en la web con los demás tipos de periodismo: video y audio, slideshows, redes sociales, cms, diseño gráfico, blogs, podcast, entre varias otras, fueron analizados en cuanto a las posibilidades que le ofrecen a la profesión. Lo ideal es que los medios de comunicación online usen todas -o algunas de estas-, con el fin de saciar la necesidad del usuario de comunicarse, de ser partícipe en la circulación de la información y de hacer su aporte mediante diversos canales de participación, diseñados para el uso del usuario estándar.

El problema que presentaron eltiempo.com y elespectador.com a lo largo del periodo de tiempo analizado, es que nunca se valieron de ellas para presentar sus contenidos. En el espacio del estudio, propicio además para la aparición de podcast y videocast, su presencia fue nula. Ninguno de los 303 artículos analizados se valió de alguna de ellas para reforzar alguna información (ver matriz anexa).

Lo que se hizo en ese tiempo pasó siempre por los contenidos escritos o en su defecto, por la reproducción de imágenes televisivas (las ya mencionadas provenientes del Canal Caracol o City TV) o archivos de audio de algunas emisoras. Material propio de ese estilo no se vio. El ejemplo de lo que se hizo está en la siguiente imagen, tomada de un artículo publicado por el espectador en el 3 de enero.

Edición Online | Viernes, 14 de Set de 2011 | Última Actualización: 3:55 pm

ELESPECTADOR.COM

Judicial

Inicio | Noticias | Opinión | Economía | Deportes | Cultura | Entretenimiento | Tecnología | Blogs | Empleos | Multimedia

¿Dónde estoy? > Noticias > Judicial

Judicial | 3 Set 2011 - 11:12 am

Policía alerta sobre riñas callejeras

Por: Caracol Radio



El general José Roberto León dio a conocer el triste balance de riñas callejeras en el país

Audio 29 de 30 en Judicial

« Anterior nota | Siguiente nota »

Publicidad

 The power to do more

Los mejores precios de Dell

Ejemplo de un artículo que reproduce el audio de Caracol Radio

La ausencia de esos recursos permite que nos preguntemos. ¿Es periodismo digital el que practican el tiempo.com y elespectador.com? Aparentemente no. Y todo porque en muchos casos pasan por alto a las herramientas que se hicieron para marcar la diferencia en el campo. Cuentan con algunas. En su espacio más importante, el tiempo.com tiene buscador, archivo de noticias, acceso a redes sociales y envío de rss (sistema Really Simple Syndication, que es una presentación basada en lenguaje XML para personalizar en los computadores), dentro de lo más destacado.

Elespectador.com cuenta con lo mismo (salvo el archivo) pero además ofrece acceso a blogs y a una sección Multimedia en la que alberga videos, imágenes, audio y ediciones especiales. No obstante, en éste último sucede lo mismo ya evidenciado en la investigación. Una buena cantidad del material que allí se encuentra también proviene de fuentes no especializadas en el periodismo digital como el Canal Caracol, Caracol Radio, W Radio, emisoras internacionales, YouTube y UIP.

Así que se vuelve a lo mismo. No se desconoce que la información esté, porque claramente todos los frentes a los que se comprometen los dos medios, son cubiertos de manera adecuada. El problema está en la presentación que se hace de ellos. Se debe pensar en la inclusión de herramientas (podcasts o videocasts) que refuercen y

argumenten los textos gráficos publicados en formato digital, porque evidentemente el texto ya no es suficiente en el formato digital. Y cuando se piense en eso, el camino a seguir está en el desarrollo propio de esos complementos, más no en la adecuación de materiales pensados para ser reproducidos en la radio o la televisión.

Un ejemplo para tener en cuenta está en el Diario Clarín de Argentina (www.clarin.com). En éste existe una sección Multimedia similar a la de elespectador.com, en la que se publican contenidos también provenientes de otros medios, pero dándole prioridad a aquellos elaborados por su propio equipo periodístico. Un ejemplo está en el audio llamado “El tránsito en las principales rutas. Ernesto Arriaga, vocero de Vialidad a Clarin.com”, publicado el 14 de enero.



Sección Multimedia de Clarin.com, usada con un audio de clarín.com

Caso similar, pero en el campo audiovisual, se puede encontrar en el Washington Post (www.washingtonpost.com), en el que también se recurre a agencias de prensa y otros medios de comunicación para nutrir de contenidos la sección multimedia, pero al mismo tiempo se rescatan los propios, tal cual se observa en la siguiente imagen.



Sección Multimedia de Washingtonpost.com, usada por un video de washingtonpost.com

En ella aparece un video hecho por los periodistas de la redacción del Washington Post, algo que durante el momento de la investigación no existió en eltiempo.com y elespectador.com. Como ya se dijo anteriormente, las herramientas multimedia usadas por este par de medios siempre vinieron de otros colegas, coartándole así la posibilidad a su panel periodístico de desempeñarse en los demás campos del periodismo digital.

4.4 Recursos que sí usaron eltiempo.com y elespectador.com

Darle a la audiencia el mayor número de recursos para que entienda sus informaciones, es obligación de cualquier medio de comunicación. Los que trabajan en la web no son ajenos a esta exigencia. De hecho para conseguirlo disponen de la cantidad de herramientas complementarias antes mencionadas.

De ahí que no sea un logro para destacar aquel de acompañar los textos publicados online con imágenes o videos referentes al tema. Todo lo contrario. Tenerlos es una exigencia que se debe cumplir para satisfacer las necesidades de los usuarios, que en internet esperan tener algo de tal magnitud, debido a los alcances que el medio le garantiza.

No ajenos a esa responsabilidad, eltiempo.com y elespectador.com optan por publicar sus informaciones -dentro de su espacio más destacado antes explicado-, con un texto casi siempre acompañado por una imagen o un video (no se usaron audios). Así

sucedió en el 75 por ciento de los casos dentro de los 303 artículos que publicaron los dos durante los primeros 11 días de 2011. Solamente 76 artículos carecieron de ese complemento (ver matriz anexa).

Lo curioso está en que ante la ausencia de un material propio diferente al escrito, el par de medios objeto de estudio se valieron nuevamente de agencias de prensa para complementar sus informaciones. El par de herramientas que también hacen parte del periodismo digital fueron usadas en el 15 por ciento de los casos -48 artículos-, cayendo en la actitud antes mencionada: utilizar material ajeno al propio.

Tres de las veces que lo hicieron fue para adquirir videos. El total de estos casos estuvo a cargo de eltiempo.com, que lo hizo con informaciones tomadas de REUTERS y reproducidas por City TV. Los casos en que lo hizo fue con los artículos titulados: A Tokio llegaron 3.000 personas para escribir sus deseos para el 2011 (5 de enero), Presidente egipcio pide a Netanyahu recuperar confianza palestina (6 de enero) y Sarkozy denuncia un plan de depuración religiosa en Oriente Próximo (7 de enero).

En la reproducción de fotografías sí participaron ambos. Eltiempo.com y elespectador.com se valieron de esta estrategia en 45 oportunidades, de la siguiente manera: 12 elespectador.com y 33 eltiempo.com. El primero, las veces que lo hizo complementó informaciones en las siguientes secciones: Negocios, Cine (2), Deportes (4), El Mundo (2), Medios (1), Música (1), Nacional (1) y Política (1).

Las veces que la presentación de un texto apareció como inapropiada o insuficiente para los intereses de eltiempo.com, con estas imágenes se complementaron informaciones de las secciones: Mundo (13), Política (3), Colombia (1), Deportes (13), Gente (1), Internacional (1) y Tecnología (1).

5. CONCLUSIONES

La llegada de internet modificó la forma de ejercer el periodismo. Su arribo a los medios de comunicación como una forma más rápida, efectiva e interactiva para el mejoramiento del oficio informativo, alteró su ejercicio en sus 3 puntos: su enseñanza, su ejecución y su resultado.

Con todo eso, no debe hablarse entonces de nuevas destrezas para el periodista actual, sino de las mismas de siempre pero bajo las exigencias que han planteado las tecnologías de la información. Es decir que el periodismo en sus bases teóricas sigue siendo el mismo y las funciones y responsabilidades del periodista no han cambiado. La modificación está en que aquellos que ahora se dedican a él, deben saber que se enfrentan al surgimiento de un nuevo medio, con una plataforma que permite la convergencia de los instrumentos periodísticos para informar.

De ahí que quienes están encargados de impartir su cátedra en las escuelas de periodismo, vieran la necesidad de modificar sus pénsumes para preparar adecuadamente a las nuevas generaciones de cara a los retos modernos les exigen los medios de comunicación hoy en día. En Colombia ese proceso está. Acá los programas de periodismo existentes hasta principios del S.XXI, mantienen la base del periodismo (sus principios éticos, sus funciones y responsabilidades), pero además actualmente incluyen disciplinas dedicadas exclusivamente a la comprensión y el desarrollo de esas nuevas habilidades.

Todo tiene una razón de ser, fundamentada en que la información publicada en nuestros medios de comunicación digitales, manejan en conjunto los recursos brindados individualmente por las plataformas tradicionales: imágenes, texto, video, etc., lo cual requiere nuevas habilidades del periodista, dotación de diferentes recursos por parte de los medios y enseñanza de novedosas prácticas por parte de las escuelas de periodismo.

Percatarse de ese nuevo patrón al ejercicio de la labor periodística causó un vuelco en sus programas de enseñanza. Al igual que pasó en años anteriores con el arribo de la radio y la televisión, la profundización en su estudio está sufriendo una modificación causada por la llegada de un nuevo medio, algo que a su vez ocasiona una transformación en el criterio de su educación.

Es así como la mayoría de universidades colombianas ya contemplan en sus programas académicos algunos cursos relacionados con la tecnología impuesta por el periodismo digital, adaptando las necesidades de su programa a las nuevas tecnologías. De ahí que los cursos brindados por cada universidad ya no estén ligados a tecnologías obsoletas. Lo que se enseña en la teoría es rápidamente integrado a la tecnología reciente, usando los portales web que simulan el trabajo en medios de comunicación digitales. No obstante, cabe resaltar que esas modificaciones todavía están en la etapa del pregrado. El de la especialización todavía es un campo por explorar en el país.

Superada la etapa de formación, lo que sigue es ver el ejercicio periodístico digital reflejado en los medios de comunicación. En Colombia los que mayores oportunidades brindan para ello son eltiempo.com y elespectador.com, por ser los pioneros al momento de instaurarse como plataformas web y aquellos que se encuentran instalados en los primeros puestos de aceptación por parte de los receptores, según los principales medidores de audiencia.

Pese a esto, pretender de ellos una cobertura informativa global es una demanda demasiado ambiciosa, pese a que este sea el objetivo bajo el cual se crearon para trabajar en la red, demostrado en la cantidad de secciones y espacios abiertos en sus portales. Así que esa imposibilidad impuesta por ellos mismos al momento de ofrecerse a dar información a la cual su panel periodístico no tiene acceso, le dio vida

a aquellas plataformas informativas que sí están en capacidad de contar -en tiempo real y desde el sitio del acontecimiento- lo que está sucediendo allí: las agencias de prensa.

Eso implica que la información ofrecida por eltiempo.com y elespectador.com no sea exclusiva y tampoco especializada para ser publicada únicamente en medios digitales, sino que está influenciada por la actividad de las agencias de prensa. Tal punto se agrava si además tenemos en cuenta que ambos imperios noticiosos (bajo la perspectiva de tener la misma línea editorial construida por aquellos dueños que poseen varios medios de comunicación) recurren también a la cooperación de otros medios de comunicación -no necesariamente de internet- para publicar ciertas informaciones.

La enorme gama de focos informativos con los que cuenta el país así lo permite, pero al mismo tiempo afecta los objetivos del periodismo digital al darle espacio en la web a informaciones que fueron pensadas para audiencias pertenecientes a otros nichos (TV, radio y prensa escrita).

Aprovechar al máximo la producción de las agencias de noticias y de los otros medios, hace parte de la estrategia planteada por ambos para generar una mayor cantidad de artículos que le permitan cumplir con el conjunto de secciones y espacios prometidos a los usuarios, pero al mismo tiempo choca con los ideales del periodismo digital al dejar para éste un mínimo porcentaje de producción, de acuerdo al estudio realizado en este trabajo y que tuvo lugar en los 11 primeros días de 2011.

Ese tiempo sirvió para percatarse que el mejor género que tienen para informar eltiempo.com y elespectador.com, pasa por la publicación de noticias en su gran mayoría, informes especiales en una menor cantidad y entrevistas, lo cual desata un descuido importante de los demás géneros periodísticos existentes como editoriales, columnas de opinión, podcast, crónicas, reportajes, videocolumnas, etc.

“Hay que entender el medio y es que internet es inmediatez, y la inmediatez son las noticias de última hora y su evolución. Los .com se ven abocados, entonces, a estar muy pendientes de esto”, dice al respecto Diego Santos, director de eltiempo.com, desconociendo las demás posibilidades que ofrece esta herramienta para el trato del volumen informativo que manejan medios como los objetos de estudio.

Manejándose de tal forma, eltiempo.com y elespectador.com dan la sensación de funcionar únicamente como espacios en la red que sirven para acumular informaciones ya presentadas en otros campos como las redes sociales, la televisión, la radio y las agencias de prensa. Eso, además de la gravedad que representa, significa también la pérdida en el objetivo del periodismo digital ya rescatado por las escuelas de periodismo pero no reflejado en su ejercicio profesional por parte de este par de medios, al no contar dentro de sus contenidos principales con la inclusión de herramientas (podcasts o videocasts) que refuercen y argumenten los textos gráficos

publicados en formato digital, porque evidentemente el texto ya no es suficiente para ello.

Y cuando se piense en eso, el camino a seguir está en el desarrollo propio de esos complementos, más no en la adecuación de materiales pensados para ser reproducidos en la radio o la televisión. Hacerlo depende de ellos mismos, pues según lo investigado, las escuelas colombianas de periodismo están capacitadas para garantizar la existencia de periodistas ágiles en el campo digital, así como otrora lo hicieron en el televisivo, el radial y el impreso.

6. BIBLIOGRAFÍA Y ARTÍCULOS CONSULTADOS

ALBORNOZ, Luis Alfonso. Periodismo Digital, los grandes medios en la red. Buenos Aires: la Crujía editores, 2006.

AGENCIA EFE. Presentación [Documento de Internet disponible en <http://www.efe.com/quesefe/principal.asp?opcion=1&idioma=ESPANOL>]

ASOCIACIÓN DE PRENSA EXTRANJERA (APE). Asociación de Prensa Extranjera en Colombia. Personería jurídica del Ministerio de Justicia otorgada por medio de la resolución No. 337 del 13 de febrero de 1976.

BULLON, Piedad. Periodistas, Nuevo medio viejas reglas. Madrid: Revista Iworld en: <http://www.idg.es/iworld/199901/articulos/periodi1.asp>

CANGA, Jesús. Diarios digitales, apuntes sobre un nuevo medio. Bilbao: Servicio editorial Universidad País Vasco. 2002. p. 38.

DIAZ NOCI, J. Y MESO AYERDÍ, K. Periodismo en Internet: Modelos de la prensa digital. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1999. P. 23

DICCIONARIO GENERAL DEL PERIODISMO. Madrid, Paraninfo, 1981, 1992-2 (título sustituido por el de Diccionario de información, comunicación y periodismo en la segunda edición).

EDO, Concha. Del papel a la pantalla: la prensa en Internet. Sevilla: comunicación social ediciones y publicaciones, 2002. p. 56

FALLA, Stephanie. Periodismo Digital. Nuevas tecnologías de la comunicación y el perfil del periodista digital. [Documento de Internet disponible en <http://tesis.stephaniefalla.com/>]

FRANCO, Guillermo. Cómo escribir para la web. John S. and James L. Knight Foundation, 2007.

Encuesta General de medios (EMG) realizada en el 2008.

Edición de Elespectador.com del 10 de mayo de 2010: El Espectador.com, medio que más creció según el EGM.

Edición de Eltiempo.com del 10 de mayo de 2010: Eltiempo.com se consolida como el portal noticioso más consultado de Colombia, según el EGM.

Ediciones de El Tiempo del 22 de enero de 1996: Desde Hoy, El Tiempo En Internet y El Tiempo crece en Internet como virus. Bogotá: en El Tiempo. 29 de enero de 1996.

LEIVA, Paulina. Cuadernos de información, ISSN 0717-8697, N°. 12, 1997.

LEYVA, Muñoz. Hay que reinventar el concepto de noticia. Pág.10-11

MARTÍNEZ DE SOUSA, José. Diccionario General del Periodismo. Madrid: Paraninfo, 1981.

PAUL, Nora y FIEBICH, Christina. 5 Elements of Digital Storytelling: [Documento de Internet disponible en <http://www.inms.umn.edu/elements>]

PÉLISSIER, Nicolas. “Internet de proximité et citoyenneté en ligne”. En: DAMIAN, B. et alii (dirs.). Inform@tion.local. Le paysage médiatique régional à l'ère électronique. Paris: L'Harmattan. pp. 95-109

RAMONET. “Ser periodista hoy” En La tiranía de la comunicación, Pág. 48-49

REPÚBLICA DE COLOMBIA. 1991. Constitución Política de Colombia 1991. Santafé de Bogotá, Ediciones J.R. Bernal.

RESTREPO, Javier Darío “El problema de la veracidad y de la objetividad”. Pág. 164

TAYLOR Y R. BOGDAN. Introducción a los métodos cualitativos. Madrid: Paidós, 2000. p. 7.

ZELENER, Erica. Nuevas formas de comunicación en la red. IRC y adicción. Editorial Gedissa. 1996.

7. ANEXOS

7.1 Entrevista con Henry Orrego. AFP Colombia.

1) ¿Cuál es la dinámica de trabajo en las agencias de prensa?

La principal característica de las agencias de prensa es garantizar una amplia cobertura sobre la información internacional y para ello es necesario tener una red de corresponsales lo más extensa posible, que permita un acceso oportuno y adecuado a una información global. AFP es una de las 3 grandes (la otras son Reuters y AP) que cubre los 5 continentes y por ende tiene corresponsales propios en 165 países que escriben en seis idiomas (francés, inglés, español, árabe, alemán y portugués) para su servicio de texto, produce además videos e infografías en igual número de idiomas, además de fotografías.

Cada reportero selecciona aquellos temas que considere relevantes para conocerse en el exterior, sin exclusión de alguno: se trabaja sobre la política, pero también economía, deportes, y cada vez más las temáticas que llamamos ‘magazine’ como ciencia, tecnología, salud. La mayoría de nuestras informaciones (más del 75%) se originan en el trabajo de nuestros periodistas, quienes buscan la información, hablan directamente con las fuentes y producen la información (en forma de texto, foto, video o infografía) y la envían a París o a la respectiva central regional, para que sea revisada y puesta a disposición de los clientes a través de una red satelital propia, que cubre los cinco continentes.

El resto de informaciones puede provenir de la reseña de información difundida por medios locales que es importante re-difundir para dar un adecuado panorama de la situación del país y que no es posible conseguir directamente. La pieza informativa (texto, foto, video) es enviada a una mesa de edición que tras verificar que cumpla con las normas de calidad de la agencia, las envía a los clientes. Los despachos (de texto), las fotos, infografías o videos, llegan a nuestros clientes a través de una red propia que utiliza varios satélites o a través de Internet.

2) ¿Cómo está conformado el panel periodístico en la suya? ¿Con cuántas personas cuentan?

Las Agencias de Noticias corresponden a un criterio de eficiencia para recopilar informaciones, es decir, recogen información en amplio espectro geográfico pero sus redes están conformadas por un número ilimitado de personas. En el caso de AFP cuenta con un equipo mundial de casi 2.000 empleados, de los cuales un 80% está relacionado directamente con la actividad informativa (el 20% restante corresponde al personal administrativo, comercial y técnico).

Hablamos así de unos 1.600 periodistas, fotógrafos, infografistas, videógrafos y productores. De esta red unos 200 son fotógrafos destacados en diversas partes del mundo y cerca de otro centenar corresponden al personal de actividades multimedia (infografistas y video).

En cuanto a los corresponsales de texto más de la mitad, unos 700 corresponde al servicio francés o trabajan en países francófonos. Otros 600 a los diversos servicios, siendo el dominante entre estos el servicio inglés –unos 300-, el servicio en español cuenta con unos 120 periodistas cifra similar al servicio árabe. Los servicios en alemán y en portugués cuentan con un menor número de periodistas y dependen básicamente de la producción en otras lenguas.

3) ¿Existe una meta de producción diaria?

No existe una meta como tal. El servicio de texto en español de la AFP varía entre 400 y 600 despachos diarios, con un fuerte acento en la actualidad de América Latina (entre 30 a 40% del total). El servicio en francés está compuesto por un número similar de despachos, mientras en inglés la cifra es un poco superior: alrededor de 700.

Diariamente la AFP difunde alrededor de 200 fotografías sobre temas de actualidad, además de reportajes y retratos, que alimentan un archivo con más de 100.000 imágenes, disponibles a través de la web (Imageforum) y que abarca desde finales del siglo XIX hasta ahora.

Igualmente se difunden entre cinco a diez infografías para prensa y sitios web diariamente, así como una cantidad similar de infografías animadas para páginas en Internet y televisiones.

El servicio de video envía diariamente dos bloques con las imágenes de los hechos más importantes del día (con sonido de origen, sin locución) de unos seis minutos, recogidos por las cámaras de AFP y una red mundial de televisiones en diferentes países. Adicionalmente transmite entre tres a seis reportajes exclusivos (imágenes, sonido de origen y locución en español).

Con la mezcla de estos servicios, la unidad multimedia produce diariamente una serie de productos dirigidos para Internet. El principal de ellos es “AFP-YA” una selección de las 10 noticias más importantes, actualizada en tiempo real, en varios tópicos de actualidad. Se trata en la práctica de un “diario electrónico” hecho a la medida de los clientes (medios de comunicación tradicionales, pero también páginas web informativas, empresas, fundaciones, ONG’s) que los publican en sus portales. Los más importantes son “Mundo Ya”, “Latinoamérica Ya”, “Economía Ya”, “Deportes Ya”, “Goles Ya” (sólo fútbol), Gente, Insólitas, Nuevas Tecnologías, “Ciencia Ya”, “Cultura Ya”.

Cada uno de estos diarios además profundiza los tres temas más importantes del día con una selección de archivos de texto, foto etc... relacionados con el tema. Existe además un archivo (‘Magazine Ya’) que contiene artículos de fondo especialmente elaborados para revistas sobre temas investigados ampliamente (por ejemplo: el tabaquismo en el mundo; el cambio climático; la religión en América Latina; el

mundo islámico; el café etc...) que son actualizados constantemente y que están a disposición en una base de datos.

4) ¿El contrato con los medios implica una solicitud temática especial para cada uno o todos acceden a lo mismo?

El contrato tipo ofrece un paquete de servicios a la medida del cliente. Originalmente nuestro servicio estaba dirigido a medios de comunicación y grandes empresas que contrataban el servicio de texto y en algunas ocasiones el de fotografía. Actualmente AFP elabora contratos diseñados para cada cliente por el cual este define según sus necesidades si requiere acceso al archivo de fotos image-forum, videos, infografías y/o productos multimedia.

5) ¿Cuáles son las características de un buen cable?

Las características esenciales de un despacho de agencia son: 1. Confiabilidad (información suministrada por una fuente seria y verificada), 2. Rapidez (información transmitida en tiempo real), 3. Concisión (información transmitida en formatos breves y adaptables).

Los despachos de agencia utilizan básicamente al esquema de la pirámide invertida y responden a las llamadas seis preguntas básicas: Qué, quién, cuándo, dónde – generalmente estas cuatro contenidas en el primer párrafo-, cómo y por qué). El ‘por qué’ es fundamental para una agencia: es brindar al lector-usuario el contexto básico (histórico, generalmente, pero también ideológico, político o económico) en que ha surgido esa información, generalmente en un despacho de agencia un primer esbozo del contexto va en el tercer o cuarto párrafo, salvo que el contexto mismo sea lo destacable.

En el discurso informativo de las agencias existe un producto básico: el boletín o urgente. Se trata de informaciones breves –generalmente de una línea- que alertan a los medios sobre la ocurrencia de una información destacada susceptible de generar cambios en sus productos informativos.

6) ¿Ustedes son literalmente agencia de noticias o también manejan otros géneros periodísticos?

El despacho y la información breve son el eje del servicio de una agencia, pero a esto se suman las ampliaciones y desarrollos en profundidad de las informaciones. En segunda instancia está el reportaje o la nota de color, es básicamente aquella que hace énfasis en el “cómo” (cuenta detalles de lo ocurrido) a lo que sigue el análisis (un despacho que hace énfasis en el “porqué” o la explicación y que cita analistas o expertos). El reportaje es cada vez más demandado, tanto en texto, como en foto y video.

También son productos independientes las notas de ángulo (las que desarrollan un aspecto particular, como por ej: en la cobertura sobre Diana de Gales, un papel sobre la controvertida figura de los paparazzi); las entrevistas (un diálogo exclusivo

concedido por un personaje) y los papeles de apoyo (cronologías, recuentos, recuadros etc.).

7) ¿Creen que le están haciendo todo el trabajo a los medios de comunicación?

No. El trabajo de una agencia de noticias es básicamente suministrar la información base a los medios, es decir el contenido, con el cual cada medio genera su propio material. Algunos medios se limitan a transcribir nuestros despachos, que para tal efecto son producidos cumpliendo rigurosas normas, mientras que otro lo utilizan como insumo.

Las Agencias de Noticias, que surgieron en el siglo XIX como fruto de las evoluciones tecnológicas, fueron pioneras del proceso de globalización que estamos viviendo y en cierta forma lo alimentaron al hacer más expedito el tránsito de información entre culturas.

Hoy en día, cuando ese proceso ha sido apropiado por el público, las agencias siguen prestando un papel como una especie de “índice” u ordenador del contenido informativo (una selección de la información mundial trascendente) y además como garantía de credibilidad: mientras en Internet cualquier persona puede colocar una información sin que sea posible verificarla o garantizar la calidad de la fuente que la emitió, las agencias informativas difunden informaciones cuya veracidad están en capacidad de comprobar a través de fuentes calificadas.

8) ¿Qué opinión le genera que la base de algunos medios de comunicación esté en las agencias y no en el panel periodístico propio?

El papel básico de los medios es brindar a los lectores un acercamiento a la actualidad, pero cada medio tiene sin duda limitantes geográficas, económicas, culturales o tecnológicas que le obligan a delimitar su campo de acción. Un diario latinoamericano no tiene un diseño de funcionalidad en su redacción que le haga fácil comprobar rápidamente con fuentes serias y respetables, por decir algo, si es cierta una información que aparece en Internet sobre la matanza de 31 periodistas en Filipinas. Una agencia sí. Tiene allí un corresponsal que conoce el entorno, tiene acceso a fuentes propias y una valoración de los medios locales.

Así pues en caso de que una radio de Filipinas dice que los muertos son 100 y no 31, el corresponsal está en capacidad de saber verificar rápidamente esa información: En primer lugar puede valorar si la versión proviene de una radio seria o escandalosa, en este último caso menos confiable; en segundo lugar podrá contactar a una fuente de la policía que le entregue la versión oficial y en tercer lugar, lo más importante, de hacer esto muy rápidamente: en cuestión de minutos. Por el contrario un diario filipino tendrá una labor muy dispendiosa para verificar si es cierto un número cualquiera de víctimas en un ataque de la guerrilla en Colombia.

Un ejemplo reciente ocurrió en Haití, pues después del terremoto del 12 de enero comenzaron a circular en las redes sociales y en portales de video muy reconocidos

de Internet, supuestas fotografías y grabaciones tomadas segundos después del sismo, que a la postre resultaron falsas.

Por el contrario la información que difundieron las agencias de noticias sobre la magnitud del sismo y los daños, provenientes de fuentes identificadas, pudieron dar una dimensión real de lo ocurrido. La transmisión de esa información es muy importante, no solo para el ciudadano común que quiere estar informado, sino lo que es aún más importante para organismos de socorro y gobiernos que deben organizar rápidamente la atención adecuada de una emergencia. No es lo mismo organizarse para atender la emergencia creada por un sismo como el que sacudió la región cafetera de Armenia en Colombia en 1999 con unos 1.300 muertos a la tragedia ocurrida en Haití.

La rápida transmisión de esa información por las agencias y de la rápida verificación de la dimensión de esa tragedia, permitió dar paso a una actuación de la comunidad internacional. Internet ayuda, como un mecanismo para difundir más rápidamente la información, pero no existen garantías de que la información que se difunde a través de la web sea verídica, ese es el papel fundamental que las agencias han venido y seguirán cumpliendo, hasta que se diseñen otros mecanismos.

Los medios saben que la información que le suministran las agencias es un insumo serio y confiable que pueden entregar a sus lectores confiados, sin poner en riesgo la credibilidad que es el mayor tesoro que puede tener un periodista.

7.2 Entrevista con Esther Rebollo. Delegada de la Agencia EFE en Colombia.

1) ¿Cuál es la dinámica de trabajo en las agencias de prensa?

Las agencias internacionales tenemos una matriz (en este caso España) y corresponsalías en más de 100 países. Colombia es una oficina muy importante para nosotros porque es uno de los lugares que genera mayor información a nivel continental vinculada a temas políticos, gubernamentales, de seguridad, etc.; además nos ofrece una variedad de información de la que nos hacemos eco las agencias internacionales relacionados con la cultura, el desarrollo, la economía. Porque si bien es un país en conflicto, también genera de forma paralela mucha proyección en esos aspectos.

En Colombia hacemos información en todos los formatos –texto y fotografía- y el mundo web nos permitió entrar en una nueva dimensión de la información por lo que también usamos los formatos digitales (video, por ejemplo). Por eso podemos decir que hoy en día la agencia EFE es una agencia multimedia.

Acá en la oficina de Colombia únicamente producimos información de Colombia. Preparamos esa información, la elaboramos y la mandamos a nuestra Mesa de

Edición General, que es una mesa a la que llega toda la información de las demás delegaciones de América. Ahí es donde se centraliza y se distribuye a los clientes.

2) ¿Cómo está conformado el panel periodístico en la suya? ¿Con cuántas personas cuentan?

La oficina de producción de noticias en Colombia está constituida por 6 redactores (uno especializado a los temas deportivos y el resto a todos los demás campos); además tenemos 2 practicantes que vienen de España a través de una alianza que hace la Fundación de la Agencia EFE y una Institución Financiera que los proporciona. Aparte de este equipo de redacción de texto (que también hacen los videos) tenemos un equipo de fotografía que consta de 3 fotógrafos en Bogotá y otros en Medellín, Cali y Cartagena. Lo último es que aparte de ellos, tenemos la facultad de contratar eventualmente a fotógrafos en otras partes del país si la información así lo requiere.

En proceso está la firma de alianzas con universidades colombianas para lograr que de allí lleguen también otros practicantes. Con la Universidad de La Sabana y la Javeriana se están adelantando las mismas. En ese caso también llegan ellos de vez en cuando y se incorporan al equipo. En el caso de los españoles que ya están, ellos son los encargados de usar los formatos nuevos. Por ser gente más joven y con mayor facilidad de manejo de las nuevas tecnologías, son los que se encargan de la parte web y están orientados por el grueso del resto del equipo. No tenemos un redactor web. Todos hacen de todo.

3) ¿Existe una meta de producción diaria?

La producción nos la da la actualidad. Nosotros no podemos forjarla. Si no hay noticias, no hay y generamos pocas noticias. Pero de nuestra parte no surge la necesidad de tener un número tipo de noticias diarias. Ni un mínimo de un máximo.

Lo que ha hecho el internet en este aspecto es lograr un cambio en nuestros criterios informativos. La agencia EFE ahora tiene muchos más clientes que hace unos años por esta innovación. Bajo ese aspecto, somos conscientes que las web necesitan estar constantemente actualizadas y una gran cantidad de contenidos. Eso ha coincidido con el auge que ya mencioné del aspecto noticioso en Colombia. Lo bueno para nosotros está en que toda esa información que tiene que ver con el mundo del arte, del espectáculo, de la cultura, del deporte, etc., tienen cabida en el mundo web porque éste es el mundo de la imagen. Entonces el video vinculado a celebridades, a estrellas del deporte, modelos, actrices, etc., nos está empujando a tener una mayor producción informativa.

4) ¿El contrato con los medios implica una solicitud temática especial para cada uno o todos acceden a lo mismo?

Nosotros vendemos nuestros productos a la carta. Los medios de comunicación eligen sus necesidades y nosotros le ofrecemos la mejor forma para satisfacerlas. Eso no significa que tengan que comprar todos los productos porque a lo mejor no les interesa.

5) ¿Cuáles son las características de un buen cable?

Todos nuestros productos tienen un estándar que se basa en la calidad y la credibilidad. Lo que prima en las informaciones de la agencia EFE es que son contrastadas con buenas fuentes de información y están argumentadas.

6) ¿Ustedes son literalmente agencia de noticias o también manejan otros géneros periodísticos?

EFE es una agencia netamente periodística. Lo que hace son noticias pero en todos los formatos. No solamente damos el breaking news de última hora; además desarrollamos temas atemporales, hacemos reportajes, entrevistas, crónicas de color, análisis económicos o políticos. Entonces se puede decir que manejamos los distintos medios periodísticos pero siempre dentro del formato noticia.

7) ¿Creen que le están haciendo todo el trabajo a los medios de comunicación?

No, para nada. Nosotros lo que estamos haciendo es facilitándoles el trabajo pero no haciéndolo por ellos. Nuestros clientes deben tener alguien que reciba nuestros envíos y allí está la parte de ellos. Pero también es verdad que hay muchos medios de comunicación que ahora no pueden mantener grandes equipos de trabajo. Eso se da por muchas circunstancias que no vale la pena entrar a debatir, pero es allí donde entramos a ayudarlos. Nosotros les damos un paquete informativo ya enlatado que les permite ahorrarse tiempo y personal ya que solamente lo reciben y lo publican. Aún así siempre va a tener que haber un periodista al otro lado que reciba, analice y considere que lo que EFE les está dando es lo que les conviene.

8) ¿Qué opinión le genera que la base de algunos medios de comunicación esté en las agencias y no en el panel periodístico propio?

A mí me encanta porque eso significa que diarios importantes como lo son el tiempo.com y elespectador.com confían en nosotros. Pero eso pasa porque la agencia EFE llega mucho más lejos y hace un cubrimiento global que ellos nunca podrán alcanzar. Nosotros somos amigos y juntos nos ayudamos, dando excelentes resultados. Es una relación que le conviene a las dos partes. A los medios porque tienen lo que necesitan y a nosotros porque estamos colocando todos nuestros productos en una red importantísima de medios.

7.3 Entrevista con Luis Jaime Acosta. Reuters Colombia.

1) ¿Cuál es la dinámica de trabajo en Reuters?

Nuestra dinámica es muy parecida a la de cualquier otro medio de comunicación. Tenemos un consejo de redacción en el que se hace una agenda informativa de los temas a desarrollar. En nuestro caso estos temas deben tener trascendencia internacional, para que amerite su cobertura.

El periodista consigue la información. Si tiene el tiempo la redacta. Si no, llama a un corresponsal para que él lo haga, cumpliendo los parámetros de calidad expuestos en el manual de calidad y estilo de Reuters. Una vez redactada, la noticia se manda a la mesa de redacción (en Santiago de Chile). Ellos la revisan y se encargan de enviarla a todos los abonados a nivel mundial.

Todos los que trabajan en esta dinámica son periodistas profesionales contratados por Reuters. No se trabaja con practicantes.

2) ¿Cómo está conformado el panel periodístico en la suya? ¿Con cuántas personas cuentan?

En Bogotá tenemos tres periodistas en español y dos en inglés. Los 5 estamos respaldados por un reportero móvil que se encarga de cubrir cosas que se producen instantáneamente. Él nos da sonido telefónico que nos garantiza cobertura inmediata, ya que nosotros lo estamos escuchando y vamos redactando la nota, tal como si estuviéramos en tiempo real.

Además tenemos un staff de 3 fotógrafos en Bogotá, apoyado por otro en Cali, otro en Medellín y otro en Cartagena. Y en televisión hay un equipo de dos camarógrafos, un productor y un asistente.

3) ¿Existe una meta de producción diaria?

No. Nosotros no tenemos una obligación de tener una meta fija diaria mínima de producción. Hay días en que no transmitimos absolutamente nada, salvo cosas de rutina como el Informe de Bolsa y el Informe del Peso, que son cosas que se tienen que hacer siempre que hay actividad bursátil en Colombia. Pero sí eso no está, no tenemos la obligación ni el compromiso de forzar noticias. Sólo transmitimos noticias que, consideramos, tienen un valor importante para nuestros clientes a nivel internacional, pues no hacemos notas de contenido netamente local.

4) ¿El contrato con los medios implica una solicitud temática especial para cada uno o todos acceden a lo mismo?

El contrato es global e indica que pueden utilizar todos nuestros contenidos en sus páginas web. Para El tiempo y El espectador es exactamente el mismo. Ya de ellos depende el uso.

5) ¿Cuáles son las características de un buen cable?

Tiene que ser información plenamente confirmada y responder a la famosa pirámide invertida (qué, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué). La nota tiene que estar perfectamente escrita. No puede tener algún error de fuente, ortografía o gramática. Es básicamente eso pero bajo los parámetros de la calidad y tratando de explicar los por qué. Ese es uno de los valores agregados de Reuters, ya que explica las consecuencias que puede tener cada una de sus notas.

6) ¿Ustedes son literalmente agencia de noticias o también manejan otros géneros periodísticos?

Básicamente manejamos la noticia y muchos temas de análisis y reportajes, además de fotografías y videos.

7) ¿Creen que le están haciendo todo el trabajo a los medios de comunicación?

No, para nada. Somos un complemento importante para la parte internacional y en algo para la parte local online. Pero las necesidades informativas que tienen estos diarios son mucho más amplias, siendo ellos mismos los que las suplen con sus periodistas especializados.

8) ¿Qué opinión le genera que la base de algunos medios de comunicación esté en las agencias y no en el panel periodístico propio?

Discrepo de esa afirmación. Creo que las agencias hacen un trabajo de complemento a todo lo demás que ellos producen, y que en lo único que les ayudamos es en marcarles la línea a seguir. Lo que tenemos con ellos es una relación que complementa el trabajo de ambos.

7.4 Entrevista con Javier Correa. Profesor Universidad Central

1) ¿La llegada del internet obligó a hacer modificaciones en el programa de enseñanza?

Hubo algunos ajustes, teniendo en cuenta la necesidad de contar con ciertas herramientas digitales tales como programas para los computadores, la plataforma para los periódicos digitales, etc. Lo que no cambiamos fue la concepción de enseñar periodismo, porque éste es uno solo pese a la variedad de campos en los que se puede desarrollar.

2) ¿Tales ajustes le abrieron la posibilidad al estudiante de perfeccionarse exclusivamente en el campo digital?

Sí. De hecho varios estudiantes lo hacen. Nuestra función en ese caso es mostrarles las el abanico de posibilidades que ofrecemos. Ellos son los que deciden a qué dedicarse, pues acá les damos las bases para que puedan desempeñarse en cualquier campo.

3) ¿Qué tipo de profesores imparten las materias enfocadas en lo digital y con qué intensidad de tiempo cuentan estos cursos?

Son profesores que ya han ejercido periodismo en internet y que también han hecho investigaciones en ese campo. Esa profundización en el área nos permite intercambiar experiencias y conocimientos con los estudiantes; y para las clases tenemos destinadas seis horas semanales divididas en bloques: uno de dos horas para la realización del consejo de redacción y cuatro para el manejo de la herramienta, representado en el montaje del periódico.

4) ¿La universidad ofrece cursos referentes a programas que son utilizados en el periodismo digital como Youtube, Facebook, Twitter, Google Maps, etc.?

Tenemos una materia que se llama Ciberperiodismo, en la que se trabajan a profundidad esas herramientas mencionadas, para después aplicarlas en la anteriormente mencionada “Proyecto Experimental, Montaje y Diseños Comunicativos”.

En el tema de las prácticas, ¿se la ayuda al estudiante a entrar en algún medio digital? Tenemos contactos con varias organizaciones no gubernamentales, entidades del estado y algunas empresas periodísticas. Sí alguna de ellas nos ofrece un medio digital y el estudiante quiere ir allí, no tenemos problema en enviarlo allá.

5) Fuera del programa de pregrado, ¿la Universidad ofrece alguna especialización en Periodismo Digital?

Hay una especialización en televisión que toca el tema del periodismo digital.

6) Ustedes como Escuela Formadora de Periodistas, ¿qué opinión tienen del manejo que se le está dando al periodismo digital en los medios de comunicación masiva más importantes del país?

Es un manejo no muy adecuado porque simplemente están tomando el material del impreso y ajustándolas a la plataforma digital. Entonces se puede afirmar que no están haciendo periodismo para internet. Lo que se espera es que nuestros medios hagan una división entre uno y otro, y lo trabajen de manera independiente.

7.5 Entrevista con Rosabel Sánchez. Coordinadora Académica de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo en la Universidad Externado de Colombia

1) Esta universidad empezó a formar periodistas desde 1976, ¿cuál ha sido su fuerte desde entonces en la preparación de los mismos? Es decir, ¿han profundizado más en radio, televisión, prensa escrita?

No. El Externado siempre ha querido formar comunicadores integrales. La idea es que nuestros profesionales puedan trabajar por igual en cualquiera de esos medios. Por eso no ofrecemos énfasis en ninguno de ellos ni en algún determinado lenguaje. Lo que sí intentamos -por ser una universidad enfocada en las ciencias sociales- es dejar nuestro sello en la parte socio-humanística para que, independiente de donde vaya a trabajar, muestre una sólida formación de contexto y de lectura del mundo, y una similar en la ética, por filosofía de la universidad.

2) ¿Ese sello de la universidad en cuanto a la formación de periodistas, sufrió alguna modificación con la llegada del internet?

Sí claro. Nosotros tenemos dentro del programa una línea de informática que, a diferencia de otras facultades, la dictamos directamente dentro de nuestro departamento. Eso nos da la opción de jugar con nuestros contenidos, de acuerdo a las necesidades.

Recuerdo que hace 10 años el programa estaba muy orientado hacia lo hardware (funciones operativas del computador). A eso le dimos la vuelta, teniendo en cuenta el cambio en los estudiantes que recibimos. No podemos desconocer que cada año la gente que va llegando hace parte en mayor medida de una generación completamente web. Del 2000 para acá, todos los que llegan a estudiar a nuestras aulas tienen un amplio conocimiento del mundo del internet.

Entonces sabiendo que ellos ya vienen con conocimientos informáticos, no podemos desgastarnos enseñándoles cosas que ya saben pese a que no todos son igualmente digitales. Por eso desde los primeros días que están con nosotros, los nivelamos. Se les dice que no se les van a enseñar ciertas cosas (manejar Excel, Word, PowerPoint) pero que deben saberlas. Después de todas maneras los instruimos en el manejo de algunos programas, pero enfocados de manera distinta: pensando desde la convergencia digital y desde los contenidos.

Así las cosas, no desconocemos el contexto informático en el que los alumnos se mueven cotidianamente, pero al mismo tiempo los metemos en el mundo de lo digital. Desde el primer semestre hasta el octavo, sin importar el énfasis en el que estén (la universidad brinda periodismo de gestión y periodismo general), les ofrecemos materias relacionadas con el tema digital.

En total a lo largo de todo el programa brindamos 7 asignaturas de estas: en la línea teórica está “Nuevas Tecnologías”. En la parte informática hay 4 y en los énfasis hay dos. Aparte de eso tenemos espacios en los que siempre hacemos talleres y conferencias sobre el tema digital, pero siempre intentado trascender lo operativo, porque nos interesa que los estudiantes entiendan las posibilidades que este mundo le ofrece, para que empiece a pensar su trabajo de acuerdo a ello.

3) ¿En qué consiste cada una de estas asignaturas?

“Informática I” se dicta en primer semestre y tiene como objetivo mostrarle a los muchachos las posibilidades que existen en la red en términos de Web 2.0. Allí se les muestra qué son redes sociales, qué es una comunidad virtual, para qué sirve un blog, todo bajo la idea de que entiendan lo que significa manejar ese tipo de herramientas.

En “Informática II” entramos a ver toda la parte de Photoshop (aplicación informática en que está destinada para la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits) e Illustrator (aplicación que trabaja sobre un tablero de dibujo y que está destinada a la creación artística de dibujo y pintura para Ilustración), para que aprendan todo lo destinado a las imágenes en la web.

En tercer semestre ven “Graficadores”. Allí empiezan a ver Flash Player (aplicación en forma de reproductor multimedia que permite reproducir archivos de gráficos vectoriales) y al final diagraman una revista digital, pensando en cómo deben organizar los contenidos.

En sexto ven “Multimedia”. Allí refuerzan Flash Player pero además montan sitios web. A la par ellos están viendo materias de Televisión, entonces lo que producen allí lo llevan a sus páginas en línea, porque siempre tratamos de conectar esa línea de talleres (radio, televisión, prensa) con la informática. En la parte teórica, que se ve en cuarto semestre, damos “Nuevas Tecnologías” presentamos toda la parte social del conocimiento, desde las corrientes y escuelas que hay a través de ello.

Cuando entran a los énfasis, en la parte de Gestión tienen una materia que se llama “Comunicación Virtual” en la que ven los usos de tics en la información en las organizaciones. Para eso ven IntraNet, Diseños de Webs para Empresas y todos los usos de esas tics. Los muchachos de Periodismo ven “Nuevos Medios”. Ahí ven periodismo digital, todo lo que son periódicos en línea, radio, televisión, etc. Todas estas materias son obligatorias.

4) ¿Qué tipo de profesores dictan estas cátedras?

En las áreas de informática tenemos comunicadores con experiencias en el campo digital y diseñadores gráficos con maestría en comunicación multimedia. Y los que están en los énfasis son periodistas que trabajan en los medios digitales y comunicadores con doctorado en sociedad de la información. Entonces la idea es que tengan experiencia en lo que enseñan.

5) ¿Con qué intensidad horaria cuentan esas clases?

Depende. Las tenemos desde 2 horas semanales, hasta algunas de 6. En los énfasis son de 3.

6) En el tema de las prácticas, ¿se la ayuda al estudiante a entrar en algún medio digital?

Sí. Incluso ahora hay varios. Los tenemos en dinero.com, caracoltv.com y caracol.com.co

7) ¿Han tenido comentarios bien sea positivos o negativos, del desempeño de sus estudiantes cuando éstos realizan sus prácticas en algún medio web?

Sí. Nos dicen que no llegan bien porque los medios van mucho más avanzados que los programas en las universidades. Cuando uno trabaja en medios digitales juega con dos factores. Uno es conocer las herramientas y otro es el concepto. Nuestros chicos suelen olvidarse de las herramientas porque acá no las usan y eso les cuesta cuando llegan a las prácticas.

8) Fuera del programa de pregrado, ¿la Universidad ofrece alguna especialización en Periodismo Digital?

No. Lo que tenemos es el Observatorio de Tics (observatorio de tecnologías de la información en la comunicación), en el que se incluyen unas líneas de trabajo que tratan los temas de periodismo digital. Con ellos estamos mirando opciones de postgrado.

9) Ustedes como Escuela Formadora de Periodistas, ¿qué opinión tienen del manejo que se le está dando al periodismo digital en los medios de comunicación masiva más importantes del país?

Creo que estamos teniendo la misma evolución que tiene la sociedad de la información. Es decir, nos estamos preocupando más por cuestiones de forma y no en las de fondo. Son discusiones tan simples como: ¿esos medios deben tener una sala de redacción para la edición impresa y otra para la web, o está bien con una sola? Lo que pasa en este punto es que los medios no están enfocándose en las diferentes audiencias que tienen sus dos productos. Apenas piensan en uno y eso está mal.

Creo que también nos falta pensar en el tema de la convergencia digital. Los medios impresos no tienen que ser solo impresos. Ellos deben entender que pueden montar podcast, videos y otro tipo de cosas que nos hacen incursionar en esa convergencia. En eso estamos rezagados pero eso tiene que ver con un problema propio de nuestros medios. Y es que ellos no permiten que sus periodistas se especialicen mucho. La costumbre acá es ir día a día, aprendiendo poco a poco en el ensayo-error.

El último punto que no permite un buen desarrollo del oficio tiene que ver con que los periodistas, hoy en día, no van al día porque no tienen tiempo ni plata para actualizarse. Eso, y que en su oficio tampoco les dan el tiempo para pensar en otras días, influye en el mal desempeño.

7.6 Entrevista con Mario Morales. Profesor Universidad Javeriana

1) Esta universidad empezó a formar periodistas desde 1936, ¿cuál ha sido su fuerte desde entonces en la preparación de los mismos? Es decir, ¿han profundizado más en radio, televisión, prensa escrita?

Todas las facultades de comunicación de América Latina han tenido un particular balance a formar estudiantes en periodismo de prensa escrita. Eso no ha variado. Acá los currículos tienden hacia ese tipo de prensa por dos razones básicas: la consideran, utópicamente, como el sueño del periodista y, por otro lado, porque es la prensa hegemónica.

Acá en la Javeriana tenemos el mismo pensamiento y por eso en un principio nos enfocamos más en ese campo, aunque vale decir que en la última década hemos variado, intentado crear periodistas en todas las áreas. Para ello contamos con una interesante vinculación de los estudiantes a la práctica a través de pasantías, de los laboratorios que se hacen en clase y de los docentes, quienes por su trabajo en los medios, los jalonan como soportes a sus respectivos trabajos.

La posibilidad de enfocarse exclusivamente en uno de los campos antes nombrados no existe. Acá pensamos que el periodismo es uno solo y que todos sus elementos son comunes, independientemente del campo en que se desarrollen. Así que quien quiera

ser uno de nuestros periodistas, debe saber moverse en todos los soportes y por ende, en su formación debe aprehender los lenguajes correspondientes a cada uno de ellos.

2) ¿Esa especialidad sufrió alguna modificación con la llegada del internet?

Eso lo pensamos mucho, al punto que estuvimos muy cerca de cambiar todo el pensum a principios de la década actual, debido a esta nueva perspectiva. Afortunadamente nos tomamos un buen tiempo para hacerlo porque, paulatinamente, nos terminamos dando cuenta que el periodismo digital alcanzó las proporciones que merece y se convirtió en un soporte más a la labor, tal como sucedió en su momento con la radio y la televisión. Así que al final optamos por no cambiar nada y más bien incluirlo dentro del programa que ya teníamos.

3) En el Plan de Estudios de la carrera se afirma que el periodista de la Javeriana puede desarrollar su profesión en el área informativa de cualquier medio de comunicación masiva. ¿Cómo se garantiza que eso también se cumpla en los medios de internet?

Acá contamos con formación específica, formación práctica y formación teórica, pero además en áreas comunes al campo del periodismo, los estudiantes tienen la posibilidad de aprehender de otras áreas (las electivas del programa) herramientas, elementos, técnicas y lenguajes de internet. De tal manera que un estudiante acá cuenta con la oportunidad de hacerse su propia ruta con una fortaleza en un determinado soporte, aunque a la par deba estudiar los otros. Esa es la forma que tenemos. No hay otra manera exclusiva o especializada, ya que entendemos la comunicación de manera integral.

En ese camino que ellos mismos se trazan para profundizar en el periodismo digital, ¿con qué tipo de docentes se encuentran para conseguirlo?

Todos nuestros profesores son periodistas y tienen estudios de post-grado, lo que habla de una reflexión sobre el trabajo práctico. Así que nuestros estudiantes cuentan con la garantía de estar conducidos por un personal completamente idóneo.

4) ¿Qué intensidad horaria tienen para trabajar con ellos?

Las asignaturas que impartimos tienen una duración de entre 4 y 6 horas. Pero aparte ofrecemos otras 6 en las pasantías, medio tiempo en las prácticas y el tiempo que requiera cada profesor en los proyectos de investigación.

5) ¿Se dictan cursos referentes a programas que son exclusivos del periodismo digital como Youtube, Facebook, Twitter, Google Maps, etc. dentro de esa formación?

A ese tipo de herramientas las comprendemos más desde la perspectiva holística (doctrina que propugna la concepción de cada realidad como un todo distinto de la suma de las partes que lo componen). Están creadas sobre la base de internet, pero le sirve por igual a cualquier tipo de persona que tenga inquietud sobre su uso.

Así que es el periodista quien las debe adaptar a su propio trabajo, volviéndolas útiles y funcionales. Lo que nosotros les damos a conocer acá es el lenguaje, la interacción, las texturas y las estéticas. Después ya cada uno de ellos será responsable del campo en que las quiera aplicar.

6) ¿Se les enseña a los estudiantes a crear blogs, a manejar podcast y tecnologías relacionadas con los dispositivos móviles?

Salvo lo último, todos lo demás sí, por supuesto. Esto lo enseñamos en asignaturas auto-contenidas pero relacionadas. Allí les mostramos lo que son los podcast, videocast, blogs, videoblogs y todo este tipo de plataformas colaborativas. Incluso tenemos una plataforma que se llama narratopedia (narración digital colectiva de todos los soportes) con la cual estamos innovando. Nos falta lo primero, pero ya estamos estudiando la forma de llevar a nuestros estudiantes a la práctica de los elementos que nos conduzcan a los dispositivos móviles.

7) En el tema de las prácticas, ¿se la ayuda al estudiante a entrar en algún medio digital? ¿A cuáles?

Todo el tiempo. En la Javeriana existe una ventaja por la tradición de la facultad y es que los medios siempre están pendientes de nuestros profesionales en 3 direcciones. 1) Nuestros profesores se llevan a los estudiantes; 2) contamos con docentes especializados en la búsqueda de prácticas adecuadas para cada estudiante; y 3) el mismo estudiante está en la capacidad de generar la alianza si tiene un interés específico.

Por eso es normal ver a nuestros egresados trabajando en cualquier medio de comunicación e incluso en medios que son estrictamente digitales (agencias de prensa).

8) Fuera del programa de pregrado, ¿la Universidad ofrece alguna especialización en Periodismo Digital?

Sí. Contamos con una especialización en televisión, que incluye en una de sus partes el contenido del periodismo digital.

9) Ustedes como Escuela Formadora de Periodistas, ¿qué opinión tienen del manejo que se le está dando al periodismo digital en los medios de comunicación masiva más importantes del país?

Eso hay que mirarlo con bastante prudencia porque hace 4 o 5 años éramos muy críticos con los medios porque no se metían con ese tema. Lo que pasó es que tanto ellos como la academia fueron cautelosos, dejando que este tipo de periodismo se convirtiera en otro soporte.

En esa lógica, entendemos que los medios han sabido manejarlo como tal, entre otras cosas porque en medio de tanto tecno-optimismo, ha quedado claro que la publicidad no ha dado la talla como disciplina digital bien porque no tienen la suficiente

profundización o porque internet no tiene los mismos atractivos publicitarios de la prensa escrita.

Entonces, mientras no existan formas de financiación autosuficientes y mercadeo de los medios digitales, este tipo de periodismo seguirá siendo una utopía y en eso tenemos que ser claros. El mundo del internet es absolutamente apasionante pero en este momento no es auto-sostenible y en esa lógica encontramos un punto bastante débil del periodismo digital.

Con todo eso, no sería responsable formar periodistas exclusivamente digitales si estos no tienen garantías de trabajo, de sostenibilidad o de crear empresa.

7.7 Entrevista con Álvaro Duque. Director del pregrado de Periodismo y Opinión Pública en la Universidad del Rosario

1) Esta universidad empezó a formar periodistas desde 2003, ¿cuál ha sido su fuerte desde entonces en la preparación de los mismos? Es decir, ¿han profundizado más en radio, televisión, prensa escrita?

El programa siempre apuntó a la redacción y para poder cumplir con el objetivo de fortalecer la redacción de los estudiantes, se pensó en que estuviesen trabajando con la perspectiva de los medios impresos. El otro objetivo era tener un programa en que los estudiantes dejaran de ser meros transmisores de información a tener una serie de criterios que les permitieran seguir la actualidad y efectuar noticias a partir de los análisis y contextualizaciones necesarias.

2) Dentro de ese objetivo, ¿creen que hizo falta tener en cuenta también la enseñanza en radio y televisión?

Claro. Por eso poco tiempo después de arrancado el programa se pensó en que era muy importante introducir asignaturas dedicadas a esas plataformas audiovisuales. Así se crearon materias como Edición, Producción Periodística III (radio) y Producción Periodística IV (televisión).

Desde el primer semestre de 2010 también se inició una reforma en el plan de estudios, en los que se introdujeron también asignaturas que se dedicaran al asunto de la convergencia digital. Así es como hay una asignatura nueva que se llama Producción Periodística V, en la que se ve el tema general en el que confluyen el trabajo de los estudiantes que ya vieron audio y video, con temas referentes al internet.

3) ¿La creación de esa materia y de la denominada Periodismo Gráfico, fueron las principales novedades que tuvo el programa de acuerdo a la llegada de internet?

Sí, aunque creo que habría otra quizás más importante y que acá conocemos como currículos ocultos. Nos detenemos en eso para mostrar aquellas cosas en el proceso

informativo que no aparecen de manera explícita en el programa. Entonces, sí se introdujeron un par de asignaturas que es lo más evidente, pero también hay cosas más grandes como una serie de prerrequisitos con los que se garantiza el proceso paulatino en el que gradualmente se van aprendiendo las cosas.

Otra modificación es que se pusieron las asignaturas de producción y teoría de forma contemporánea; otra son las tutorías que complementan lo que se ve dentro del programa; y otro es que todos los estudiantes deben participar en el proyecto de Plaza Capital (medio de comunicación online que es actualizado por los alumnos); y la última es que ya cada alumno es autosuficiente para publicar sus contenidos en nuestro portal web.

4) ¿La instauración de ese par de materias podría entenderse como la ampliación que se le da al periodismo digital dentro del programa?

Sí. Pero también hubo otras materias en otras líneas que también pueden contribuir, aunque no directamente, en su estudio. Por ejemplo, tenemos una asignatura que se llama Historia del Periodismo que va en la línea de contar lo que ha sucedido, para que eso sirva como base para todos los cambios que se avecinan, hoy visibles en el periodismo digital.

5) ¿Qué se ve en ese par de nuevas materias?

En Periodismo Gráfico se ve una serie de conceptos y se trabajan unas cuestiones de modo práctico, orientadas a que los periodistas piensen que no solamente se presentan sus trabajos de manera textual, sino que hay otros más que pueden mejorar el contenido y la presentación. Entonces ven temas de fotografía, infografía y conceptos básicos de diseño gráfico que pueden dar una mano en ese objetivo.

En Producción Periodística V se analiza cómo funciona una sala de redacción convergente (diferente a una redacción tradicional), se enseña la redacción para internet, el manejo de otro tipo de recursos.

6) ¿Esas materias están a cargo de qué tipo de profesores?

En el caso de Periodismo Gráfico es un fotógrafo que trabaja en la Redacción de El Tiempo (Héctor Fabio Zamora) y en el caso de Producción Periodística buscamos tener una persona con experiencia en las redacciones digitales, que esté pendiente de reflexionar acerca de cómo el periodismo digital está cambiando las redacciones y que tenga conocimientos técnicos del tema.

7) ¿Con qué intensidad horaria van a contar esas asignaturas?

Periodismo Gráfico tiene 2 horas de clase a la semana. Producción Periodística V es una cátedra taller que tiene 6 horas de clase a la semana. 3 son de teoría y 3 de tutorías.

8) ¿Dentro de estas materias u otras del programa, se dictan cursos referentes a programas que son utilizados en el periodismo digital como Youtube, Facebook, Twitter, Google Maps, etc.?

Sí. En Periodismo Gráfico y Producción Periodística I trabajamos con algunas de ellas. De hecho éstos últimos tienen a su cargo el tema de las redes de nuestro portal.

9) ¿Se les enseña a los estudiantes a crear blogs, podcast y tecnologías relacionadas con los dispositivos móviles?

En Radio les enseñamos a los estudiantes lo referente al tema de los podcast. En otras asignaturas los incitamos a que trabajen con blogs, ya que los temas que se manejan se prestan para que así sea o incluso en Columnas de Opinión. En lo último todavía no nos hemos metido.

En el tema de las prácticas, ¿se la ayuda al estudiante a entrar en algún medio digital? No hay una política para dirigir a los estudiantes fundamentalmente a eso. Lo que sí es que hemos tenido algunos que llegaron directamente a ellos gracias a su autoformación, porque acá no se les formó directamente para ese campo, y poco a poco vamos teniendo más relaciones.

10) ¿Han tenido comentarios bien sea positivos o negativos, del desempeño de sus estudiantes cuando éstos realizan sus prácticas en algún medio web?

Los comentarios que tenemos siempre van dirigidos al por qué nuestros estudiantes no se formaron en el tipo de cosas que hoy en día se manejan en las redacciones (manejo de Flash, Photoshop, blogs, etc.).

11) Fuera del programa de pregrado, ¿la Universidad ofrece alguna especialización en Periodismo Digital?

No. Pero en la Maestría en Periodismo que esperamos abrir en 2011 en compañía de la Revista Semana, está la idea de hacer mucho énfasis en el tema de medios convergentes. Esa es una intención que proviene de las necesidades de Semana, que sabe que en un futuro el negocio editorial del periodismo debe estar soportado en la red.

12) Ustedes como Escuela Formadora de Periodistas, ¿qué opinión tienen del manejo que se le está dando al periodismo digital en los medios de comunicación masiva más importantes del país?

Claramente Eltiempo.com está en una tercera etapa en la que ya no solamente están trayendo el contenido de las ediciones impresas (lo característico de la primera etapa) y tampoco de sus otros productos (lo que pasó en la segunda). Ahora hay un trabajo propio que debe destacarse porque ha logrado cosas interesantes. El hecho que la redacción de Eltiempo.com esté pensada en un trabajo de 24 horas, es una de ellas.

En el caso de este diario, también se fortalece su trabajo en el proyecto de integrar desde City TV los videos que suben los usuarios, en el propósito de interactuar con ellos, sabiendo que no necesariamente todo lo es enviado así cumple con los

requisitos periodísticos; y en el hecho de contar con un archivo abierto para acceder a sus ediciones anteriores.

Entonces, hay ciertas cosas que se están empezando a hacer y que están respondiendo. Seguramente no tenemos los niveles de otros países, pero también debemos tener en cuenta cuáles son los presupuestos que hay y una serie de consideraciones que afectan directamente en su desarrollo.

Pero si la pregunta es si lo están haciendo bien, la respuesta es que están haciendo cosas en la medida de sus posibilidades. El caso de *Elespectador.com* es especial porque es el que está más relegado ya que recién está en la óptica de integrar redacciones apartadas. Aún así, está mal en el tema del archivo, la inserción de tags y la actualización de redes sociales.

13) Bajo ese contexto de cosas buenas y malas del periodismo digital en Colombia, ¿cuál es el aporte que hace el programa de Periodismo y Opinión Pública del Rosario para mantenerlo o mejorarlo?

Del mismo modo que se pensaba cuando le apuntábamos al impreso, acá estamos trabajando para que se mejore en el tema de que los artículos se hagan de modo más profundo y no de manera escueta, y que se piensen como contenidos convergentes y no apartados.

Queremos seguir formando periodistas que tengan en cuenta que hay trabajos periodísticos que se pueden hacer a través de una investigación y con un juicioso trabajo de contextualización. Eso, y el hecho que durante cinco semestres estén pendientes de un producto digital, también contribuye a que lleguen al profesionalismo no sólo pensando en el producto sino también conociendo el movimiento de una redacción digital.

7.8 Entrevista con Manuel Ignacio González. Director del Programa de Comunicación Social

1) Esta universidad empezó a formar periodistas desde 1975, ¿cuál ha sido su fuerte desde entonces en la preparación de los mismos? Es decir, ¿han profundizado más en radio, televisión, prensa escrita?

No. La Facultad ha tenido diferentes momentos. Durante muchos años ofreció un programa de Comunicación Social y Periodismo, no más. El énfasis acá era precisamente en periodismo. Todo lo relacionado con él se abordaba de manera más teórica, conceptual y de contexto, pero la formación profesional era netamente periodística. Luego y gracias a que la comunicación fue creciendo en el mundo contemporáneo y se van abriendo nuevas áreas de aplicación profesional, la universidad fue incursionando poco a poco en ellas.

Así la universidad se fue metiendo en campos de comunicación organizacional, más adelante en campos de comunicación para el desarrollo, luego en campos de comunicación política y ahora en todo el tema audiovisual, no solamente en temas de producción audiovisual para información sino también para entretenimiento y ficción. De esa manera, hace 3 años y medio se abrió un segundo pregrado, ahora en Comunicación Audiovisual y Multimedios, dedicado a esto último.

Entendemos que 10 años antes el periodismo se enseñaba para escribir. Así que se partía de la premisa que cualquier persona que lo hiciera bien, independiente del género periodístico en que lo lograra, era capaz de ponerlo en medios no impresos, con las herramientas básicas del respectivo momento. En esta última década hemos desarrollado una lógica diferente para enseñar el periodismo. Ahora estamos convencidos que, así como hay que tener unas habilidades básicas para escribir, también hay que desarrollar unos lenguajes y unas narrativas para otros medios.

De ahí que hayamos variado nuestra propuesta de formación. Nuestro nuevo esquema pretende conservar los géneros periodísticos (esa es nuestra apuesta) y explorar en las narrativas para los diferentes medios: prensa, radio, televisión e internet.

2) ¿Cuál es la diferencia entre los dos programas de comunicación que ofrece la universidad?

Comunicación Social y Periodismo busca generar información real para espacios reales: trabaja la información que hace referencia a la realidad del país a través del periodismo, a la realidad de la empresa a través de la comunicación organizacional y a la realidad de los grupos sociales desde la comunicación para el desarrollo. El programa de Comunicación Audiovisual y Multimedios trabaja con ficción y entretenimiento, otro importante campo de la comunicación por su incidencia social. Su perspectiva son los productos comunicativos no reales.

3) ¿Qué cambios tuvo el programa de enseñanza original con la llegada de internet?

Uff, muchos porque eso además cambió a los estudiantes y a los profesores. El internet se convirtió en herramienta de trabajo para los segundos y en fuente de información y reto para los primeros. Al programa lo modificó al instalarse definitivamente como un medio más. Inició en el programa como herramienta de docencia hace 10 años y se instauró como tema de investigación.

Acá tenemos 2 cosas diferentes que se hacen con esta herramienta. Primero, y lo más formal, es que tenemos asignaturas obligatorias dentro del plan de estudios que abordan este medio de comunicación y esta posibilidad tecnológica. El segundo nivel tiene que ver con que el resto de materias se valen de él para desarrollar sus contenidos y competencias.

4) ¿Todas esas asignaturas están a cargo de qué tipo de profesores?

El perfil clásico de los profesores que buscamos para las redacciones es que sean profesionales y que estén en ejercicio en la generación de contenidos. En las asignaturas de gestión de proyectos de comunicación digital y convergencia de medios están profesores que tienen una formación menos práctica pero más conceptual, ya que los objetivos son diferentes.

5) ¿Y con qué intensidad horaria cuentan?

La materia completa debe tener 5 horas semanales. Los módulos se componen de una hora semanal en los talleres, más las tareas que deben cumplir los estudiantes en su tiempo libre.

6) ¿Dentro del programa se contempla la existencia de cursos referentes a programas que son utilizados en el periodismo digital como Youtube, Facebook, Twitter, Google Maps, etc.?

No. Realmente nosotros no nos dedicamos ni al software específico ni a las aplicaciones. Claro. Pueden ser objeto de discusión en una clase pero no el objetivo de la misma como tal. Nosotros vamos más a las competencias comunicativas y a la generación de contenido que a la herramienta.

Quizás lo que vamos a tener y más se acerca a ese tipo de enseñanza, son los talleres de edición de audio y video. Pero eso todavía está siendo pensado, por lo cual no figura aún en la estructura de los planes de estudio. Esa será una materia obligatoria para todos los estudiantes.

7) ¿Creen que eso le hace falta al programa?

La verdad es que si estamos hablando de software, nunca lo hemos considerado así porque es muy difícil casarse con uno de ellos. En ese tema estamos hablando de monopolios que van cayendo con el paso del tiempo, por lo cual sería casi que inútil enseñarlo. Y por otro lado, porque la herramienta nunca dejará de ser eso: una herramienta. Somos conscientes que aunque su manejo amerita un conocimiento, es el criterio y el concepto comunicativo el que debe primar.

En esas herramientas puntuales que se mencionan – Youtube, Facebook, Twitter-, consideramos que estas son aplicaciones sociales abiertas públicas, que cualquier persona puede usar sin una formación específica. Otra cosa es que un comunicador deba tener un criterio un poco más desarrollado para vincularlas a su trabajo. Pero de ahí a que sean objeto de estudio, no.

En el tema de las prácticas, ¿se la ayuda al estudiante a entrar en algún medio digital? Claro. Las prácticas para nosotros son materia obligatoria. La profesional se hace en noveno semestre y cuenta con el apoyo de la facultad, encargada de ubicar a los estudiantes donde ellos quieran, dependiendo de sus intereses profesionales. Cuando ellos no lo piden, los llevamos a medios que tienen posibilidades de información online. Lo que pasa es que no todos estos medios tienen las mismas exigencias o

posibilidades. No es lo mismo trabajar en eltiempo.com que en la página de RCN o la de Radio Santa Fe. Igual en cualquiera de los casos los ayudamos.

8) Fuera del programa de pregrado, ¿la Universidad ofrece alguna especialización en Periodismo Digital?

No. En este momento tenemos especialización en Comunicación Organizacional a nivel de gerencia y planes para meternos en el campo de periodismo a nivel de maestría.

9) Ustedes como Escuela Formadora de Periodistas, ¿qué opinión tienen del manejo que se le está dando al periodismo digital en los medios de comunicación masiva más importantes del país?

Hay un mundo muy grande que algunos han explorado y otros no mucho. Hay empresas que a nivel empresarial lo hacen muy bien. A nivel editorial, de contenidos y demás, todavía hay mucho por ganar (la precisión y la pulcritud en la información).

De todas maneras sabemos que hay empresas conscientes en que internet es un medio y que tiene unas posibilidades comunicativas importantes y por ende intentan explotarlo. El Tiempo, El Espectador y Terra son grandes ejemplos de ello. Pero también hay que entender que existen otros medios que lo usan como parte de su estrategia de posicionamiento de marca, entonces más que información de calidad o explorar lenguajes y narrativas, les interesa la parte comercial.

Lo que indudablemente sí se ve en el escenario es falta de crecimiento o propuestas más agresivas. Parece que acá el medio del futuro está dormido, al encargársele a los mismos que siempre hacen todo. Ese sí es un llamado de atención. El periodismo en internet hay que desarrollarlo más.

10) Conociendo ese contexto, ¿qué aporte hace el programa de periodismo de La Sabana para seguir mejorando el tema en el país?

Básicamente hay 3 cosas importantes:

1. Lograr que los estudiantes desarrollen las habilidades que les permitan desenvolverse en un medio online.
2. Motivarlos a que desarrollen propuestas diferentes a lo que ya hay.
3. Darles unas herramientas básicas de emprendimiento que les permitan formular las propuestas que son capaces de pensar.

Si no es así, vamos a seguir viviendo en el país que se informa únicamente de lo que ponen 3 páginas web, 2 canales de televisión y un periódico, desaprovechando la verdadera posibilidad de democratizar la información, ampliándola y demás con un medio como la internet.

7.9 Entrevista con Arturo Rojas. Coordinador del Área de Periodismo y Medios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación UNIMINUTO

1) Esta universidad empezó a formar periodistas desde 1984. ¿Cuál ha sido su fuerte desde entonces en la preparación de los mismos? Es decir, ¿han profundizado más en radio, televisión, prensa escrita?

No hemos profundizado en el medio sino en el enfoque. Inicialmente nosotros trabajamos aquello que se conoce como periodismo cívico y a partir de esa raíz, hoy lo hacemos con el periodismo ciudadano, haciéndolo tanto en radio, como en prensa y televisión. No quisimos ahondar en ninguno de ellos porque lo que nos interesa es lo conceptual del periodismo y tampoco estamos de acuerdo en que alguno de esos campos esté por encima del otro.

2) ¿Esa forma de enseñar periodismo sufrió alguna modificación con la llegada del internet?

Por supuesto. Nosotros tuvimos que reformar los planes de estudio de acuerdo a las posibilidades que nos da tanto internet como otro tipo de tecnologías. Todo lo que vino con ellas lo tuvimos en cuenta para empezar a enseñarlo. De hecho creamos un medio de comunicación en la web (<http://recorridos.uniminuto.edu/index.php>) que usamos como plataforma simulada del trabajo profesional, para ir mostrando el trabajo que hacen los estudiantes.

3) Entonces, ¿existe algún tipo de profundización en este campo?

Sí. Tenemos un par de asignaturas que están dirigidas hacia el uso de la red. Cuando internet empezó a llamarnos a la puerta con mayor insistencia, creamos una que se llama “Periodismo Digital” y que aún está vigente. Hoy en día ya ampliamos su profundización a todo lo multimedia porque consideramos que no se trata únicamente de entender que existe la herramienta, sino también de saber manejarla.

La otra que tenemos es “Nuevas Narrativas”. Esta tiene que ver con el uso de instrumentos manuales (cámaras digitales y de video) e informáticos (Facebook, Youtube, Twitter), para usarlos como herramientas periodísticas.

4) ¿Qué tipo de profesores imparten esas asignaturas?

Son comunicadores sociales con algún tipo de experiencia en el tema. Algunos tienen formación en tecnologías y hay otros que, sin esa formación, entienden que la tecnología es importante para el ejercicio del periodismo.

5) ¿Con qué intensidad horaria se cuenta para ellas?

Con la misma que las de las demás, es decir de 3 horas el día que corresponda, lo cual nos da un total de 6 a la semana para lo que tiene que ver estrictamente con el campo del periodismo digital. De todas maneras hay que hacer la salvedad que además de las dos materias dedicadas al periodismo digital, hay temas relacionados que también tocamos en otras asignaturas como “Prensa”, “Fotografía Digital” y “Diseño de Impresos”, lo cual da a entender que dedicamos algún tiempo más en este campo.

6) ¿Se dictan cursos referentes a programas que son utilizados en el periodismo digital como Youtube, Facebook, Twitter, Google Maps, etc.?

Eso lo vemos en “Nuevas Narrativas”. Allí lo que se hace es construir historias a partir de ese tipo de herramientas y ya no desde la cámara profesional, pero muy desde el concepto del periodismo social. Trabajamos con esas y otras aplicaciones.

7) En el tema de las prácticas, ¿se la ayuda al estudiante a entrar en algún medio digital?

Claro. Eso lo hacemos mucho. Tenemos gente en las páginas de LA FM, Noticias Uno, El Espacio, El Espectador y en el portal Bogotá (www.bogota.gov.co/). En este último empezaron a trabajar los primeros estudiantes que se inclinaron por ese campo y que lo ejercieron ya fuera de la universidad.

8) Fuera del programa de pregrado, ¿la Universidad ofrece alguna especialización en Periodismo Digital?

No. Para manejo de ese tipo herramientas tenemos electivas dentro de la facultad, que pueden servir a manera profundización, pero nada más.

9) Ustedes como Escuela Formadora de Periodistas, ¿qué opinión tienen del manejo que se le está dando al periodismo digital en los medios de comunicación masiva más importantes del país?

Hay dos puntos en este tema. Está la inmediatez que nos exige la plataforma y eso acá está llevando a que se vean muchas equivocaciones en los portales informativos. Y también está la profundidad. Muchos de nuestros medios consideran que la gente no lee y que por eso hay que escribirle poquito. Lo que logran con eso es tratar de ignorante a su audiencia, en lugar de crear una interactividad con ella, algo también fundamental en el periodismo en internet.

7.10 Entrevista con Fanny Stella Duque. Secretaria Académica de la Facultad de Comunicación, Información y Lenguaje

1) Esta universidad empezó a formar periodistas desde 1974, ¿cuál ha sido su fuerte desde entonces en la preparación de los mismos? Es decir, ¿han profundizado más en radio, televisión, prensa escrita?

Como lo nuestro es un nivel técnico, nuestra fortaleza está en el hacer. Obviamente a los estudiantes les damos componentes de contexto, sociología, ética y responsabilidad, pero siempre sabiendo que nuestro centro es el hacer. Por lo tanto lo que nosotros buscamos con nuestro perfil, fue crear reporteros.

2) ¿Esa fortaleza sufrió alguna modificación con la llegada del internet?

Claro. Pero también logramos fortalecer nuestro proceso con ello, pues con internet nació otra forma de hacer reportería, así que lo convertimos en una herramienta y no solamente la dejamos en un medio.

3) ¿Dentro del programa existe alguna profundización en el tema del internet?

Hay una electiva que se llama Comunicación Digital y un trabajo que se hace en redacción para medios impresos y electrónicos. Además tenemos una línea de producción en la que se mira todo desde lo multimedial y lo digital. También desde otras áreas se hacen trabajos acerca de cómo entender y mirar esas narrativas, para complementar la formación del estudiante.

4) ¿Esas materias están a cargo de qué tipo de profesores?

Casi todos los coordinadores de área tienen post-grado y una cantidad de años grandísima en experiencia tanto docente como universitaria.

5) ¿Con qué intensidad horaria cuentan estas materias?

Casi todas cuentan entre 3 y 4 horas a la semana.

6) ¿Los estudiantes cuentan con algún medio de comunicación online para subir sus contenidos?

Estamos en ese proceso de apertura de productos. De todas maneras lo que se ha producido hasta el momento lo vamos subiendo a blogs y plataformas como Youtube y Facebook.

7) ¿Dentro del programa existe algún espacio dentro del que se dicten cursos referentes a programas que son utilizados en el periodismo digital como Youtube, Facebook, Twitter, etc.?

Sí. Tanto en la redacción como en la parte multimedia, todo el tiempo están en contacto con eso. La idea es que analicen y suban información en ellos.

8) En el tema de las prácticas, ¿se le ayuda al estudiante a ingresar en algún medio que trabaje con periodismo digital?

Sí. De hecho uno de nuestros estudiantes fue el director del portal de RCN Radio. Van allá y también pasan por RCN Televisión, empezando por el manejo del portal. También van a fundaciones u organizaciones no gubernamentales que nos los piden para que trabajen en la web.

9) Fuera de los programas de pregrado, ¿la universidad ofrece alguna especialización en periodismo digital?

No. Hasta ahora estamos haciendo un trabajo de cuál sería la idea para crearla.

10) Ustedes como Escuela Formadora de Periodistas, ¿qué opinión tienen del manejo que se le está dando al periodismo digital en los medios de comunicación masiva más importantes del país?

Eso tiene que ver con el mismo manejo que se les da a todos los medios y entonces se sabe que hay intereses que manejan las situaciones.

11) Conociendo ese contexto, ¿qué aporte hace el programa de periodismo de La Sabana para seguir mejorando el tema en el país?

Darles argumentos de reflexión a los estudiantes para que cuando se enfrenten allá con ese contexto, vayan con criterio para definir hasta dónde puede ir.

7.11 Entrevista con Gabriel Alberto Hernández, editor de deportes en el espectador.com

1) En elespectador.com fácilmente se detecta la presencia de varias secciones informativas, sin tener en cuenta los espacios de opinión. Bajo ese panorama, ¿cuántas personas están encargadas de la actualización de todo este universo informativo?

Somos 15 personas.

2) ¿Esas personas se dedican exclusivamente a la actualización de los contenidos de elespectador.com o también participan en otros medios de comunicación (Revista Shock, Canal Caracol, Revista Cromos)?

Si. Los 15 que estamos trabajando únicamente nos dedicamos a generar contenidos para elespectador.com

3) ¿Ese número influyó en que elespectador.com adquiriera el servicio informativo que prestan las agencias de prensa o por qué usan este servicio?

La verdad es que un equipo de 15 personas, aunque es amplio, no alcanza para cubrir todo lo que se debe en un medio de comunicación internacional como lo es elespectador.com. Entonces usamos el servicio de agencia como apoyo en ese ámbito internacional y, en algunas ocasiones, también para el nacional en regiones remotas del país.

4) ¿Con qué agencias de prensa trabaja elespectador.com actualmente?

Ahora estamos con EFE y AFP.

5) ¿Qué sección (es) es la más beneficiada con este servicio?

En todo lo que tiene que ver con la parte internacional es donde más usamos a las agencias de prensa. Entonces se puede decir que la sección llamada El Mundo es la más beneficiada.

6) ¿Con qué características debe contar una noticia suministrada por ellas para ser publicada en elespectador.com?

Lo primordial es que sea coyuntural y de importancia para nuestros lectores colombianos, más allá que la página reciba visitas de todo el mundo.

7) ¿Existe un límite para las noticias de agencias en el home? ¿El home podría estar nutrido exclusivamente con ellas?

No hay límite. Las noticias que ubicamos en el home están ordenadas ahí de acuerdo a la relevancia sin importar su procedencia.

8) ¿Qué ofrece elespectador.com a diferencia de los demás medios informativos, cuando alguna parte de la información proviene de la misma fuente (agencias)?

No sabría decirlo exactamente. Lo cierto es que muchas veces en elespectador.com modificamos esa información, recurriendo a los expertos en el tema con el que tenga que ver el cable recibido, para reajustarlo y desarrollo de acuerdo a nuestras necesidades y las de nuestros usuarios.

9) ¿Cuáles son las ventajas y cuáles las desventajas del servicio que prestan las agencias?

Ventajas, todas, pero sobretodo que te permiten abarcar fuentes que tú no puedes abarcar con tu equipo de trabajo. Y en las desventajas está el tiempo, ya que a veces son demoradas y retrasan la producción noticiosa.

10) Además del trabajo que les ofrecen las agencias de prensa, ¿de qué otra fuente suele alimentarse elespectador.com para actualizar sus contenidos?

Del equipo de trabajo, y nos colaboramos con el material multimedia que provee Caracol TV ya que es un medio hermano.

11) ¿Qué tipo de arreglo se tiene con ellos o por qué se accede a sus contenidos para que sean publicados en elespectador.com?

Ninguno. Ambos pertenecemos al mismo Grupo Empresarial (Valórem S.A.) y de eso sacamos provecho.

12) ¿Por qué la mayor cantidad de artículos que se publican en elespectador.com son noticias? ¿Qué pasa con los demás géneros periodísticos?

No estoy de acuerdo con esa afirmación. No sé cuánta cantidad de cada género producimos. Lo que sí es que hay de todo un poco. Ofrecemos un material variado.

7.12 Entrevista con Diego Santos, director de eltiempo.com

1) ¿Cuántas personas están encargadas de la actualización de eltiempo.com?

20 personas.

2) ¿Esas personas se dedican exclusivamente a la actualización de los contenidos de eltiempo.com o también participan en otros medios de comunicación (El Tiempo impreso, Portafolio, Canal ET o City TV)?

Existe un trabajo de convergencia en el que los redactores de ELTIEMPO.COM también cooperan con otros medios de la Casa Editorial. Es más, nosotros incentivamos que así sea para poder formar a un periodista más completo que pueda manejarse en los distintos lenguajes del periodismo.

3) ¿Ese contexto de trabajo influyó en que eltiempo.com adquiriera el servicio informativo que prestan las agencias de prensa o por qué usan este servicio?

Es vital el uso de las agencias porque nos permite recibir información desde distintos puntos del planeta. Ningún periódico hoy en día tiene un presupuesto para tener reporteros desplegados por todo el mundo.

4) ¿Con qué agencias de prensa trabaja eltiempo.com actualmente?

AFP, EFE, REUTERS Y BLOOMBERG.

5) ¿Qué sección (es) es la más beneficiada con este servicio?

Internacional, deporte internacional y temas de gente.

6) ¿Con qué características debe contar una noticia suministrada por ellas para ser publicada en eltiempo.com?

Las noticias deben ofrecer un panorama completo del hecho que se está reportando. Contar lo que pasa tal y como sucedió, con un enfoque y lenguaje neutro.

7) ¿Existe un límite para la publicación de noticias provenientes de las agencia dentro del home, o éste podría estar nutrido exclusivamente con ellas?

Perfectamente podría estar copado por noticias de agencia, pero tenemos la redacción más numerosa y capaz de Colombia para generar contenido propio.

8) ¿Qué ofrece eltiempo.com a diferencia de otros portales informativos, cuando alguna parte de la información proviene de la misma fuente (las agencias)?

Ofrecemos hipervínculos, análisis, tratamos de ir más allá de la noticia, de empaquetar cables para resumirle al lector un acontecimiento.

9) ¿Cuáles son las ventajas y cuáles las desventajas del servicio que prestan las agencias?

Ventajas: noticias neutrales desde todas las partes del mundo. Desventajas: La información que reciben los medios es la misma.

10) Además del trabajo que les ofrecen las agencias de prensa, ¿de qué otra fuente suele alimentarse el tiempo.com para actualizar sus contenidos?

Nuestros propios redactores, la radio, el noticiero, nuestros corresponsales, Twitter (claro que aquí hacemos una verificación aún más rigurosa de lo corriente).

11) Los suplementos que tiene el diario, casos Enter y Motor, ¿cuentan con su propio equipo periodístico?

Si.

12) ¿Qué tipo de arreglo se tiene con ellos o por qué se accede a sus contenidos para que sean publicados en el tiempo.com?

Con Enter tenemos una alianza, mientras que Motor forma parte de esta Casa Editorial.

13) ¿Por qué la mayor cantidad de artículos que se publican en el tiempo.com son noticias? ¿Qué pasa con los demás géneros periodísticos?

Se publican los otros géneros, no hay más que ver el Debes Leer. Pero también hay que entender el medio y es que internet es inmediatez, y la inmediatez son las noticias de última hora y su evolución. Los .com se ven abocados, entonces, a estar muy pendientes de esto.

7.13 Matriz de recolección de datos

Información General					Criterios								
Fecha	Hora	Artículo	Link	Medio	Posición	Sección en la que se publicó	Género Periodístico	Agencia (S/N)	Nombre de Agencia	Otros Medios	Nombre de Otro Medio	Uso de otro recurso de agencia (S/N)	Tipo de recurso
01-01-11	19:30:00	"En Colombia, la mujer es víctima doble"	http://www.elespectador.com/impreso/cuadernilloa/entrevista-de-cecilia-orocho/articulo-242962-colombia-mujer-victima-doble	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Un chat con...	Entrevista	N		N		N	
01-01-11	12:00:00	Así son los nuevos créditos educativos	http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/educacion/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8716522.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Vida de hoy	Informe Especial	N		N		N	
01-01-11	12:00:00	Hallan restos humanos de 400.000 años de antigüedad	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243060-hallan-restos-humanos-de-400000-anos-de-antigüedad	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	El Mundo	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
01-01-11	7:00:00	Así se celebra la llegada del 2011 en el mundo	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243054-asi-se-celebra-llegada-del-2011-elmundo	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	El Mundo	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
01-01-11	12:00:00	Universitarios inventan casas de emergencia para damnificados por invierno	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243062-universitarios-inventan-casas-de-emergencia-damnificados-inviern	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Nacional	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
01-01-11	19:30:00	Piedad Córdoba asegura que liberaciones se realizarán en enero	http://www.elespectador.com/noticias/paz/video-243085-piedad-cordoba-asegura-liberaciones-se-realizaran-enero	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Paz	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
01-01-11	19:30:00	Piedad Córdoba dice que este mes se concretará liberación de cinco secuestrados	http://www.elespectador.com/noticias/paz/articulo-243081-piedad-cordoba-dice-mes-se-concretara-liberacion-de-cinco-secues	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Paz	Noticia	S	EFE	S	Canal Caracol	N	
01-01-11	7:00:00	Angelina Jolie y Johnny Depp, juntos en Venecia en 'El turista'	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/cine/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8715988.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Entretenimiento	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
01-01-11	19:30:00	Cantores de Chipuco sacarán su primer CD este año	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/musica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8715985.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 5	Entretenimiento	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
01-01-11	7:00:00	Bogotá le dio la bienvenida al 2011 en la Torre Colpatria	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/planes-bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8714680.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Entretenimiento	Noticia	N		S	Vive.in	N	
01-01-11	7:00:00	Prohibido el porte de armas en Bogotá hasta el próximo 11 de enero	http://www.elespectador.com/articulo-237978-prohibido-el-porte-de-armas-bogota-hasta-el-proximo-11-de-enero	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Bogotá	Noticia	N		N		N	
01-01-11	12:00:00	Habrà alteración de semáforos para facilitar plan retorno a Bogotá	http://www.elespectador.com/noticias/bogota/articulo-243065-habra-alteracion-de-semaforos-facilitar-plan-retorno-bogota	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Bogotá	Noticia	N		N		N	
01-01-11	7:00:00	En 2010 Ejército dio de baja a 483 guerrilleros y detuvo a 5.045	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243036-2010-ejercito-dio-de-baja-483-guerrilleros-y-detuvo-5045	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Judicial	Noticia	S	EFE	N		N	

01-01-11	7:00:00	Guillermo Javier Solórzano, capitán de la Policía podría ser liberado	http://www.elespectador.com/noticias/paz/imagen-243086-guillermo-javier-solorzano-capitan-de-policia-podria-ser-liberad	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Paz	Noticia	N		N		N	
01-01-11	7:00:00	Defensa de Ciro Ramírez confía en absolución del ex senador por parapolítica	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243023-defensa-de-ciro-ramirez-confia-absolucion-del-ex-senador-parapol	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 4	Política	Noticia	N		N		N	
01-01-11	7:00:00	Santos viaja a investidura de nueva presidenta de Brasil	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243017-santos-viaja-investidura-de-nueva-presidenta-de-brasil	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 4	Política	Noticia	S	EFE	N		N	
01-01-11	7:00:00	En Antioquia se reportaron 32 lesionados con pólvora	http://www.eltiempo.com/colombia/antioquia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8715480.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Colombia	Noticia	N		N		N	
01-01-11	12:00:00	Hechos de sangre la noche del 31 en Cali	http://www.eltiempo.com/colombia/cali/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8715240.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Colombia	Noticia	N		N		N	
01-01-11	12:00:00	86 colombianos quemados con pólvora en celebración de fin de año	http://www.eltiempo.com/colombia/otraszonas/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8715241.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Colombia	Noticia	N		N		N	
01-01-11	12:00:00	'En el plano perdí el podio de San Silvestre': Diego Colorado	http://www.eltiempo.com/deportes/atletismo/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8715992.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 4	Deportes	Noticia	N		N		N	
01-01-11	19:30:00	Cantante Pastor López se recupera tras sufrir un infarto en Bogotá	http://www.eltiempo.com/gente/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8715600.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 6	Gente	Noticia	N		N		N	
01-01-11	12:00:00	Evo Morales anula aumento del precio de los combustibles	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8714840.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Mundo	Noticia	S	REUTERS	N		N	
01-01-11	19:30:00	Estos son los 5 videojuegos más esperados de 2011	http://www.eltiempo.com/tecnologia/entretenimiento-tecnologia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8715640.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Tecnología	Noticia	N		N		N	
01-01-11	7:00:00	Habrán más ataques informáticos en 2011	http://www.eltiempo.com/tecnologia/internet/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8716532.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 4	Tecnología	Noticia	S	AFP	N		N	
01-01-11	12:00:00	Formación virtual está en pleno auge	http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/educacion/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8716520.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Vida de hoy	Noticia	N		N		N	
01-01-11	12:00:00	En Brasil ya comenzó la era Rousseff	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8714800.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Mundo	Noticia	N		S	El Tiempo	S	Fotos
01-01-11	19:30:00	Santos y Chávez se reunieron en Brasil tras posesión de Dilma Rousseff	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8716280.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Política	Noticia	N		S	El Tiempo	S	Fotos
01-01-11	12:00:00	Manchester United no cede liderato en la Liga Premier	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-243073-manchester-united-no-cede-liderato-liga-premier	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
01-01-11	19:30:00	Rafael Nadal venció a Roger Federer en la final del torneo de Abu Dabi	http://www.eltiempo.com/deportes/tenis/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8714940.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Deportes	Noticia	S	AFP	N		S	Fotos
02-01-11	7:00:00	¿Qué nos depara el 2011?, responde el Nobel de Economía	http://www.eltiempo.com/economia/internacional/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8718028.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Economía	Informe Especial	N		S	El Tiempo	N	

02-01-11	7:00:00	Otra mirada a la lucha contra la droga, según ex presidente de Brasil	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8718024.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Mundo	Informe Especial	N		S	El Tiempo	N	
02-01-11	7:00:00	Seguridad en Asia: ¿está en marcha la segunda Guerra Fría?	http://www.eltiempo.com/mundo/asia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8718020.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Mundo	Informe Especial	N		S	El Tiempo	N	
02-01-11	12:00:00	Alcaldía asegura que “en 2011 llegó la hora de disfrutar de las obras”	http://www.elespectador.com/noticias/bogota/articulo-243100-alcaldia-asegura-2011-llego-hora-de-disfrutar-de-obras	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	Bogotá	Informe Especial	N		N		N	
02-01-11	19:30:00	¿En qué andan las celebridades de Hollywood?	http://www.elespectador.com/entretenimiento/articulo-243124-andan-celebridades-de-hollywood	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Entretenimiento	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
02-01-11	12:00:00	Un menor de edad fue herido por una bala perdida	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243115-un-menor-de-edad-fue-herido-una-bala-perdida	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Judicial	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
02-01-11	7:30:00	Una nueva tragedia para los damnificados por el invierno	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243201-una-nueva-tragedia-los-damnificados-el-invierno	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	Nacional	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
02-01-11	12:00:00	Todos los secuestrados 'merecen su libertad': Ingrid Betancourt	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8719360.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Política	Noticia	S	EFE	S	Caracol Radio	N	
02-01-11	19:30:00	Con muerte cerebral permanece menor que fue víctima de bala perdida	http://www.eltiempo.com/colombia/cundinamarca/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8719881.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Bogotá	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
02-01-11	19:30:00	Colombia ya está en la aventura del Rally Dakar	http://www.eltiempo.com/deportes/autosymotos/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8717880.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Deportes	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
02-01-11	12:00:00	Eduardo Lara espera a experimentados para completar Selección Sub-20	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8720120.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Deportes	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
02-01-11	12:00:00	Benedicto XVI instó a las familias europeas a ser fieles	http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/articulo-243109-benedicto-xvi-insto-familias-europeas-ser-fieles	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Actualidad	Noticia	S	EFE	N		N	
02-01-11	19:30:00	Opositores venezolanos preparan multitudinaria manifestación	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243118-opositores-venezolanos-preparan-multitudinaria-manifestacion	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	El Mundo	Noticia	N		N		N	
02-01-11	12:00:00	Israel afirma haber desmantelado plan de atentado contra un estadio	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243122-israel-afirma-haber-desmantelado-plan-de-atentado-contra-un-esta	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
02-01-11	12:00:00	Condenan a 66 años de prisión a los tres homicidas de una madre y un hijo	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243107-condenan-66-anos-de-prision-los-tres-homicidas-de-una-madre-y-un	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
02-01-11	7:00:00	Más de mil ciudadanos conducían en estado de embriaguez	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243110-mas-de-mil-ciudadanos-conducian-estado-de-embriaguez	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	Nacional	Noticia	N		N		N	
02-01-11	12:00:00	Ingrid Betancourt critica a las Farc por liberaciones "con cuentagotas"	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243103-ingrid-betancourt-critica-farc-liberaciones-cuentagotas	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Política	Noticia	S	AFP	N		N	

02-01-11	12:00:00	Ingrid Betancourt critica a las Farc por liberaciones "con cuentagotas"	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243103-ingrid-betancourt-critica-farc-liberaciones-cuentagotas	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 1	Política	Noticia	S	AFP	N		N	
02-01-11	12:00:00	Martinelli tuvo diferencias de criterios con embajadora de EE.UU.	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243161-martinelli-tuvo-diferencias-de-criterios-embajadora-de-eeuu	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 4	Política	Noticia	S	EFE	N		N	
02-01-11	12:00:00	Un joven se ahogó y otro desapareció tras lanzarse a un pozo en Tunja	http://www.eltiempo.com/colombia/boyaca/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8717300.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 6	Colombia	Noticia	N		N		N	
02-01-11	12:00:00	En calma transcurrió Retorno en vía Bogotá, Girardot, Melgar, Espinal	http://www.eltiempo.com/colombia/tolima/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8719960.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 6	Colombia	Noticia	N		N		N	
02-01-11	12:00:00	Una niña muerta y 40 casas arrasadas dejó incendio en Tumaco	http://www.eltiempo.com/colombia/cali/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8718780.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Colombia	Noticia	N		N		N	
02-01-11	19:30:00	El mal momento político del Magdalena	http://www.eltiempo.com/colombia/caribe/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8718920.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 2	Colombia	Noticia	N		N		N	
02-01-11	19:30:00	Denuncian rapto de niños indígenas para explotación sexual en Colombia	http://www.eltiempo.com/colombia/otraszonas/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8719440.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Colombia	Noticia	S	EFE	N		N	
02-01-11	12:00:00	En 2010, las ganancias en la bolsa sumaron \$ 131 billones	http://www.eltiempo.com/economia/acciones/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8716822.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 4	Economía	Noticia	N		N		N	
02-01-11	7:00:00	Fin de año dejó 35 muertos y 124 quemados en todo el país	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8717466.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 1	Justicia	Noticia	N		N		N	
02-01-11	7:00:00	Joseph Blatter quiere grupo de trabajo para luchar contra corrupción	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8718900.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 3	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
03-01-11	12:00:00	Nueva York "con la basura hasta el cuello"	http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/articulo-243209-nueva-york-basura-hasta-el-cuello	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 4	Actualidad	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
03-01-11	12:00:00	Millos le apuesta a la cantera	http://www.elespectador.com/deportes/futbolcolombiano/video-243350-millos-le-apuesta-cantera	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 3	Deportes	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
03-01-11	12:00:00	Policía alerta sobre riñas callejeras	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/audio-243211-policia-alerta-sobre-rinas-callejeras	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 3	Judicial	Noticia	N		S	Caracol Radio	N	
03-01-11	12:00:00	63 pacientes ingresaron al HUS el fin de semana por causas violentas	http://www.eltiempo.com/colombia/oriente/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8725720.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 2	Colombia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
03-01-11	12:00:00	Ordenan arresto de alcalde de Santa Marta por desacato	http://www.eltiempo.com/colombia/caribe/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8726360.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 1	Colombia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
03-01-11	7:00:00	Fiscalía inicia inspección a entidades encargadas de afrontar invierno	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8723762.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 3	Justicia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	

03-01-11	12:00:00	Por exceso de velocidad Alcaldía hizo una dura advertencia	http://www.elespectador.com/noticias/bogota/articulo-243217-exceso-de-velocidad-alcaldia-hizo-una-dura-advertencia	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Bogotá	Noticia	N		N		N	
03-01-11	12:00:00	Deuda de clubes de fútbol argentino superó los US\$280 millones	http://www.elespectador.com/node/243185	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 6	Deportes	Noticia	N		N		N	
03-01-11	12:00:00	Milan hace oficial el fichaje de Antonio Cassano	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-243204-milan-hace-oficial-el-fichaje-de-antonio-cassano	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Deportes	Noticia	S	EFE	N		N	
03-01-11	12:00:00	Deuda externa a septiembre de 2010 es de US\$61.777 millones	http://www.elespectador.com/economia/articulo-243223-deuda-externa-septiembre-de-2010-de-us61777-millones	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	Economía	Noticia	S	AFP	N		N	
03-01-11	12:00:00	Aplazan audiencia contra ex viceministro de Agricultura por AIS	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243229-aplazan-audiencia-contra-ex-viceministro-de-agricultura-ais	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Judicial	Noticia	N		N		N	
03-01-11	12:00:00	Por masacre en San Carlos, Antioquia, aseguran a ex paramilitar	http://www.elespectador.com/node/243202	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Judicial	Noticia	N		N		N	
03-01-11	12:00:00	Pastor López sigue en "situación crítica"	http://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/musica/articulo-243155-pastor-lopez-sigue-situacion-critica	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	Música	Noticia	N		N		N	
03-01-11	19:30:00	Aparece caballo de 'El Tino' Asprilla que se extravió en feria de Manizales	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243218-aparece-caballo-de-el-tino-asprilla-se-extravio-feria-de-manizal	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 6	Nacional	Noticia	N		N		N	
03-01-11	19:30:00	Santos insiste en transparencia para entregar recursos a damnificados por invierno	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243232-santos-insiste-transparencia-entregar-recursos-damnificados-invi	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Nacional	Noticia	N		N		N	
03-01-11	19:30:00	Piedad Córdoba revela que liberaciones serán en 5 puntos diferentes	http://www.elespectador.com/noticias/paz/articulo-243230-piedad-cordoba-revela-liberaciones-seran-5-puntos-diferentes	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	Paz	Noticia	S	EFE	N		N	
03-01-11	19:30:00	Colombia pedirá a EE.UU. dos años más de preferencias arancelarias	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243328-colombia-pedira-eeuu-dos-anos-mas-de-preferencias-arancelarias	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Política	Noticia	N		N		N	
03-01-11	12:00:00	Empieza construcción de la doble calzada de la vía al Llano	http://www.eltiempo.com/colombia/llano/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8724981.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Colombia	Noticia	N		N		N	
03-01-11	12:00:00	Se acercan los últimos debates para la Ley de Víctimas	http://www.eltiempo.com/colombia/llano/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8724980.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Colombia	Noticia	N		N		N	
03-01-11	19:30:00	Destierro a 'paras' y guerrillas, logro en la primera década del siglo	http://www.eltiempo.com/colombia/boyaca/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8725880.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Colombia	Noticia	N		N		N	
03-01-11	19:30:00	Atleta colombiana Digna Luz Murillo declaró en la 'Operación Galgo'	http://www.eltiempo.com/deportes/atletismo/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8724820.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Deportes	Noticia	N		N		N	
03-01-11	12:00:00	Schwarzenegger terminó periodo en California con estado en bancarrota	http://www.eltiempo.com/economia/internacional/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8726441.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Economía	Noticia	S	AFP	N		N	

03-01-11	12:00:00	Pastor López está en estado crítico tras cirugía en Colombia	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/musica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8724281.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 2	Entretenimiento	Noticia	S	AFP	N		N	
03-01-11	12:00:00	El actor sueco Per Oscarsson podría haber muerto en un incendio	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/cine/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8722580.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Entretenimiento	Noticia	S	EFE	N		N	
03-01-11	7:00:00	Lady Gaga publicará su disco 'Born this way' el 23 de mayo	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/musica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8722300.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 5	Entretenimiento	Noticia	S	EFE	N		N	
03-01-11	7:00:00	Murió el actor británico Pete Postlethwaite, a los 64 años	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/cine/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8722880.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 3	Entretenimiento	Noticia	S	REUTERS	N		N	
03-01-11	19:30:00	Instan al Eln a retomar diálogos de paz	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8723520.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Justicia	Noticia	S	EFE	N		N	
03-01-11	7:00:00	La nueva apuesta de Oprah	http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articulo-243160-nueva-apuesta-de-oprah	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 6	Negocios	Noticia	N		S	El País (España)	S	Fotos
03-01-11	19:30:00	Real Madrid venció 2-3 al Getafe y sigue de escolta del Barcelona	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8726140.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 2	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
04-01-11	12:00:00	'La música clásica es para todos'	http://www.elespectador.com/impreso/unchatcon/articulo-243377-musica-clasica-todos	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 4	Un chat con...	Entrevista	N		N		N	
04-01-11	7:00:00	Peajes subirán todo el año	http://www.elespectador.com/impreso/temadeldia/articulo-243381-peajes-subiran-todo-el-ano	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 3	Tema del día	Informe Especial	N		S	El Espectador	N	
04-01-11	19:30:00	De ruinas y de fósiles	http://www.elespectador.com/impreso/cultura/articulo-243412-de-ruinas-y-de-fosiles	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 6	Cultura y Entretenimiento	Informe Especial	N		N		N	
04-01-11	12:00:00	Hombre toma fotografía de su asesino antes de morir	http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/articulo-243324-hombre-toma-fotografia-de-su-asesino-antes-de-morir	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 1	Actualidad	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
04-01-11	19:30:00	Policía y CTI investigan violación de tres menores	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243368-policia-y-cti-investigacion-violacion-de-tres-menores	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 3	Judicial	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
04-01-11	12:00:00	Un joven de 15 años fue asesinado en la localidad de San Cristóbal	http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8730160.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Bogotá	Noticia	N		S	City TV	N	
04-01-11	7:00:00	Arrancó campaña política de Uribe	http://www.elespectador.com/impreso/temadeldia/articulo-243265-arranco-campana-politica-de-uribe	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 2	Tema del día	Noticia	N		S	El Espectador	N	
04-01-11	19:30:00	Deslizamientos en Bogotá dejan varias familias afectadas	http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8729241.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 3	Bogotá	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
04-01-11	7:00:00	Cr Julián Giraldo es nuevo Jefe del Estado Mayor de la Quinta Brigada	http://www.eltiempo.com/colombia/oriente/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8735001.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 1	Colombia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
04-01-11	12:00:00	Infante de marina asesinó a un médico en Bogotá	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8730660.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 1	Justicia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	

04-01-11	12:00:00	'Chupeta' delató plan para secuestrar a un hijo de Lula	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8731901.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 1	Justicia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
04-01-11	12:00:00	Los cuatro fantásticos ahora serán un trío	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/libros/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8732400.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 5	Entretenimiento	Noticia	N		S	Vive.in	N	
04-01-11	7:00:00	Venezuela le debe 100 millones de dólares a productores colombianos	http://www.elespectador.com/economia/articulo-243418-venezuela-le-debe-100-millones-de-dolares-productores-colombiano	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 3	Economía	Noticia	S	EFE	N		N	
04-01-11	12:00:00	EE.UU. califica de "payasada" invitación iraní a visitar sitios nucleares	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243323-eeuu-califica-de-payasada-invitation-irani-visitar-sitios-nuclea	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 4	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
04-01-11	12:00:00	Shania Twain se casa en Puerto Rico con el suizo Frédéric Thiébaud	http://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/gente/articulo-243342-shania-twain-se-casa-puerto-rico-el-suizo-frederi	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 6	Gente	Noticia	S	EFE	N		N	
04-01-11	12:00:00	Suboficial acepta responsabilidad en 'falso positivo'	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243332-suboficial-acepta-responsabilidad-falso-positivo	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 1	Judicial	Noticia	N		N		N	
04-01-11	19:30:00	Afectados por desastres naturales podrán postularse de nuevo a subsidio de vivienda	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243371-afectados-desastres-naturales-podran-postularse-de-nuevo-subsidi	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 3	Nacional	Noticia	N		N		N	
04-01-11	12:00:00	Por caso Drummond – 'paras' abogado de Uribe insiste en su "inmunidad"	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243316-caso-drummond-para-abogado-de-uribe-insiste-su-inmunidad	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 1	Política	Noticia	N		N		N	
04-01-11	12:00:00	Colombia pedirá a EE.UU. dos años más de preferencias arancelarias	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243328-colombia-pedira-eeuu-dos-anos-mas-de-preferencias-arancelarias	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 1	Política	Noticia	N		N		N	
04-01-11	12:00:00	Obama regresa de vacaciones con una cargada agenda para 2011	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243302-obama-regresa-de-vacaciones-una-cargada-agenda-2011	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 2	Política	Noticia	S	EFE	N		N	
04-01-11	7:00:00	Peajes en las casetas	http://www.elespectador.com/impreso/temadeldia/imagen-243380-peajes-casetas	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 5	Tema del día	Noticia	N		N		N	
04-01-11	7:00:00	WikiLeaks: Peros De Colombia A Los Negocios Con China	http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4329705	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 4	Bogotá	Noticia	N		N		N	
04-01-11	7:00:00	Decomisadas cuatro toneladas de marihuana en Cali	http://www.eltiempo.com/colombia/cali/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8734420.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Colombia	Noticia	N		N		N	
04-01-11	12:00:00	Candidatos a ganador a Premio Puskas, al Gol Más Bonito del 2010	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8731780.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 4	Deportes	Noticia	S	EFE	N		N	
04-01-11	7:00:00	Ya está disponible el primer sencillo de R.E.M en Internet	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/musica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8729720.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 5	Entretenimiento	Noticia	S	EFE	N		N	
04-01-11	7:00:00	7 millones de personas se movieron por las fronteras del país en 2010	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8734860.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 5	Justicia	Noticia	N		N		N	

04-01-11	19:30:00	Angelino Garzón pedirá en EE. UU. ampliar preferencias arancelarias	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8731040.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Política	Noticia	S	AFP	N		N	
04-01-11	19:30:00	Medellín cerró el año con 2.019 homicidios: Medicina Legal	http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8730340.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Colombia	Noticia	N		N		S	Fotos
04-01-11	19:30:00	La mayor cárcel de Paraguay tiene días contados para mudar sus presos	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8734683.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Internacional	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
05-01-11	7:00:00	Llegó la hora de entregar las obras	http://www.elespectador.com/impreso/bogota/articulo-243416-illego-hora-de-entregar-obras	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Bogotá	Entrevista	N		N		N	
05-01-11	19:30:00	Puja de Nacional y Once Caldas por Jhon Valencia	http://www.elespectador.com/deportes/futbolcolombiano/video-243430-puja-de-nacional-y-once-caldas-jhon-valencia	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Deportes	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
05-01-11	19:30:00	Jugadores se arrodillan en pleno partido para exigir pago de sueldos	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-243508-jugadores-se-arrodillan-pleno-partido-exigir-pago-de-s	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 4	Deportes	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
05-01-11	12:00:00	Declarado inocente después de 30 años de cárcel en EE.UU	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243479-declarado-inocente-despues-de-30-anos-de-carcel-eeuu	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	El Mundo	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
05-01-11	7:00:00	Menor de edad resultó herido de bala	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/video-243425-menor-de-edad-resultado-herido-de-bala	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Judicial	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
05-01-11	19:30:00	Colombianos por la Paz avanza en proceso de liberación de secuestrados	http://www.elespectador.com/noticias/paz/articulo-243473-colombianos-paz-avanza-proceso-de-liberacion-de-secuestrados	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 4	Paz	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
05-01-11	12:00:00	Así va el proceso de liberación de los secuestrados	http://www.elespectador.com/noticias/paz/video-243472-asi-va-el-proceso-de-liberacion-de-los-secuestrados	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Paz	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
05-01-11	7:00:00	En Bogotá, un carro quedó incrustado en el puente de la calle 116	http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8738700.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Bogotá	Noticia	N		S	City TV	N	
05-01-11	12:00:00	Joven muere golpeado, apuñalado y quemado con licor en Bogotá	http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8737562.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Bogotá	Noticia	N		S	City TV	N	
05-01-11	12:00:00	Murió el niño herido por bala perdida en Cartagena	http://www.eltiempo.com/colombia/cartagena/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8739340.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Colombia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
05-01-11	12:00:00	Gobierno analiza ampliación de Emergencia por cuenta de ola invernal	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8739160.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Política	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
05-01-11	19:30:00	Barcelona, a cuartos de final de la Copa del Rey	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-243501-barcelona-cuartos-de-final-de-copa-del-rey	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Deportes	Noticia	S	EFE	N		N	
05-01-11	19:30:00	Inflación en 2010 fue de 3,17 por ciento	http://www.elespectador.com/economia/articulo-243502-inflacion-2010-fue-de-317-ciento	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Economía	Noticia	N		N		N	

05-01-11	19:30:00	Corte Constitucional italiana examinará Ley de inmunidad a Berlusconi	http://www.elspectador.com/node/243475	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	El Mundo	Noticia	N		N		N	
05-01-11	7:00:00	Tras muertes por balas perdidas, Procuraduría pide prevención	http://www.elspectador.com/node/243492	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Judicial	Noticia	N		N		N	
05-01-11	19:30:00	No hay damnificados de primera, segunda o tercera categoría: MinDefensa	http://www.elspectador.com/noticias/nacional/articulo-243496-no-hay-damnificados-de-primera-segunda-o-tercera-categoria-minde	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	Nacional	Noticia	N		N		N	
05-01-11	19:30:00	Ecuador abrirá oficina comercial en Colombia	http://www.elspectador.com/noticias/politica/articulo-243469-ecuador-abrira-oficina-comercial-colombia	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 6	Política	Noticia	S	AFP	N		N	
05-01-11	12:00:00	Bajan Los Crímenes En El Año Nuevo	http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4331015	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Bogotá	Noticia	N		N		N	
05-01-11	12:00:00	Nuevo Puente De La Calle 110 Con 11 Genera Polémica	http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4331016	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 4	Bogotá	Noticia	N		N		N	
05-01-11	12:00:00	Suspensión En La Venta De Protabaco	http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4330751	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Economía	Noticia	N		N		N	
05-01-11	12:00:00	Ex guitarrista del grupo argentino Los Piojos murió en un accidente	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/musica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8737980.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Entretenimiento	Noticia	S	EFE	N		N	
05-01-11	12:00:00	Corea del Norte propone diálogo sin condiciones con Corea del Sur	http://www.eltiempo.com/mundo/asia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8738720.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
05-01-11	19:30:00	Gobierno espera girar desde mañana \$1 billón para atender damnificados	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8740220.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 4	Política	Noticia	N		N		N	
05-01-11	12:00:00	A Tokio llegaron 3.000 personas para escribir sus deseos para el 2011	http://www.eltiempo.com/gente/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8740420.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Gente	Noticia	S	REUTERS	S	City TV	S	Video
05-01-11	12:00:00	Academia Lumière homenajeará a Roman Polanski	http://www.elspectador.com/entretenimiento/agenda/cine/articulo-243541-academia-lumiere-homenajeara-roman-polanski	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	Cine	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
05-01-11	19:30:00	Arsenal y el City se alejan del United	http://www.elspectador.com/impreso/deportes/articulo-243546-arsenal-y-el-city-se-alejan-del-united	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
05-01-11	12:00:00	Buffon, 'Mejor Portero del Mundo de la Década' por delante de Casillas	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8738400.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
05-01-11	19:30:00	Boehner, nuevo presidente de la Cámara de Representantes de EE. UU.	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8740580.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Mundo	Noticia	S	AFP	N		S	Fotos
05-01-11	19:30:00	Renunció el secretario de prensa de la Casa Blanca, Robert Gibbs	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8739600.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 6	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
05-01-11	12:00:00	Chávez 'rectifica' y dice que no aumentará impuestos en el 2011	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8740440.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos

05-01-11	19:30:00	Ecuador anunció la instalación de una oficina comercial en Colombia	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8738100.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Política	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
06-01-11	19:30:00	Susto en fútbol de Brasil	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/video-243568-susto-futbol-de-brasil	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 4	Deportes	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
06-01-11	12:00:00	Policía australiana investiga la muerte de un colombiano por golpiza	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243580-policia-australiana-investiga-muerte-de-un-colombiano-golpiza	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	El Mundo	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
06-01-11	19:30:00	Denuncian atraco a 30 personas en sendero hacia Monserrate	http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8747280.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Bogotá	Noticia	N		S	City TV	N	
06-01-11	12:00:00	Confirman alza de 3,17% en arriendos de viviendas para este año	http://www.eltiempo.com/economia/internacional/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8747620.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 4	Economía	Noticia	N		S	City TV	N	
06-01-11	12:00:00	Niños en el fuego de la guerra	http://www.elespectador.com/impreso/judicial/articulo-243672-ninos-el-fuego-de-guerra	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	Judicial	Noticia	N		S	El Espectador	N	
06-01-11	19:30:00	El último rastro de la masacre del Naya	http://www.elespectador.com/impreso/judicial/articulo-243667-el-ultimo-rastro-de-masacre-del-naya	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	Judicial	Noticia	N		S	El Espectador	N	
06-01-11	12:00:00	'El Iguano' rendirá versión libre en la que confesará 150 homicidios	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8746740.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Justicia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
06-01-11	12:00:00	Ley que da poderes a Chávez es "antidemocrática": Valenzuela	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8747960.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Mundo	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
06-01-11	7:00:00	En 2010 fueron desmantelados 125 campamentos de las Farc en Ecuador	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8747800.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Política	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
06-01-11	7:00:00	Por invierno, velocidad máxima en la vías será de 100 km	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8748741.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Política	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
06-01-11	7:00:00	Población de hombres ya igualó la de mujeres en el mundo	http://www.eltiempo.com/economia/internacional/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8749142.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Internacional	Noticia	N		S	Portafolio	N	
06-01-11	12:00:00	Ley china castigará a hijos que no visiten a sus padres ancianos	http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/articulo-243600-ley-china-castigara-hijos-no-visiten-sus-padres-ancianos	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 6	Actualidad	Noticia	S	EFE	N		N	
06-01-11	19:30:00	Se mueven pesquisas por carrusel de contratación	http://www.elespectador.com/impreso/bogota/articulo-243691-se-mueven-pesquisas-carrusel-de-contratacion	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Bogotá	Noticia	N		N		N	
06-01-11	19:30:00	Nómadas vuelve a llevar cine gratuito a pueblos de Colombia, Perú y Ecuador	http://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/cine/articulo-243608-nomadas-vuelve-llevar-cine-gratuito-pueblos-de-colombia-	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	Cine	Noticia	S	EFE	N		N	

06-01-11	12:00:00	Giraldo es superado en cuartos de final del torneo de Brisbane (Australia)	http://www.elespectador.com/deportes/tenis/articulo-243598-giraldo-superado-cuartos-de-final-del-torneo-de-brisbane-austral	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 3	Deportes	Noticia	N		N		N	
06-01-11	7:00:00	Venezuela juramentó su nuevo Congreso	http://www.elespectador.com/impreso/internacional/articulo-243538-venezuela-juramento-su-nuevo-congreso	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 4	Internacional	Noticia	N		N		N	
06-01-11	12:00:00	Policía busca a violador de Suesca	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243610-policia-busca-violador-de-suesca	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 5	Judicial	Noticia	N		N		N	
06-01-11	19:30:00	Gobierno reversa ley que aumentaba límite de velocidad en carreteras	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243636-gobierno-reversa-ley-aumentaba-limite-de-velocidad-carreteras	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 3	Nacional	Noticia	N		N		N	
06-01-11	19:30:00	App Store, la nueva tienda virtual de Apple	http://www.elespectador.com/tecnologia/articulo-243781-app-store-nueva-tienda-virtual-de-apple	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 4	Tecnología	Noticia	S	EFE	N		N	
06-01-11	7:00:00	Alcalde denuncia a senadores de aprovecharse de los damnificados	http://www.eltiempo.com/colombia/caribe/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8747600.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 2	Colombia	Noticia	N		N		N	
06-01-11	19:30:00	Gabriel Fernández sale de América y jugará en Deportivo Cali	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8747343.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 3	Deportes	Noticia	N		N		N	
06-01-11	12:00:00	Fortuna del empresario Carlos Slim asciende a US\$74.500 millones	http://www.eltiempo.com/economia/internacional/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8749781.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 2	Internacional	Noticia	S	EFE	N		N	
06-01-11	19:30:00	Ex DAS aceptó cargos por 'chuzadas'	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8748260.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 4	Justicia	Noticia	N		N		N	
06-01-11	7:00:00	Aseguran a presuntos guerrilleros por secuestro de diputados del Valle	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8746600.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 2	Justicia	Noticia	N		N		N	
06-01-11	12:00:00	Obama elige a ex secretario de Comercio como nuevo jefe Gabinete	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8748320.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
06-01-11	7:00:00	Intel presenta los procesadores 'más rápidos del mundo' en el CES	http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8747080.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 4	Tecnología	Noticia	N		N		N	
06-01-11	12:00:00	Autoridades chinas recomiendan no visitar un tramo de la Gran Muralla	http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/viajar/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8752680.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 4	Vida de hoy	Noticia	S	EFE	N		N	
06-01-11	19:30:00	Presidente egipcio pide a Netanyahu recuperar confianza palestina	http://www.eltiempo.com/mundo/medio-oriente/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8747542.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 2	Mundo	Noticia	S	EFE	S	City TV	S	Video
06-01-11	19:30:00	Gobierno prorroga Estado de Emergencia para afrontar crisis invernal	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243632-gobierno-prorroga-estado-de-emergencia-afrontar-crisis-invernal	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 1	Nacional	Noticia	N		N		S	Fotos
06-01-11	12:00:00	Vicente Del Bosque, mejor seleccionador nacional del mundo en 2010	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8746062.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 1	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos

07-01-11	12:00:00	Daniel Ángel, primera cabeza de DMG que queda en libertad	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8758320.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Justicia	Informe Especial	N		N		N	
07-01-11	19:30:00	Yovanny Arrechea es el nuevo delantero de Atlético Nacional	http://www.elespectador.com/deportes/futbolcolombiano/articulo-243784-yovanny-arrechea-el-nuevo-delantero-de-atletico-nacional	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 4	Deportes	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
07-01-11	19:30:00	Omar Diazgranados dice que él es el único Gobernador del Magdalena	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243814-omar-diazgranados-dice-el-el-unico-gobernador-del-magdalena	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Política	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
07-01-11	12:00:00	Gobierno revisará incremento del salario mínimo	http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8756061.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Política	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
07-01-11	7:00:00	Firma inglesa realizará estudio de demanda de pasajeros del Metro	http://www.elespectador.com/noticias/bogota/articulo-243712-firma-inglesa-realizara-estudio-de-demanda-de-pasajeros-del-metr	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Bogotá	Noticia	N		N		N	
07-01-11	19:30:00	En el fútbol chileno eligen nuevo presidente	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-243765-el-futbol-chileno-eligen-nuevo-presidente	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	Deportes	Noticia	N		N		N	
07-01-11	12:00:00	La aventura del Rally Dakar terminó para el equipo Café de Colombia	http://www.elespectador.com/deportes/automovilismo/articulo-243877-aventura-del-rally-dakar-termino-el-equipo-cafe-de-colombia	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Deportes	Noticia	N		N		N	
07-01-11	7:00:00	FIFA admite que Mundial Qatar 2022 se podría jugar en enero	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-243695-fifa-admite-mundial-qatar-2022-se-podria-jugar-enero	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Deportes	Noticia	S	EFE	N		N	
07-01-11	19:30:00	Gobierno admite alza de precios de frutas, tubérculos y carnes	http://www.elespectador.com/economia/articulo-243810-gobierno-admite-alza-de-precios-de-frutas-tuberculos-y-carnes	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Economía	Noticia	N		N		N	
07-01-11	19:30:00	Ecuador decomisa 1,5 toneladas de cocaína en frontera con Colombia	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243788-ecuador-decomisa-15-toneladas-de-cocaina-frontera-colombia	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	El Mundo	Noticia	N		N		N	
07-01-11	12:00:00	Retiran 330.000 metros cúbicos de nieve de las calles de Moscú	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-243703-retiran-330000-metros-cubicos-de-nieve-de-calles-de-moscu	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
07-01-11	12:00:00	Nuevo golpe de la Policía a la 'Oficina de Envigado'	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243748-nuevo-golpe-de-policia-oficina-de-envigado	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	Judicial	Noticia	N		N		N	
07-01-11	12:00:00	24 niños murieron por accidente con arma de fuego en 2010	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243747-24-ninos-murieron-accidente-arma-de-fuego-2010	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 4	Judicial	Noticia	N		N		N	
07-01-11	19:30:00	Ex detectives del DAS implicados en 'chuzadas' seguirán detenidos	http://www.elespectador.com/node/243782	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	Judicial	Noticia	N		N		N	
07-01-11	12:00:00	Siete mineros muertos y siete heridos en accidente de tránsito en Santander	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243740-siete-mineros-muertos-y-siete-heridos-accidente-de-transito-sant	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	Nacional	Noticia	S	EFE	N		N	
07-01-11	12:00:00	Entre 3,8% y 12,40% subirá el predial para 50.000 predios de Bogotá	http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8756500.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Bogotá	Noticia	N		N		N	

07-01-11	7:00:00	Un español fue hospitalizado en Barranquilla tras portar virus AH1N1	http://www.eltiempo.com/colombia/barranquilla/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8753900.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 4	Colombia	Noticia	S	EFE	N		N	
07-01-11	12:00:00	Empresario Sergio Jadue, nuevo presidente del fútbol chileno	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8756460.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Deportes	Noticia	S	AFP	N		N	
07-01-11	19:30:00	Juez rechaza demanda contra la autora de Harry Potter	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/libros/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8756080.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 4	Entretenimiento	Noticia	S	EFE	N		N	
07-01-11	7:00:00	Tutela reintegró al gobernador de Magdalena	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8760082.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 5	Justicia	Noticia	N		N		N	
07-01-11	19:30:00	Oficialismo venezolano denuncia "intento desestabilizador" de EE. UU.	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8756480.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 4	Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
07-01-11	7:00:00	Republicanos avanzan para rechazar reforma de salud del gobierno Obama	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8756440.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 3	Mundo	Noticia	S	REUTERS	N		N	
07-01-11	12:00:00	Sarkozy denuncia un plan de depuración religiosa en Oriente Próximo	http://www.eltiempo.com/mundo/europa/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8755300.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 3	Mundo	Noticia	S	EFE	S	City TV	S	Video
07-01-11	19:30:00	Qatar se estrena con derrota en la Copa de Asia	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-243766-qatar-se-estrena-derrota-copa-de-asia	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 2	Deportes	Noticia	S	AFP	N		S	Fotos
07-01-11	19:30:00	George W. Bush, en su libro de memorias, considera a Uribe "líder valiente"	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243794-george-w-bush-su-libro-de-memorias-considera-uribe-lider-valient	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 4	Política	Noticia	N		N		S	Fotos
07-01-11	12:00:00	Tiger Woods empezó el 2011 con un patrocinador menos	http://www.eltiempo.com/deportes/golf/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8754240.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 1	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
07-01-11	12:00:00	El Mundial de fútbol Qatar 2022 se podría jugar en enero	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8753820.html	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 3	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
07-01-11	19:30:00	Rafael Nadal se consoló con el título de dobles en el torneo de Doha	http://www.eltiempo.com/deportes/tenis/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8756902.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
08-01-11	19:30:00	'Vivimos una oportunidad histórica'	http://www.elespectador.com/impreso/internacional/articulo-243897-vivimos-una-oportunidad-historica	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 2	Internacional	Entrevista	N		S	El Espectador	N	
08-01-11	7:00:00	El Chaca Palacios, dinosaurio del FPC	http://www.elespectador.com/deportes/futbolcolombiano/video-243967-el-chaca-palacios-dinosaurio-del-fpc	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 6	Deportes	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
08-01-11	7:00:00	Farc intentaron tomarse sede policial en Caquetá	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/video-243881-farc-intentaron-tomarse-sede-policial-caqueta	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 2	Judicial	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
08-01-11	7:30:00	Santos anunció que subirá el salario mínimo al 4%	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243756-santos-anuncio-subira-el-salario-minimo-al-4	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 1	Nacional	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	

08-01-11	7:00:00	De universitaria a terrorista	http://www.elespectador.com/impreso/judicial/articulo-243888-de-universitaria-terrorista	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	Judicial	Noticia	N		S	El Espectador	N	
08-01-11	12:00:00	EE.UU. exige a Twitter detalles sobre cuenta WikiLeaks y varios colaboradores	http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/articulo-243951-eeuu-exige-twitter-detalles-sobre-cuenta-wikileaks-y-varios-cola	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	Actualidad	Noticia	S	EFE	N		N	
08-01-11	19:30:00	Oporto gana y acaba la primera vuelta con 41 de los 45 puntos en juego	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-244019-oporto-gana-y-acaba-primera-vuelta-41-de-los-45-puntos	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	Deportes	Noticia	S	EFE	N		N	
08-01-11	19:30:00	Obama confirma que hay al menos cinco muertos en el tiroteo de Arizona	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-244003-obama-confirma-hay-al-menos-cinco-muertos-el-tiroteo-de-arizona	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
08-01-11	19:30:00	Derecho de petición busca suspensión de porte de armas en Bogotá	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243790-derecho-de-peticion-busca-suspension-de-porte-de-armas-bogota	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	Judicial	Noticia	N		N		N	
08-01-11	7:00:00	Fallece en Barranquilla turista español que contrajo virus H1N1	http://www.elespectador.com/noticias/nacional/articulo-243981-fallece-barranquilla-turista-espanol-contrajo-virus-h1n1	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	Nacional	Noticia	S	EFE	N		N	
08-01-11	19:30:00	Senadores Barrasso y McCain buscarán apurar firma del TLC con Estados Unidos	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243992-senadores-barrasso-y-mccain-buscaran-apurar-firma-del-tlc-estado	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	Política	Noticia	N		N		N	
08-01-11	12:00:00	Gobierno tilda de "bravuconadas" mensaje de 'Alfonso Cano'	http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-243956-gobierno-tilda-de-bravuconadas-mensaje-de-alfonso-cano	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	Política	Noticia	S	EFE	N		N	
08-01-11	19:30:00	Villa abre la lata y el Barcelona golea otra vez	http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/articulo-244018-villa-abre-lata-y-el-barcelona-golea-otra-vez	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
09-01-11	19:30:00	La historia detrás de tragedia que involucra a 3 policías en Medellín	http://www.eltiempo.com/justicia/caso-de-desaparecidas-de-medellin_8764243-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 4	Justicia	Informe Especial	N		N		N	
09-01-11	7:30:00	Una de las cabezas de DMG quedará libre	http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-243832-una-de-cabezas-de-dmg-quedara-libre	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	Judicial	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
09-01-11	19:30:00	Denunciarán a Silvestre Dangond por presunto abuso sexual	http://www.eltiempo.com/justicia/denunciaran-a-silvestre-dangond-por-presunto-abuso-sexual_8766520-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 4	Justicia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
09-01-11	19:30:00	La historia detrás de tragedia que involucra a 3 policías en Medellín	http://www.eltiempo.com/justicia/caso-de-desaparecidas-de-medellin_8764243-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 4	Justicia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
09-01-11	19:30:00	Chávez defiende expropiaciones y justifica toma de terreno de empresa Polar	http://www.elespectador.com/economia/articulo-244073-chavez-defiende-expropiaciones-y-justifica-toma-de-terreno-de-em	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 6	Economía	Noticia	S	EFE	N		N	
09-01-11	19:30:00	Chávez defiende expropiaciones y justifica toma de terreno de empresa Polar	http://www.elespectador.com/economia/articulo-244073-chavez-defiende-expropiaciones-y-justifica-toma-de-terreno-de-em	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 6	Economía	Noticia	S	EFE	N		N	

09-01-11	19:30:00	Obama pide a EE.UU. un "momento de silencio" el lunes por tiroteo en Arizona	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244068-obama-pide-eeuu-un-momento-de-silencio-el-lunes-tiroteo-arizona	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
09-01-11	19:30:00	Sudán del Sur vota sobre su independencia en referéndum "histórico"	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244071-sudan-del-sur-vota-sobre-su-independencia-referendum-historico	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
09-01-11	19:30:00	Al menos 70 muertos y 32 supervivientes al estrellarse un avión en Irán	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244066-al-menos-70-muertos-y-32-supervivientes-al-estrellarse-un-avion	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
09-01-11	19:30:00	Ejército neutraliza campo minado de las Farc y destruye complejo cocalero	http://www.elspectador.com/noticias/judicial/articulo-244042-ejercito-neutraliza-campo-minado-de-farc-y-destruye-complejo-coc	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Judicial	Noticia	N		N		N	
09-01-11	19:30:00	Ejército neutraliza campo minado de las Farc y destruye complejo cocalero	http://www.elspectador.com/noticias/judicial/articulo-244042-ejercito-neutraliza-campo-minado-de-farc-y-destruye-complejo-coc	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Judicial	Noticia	N		N		N	
09-01-11	19:30:00	Emboscan a patrulla de la Policía que buscaba a dos secuestrados en el Huila	http://www.elspectador.com/noticias/judicial/articulo-244050-emboscan-patrulla-de-policia-buscaba-dos-secuestrados-el-huila	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Judicial	Noticia	S	EFE	N		N	
09-01-11	19:30:00	Emboscan patrulla de la Policía que buscaba a 2 secuestrados en Huila	http://www.eltiempo.com/colombia/otraszonas/emboscan-patrulla-de-la-policia-que-buscaba-a-2-secuestrados-en-huila_8767160-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Colombia	Noticia	S	EFE	N		N	
09-01-11	19:30:00	Emboscan patrulla de la Policía que buscaba a 2 secuestrados en Huila	http://www.eltiempo.com/colombia/otraszonas/emboscan-patrulla-de-la-policia-que-buscaba-a-2-secuestrados-en-huila_8767160-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Colombia	Noticia	S	EFE	N		N	
09-01-11	19:30:00	Selección Colombia Sub-20 tiene a Cardona y Ortega como sus figuras	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/seleccion-colombia-sub-20-tiene-a-cardona-y-ortega-como-sus-figuras_8767201-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 5	Deportes	Noticia	S	AFP	N		N	
09-01-11	19:30:00	Accidente de avión en el noroeste de Irán deja unos 70 muertos	http://www.eltiempo.com/mundo/medio-oriente/accidente-de-avion-en-iran_8767020-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
09-01-11	19:30:00	Conmoción en EE. UU. por atentado a congresista	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8765680.html	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
09-01-11	19:30:00	Acción de avión en noroeste de Irán dejó 77 víctimas	http://www.eltiempo.com/mundo/medio-oriente/accidente-de-avin-en-irn_8767020-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
09-01-11	19:30:00	Gobernadores, en la mira de la Contraloría por abusos con ayudas	http://www.eltiempo.com/politica/gobernadores-en-la-mira_8764247-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Política	Noticia	N		N		N	
09-01-11	19:30:00	Imágenes de aparato accidente en Bogotá	http://www.elspectador.com/noticias/bogota/articulo-244037-imagenes-de-aparato-accidente-bogota	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Bogotá	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
09-01-11	19:30:00	Rafael Robayo espera conseguir un título con Millos antes de irse del club	http://www.elspectador.com/deportes/futbolcolombiano/articulo-244049-rafael-robayo-espera-conseguir-un-titulo-millos-antes-de-	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	Deportes	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
09-01-11	19:30:00	Emir Kusturica lanza un polémico proyecto de cine	http://www.elspectador.com/entretenimiento/agenda/cine/articulo-244072-emir-kusturica-lanza-un-polemico-proyecto-de-cine	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 6	Cine	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos

09-01-11	19:30:00	Cristiano Ronaldo guió al Real Madrid en la victoria sobre Villarreal	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/cristiano-ronaldo-guio-al-real-madrid-en-victoria-sobre-villarreal_8767300-4	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Deportes	Noticia	S	AFP	N		S	Fotos
09-01-11	19:30:00	David y Victoria Beckham están esperando su cuarto hijo	http://www.eltiempo.com/gente/david-y-victoria-beckham-estan-esperando-su-cuarto-hijo_8767000-4	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 6	Gente	Noticia	S	AFP	N		S	Fotos
09-01-11	19:30:00	EE. UU. está desesperado por debilitar prestigio de Venezuela: Chávez	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ee-uu-esta-desesperado-por-debilitar-prestigio-de-venezuela-chavez_8767240-4	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 2	Mundo	Noticia	S	AFP	N		S	Fotos
09-01-11	19:30:00	Congresista Giffords sigue en situación crítica, según los doctores	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/tiroteo-en-arizona_8762600-4	El Tiempo.com	Columna 1-Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
10-01-11	7:00:00	Carolina Gómez debuta como actriz de comedia con La teacher de inglés	http://www.eltiempo.com/entretenimiento/tv/carolina-gomez-protagonista-de-la-teacher-de-ingles_8767882-4	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 5	Cultura y Entretenimiento	Entrevista	N		S	El Tiempo	N	
10-01-11	7:00:00	Bajo el sol de la Antártida	http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/articulo-244134-bajo-el-sol-de-antartida	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 6	Actualidad	Informe Especial	N		S	El Espectador	N	
10-01-11	19:30:00	Sub 20 sigue a la espera de James Rodríguez	http://www.elespectador.com/deportes/futbolcolombiano/articulo-244205-sub-20-sigue-espera-de-james-rodriguez	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 3	Deportes	Noticia	N		S	Canal Caracol	N	
10-01-11	7:00:00	Santa Fe, en busca de patrocinio para el 2011	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/santa-fe-en-busca-de-patrocinio_8767921-4	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 4	Deportes	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
10-01-11	12:00:00	Así luce el Playbook, de BlackBerry	http://www.enter.co/gadgets/_asi-luce-el-playbook-de-blackberry-ces-2011/	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 4	Tecnología	Noticia	N		S	Enter.co	N	
10-01-11	12:00:00	Murió la escritora María Elena Walsh	http://bogota.vive.in/libros/articulos/enero2011/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_VIVEIN-8770722.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Entretenimiento	Noticia	S	EFE	S	Vive.in	N	
10-01-11	19:30:00	Shakira y De La Rúa ya estaban separados	http://bogota.vive.in/musica/bogota/articulos_musica/enero2011/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_VIVEIN-8772141.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 2	Gente	Noticia	N		S	Vive.in	N	
10-01-11	19:30:00	Michael Douglas superó el cáncer	http://bogota.vive.in/cine/bogota/articulos_cine/enero2011/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_VIVEIN-8772740.html	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 3	Gente	Noticia	N		S	Vive.in	N	
10-01-11	12:00:00	Tres Fantásticos de luto	http://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/articulo-244170-tres-fantasticos-de-luto	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 5	Arte y Gente	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	7:00:00	Sólo para locos	http://www.elespectador.com/noticias/cultura/articulo-244111-solo-locos	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 4	Cultura y Entretenimiento	Noticia	N		N		N	
10-01-11	7:00:00	Bancos centrales del G-10 alertan sobre alza de los alimentos	http://www.elespectador.com/economia/articulo-244147-bancos-centrales-del-g-10-alertan-sobre-alza-de-los-alimentos	El Espectador.com	Columna 2-Destacado 1	Economía	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	7:00:00	Anuncio de ETA "no" es lo que España espera: ministro del Interior	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-244151-anuncio-de-eta-no-espana-espera-ministro-del-interior	El Espectador.com	Columna 1-Destacado 1	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	

10-01-11	7:00:00	Ex agente de la CIA cubano Posada Carriles es enjuiciado en Estados Unidos	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244153-ex-agente-de-cia-cubano-posada-carriles-enjuiciado-estados-unido	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
10-01-11	7:00:00	Congresista tiroteada en EE.UU. sigue grave y acusan al agresor de asesinato	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244143-congresista-tiroteada-eeuu-sigue-grave-y-acusan-al-agresor-de-as	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
10-01-11	7:00:00	Cientos de vuelos cancelados en EE.UU. por fuertes tormentas	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244144-cientos-de-vuelos-cancelados-eeuu-fuertes-tormentas	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
10-01-11	19:30:00	ONU se compromete a "acelerar" reconstrucción de Haití en 2011	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244194-onu-se-compromete-acelerar-reconstruccion-de-haiti-2011	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		N	
10-01-11	7:00:00	Médicos del Mundo alerta de un sismo social en Haití si no persiste la ayuda	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244150-medicos-del-mundo-alerta-de-un-sismo-social-haiti-si-no-persiste	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	12:00:00	Medio millar de colombianos trabajan como esclavos en Venezuela	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244161-medio-millar-de-colombianos-trabajan-esclavos-venezuela	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	12:00:00	Acusado por masacre de Tucson "no colabora" en la investigación	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244166-acusado-masacre-de-tucson-no-colabora-investigacion	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	19:30:00	Catorce cubanos llegan a la costa de Estados Unidos	http://www.elspectador.com/noticias/elmundo/articulo-244234-catorce-cubanos-llegan-costa-de-estados-unidos	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	19:30:00	Shakira confirma que desde agosto de 2010 terminó con Antonio de la Rúa	http://www.elspectador.com/entretenimiento/arteygente/gente/articulo-244196-shakira-confirma-agosto-de-2010-termino-antonio-d	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	Gente	Noticia	N		N		N	
10-01-11	7:00:00	Policía peruana detiene al empresario de televisión José Enrique Crousillat	http://www.elspectador.com/noticias/cultura/medios/articulo-244152-policia-peruana-detiene-al-empresario-de-television-jose-enr	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 4	Medios	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	19:30:00	Gobierno respeta y acata tutela que restituye a gobernador de Magdalena	http://www.elspectador.com/noticias/politica/articulo-244208-gobierno-respeta-y-acata-tutela-restituye-gobernador-de-magdalen	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Política	Noticia	N		N		N	
10-01-11	12:00:00	Cuba asegura que tiene la primera vacuna terapéutica contra cáncer de pulmón	http://www.elspectador.com/noticias/salud/articulo-244162-cuba-asegura-tiene-primera-vacuna-terapeutica-contra-cancer-de-p	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	Salud	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	7:00:00	Policía de Carreteras reporta normalidad en operación retorno	http://www.eltiempo.com/colombia/operacion-retorno_8769312-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Colombia	Noticia	N		N		N	
10-01-11	12:00:00	Operación retorno se desarrolla sin contratiempos en vías del país	http://www.eltiempo.com/colombia/operacion-retorno_8769312-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Colombia	Noticia	N		N		N	
10-01-11	7:00:00	'Me dejaron solo', dice contador del referendo Luis Fernando Useche	http://www.eltiempo.com/justicia/entrevista-con-luis-fernando-useche_8769304-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Justicia	Noticia	N		N		N	
10-01-11	7:00:00	Una coronel es la única mujer en América jefe de	http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8769306.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Justicia	Noticia	N		N		N	

		Interpol											
10-01-11	7:00:00	De la Esriella defenderá a Silvestre Dangond en denuncia por abuso	http://www.eltiempo.com/justicia/polemica-por-denuncia-contra-silvestre-dangond_8769309-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 6	Justicia	Noticia	N		N		N	
10-01-11	12:00:00	Más de medio millar de colombianos trabajan como esclavos en Venezuela	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/medio-millar-de-colombianos-trabajan-como-esclavos-en-venezuela_8770960-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	19:30:00	Obama y Sarkozy colaborarán en G20 para lograr progresos económicos	http://www.eltiempo.com/mundo/europa/obama-y-sarkozy-colaboraran-en-g20_8772440-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
10-01-11	7:00:00	Magdalena espera decisión sobre los dos gobernadores	http://www.eltiempo.com/politica/magdalena-espera-decision-sobre-los-dos-gobernadores_8769302-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Política	Noticia	N		N		N	
10-01-11	19:30:00	Gobierno acatará restitución de Diazgranados cuando sea notificado	http://www.eltiempo.com/politica/gobierno-acata-orden-de-restitucion-de-diazgranados_8772980-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Política	Noticia	N		N		N	
10-01-11	12:00:00	Nuevo embajador de Colombia presentó credenciales a rey de España	http://www.eltiempo.com/politica/nuevo-embajador-de-colombia-presento-credenciales-a-rey-de-espana_8770681-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 6	Política	Noticia	N		S	El Tiempo	S	Fotos
10-01-11	19:30:00	Comoción y pena en EE.UU. tras matanza en Arizona	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-244192-conmocion-y-pena-euu-tras-matanza-arizona	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	El Mundo	Noticia	S	AFP	N		S	Fotos
10-01-11	12:00:00	Obama encabezó minuto de silencio por tiroteo en Tucson	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-244164-obama-encabezo-minuto-de-silencio-tiroteo-tucson	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
10-01-11	12:00:00	Hugh Hefner adquiere la totalidad de Playboy	http://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/medios/articulo-244169-hugh-hefner-adquiere-totalidad-de-playboy	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Medios	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
10-01-11	12:00:00	Jose Mourinho, elegido como el mejor técnico del 2010	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/jose-mourinho-elegido-como-el-mejor-tecnico-del-2010_8770860-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Deportes	Noticia	N		N		S	Fotos
10-01-11	19:30:00	Lionel Messi dio la sorpresa y se quedó con el Balón de Oro del 2010	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/lionel-messi-ganador-del-balon-de-oro-en-2010_8771340-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 4	Deportes	Noticia	S	AFP	N		S	Fotos
10-01-11	12:00:00	Iniesta: 'Pase lo que pase, tenemos que sentirnos ganadores los tres'	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/iniesta-pase-lo-que-pase-tenemos-que-sentirnos-ganadores-los-tres_8770680-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 4	Deportes	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
10-01-11	7:00:00	Eta anuncia un alto el fuego permanente, general y verificable	http://www.eltiempo.com/mundo/europa/eta-anuncia-un-alto-el-fuego-permanente-y-verificable_8770420-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
10-01-11	7:00:00	Los móviles de la matanza en Tucson son un misterio	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/los-moviles-de-la-matanza-en-tucson-son-un-misterio_8770000-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
10-01-11	12:00:00	El Gobierno español ve insuficiente el alto el fuego declarado por Eta	http://www.eltiempo.com/mundo/europa/gobierno-espanol-se-pronuncia-sobre-anuncio-de-eta_8770520-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos

10-01-11	12:00:00	Barack Obama encabezó minuto de silencio por tiroteo en Arizona	http://www.eltiempo.com/mundo/estados-unidos/obama-encabezo-minuto-de-silencio-por-tiroteo-en-arizona_8771060-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
10-01-11	7:00:00	Google ganó batalla de 'tablets', en feria electrónica de Las Vegas	http://www.eltiempo.com/tecnologia/actualidad/google-gano-la-batalla-de-los-tablets_8769662-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 4	Tecnología	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
11-01-11	7:00:00	La actitud del 'Chiqui' García es egoísta y no contribuye: Presidente de Millonarios	http://www.elespectador.com/deportes/futbolcolombiano/articulo-244202-actitud-del-chiqui-garcia-egoista-y-no-contribuye-preside	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 1	Deportes	Entrevista	N		S	El Espectador	N	
11-01-11	7:00:00	No encontré razón para decirle que no al Presidente: Manuel J. Bonett	http://www.eltiempo.com/politica/manuel-jose-bonett-en-entrevista-con-maria-isabel-rueda_8774421-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 3	Política	Entrevista	N		S	El Tiempo	N	
11-01-11	7:00:00	Semana crucial para la liberación de 5 secuestrados	http://www.eltiempo.com/justicia/semana-crucial-para-la-liberacion-de-5-secuestrados_8774302-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 1	Justicia	Noticia	N		S	El Tiempo	N	
11-01-11	7:00:00	'Contracorriente', nominada a los Goya	http://bogota.vive.in/cine/bogota/articulos_cine/enero2011/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_VIVEIN-8775880.html	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 3	Entretenimiento	Noticia	N		S	Vive.in	N	
11-01-11	7:00:00	'La teacher de inglés' se estrena este martes	http://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/medios/articulo-244075-teacher-de-ingles-se-estrena-martes	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 2	Arte y Gente	Noticia	N		N		N	
11-01-11	7:00:00	Reservas internacionales cerraron el año con récord de US\$28.445 millones	http://www.elespectador.com/economia/articulo-244252-reservas-internacionales-cerraron-el-ano-record-de-us28445-millo	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 1	Economía	Noticia	N		N		N	
11-01-11	7:00:00	En Haití 800.000 personas viven en la miseria tras el terremoto	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-244258-haiti-800000-personas-viven-miseria-tras-el-terremoto	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 5	El Mundo	Noticia	N		N		N	
11-01-11	7:00:00	Fundador de WikiLeaks pedirá permanecer en el Reino Unido	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-244259-fundador-de-wikileaks-pedira-permanecer-el-reino-unido	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 3	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
11-01-11	7:00:00	Obama viajará miércoles a Tucson para participar en acto en honor a víctimas	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-244249-obama-viajara-miercoles-tucson-participar-acto-honor-victimas	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 3	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
11-01-11	7:00:00	Nicaragua respetará lo que decida la CIJ en litigio limítrofe con Costa Rica	http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo-244248-nicaragua-respetara-decida-cij-litigio-limitrofe-costa-rica	El Espectador.com	Columna 2- Destacado 4	El Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
11-01-11	7:00:00	TransMilenio por la carrera Décima estaría listo a fines de este año	http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/asi-va-transmilenio-por-la-10a_8773881-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 2	Colombia	Noticia	N		N		N	
11-01-11	7:00:00	La liga colombiana de fútbol es la número 20 del mundo	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/clasificacion-de-ligas-de-futbol-del-mundo-en-2010_8775780-4	El Tiempo.com	Columna 1- Destacado 4	Deportes	Noticia	S	EFE	N		N	
11-01-11	7:00:00	Dos presuntos etarras detenidos asesoraban a miembros de las Farc	http://www.eltiempo.com/mundo/europa/presuntos-etarras-detenido-asesoraban-a-miembros-de-las-farc_8775860-4	El Tiempo.com	Columna 2- Destacado 2	Mundo	Noticia	S	EFE	N		N	
11-01-11	7:00:00	Ricky Martín estrena video junto a Natalia Jiménez	http://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/musica/articulo-244188-ricky-martin-estrena-video-junto-natalia-jimenez	El Espectador.com	Columna 1- Destacado 2	Música	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos

11-01-11	7:00:00	Ronaldinho firmó un contrato por cuatro años con Flamengo	http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ronaldinho-firmo-un-contrato-por-cuatro-anos-con-flamengo_8775600-4	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 4	Deportes	Noticia	S	REUTERS	N		S	Fotos
11-01-11	7:00:00	A un año del sismo, 800.000 haitianos viven en la miseria: ONU	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/haiti-cumple-un-ano-del-terremoto_8775940-4	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 1	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos
11-01-11	7:00:00	A un año del sismo, 800.000 haitianos viven en la miseria: ONU	http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/haiti-cumple-un-ano-del-terremoto_8775940-4	El Tiempo.com	Columna 2-Destacado 5	Mundo	Noticia	S	EFE	N		S	Fotos

