

LEOPOLDO DÍAZ GRANADOS CRUZ
TESIS DE GRADO



Propuesta para la creación de Periódico Seguimiento

Medio virtual enfocado en periodismo de
investigación en la ciudad de Santa Marta

Tutor: Álvaro Enrique Duque Soto

2010

TABLA DE CONTENIDO

JUSTIFICACIÓN.....	4
OBJETIVOS.....	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
MARCO CONCEPTUAL.....	9
La nueva era del periodismo (periodismo digital).....	9
Periodismo virtual en Colombia: análisis comparado 2005-2010.....	12
El uso de las herramientas digitales	18
Periodismo de investigación en la web	21
COBERTURA Y DELIMITACIÓN DEL PÚBLICO.....	24
Consumo de internet	24
Delimitación del público	25
El público objetivo	26
ANÁLISIS DOFA.....	27
Oportunidades y Amenazas.....	28
Debilidades y Fortalezas	32
DESCRIPCIÓN DEL PERIÓDICO VIRTUAL.....	34
Nombre del periódico virtual	34
Logo y <i>slogan</i>	34
Naturaleza del periódico.....	35
Características de Periódico Seguimiento	35
Secciones.....	37
Montaje de contenidos y diseño del formato digital	40

Herramientas virtuales para vincular al lector con el Periódico Virtual	48
Identidad Visual	52
FUNCIONAMIENTO DE PERIÓDICO SEGUIMIENTO.....	53
Descripción del portal	53
Periodicidad.....	54
Equipo humano y responsabilidades	54
Costos de sostenimiento.....	57
ASPECTOS SOBRE MANEJO DE LA INFORMACIÓN.....	59
Aspectos de forma.....	59
Manual para el montaje de contenidos	59
Ley de Derechos de Autor.....	59
FINANCIACIÓN.....	61
Venta de espacios publicitarios	61
Cooperación Internacional:	62
Convenios universitarios para la realización de información noticiosa	63
Acceso a espacios privilegiados.....	63
CONCLUSIONES	65
BIBLIOGRAFÍA.....	69

JUSTIFICACIÓN

La masificación del internet trajo grandes cambios para el ejercicio del periodismo, que anteriormente estaba destinado a la prensa escrita, la radio y la televisión; cada uno de estos formatos caracterizados por tener su propio lenguaje: el texto, lenguaje base de los impresos; el audio, de la radio; y la imagen sonora en movimiento, de la televisión.

Con la llegada del internet se reunieron todos estos lenguajes de manera convergente, creando el ‘lenguaje digital’ y, consecuentemente, una nueva manera de ejercer el periodismo, conocido como periodismo ‘electrónico’ o ‘digital’.

Esta nueva modalidad de periodismo permite la aplicación de herramientas tecnológicas novedosas que abren nuevas posibilidades de interacción entre el periodista y el lector, el trabajo de colaboración y la posibilidad de compartir los contenidos como nunca otros medios lo previeron (Berners-Lee, 2000), denominadas también como ‘recursos virtuales’, los cuales son, en su mayoría, gratuitos.

Es así que las tecnologías de información y la comunicación que se utilizan a través de la web permiten vincular los contenidos y crear participación de los consumidores de manera muy distinta a la que se venía utilizando en los medios tradicionales, creando así el concepto de interactividad entre el periodista y el lector (Llano, 2005). De esta manera, el periodismo digital trae consigo una serie de características particulares que lo diferencian de las formas tradicionales de ejercer el periodismo.

Sin embargo, lo que se vio desde un principio en todo el mundo, y como sucedió también en Colombia, fue una extrapolación de las versiones impresas de los periódicos al escenario virtual, en lo que, podría considerarse, fue la primera etapa del periodismo digital.

Posteriormente, se comenzaron a incorporar nuevas adecuaciones que permitieron un periodismo de doble vía, así como una integración en la manera de presentar la información, en donde el usuario comenzó a tener protagonismo gracias al contacto que lograba con el emisor de la información; y, finalmente, vendría una última etapa en la cual juegan papel importante las redes sociales y otras herramientas digitales que ofrecen un contacto permanente entre el periodista y el lector.

Sin embargo, en el caso colombiano se demostró que la situación generalizada del periodismo digital corresponde a esta primitiva etapa del periodismo digital, en la que se refleja una extrapolación literal de los medios impresos a una plataforma virtual.

Un estudio de la Universidad de la Sabana demostró esta situación, al analizar 14 versiones digitales de periódicos nacionales y regionales desde el punto de vista “interactivo” para determinar qué tanto los periodistas y los medios entienden la naturaleza y las posibilidades de los recursos digitales que ofrece el internet.

La respuesta fue que en Colombia se está lejos de contar con las mejores prácticas que aprovechan las ventajas propias de los medios interactivos.

“Aunque hay ya un camino recorrido, existen evidencias de que Colombia no cuenta con un periodismo digital en todo el sentido de la palabra, particularmente en lo que atañe a una explotación del lenguaje hipermedial y de las posibilidades interactivas” (Llano, 2005), señala el estudio.

Así las cosas, “el traslado de contenidos de la versión impresa a la versión *on-line* no puede hacerse desconociendo los retos y las exigencias propias del nuevo medio” (Llano, 2005).

En vista de este panorama, surge la necesidad de proponer un proyecto que sustente la creación de un periódico virtual diseñado con los parámetros de interactividad y de lenguaje digital; pensado además para explotar los recursos virtuales, en su mayoría gratuitos, que ofrece el internet.

Esta propuesta consta de dos particularidades: primero, que además de las herramientas inherentes al periodismo digital, el proyecto contemplará la aplicación de técnicas investigativas para la práctica del periodismo y, segundo, que irá dirigido principalmente al público de la ciudad de Santa Marta. Ahora bien, cabe preguntarse ¿por qué enfocado en periodismo de investigación y por qué dirigido a un público específico de la ciudad de Santa Marta, en el Magdalena?

Desde la época de los ‘Rastrilladores’ de finales del siglo XIX en Estados Unidos, se empezó a hablar de aquellos periodistas que hurgaban en el trasfondo de los hechos, hasta encontrar elementos no revelados de los mismos (Cardoso, 2002).

Luego vendría el escándalo ‘Watergate’, a mediados de los años 70, cuando dos periodistas del Washington Post develaron un escándalo político que conllevaría a la destitución del presidente de ese entonces en Estados Unidos, Richard Nixon. Desde este hecho se

consolida el paradigma del periodista investigador, como aquel que se encarga de ‘destapar ollas podridas’.

El periodista investigador colombiano Gerardo Reyes intenta definir este tipo de periodismo, afirmando que es “la reportería que se realiza a través de la iniciativa y el trabajo del periodista, sobre asuntos de importancia que algunas personas u organizaciones desean mantener en secreto” (Reyes, 1996).

Así pues, independientemente del formato en el que se presente la información, ya sea digital, impreso, por radio o televisión, el periodismo de investigación constituye una estrategia imprescindible y necesaria de hacer periodismo, no solo en Colombia sino en todo el mundo.

Además, el internet ofrece herramientas digitales que facilitarán la aplicación de dichas técnicas investigativas en el escenario virtual, tales como el acceso a la información pública digital que ofrecen las instituciones públicas, así como las mismas redes sociales que, en muchos casos, esconden pistas de lo que podría ser el inicio de un producto periodístico investigativo.

De otro lado Norbey Quevedo, editor investigativo del diario El Espectador, no vacila al afirmar que en las regiones de Colombia, la práctica del periodismo investigativo está limitada por la injerencia de la pauta publicitaria (Quevedo, 2009). Por tal razón, y en vista de la necesidad de fomentar la creación de proyectos de periodismo investigativo en las ciudades de provincia, se optó por que este proyecto estuviese enfocado en la ciudad de Santa Marta.

Santa Marta, capital del departamento del Magdalena, fue catalogada con riesgo ‘alto’ según el Índice de Transparencia Municipal del año 2006, realizado por la ONG Transparencia por Colombia. Este índice mide los riesgos de corrupción en distintas instancias públicas de las ciudades del país.

A pesar de que el reporte del año 2008-2009 del Índice de Transparencia pareció mostrar una mejoría con respecto a la ciudad de Santa Marta (fue catalogada con riesgo ‘medio’), el mismo documento reconoce que ésta es una de las “ciudades en donde los recursos de transferencias y regalías han sido cuantiosos en relación con otros municipios de características similares. Sin embargo, no han logrado el nivel de desarrollo esperado dado los resultados recibidos”. Igualmente, el informe da cuenta de que ningún municipio del país presenta un riesgo bajo, con lo cual queda latente la posibilidad de que se presenten actos de corrupción, no solo en la capital del Magdalena, sino en las otras ciudades.

En cuanto a la oferta periodística, esta ciudad sólo cuenta con dos periódicos tradicionales reconocidos: Hoy Diario del Magdalena y El Informador, cuyas versiones *on-line* se rigen por los lineamientos de un periódico impreso y no por las de un periódico digital, presentando graves problemas como desactualización en el contenido y una escasa, por no decir que nula, posibilidad de interacción entre los periodistas y los usuarios. Hay que resaltar que existen algunas iniciativas independientes que intentan realizar un periodismo digital de calidad, aunque éstas carecen de reconocimiento y son actualizadas con poca regularidad.

De modo que, tanto el evidente riesgo de corrupción por parte de funcionarios públicos de la ciudad de Santa Marta, como su precaria oferta periodística, justifican la necesidad de plantear este proyecto enfocado en dicha ciudad.

Si bien el proyecto para crear un periódico virtual con enfoque investigativo, dirigido prioritariamente a un público de la ciudad de Santa Marta, no pretende ser competencia de los periódicos tradicionales de la ciudad, sí busca brindar una alternativa distinta que cumpla con los requerimientos de un lenguaje digital, de utilización de herramientas virtuales y de interacción, los cuales son necesarios para la creación de una propuesta de un periódico virtual.

OBJETIVOS

Objetivo general

Presentar un proyecto para la creación de un periódico virtual dirigido principalmente a un público de la ciudad de Santa Marta, en el cual prevalezca el periodismo investigativo.

Objetivos específicos

- Presentar herramientas digitales que faciliten la práctica de un periodismo multimedia.
- Proponer que se empleen técnicas de periodismo investigativo que contribuyan a la fiscalización de los funcionarios públicos de la ciudad de Santa Marta principalmente.
- Proponer el empleo de redes sociales y otras herramientas virtuales que propicien la participación de los usuarios dentro del portal.

MARCO CONCEPTUAL

Antes de plantear una propuesta para crear un periódico virtual, es importante conocer cuál es la historia del concepto y cómo se consolida, por tanto es indispensable darle una mirada al proceso de evolución de este tipo de periodismo. Así mismo, es necesario abordar el tema del periodismo digital en Colombia, para saber en qué situación actual se encuentra.

En el marco conceptual se describirán además las herramientas digitales de las cuales hace uso el periodista digital y que son indispensables para el funcionamiento de un periódico virtual. En este sentido, se expondrá la importancia de la interactividad que se genera entre el periodista y el lector, gracias a estas herramientas digitales.

Finalmente, teniendo en cuenta que este proyecto para la creación de un periódico virtual incluye el enfoque de un periodismo investigativo, se explicará qué se entiende por este concepto y cuáles serán las técnicas o fundamentaciones de este tipo de periodismo bajo el cual se regirá el presente proyecto. Lo anterior se aclara teniendo en cuenta que algunos autores que han abordado el tema pueden llegar a tener distintas interpretaciones sobre el mismo concepto.

La nueva era del periodismo (periodismo digital)

Para hablar de la “historia del periodismo digital” es necesario enmarcarse temporalmente entre las últimas décadas del siglo XX y lo que va corrido del siglo XXI, tiempo en el cual el desarrollo tecnológico permitió la creación y masificación del internet, que es el escenario virtual en el cual se desempeña este nuevo concepto del periodismo¹.

Luego del posicionamiento y la posterior masificación progresiva del internet, a partir de los años 90, se fue abriendo el acceso a unas posibilidades de comunicación como no había existido en otra época, lo que posibilitó la intercomunicación global instantánea de personas que estaban alejadas en términos geográficos.

¹ Cabe anotar que no es interés de este proyecto hacer una reconstrucción histórica de la creación y posterior masificación del internet, sino las consecuencias que dicha masificación trajo consigo en la sociedad y en la nueva función del periodista en esta nueva era digital.

Por su parte, los medios de comunicación aprovecharon este cambio tecnológico para llevar sus periódicos impresos al nuevo escenario virtual. “(Sic) Las empresas de comunicación se apresuraron a abrir sus portales y sus dominios para que sus lectores accedieran a su información. Los canales de radio y televisión, según fue evolucionando el ancho de banda, podían ofrecer a sus audiencias, en algunos casos, sus programas y, sobre todo, detalles relacionados con sus series” (García, 2008).

Ya en 1994, tanto el periódico británico Daily Telegraph, como el diario norteamericano San José Mercury News lanzaron sus versiones digitales².

Fue así que esta evolución de los medios de comunicación, de pasar ‘literalmente’ los contenidos desde un soporte físico a un soporte informático accesible desde el internet, constituyó un primer paso en el mundo del periodismo digital. Sin embargo, muy pronto la lógica misma de este medio virtual se encargó de ir moldeando un nuevo concepto del lector de periódicos virtuales, principalmente enfocado en el lenguaje hipertextual.

Los lectores de periódicos digitales dejaron de leer solamente texto e imágenes péticas, propias del periódico impreso, por una convergencia de todas las formas de comunicación existentes en los medios tradicionales: texto, audio, fotografía, animación, video; todo esto dentro de un mismo escenario virtual. Esta nueva forma multimedial de presentar la información potenció ostensiblemente la fuerza con que los medios enviaban los mensajes noticiosos.

Una segunda característica de este nuevo tipo de lector fue que rompió con la lectura secuencial propia de los medios impresos, para empezar a leer a través de los ‘hipertextos’. “La nueva posibilidad que ofrece la red es la de construir múltiples textos cortos en lugar de pocos extensos. En otras palabras, el límite que pone la pantalla se derrumba con el *hipertexto*, que permite incontables capas navegables” (Sánchez, 2007).

El hipertexto permitirá que los medios de comunicación puedan organizar la información mediante enlaces relacionados, bien sean internos o externos, que llevarán al lector a través de una red de informaciones relacionadas sobre temas de interés o relacionados.

2. Son varios los documentos académicos que dan cuenta sobre el hecho de que estos fueron las primeras versiones digitales de los medios de comunicación. También puede consultarse en: GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio. *Aproximaciones al periodismo digital*. España: Editorial Dykinson, 2008. Pág. 41.

Pero más allá de esto el internet, que no sólo ofrece un espacio para los periódicos virtuales, sino para los mismos lectores, generó una crisis sobre la función que a partir de entonces podrían entrar a desempeñar los medios de comunicación: “el modelo del periodismo clásico como gran intermediario entre la realidad y la audiencia, como intérprete entre el poder y la sociedad, entraba en un cuestionamiento total por parte de las audiencias” (García, 2008).

Esta crítica hacia los periódicos virtuales se configuró a partir de la entrada del nuevo milenio, específicamente durante el cubrimiento noticioso que los medios hicieron a la reacción de Estados Unidos por el ataque a las Torres Gemelas en el 2001.

“Durante el desarrollo de la guerra de Irak, el ejército norteamericano estableció el sistema de ‘adosar’ a los periodistas a sus propias tropas para controlar muy directamente las fuentes de información a las que tenían acceso” (García, 2008).

Esta ‘información sesgada’, que los medios de comunicación publicaron en sus versiones digitales, contrastaron con un nuevo fenómeno que surgía por esa época gracias al internet: el blog. (García, 2008).

Salam Pax, conocido como el ‘bloguero de Bagdad’, le describió al mundo el ataque de los aliados occidentales a la capital iraquí desde otra perspectiva. La diferencia es que Salam no pertenecía a ningún periódico de Occidente, ni de Irak. Salam era un ciudadano común y corriente.

Posteriormente, otros casos como el atentado terrorista a la estación de Atocha en Madrid, o al metro de Londres en el 2004 y el 2006, respectivamente, en la que los ciudadanos se convirtieron en fuente principal para develar la información, demostraron que las audiencias cuentan con “poderosas herramientas de comunicación” y que además “se pueden constituir como emisores activos, e incluso alternativos, a los canales tradicionales de información para difundir con éxito mensajes contrarios, o que no están en la agenda de los grandes medios” (García, 2008).

Con esto se demostró que las audiencias dejaron de ser pasivas, como lo eran en los periódicos impresos, para convertirse en audiencias activas, con la capacidad para dialogar sobre la información, e incluso para generarla; todo esto gracias a los nuevos recursos virtuales que empezaba a ofrecer el internet, como fueron los blogs.

“El internet es un nuevo medio que puede extender las opciones interactivas. La red no es un megáfono. Sin embargo, no todas las comunicaciones mediadas por el internet son interactivas; los sitios de la *World Wide Web* corresponden al modelo tradicional emisor-receptor, a menos que se integren herramientas especiales, las cuales estimulan a los lectores a hacer su propia participación” (Schultz, 1999).

Estas herramientas especiales constituyeron una tercera características, y etapa de la era del periodismo digital, que actualmente diferencia a los periódicos digitales de los impresos, que es esa capacidad existente para interactuar con el lector a través de chats, foros, comentarios, blogs y otras herramientas virtuales que ofrece internet, de manera que el ‘lector’ deja de llamarse así, para convertirse en ‘usuario’.

Con este nuevo nivel de interacción, los periódicos digitales no sólo se alimentan del contenido de sus periodistas, sino de los ‘usuarios’, brindándoles espacios de participación a los lectores o usuarios, quienes en muchos casos son testigos directos de los acontecimientos noticiosos.

Finalmente, un cuarto cambio esencial en el periodismo digital es que los periódicos virtuales que nacen en este escenario generalmente tienden hacia la demanda de información individual, mas no generalista. “El usuario de internet no tiene necesariamente que informarse pasando por los contenidos diversos de un periódico, sino que puede escoger directamente un portal económico o científico. La demanda se individualiza y existen, consecuentemente, ofertas monotemáticas” (García, 2008).

Sin embargo, esta opción monotemática le apunta más a los periódicos virtuales que nacen en este escenario y no a aquellos que son extrapolaciones de una versión impresa pre existente.

Si se mira el contexto colombiano, solamente existen dos periódicos digitales que se crearon pensando en este entorno, La Silla Vacía (www.lasillavacia.com) y el recientemente creado portal Kien & Ke (www.kienyke.com). Las demás versiones digitales son adaptaciones de periódicos impresos que, en algunos casos, reflejan al menos 20 años de atraso en lo que se refiere a la naturaleza del periodismo digital, tal como se refleja en el estudio que se presentará a continuación.

Periodismo virtual en Colombia: análisis comparado 2005-2010

Teniendo en cuenta las cuatro características mencionadas anteriormente (hipertexto, multimedia, interacción e individualidad temática), vale la pena darle una mirada a algunas versiones de periódicos digitales del país para analizar cuáles de los recursos propios del periodismo digital están aprovechando estos medios y cuáles no.

En el año 2005, la Universidad de la Sabana hizo un esbozo de esta situación al analizar 14 versiones digitales³ de periódicos impresos desde los puntos de vista hipertextual, multimedia y de interacción con los usuarios. Los resultados arrojaron que, a pesar de un uso extensivo de la web para llevar los periódicos impresos al medio digital, en Colombia se está lejos de contar con las mejores prácticas que aprovechan las ventajas propias de los medios interactivos.

La descripción que se presentará a continuación estará complementada con una revisión actualizada de los mismos 14 periódicos que fueron objeto de análisis en el 2005, a la luz de la actualidad (año 2010) teniendo en cuenta la aplicación de nuevos recursos virtuales complementarios que hace cinco años no eran comunes, tales como el uso de las redes sociales, entre esas: Twitter y Facebook.

Enlaces hipertextuales

Como se mencionó anteriormente, los enlaces de ‘hipertexto’ rompen con la lectura secuencial propia de los periódicos impresos. Así, el usuario del periódico digital lee a través de vínculos o enlaces que pueden presentarse de distintas maneras dentro de un artículo.

Estos enlaces pueden ser internos, cuando el vínculo lleva a una información relacionada dentro del mismo portal, bien sea a través de una palabra de enlace o de un artículo relacionado; o externos, cuando la información relacionada está fuera del portal.

³ El listado de los 14 periódicos digitales es el siguiente: El Tiempo (www.eltiempo.com), El Espectador (www.elespectador.com), El País (www.elpais.com.co), El Colombiano (www.elcolombiano.com), El Nuevo Día (www.elnuevodia.com.co), La Patria (www.lapatria.com), La Tarde (www.latarde.com), El Mundo (www.elmundo.com), Diario del Otún (www.eldiario.com.co), La Nación (www.lanacion.com.co), Diario del Sur (www.diariodelsur.com.co), El Universal (www.eluniversal.com.co), El Heraldito (www.elheraldito.com.co) y El Meridiano de Córdoba (www.elmeridanodecordoba.com.co).

El estudio realizado en el 2005 mostró que “ninguno (de los periódicos digitales analizados) incluye enlaces internos a artículos relacionados para la profundización de la información”, ni a través de “artículos relacionados”, ni mucho menos por medio de palabras de enlace dentro del texto. (Llano, 2005).

Cinco años después, en un estudio realizado con los mismos parámetros del realizado en el 2005 para los propósitos de este proyecto, se concluyó que el 42% de las versiones digitales de estos periódicos utiliza enlaces internos, a través de “artículos relacionados”, para vincular contenidos dentro de su portal, cifra positiva en el sentido de que antes ningún periódico lo hacía

Con respecto a la utilización de palabras como enlace hacia contenidos relacionados dentro de los artículos, cabe mencionar que, aunque en el año 2005 esta posibilidad era prácticamente nula (ver ilustración 1), en el año 2010 el mismo estudio revela que el 28 por ciento de las versiones digitales de periódicos utilizan este tipo de recurso hipertextual.

Ilustración 1

The image shows a digital version of the newspaper 'EL ESPECTADOR' from Bogotá, Colombia, dated Thursday, January 20, 2005. The main headline is 'La generación del tsunami' by Don Melvin, sourced from The New York Times News Service. The article discusses the plight of displaced children and the impact of the tsunami on the future generation. A sidebar on the left lists various sections like 'PORTADA', 'INVESTIGACIÓN', 'PAZ', etc. A sidebar on the right lists other headlines such as 'George W. Bush asume su segundo mandato en EU' and 'Reelección de Bush ha hecho el mundo más peligroso, según un sondeo de la BBC'.

EL ESPECTADOR
Bogotá - Colombia Jueves 20 de enero de 2005

SECCIONES
PORTADA
INVESTIGACIÓN
PAZ
POLÍTICA
JUDICIAL
INTERNACIONAL
NEGOCIOS
DEPORTES
NACIONAL
BOGOTÁ
ESPECIALES
AUTOS

OPINIÓN
EDITORIAL
OSUNA

ARTE & GENTE
VIDA MODERNA
SALUD
DESTINOS
MEDIO AMBIENTE
TECNOLOGÍA
MEDIOS
ALTO TURMEQUÉ
TAROT
GASTRONOMÍA

OTROS TITULARES
→ George W. Bush asume su segundo mandato en EU
→ Reelección de Bush ha hecho el mundo más peligroso, según un sondeo de la BBC
→ Número de víctimas por maremoto en Asia llegó a 221.000

La generación del tsunami
Don Melvin / The New York Times News Service

Se sientan, confundidos, en campamentos para los desplazados o vagan entre calles repletas de escombros en busca de alimento y familiares. Algunos cuidan de hermanos menores, ahora que sus padres están muertos.

La gente se está refiriendo a ellos como la generación del tsunami. Ellos son los niños, el futuro de sus países. Sin embargo, nadie sabe lo que su futuro les depara.

La Unicef, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, ha estimado que 1.5 millones de niños han sido afectados por el terremoto del 26 de diciembre y las marejadas que devastaron áreas costeras de Indonesia, Sri Lanka, la India, Tailandia y otros países en el extremo del Océano Índico.

Algunos funcionarios afirman que, en el caos, es imposible saber con certeza cuántos de ellos son huérfanos. Algunos pudieran ser separados de padres con quienes aún serán reunidos. Sin embargo, el estimado actual dice que 30.000 niños perdieron tanto a la madre como al padre ante el desastre.

Personas por todo el mundo se han ofrecido a abrir sus casas a estos niños. Sin embargo, ya estalló un debate con respecto a los méritos de la adopción internacional, con muchos expertos diciendo que los niños estarán en mejores condiciones si los dejan en sus áreas natales, sin consideración al enorme grado de la devastación.

Esta versión de un artículo en www.elespectador.com del año 2005 muestra que, a duras penas, la versión digital del reconocido periódico ofrece otros titulares de la sección, mas no “artículos relacionados” y, mucho menos, palabras de enlace.

En cuanto a los enlaces externos, la situación no era distinta en el 2005, puesto que ninguno de los periódicos analizados utilizaba este tipo de recursos. El análisis realizado cinco años después sólo muestra dos excepciones: el Periódico El Tiempo, que si bien utiliza vínculos a informaciones fuera de su portal, estos enlaces llevan a otros medios que hacen parte de la misma Casa Editorial. Al igual que El Espectador, el cual utiliza enlaces externos ocasionalmente y siempre buscando relacionar los enlaces con portales internacionales, que la gente no acostumbra a consultar.

Este comportamiento se puede justificar quizás “por una razón de tipo comercial: la de remitir el tráfico a otros sitios” (Llano, 2005), lo cual afectaría los intereses comerciales de los medios como empresas con ánimo de lucro que son.

“Un periódico digital *online* (por el contrario) no es un medio cerrado, aislado del resto de medios y contenidos. Un periódico impreso que está en un quiosco puede que cite a otro medio. Pero dependerá de la fe del lector confiar en que la cita es correcta. Sin embargo, un medio on line puede no sólo citar a otro medio *online*. Puede enlazarse con él y conducir al lector hasta el original citado” (García, 2008).

De lo anterior se concluye que el proyecto para la creación del periódico virtual recurrirá a la utilización de enlaces internos como un recurso del lenguaje hipertextual propio del periodismo digital, así como de enlaces externos con el fin único de ofrecer mayor información a los lectores.

Multimedia

El estudio de la Universidad de la Sabana resalta que “una de las bondades de los medios digitales es la facilidad de producción e inclusión de contenido multimedial: fotografía, animación, audio y video. La aparición del concepto de narrativa digital es una demostración de la importancia que este aspecto tiene en la presentación de contenidos” (Llano, 2005).

En cuanto a la utilización del recurso fotográfico, el estudio señala que en el 2005 el 100% de los periódicos digitales nacionales hacía uso las fotografías, lo cual es lógico teniendo en cuenta que es uno de los recursos más sencillos de llevar al escenario virtual. Cinco años después la situación es igual, sumado al hecho de que la mayoría explota esta posibilidad a través de las galerías fotográficas, haciendo más dinámica la manera de presentar las imágenes.

Aunque en lo que respecta a la utilización de infografías, bien sea a manera de imagen o animadas, el panorama comienza a cambiar. En el 2005, el estudio de Llano muestra que ninguna versión de los periódicos digitales utilizaba este recurso. En cambio, cinco años después, el 50% de los periódicos digitales lo utiliza, hecho que es positivo para el periodismo digital colombiano, teniendo en cuenta que “la infografía digital podría ser una gran base para el desarrollo de contenido animado, con su correspondiente efecto interactivo en un periódico web” (Llano, 2005).

En cuanto a la utilización de los recursos de audio y video, el estudio del 2005 no es preciso y sólo se limita a decir que es tan austero como el uso de infografías, salvo el caso del periódico El País, lo que permite inferir que hace cinco años el 7% de los periódicos digitales de Colombia utilizaba este recurso. Actualmente podemos ver que el 43% hace

uso de los recursos de audio y video, mientras que el 22% solamente utiliza el recurso de videos únicamente; con lo cual se infiere que el 65% utiliza al menos uno de los dos recursos mencionados.

Interacción con los usuarios

Para analizar esta dimensión de los periódicos digitales, el estudio del año 2005 aborda las posibilidades de comunicación en doble vía que tienen las audiencias de los periódicos web colombianos. Cuando se habla de esta interacción, se asume que “el receptor tiene plena potestad para tomar decisiones y configurar dentro de unos límites amplios, su propio mensaje, así como para dialogar de una forma u otra, con el emisor” (Díaz, 2002).

En el 2005, el concepto de retroalimentación, se relacionaba con la publicación de correos electrónicos de los periodistas para poder entablar una comunicación en doble vía. En ese entonces se hablaba de que un 28% de los periódicos virtuales publicaba los correos electrónicos de los periodistas y de las distintas secciones con las que el lector se podía comunicar por medio de un *e-mail*.

Si se hace un paralelo con el 2010, los correos electrónicos podrían sustituirse por los distintos canales de interacción, como Youtube, Twitter o Facebook. En este sentido, el 64% de los periódicos virtuales utiliza alguno de estos canales para establecer algún tipo de interacción con los lectores.

El análisis de la Universidad de la Sabana también muestra que en ese entonces el 28% de dichos periódicos virtuales utilizaba la opción de foros, como una manera de estimular la participación de los lectores. Hoy esa cifra ha aumentado, casualmente, también a un 64%.

Individualidad temática

Si bien el estudio realizado en el año 2005 no habla sobre el criterio de individualidad temática, ya se ha visto que es uno de los cambios esenciales que trae consigo el periodismo digital, comparado con el periodismo impreso tradicional, según la cual, el usuario de internet no tiende a informarse pasando por los diversos contenidos de un periódico impreso, sino que escogen directamente el portal de su interés, bien sea científico, económico o político, por ejemplo.

Cabe anotar que dicha individualidad temática corresponde más a los periódicos digitales que se han diseñado pensando en que sean únicamente virtuales y no cuando surgen de la adaptación de una versión impresa; razón por la cual, de los 14 periódicos virtuales analizados, ninguno tenía esta pretensión monotemática.

En Colombia sólo existe un periódico digital que fue creado para funcionar en el escenario virtual, como se mencionó anteriormente, llamado La Silla Vacía. Después de analizar este periódico digital desde los parámetros establecidos en los 14 periódicos, se concluyó que La Silla Vacía cumple con las características propias de un periódico digital, reflejadas en la correcta utilización de hipertextos, tanto internos como externos; uso de herramientas multimedia como fotos, audios y videos; gran cantidad de infografías (animadas, principalmente); participación activa de los usuarios y utilización continua de las redes sociales que existen actualmente. Cabe mencionar que dicho periódico digital está basado en periodismo político, razón por la cual se exalta la individualidad temática de la que carecen los demás medios.

El uso de las herramientas digitales

El internet no solo ha abierto las puertas de la comunicación interactiva entre el periodista y los usuarios, sino que además ofrece una serie interminable de herramientas digitales que facilitan la labor informativa del periodista digital.

“La internet es un gigantesco centro de recursos, ya que puede contener una enorme cantidad de fuentes, contribuyendo al proceso de documentación periodística en todos sus formatos: texto, gráfico, oral, visual y multimedia”, resalta la experta en temas digitales Sandra Crucianelli (Crucianelli, 2008).

Por tal razón resulta pertinente conocer cuáles son los alcances que nos ofrece esta fuente interminable de información y de qué manera podemos sacarle el máximo provecho, no solo para tener acceso a información de calidad, sino también para aprovechar aquellos recursos virtuales, en su mayoría gratuitos, que nos permitirán establecer una mejor comunicación con los usuarios.

A grandes rasgos, según Crucianelli, las herramientas digitales para tener en cuenta son las siguientes: técnicas de búsqueda avanzada de la información, la utilización de redes sociales y el aprovechamiento de herramientas específicas que ofrece el internet.

Búsqueda avanzada

Ilustración 2

The image shows the Google Advanced Search interface. At the top left is the Google logo, followed by the text 'Búsqueda avanzada'. To the right are links for 'Sugerencias de búsqueda' and 'Todo acerca de Google'. Below this is a search bar with a dropdown menu showing '10 resultados' and a 'Buscar con Google' button. The main section is divided into several categories with filters and dropdown menus: 'Mostrar resultados' (with options: con todas las palabras, con la frase exacta, con alguna de las palabras, sin las palabras), 'Idioma' (Mostrar páginas escritas en: cualquier idioma), 'Región' (Buscar páginas ubicadas en: cualquier región), 'Formato de archivo' (Solamente, mostrar resultados en formato: cualquier formato), 'Fecha' (Mostrar las páginas web vistas por primera vez en: en cualquier momento), 'Presencia' (Mostrar resultados en los que mis criterios estén presentes: en cualquier parte de la página), 'Dominios' (Solamente, mostrar resultados del dominio o sitio Web), 'Derechos de uso' (Mostrar resultados que: sin filtrar por licencia), and 'Safe Search' (Sin filtro, Filtrar usando SafeSearch). Below this is a section for 'Búsqueda relativa a una página' with two options: 'Similares' (Encontrar páginas similares a la página) and 'Enlaces' (Encontrar páginas con enlaces a la página), each with a search box and a 'Buscar' button. An example is provided: 'Ejemplo: www.google.com/help.html'.

La búsqueda avanzada es propia de los ‘motores de búsqueda’, que son herramientas destinadas a la localización de información específica a través de ciertos parámetros para especificar la orden de información requerida en la WWW. Un ejemplo de motor de búsqueda conocido mundialmente es Google.

A diferencia de la búsqueda general, la búsqueda avanzada se rige bajo la premisa de que ‘la mejor búsqueda no es la que ofrece más resultados’, por eso esta herramienta avanzada incorporada a muchos motores de búsqueda permite filtrar la información de manera que el resultado sea el más cercano posible a la información precisa que se está buscando.

Redes sociales

El ingreso de la Web 2.0 al entorno digital acabó con el modelo anticuado de la transmisión de información en una sola vía, y abrió las puertas de las llamadas redes sociales. A partir de su aparición, los usuarios comenzaron a generar contenidos, que empezaron a compartir con otros usuarios y a dialogar sobre éstos a través de comentarios y la formación de grupos o comunidades con intereses comunes.

Los medios de comunicación, conscientes de que los usuarios hacen presencia en estas redes sociales, se han ido integrando para utilizar sus plataformas como medio para ofrecer su información al público y para interactuar con ellos.

Pero, más allá de hacer una aparición institucional en estos escenarios virtuales, “los medios tradicionales deberían prestar especial atención a lo que ocurre en las redes sociales como Facebook (...) Las personas dejan en claro su necesidad de manifestarse en contra de injusticias o a favor de causas nobles: ese contenido, incluido lo que se cuenta dentro de las redes sociales, es como pan caliente para los periodistas” (Crucianelli, 2008).

Otra de las redes sociales de gran acogida es Twitter, un sistema de mini blogueo, que funciona a partir del concepto de ‘seguidores’ y ‘seguidos’ a través del cual una red de personas leen en tiempo real las cortas frases del emisor y viceversa.

“Los periodistas utilizan esta red para transmisiones en vivo, independientemente de la naturaleza del medio. Un congreso, un recital de música, un partido de fútbol pueden ser transmitidos a cualquier parte del mundo en tiempo real desde un teléfono celular” (Crucianelli, 2008).

Cabe anotar que la presencia en estas redes sociales no deben ser sólo de emisión de información por parte del medio virtual, sino que deben convertirse en un canal de interacción que le permita participar al usuario y darle la importancia a sus aportes, al igual que ellos se la dan a los contenidos que se publican a través del medio.

Existen también otras posibilidades para crear una red social propia, lo que permitiría la vinculación de un grupo específico de usuarios dentro de un espacio virtual exclusivo, para compartir información de intereses en común. Aunque generalmente estas tienen un costo económico.

Herramientas específicas que ofrece internet

En internet existe otro tipo de recursos virtuales que facilitan la posibilidad de compartir documentos, audios y videos de manera sencilla y gratuita. Así mismo, también existen alternativas que facilitan las posibilidades en que un medio virtual puede presentar la información a sus lectores o usuarios.

Lo más beneficioso de estas herramientas es que son gratuitas y fáciles de operar. “Crear un blog sin gastar un centavo, lograr capturas de pantalla con buena calidad, crear caricaturas sin tener conocimientos de dibujo artístico son algunas de las habilidades que pueden enriquecer el trabajo de cualquier reportero” (Crucianelli, 2008).

Teniendo en cuenta que son innumerables las posibilidades que se ofrecen en este sentido, para efectos del presente proyecto se hizo una escogencia de algunas herramientas específicas pertinentes para llevar a cabo la organización y administración de los contenidos que se utilizarían en la propuesta del periódico virtual. La descripción de estas herramientas se abordará en los apartados “Herramientas virtuales para almacenar y administrar la información” y “Herramientas virtuales para vincular al lector con el periódico virtual” del presente proyecto.

Periodismo de investigación en la web

Los académicos y expertos que han hecho un esfuerzo por describir aquello que gira alrededor del ‘periodismo de investigación’ han estado de acuerdo en una situación que atañe a este concepto: el periodismo de investigación cuesta mucho en tiempo y dinero.

“Esto (el periodismo de investigación) cuesta mucho dinero, fundamentalmente porque esta tarea absorbe mucho tiempo a profesionales de una alta cualificación especializada que deben dedicar todas sus horas disponibles para sacar adelante el reportaje proyectado” (Martínez, 2006).

Sin embargo, también es cierto que los periodistas de investigación de antaño, aquellos que ejercieron sus funciones bajo el furor del ‘Watergate’ y las siguientes tres décadas, debían pasar horas auscultando la información en viejos y desorganizados archivos públicos para encontrar dicha información.

En cambio, “la creciente potencialidad de la Web y la aparición de las herramientas digitales funcionales al periodismo hicieron posible demostrar, empíricamente, que sin demasiados recursos económicos y solo a fuerza de voluntad, se pueden hacer descubrimientos aislados, e incluso se puede crear un medio digital con esa impronta: la de contener información no conocida, no difundida, sumergida en las entrañas de la web, casi como esperando ser expuesta bajo la luz de la opinión pública” (Crucianelli, 2008).

De esta manera, puede decirse que, gracias al desarrollo tecnológico de la Web no sólo se asiste a la evolución de un periodismo tradicional impreso a un periodismo digital, sino que también a una evolución de un periodismo investigativo rudimentario a un periodismo investigativo digital, en el que las fuentes de información para destapar dichas ollas podridas están al alcance de un clic.

En el caso colombiano, esta ‘virtualización’ de la información pública se encuentra amparada en la Ley 1150 de 2007, la cual reza que “los documentos, contratos y en general los actos derivados de la actividad precontractual y contractual, podrán tener lugar por medios electrónicos”. Dicha información de contratación pública, la cual es clave a la hora de ejercer fiscalización periodística sobre la contratación que hace el Estado, se concentra en Colombia a través de una página web conocida como Portal Único de Contratación (www.contratos.gov.co).

Así mismo, la Ley 962 de 2005 creó disposiciones favorables para el desarrollo eficaz del periodismo de investigación, como lo es la posibilidad de solicitar información pública a través de correos electrónicos, así como correos certificados, dándole a este tipo de mecanismos el carácter legal para poder ejercer procedimientos judiciales en caso de que la información no sea entregada.

Por citar un ejemplo, distintas entidades con carácter público como la Federación Nacional de Municipios, en asocio con Transparencia por Colombia adelantaron un proyecto llamado “Internet para la rendición de cuentas”, programa que busca orientar a las alcaldías, entidades gubernamentales y contralorías territoriales para que incorporen en las versiones digitales de dichas entidades una plataforma diseñada para facilitar la entrega de información pública a través de internet.

Gracias a que la Alcaldía de Santa Marta, como lo hicieron muchas otras, adoptó esta plataforma, no es necesario acudir presencialmente a sus instalaciones para solicitar información pública, como los procesos de contratación pública, sino que basta con ingresar al portal y acceder a dicha opción.

Aun cuando se haga necesaria una solicitud formal de información pública, el portal tiene habilitada una opción para ejercer el derecho fundamental a la petición de información pública, la cual adquiere su legalidad a través de un código que registra la solicitud realizada por la web.

Otro ejemplo lo ofrece la versión digital de la Procuraduría General de la Nación, la cual tiene habilitada una base de datos en línea, en la que, con tan solo digitar el número de cédula de cualquier ciudadano colombiano, se puede tener conocimiento de los antecedentes disciplinarios y penales que podría inhabilitar a una persona para ejercer cargos públicos. Este portal cuenta además con la opción de expedir un certificado oficial avalado por la firma digital del procurador de turno.

En Colombia son cada vez más las entidades que digitalizan y ofrecen la información pública a través de la web, a manera de informes públicos, o de bases de datos, de modo que la labor del periodista investigador ya no se entorpece por la dificultad de hallar la información. La tarea que le compete al periodista investigador digital es la de analizar dicha información, cruzarla con otras informaciones y sacar conclusiones que lleven a develar informaciones que no están a simple vista.

COBERTURA Y DELIMITACIÓN DEL PÚBLICO

Dentro del marco para la definición de un proyecto que busca la creación de un periódico digital es necesario conocer el alcance de la cobertura de internet, puesto que es este universo de personas la que al fin y al cabo tendrá la posibilidad de acceder al portal, independientemente del lugar del mundo en el que se encuentre.

Así mismo, vale la pena también abordar algunas características tendientes al perfil de ese consumidor de internet, específicamente en Colombia, con la intención de conocer cuáles son sus principales hábitos cuando navegan en la web.

Si bien es cierto que una de las cualidades del internet es su carácter universal, también hay que reconocer que esta misma universalidad ha fomentado la creación de nichos de información. Por esta razón, se hará una delimitación del público en busca de determinar los lectores primarios que tendría el periódico digital propuesto.

Consumo de internet

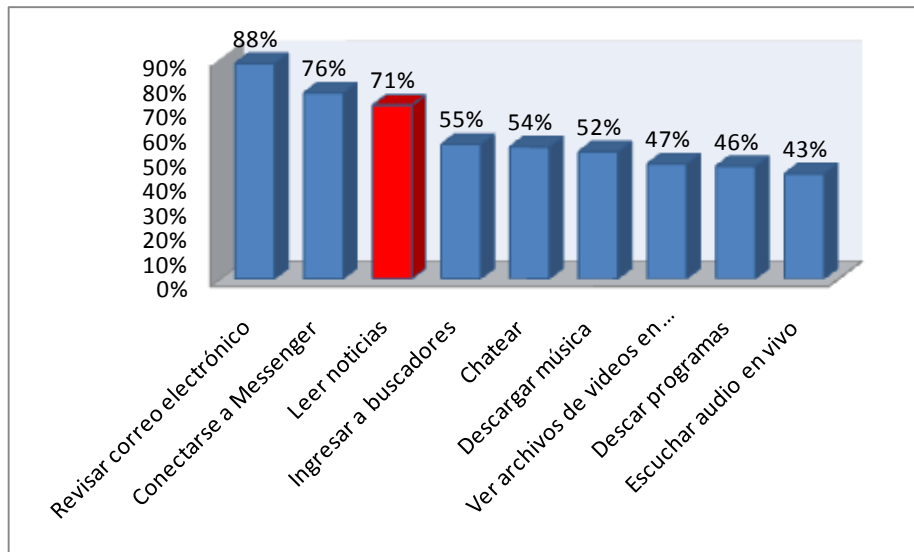
Según estimaciones de ‘Internet World Stats’, actualizada a diciembre del 2010, en el mundo hay alrededor de 1.967 millones de usuarios, lo cual representa el 29% de la población mundial. De este total de personas, 204.6 millones de usuarios están ubicados geográficamente en América Latina y el Caribe, lo que a su vez representa el 10,5 % del total de usuarios en el mundo.

De acuerdo a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, en Colombia hay 21,5 millones de usuarios, lo que representa el 48.7% de la población colombiana. Sin embargo, esta cifra no se refleja en el número de conexiones con acceso a internet en el país, que en el primer trimestre del año 2010 alcanzó los 3,3 millones. Aunque esto es lógico en el sentido de que en cada núcleo familiar hay varios miembros que utilizan un computador para acceder a la web, sin contar aquellos que lo hacen en lugares públicos.

La franja por edades de los usuarios de internet en Colombia está distribuida de la siguiente manera: el 26% tienen entre 12 y 17 años, 25% entre 18 y 24 años, 24% entre 25 y 34 años, 14% entre 35 y 44 años, y el 12% restante más de 45 años de edad.

De otro lado, el Estudio Colombiano de Internet, realizado en el 2008 por IAB (Interactive Advertising Bureau), determinó que la tercera razón por la cual los usuarios de internet en Colombia entran a la web es para leer noticias, dato que refleja la importancia de los periódicos digitales en el escenario virtual (ver gráfica 1).

Gráfica 1



Delimitación del público

Como se ha mencionado anteriormente, este proyecto para la creación de un periódico digital enfocado en periodismo de investigación estará dirigido principalmente a un público de la ciudad de Santa Marta, en el departamento del Magdalena (Colombia), o bien, que esté interesado en el acontecer de esta ciudad.

Lo anterior se aclara teniendo en cuenta que el proyecto para este periódico virtual está planteado dentro de un escenario virtual, por tanto las barreras geográficas desaparecen. De esta manera se habla en términos de la ‘delimitación del público’ y no de la ‘delimitación geográfica’.

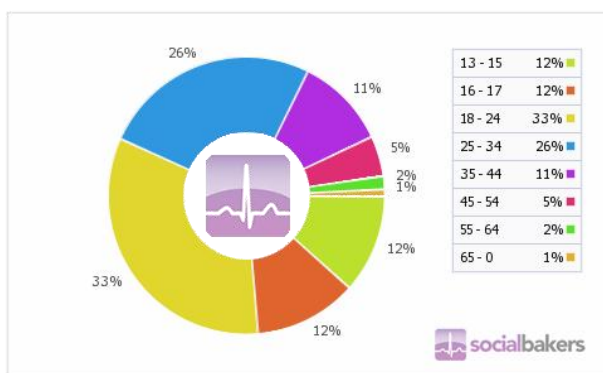
Sin embargo, aunque no importa el lugar geográfico en el que se encuentre el público lector, cabe anotar que éste sí se encuentra interesado en un lugar específico, que sería la ciudad de Santa Marta y la información periodística que se genere sobre esta ciudad.

El público objetivo

El público objetivo de Periódico Seguimiento se encuentra en las dos principales redes sociales, que son Facebook y Twitter. La estrategia consiste en utilizar estas redes sociales para promocionar al medio de comunicación a través de la publicación de enlaces, llevando a los usuarios hacia el portal, así como también manteniendo una comunicación permanente con estas personas a través de la red.

De acuerdo con la consultora socialbakers.com, que mide las cifras mundiales de Facebook, en Colombia hay 13.482.140 usuarios activos en esta red social, lo que representa el 30.5 por ciento de la población del país.

Gráfica 2



La consultora Socialbakers determina que los dos rangos de edad con mayor participación en Colombia van entre los 18 años y los 34 años (ver Gráfica 2), por tanto, este será el rango al que se enfocará el presente proyecto, que es de un total de 7.954.462.

Cabe anotar que, tanto para Facebook, como para Twitter (de la cual aún no existen estadísticas en Colombia) se mantendrá el público objetivo se definió en la edad señalada anteriormente, además del siguiente criterio: localizar personas cuya ubicación geográfica sea de Santa Marta, Magdalena, con lo cual se garantizará un mayor interés en Periódico Seguimiento, puesto que dicho proyecto se enfoca en esa ciudad.

Para el momento de la realización de este proyecto, ya existía una prueba piloto a través de las dos redes sociales, con las cuales se había contactado 370 personas (150 en Facebook y 220 en Twitter) respetando los criterios descritos en este apartado.

ANÁLISIS DOFA

El análisis de otros periódicos digitales permite hacernos una idea de cómo están funcionando a la luz del uso propio de las herramientas inherentes a un periódico digital. ¿Cómo están apropiándose de las herramientas digitales? ¿Qué resultados les ha dado? ¿Hay receptividad por parte de los usuarios?

Cabe anotar que para efectos de este proyecto es de interés analizar únicamente aquellos periódicos ‘digitales’ que tengan alguna correlación con el propósito de esta propuesta, es decir, que apunten también a un público de la ciudad de Santa Marta, en vista de que prácticamente no existen medios digitales que se enfoquen en la práctica del periodismo de investigación en Colombia.

Después de una exploración en busca de propuestas digitales sobre Santa Marta, sólo fue posible encontrar una versión que nace como una iniciativa puramente virtual. Su nombre es Opinión Caribe (www.opinioncaribe.com).

Suponiendo que se puede sacar provecho de la experiencia de los medios tradicionales que han extrapolado las versiones impresas a un entorno virtual, y dejando en claro que estas versiones no constituyen una competencia para este proyecto, también se optó por analizarlos. Es así que se examinarán las versiones digitales de los dos periódicos destacados en Santa Marta por su tradición: Hoy Diario del Magdalena (www.hoydiariodelmagdalena.com.co) y El Informador (www.el-informador.com).

Para estudiar estas tres versiones digitales, se aplicará una estrategia de análisis conocida como Dofa (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas). Este plan consiste en analizar cuáles son las **oportunidades** que se generan a partir de las falencias de la competencia. Así mismo, observar cuáles son las posibles **amenazas** de la competencia hacia el medio que se quiere crear.

De otro lado, se busca identificar cuáles son las **debilidades** y las **fortalezas** que presenta el proyecto propuesto con respecto a la competencia, con miras a planificar un plan de mejoras para el producto final.

Oportunidades y Amenazas

Para conocer las oportunidades del proyecto propuesto frente a los medios digitales existentes, es imprescindible mirar en qué están fallando aquellas versiones que ya están funcionando en la web.

Opinión Caribe se puede denominar como un periódico digital, puesto que éste fue creado en un escenario virtual (no existe una versión impresa del mismo). Nació como una propuesta complementaria de un medio radial por internet que también funciona en la ciudad de Santa Marta, llamado RWC (www.rwc.com.co) y que se encarga de realizar labores informativas sobre la ciudad de Santa Marta para difundirlas a través de la web.

Después de examinar con detenimiento el medio, se pueden concluir varias oportunidades para el proyecto propuesto puesto que Opinión Caribe, a pesar de constituir una competencia directa, tiene falencias tangenciales como: desactualización, imitación de otros medios y falta de aprovechamiento de los recursos multimedia (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3

The screenshot displays the Opinión Caribe website. At the top, the logo "OPINIÓN CARIBE · COM" is prominent, with a search bar to its right. Below the logo is a red navigation bar with categories: INICIO, NOTICIAS, CULTURA, DEPORTE, INTERNACIONAL, OPINIÓN, TECNOLOGIA, IMAGENES, and VIDEO. A "Donde Estoy?" dropdown menu is visible. The main content area features three news articles:

- ¿Cual es tu BANDIDATO?**: Includes a photo of a man with a speech bubble asking "A propósito de las elecciones 2010, ¿ya tienes tu BANDIDATO?".
- Por la amistad y la diferencia Bernardo Jaramillo Ossa, 20 años después de su asesinato**: Includes a photo of a man speaking at a microphone.
- La importancia de desfragmentar el disco duro del PC**: Includes a photo of a computer screen showing a disk defragmentation process.

On the right side, there is a "Encuesta" section with the question "Esta usted de acuerdo con la reelección de Alvaro Uribe Velez?" and radio buttons for "Si" and "No", along with a "Vote" button. Below that is a "Mapa de noticias" section with a map of Santa Marta and surrounding areas.

Como puede verse en la imagen, las tres noticias publicadas están desactualizadas: la que habla sobre Bernardo Jaramillo Ossa fue escrita el 08 de abril del 2010, la noticia internacional ubicada en la parte inferior izquierda fue publicada el 14 de enero del mismo año y, finalmente, la noticia tecnológica está publicada desde el 15 de diciembre del 2009.

Las fechas de estas noticias no tendrían importancia en otro contexto, pero en vista de que están publicadas en el home (lo que equivale a la primera página de un diario escrito) es reflejo de desactualización y, por tanto, de abandono del portal.

Una segunda oportunidad que beneficia al proyecto propuesto y que desfavorece al portal Opinión Caribe es el nivel de imitación que éste tiene con respecto al reconocido portal de noticias de El Espectador (Ver ilustraciones 4)

Ilustración 4



“Lo que se produce por primera vez siempre parece mejor y más original que lo que viene después” (Greene, 2006). Según esta premisa, podría pensarse entonces que los lectores de Opinión Caribe, al relacionar inconscientemente este medio con El Espectador, esperarán también una respuesta informativa como la del reconocido diario nacional. Sin embargo, al encontrarse con problemas como la desactualización, los usuarios podrían desilusionarse rápidamente y abandonar el sitio.

Otro problema que podría generar esta imitación tiene que ver con la identidad del medio, puesto que así Opinión Caribe no sería reconocido como un periódico digital en sí mismo, sino como “el medio que se parece a El Espectador”.

Una tercera oportunidad para el presente proyecto, con respecto a su directo competidor sería la falta de utilización de recursos propios de los medios digitales, como las

herramientas multimedia, la interacción, el lenguaje hipertextual y la individualidad temática. Estas falencias se ven reflejadas en la mayoría de medios digitales del país, aunque, por ser este un periódico creado en un entorno digital, se esperaba que no tuviera dichos inconvenientes.

Si bien es cierto que Opinión Caribe utiliza algunos recursos de video, éstos son muy escasos y están relegados a un pequeño rincón en una esquina del *home*. Lo mismo sucede con los niveles de interacción, que se confinan a una encuesta ubicada en la columna derecha, de la cual no se conocen resultados, ni fecha de publicación.

Una última debilidad observada en Opinión Caribe y que se convierte en una oportunidad para el proyecto es la falta de unidad temática. Como se vio anteriormente, la unidad temática es una facilidad que ofrece la internet y que permite circunscribir el nicho de usuarios o lectores a un sector específico. En el caso de Opinión Caribe, a pesar de que éste nació en la era digital, se puede ver que le apunta a no menos de 7 temáticas o secciones distintas.

De otro lado, y como se mencionó anteriormente, se hará un breve análisis de las versiones digitales de los periódicos tradicionales de la ciudad de Santa Marta: el Hoy Diario del Magdalena y El Informador.

De acuerdo con los criterios analizados en el subcapítulo “Periodismo virtual en Colombia: análisis comparado 2005-2010”, se pudo constatar que las versiones digitales de los dos periódicos samarios prácticamente no cumplen con ninguna de las herramientas inherentes al periodismo digital (ver tablas 1, 2 y 3).

Tabla 1


PERIÓDICOS	INTERACTIVIDAD		
	Retroalimentación: encuestas, comentarios, foros	Buscadores	Complementarios: twitter, facebook, youtube, chat, blogs
	No	No	No
EL INFORMADOR	Sí	Sí	Sí

Tabla 2



PERIÓDICOS	MULTIMEDIA				
	Fotografía	Audio	Video	Infografía imagen	Infografía multimedia
	Sí	No	No	No	No
EL INFORMADOR	Sí	No	No	No	No

Tabla 3

PERIÓDICOS	HIPERTEXTO		
	Artículo relacionado	Palabras de enlace	Enlace Externo
	No	No	No
EL INFORMADOR	No	No	No

A pesar de que recientemente la versión digital del periódico El Informador tuvo una reestructuración, ésta sólo logró agregar algunos elementos correspondientes a la interactividad entre el lector y el medio de comunicación, tales como la posibilidad de hacer comentarios a las noticias, la publicación de una encuesta en la página principal y un enlace a la página de Facebook.

Sin embargo, como puede verse en las tres tablas anteriores, aún hay gran cantidad de elementos que alejan a estas versiones digitales de lo que es propiamente un periódico virtual. La utilización de fotografías, por ejemplo, se limita en estos dos medios al acompañamiento de una imagen en algunos de los artículos, sin explorar posibilidades como las galerías fotográficas o las imágenes en formato de presentación.

Esta carencia del lenguaje digital en los dos periódicos más consultados por las personas que quieren informarse sobre la ciudad de Santa Marta crea una gran oportunidad para el presente proyecto de convertirse en una opción a futuro como el periódico por excelencia cuando de informar sobre la ciudad de Santa Marta se trate. Aun cuando, se reitera que para el presente proyecto estos medios no son catalogados como competencia debido a su actual posicionamiento.

Ahora bien, con respecto a las posibles amenazas de la competencia, específicamente por parte del medio Opinión Caribe, pueden destacarse principalmente dos aspectos: el apoyo de otros medios y la utilización de montaje fotográfico.

Es de recalcar que Opinión Caribe hace parte de otro medio, enfocado en la radio por internet, llamado RWC. Esta relación entre dos o más medios constituye una amenaza

puesto que éstos trabajan de la mano, compartiendo información y facilitando así la mayor difusión.

Por otro lado, Opinión Caribe hace uso de recursos de fotomontaje originales para expresar opiniones sobre el acontecer de la ciudad, lo que se constituye en una segunda amenaza para el proyecto propuesto.

Debilidades y Fortalezas

Contrario a lo que reflejan las versiones digitales que se ofrecen en la ciudad de Santa Marta, el proyecto propuesto tendrá como fin desde el mismo momento de su creación adecuarse al lenguaje inherente a los periódicos digitales. Esto implica que el proyecto hará uso de herramientas multimedia como el audio, la imagen y el video; así como aplicaciones derivadas de éstas, tales como las infografías.

Además se preocupará por publicar la información en un lenguaje hipertextual. Esto quiere decir que la información se podrá vincular con otras informaciones contempladas, ya sea dentro del mismo medio o en otros medios.

Una tercera fortaleza del proyecto propuesto tiene que ver con la vinculación y el diálogo permanente entre el medio de comunicación y los usuarios, que se reflejará en la comunicación a través de redes sociales, comentarios en los artículos y otras vías de comunicación como los correos electrónicos, *chats* y Skype.

Otra fortaleza será la concentración de la información en dos temáticas principales: la primera, enfocada en temas de política y lo que se conocía en la desaparecida Revista Cambio como los “temas fríos”, que corresponden a información cultural, tecnológica, de experiencias de viajes y, en algunos casos, de entretenimiento; aunque siempre enfocada a la ciudad de Santa Marta y a la región Caribe. Con esta reducción temática se pretende especificar el público al que va dirigido el proyecto para la creación del medio de comunicación digital.

Finalmente, una última fortaleza del proyecto, con respecto a la competencia, será la práctica del periodismo de investigación en el medio virtual propuesto. De esta manera, el futuro público del medio siempre lo relacionará con información que busca la transparencia en el ámbito administrativo de la ciudad.

Pero además de las fortalezas, hay que reconocer también debilidades con respecto a la competencia, las cuales hay que tratar de disminuir desde el mismo momento de la creación del medio. Estas son: la falta de reconocimiento y el no acceso al financiamiento por parte del Estado.

Por un lado, los medios de la competencia tienen un grado importante de reconocimiento, tanto así que Opinión Caribe incluso pertenece a un grupo de medios digitales que difunden información a través de la web. Además, las versiones digitales de los diarios tradicionales de Santa Marta son la única alternativa que tienen las personas para consultar información noticiosa sobre la ciudad a través de la web.

Esto hace que la falta de reconocimiento del medio digital propuesto en este proyecto sea una de las grandes debilidades que tendrá que afrontar.

Por otro lado, al ser un medio enfocado en periodismo de investigación, el proyecto propuesto no podrá aspirar a financiación a través del Estado, que es una de las vías de más efectivas para conseguir utilidades pero, a su vez, más restrictivas en cuanto al tipo de información que se puede publicar.

Así quedó demostrado en una investigación realizada por la Fundación para la Libertad de Prensa, sobre la censura indirecta en Colombia. “Muchos gobiernos de la región utilizan sistemáticamente los contratos publicitarios para recompensar o castigar los medios por sus contenidos, apuntando por lo general a controlar lo que se publica o se emite” (El precio del Silencio, 2008).

Después de este análisis se puede dar cuenta del estado de la oferta en cuanto a periódicos digitales en la ciudad de Santa Marta y así justificar la viabilidad para la creación del presente proyecto.

DESCRIPCIÓN DEL PERIÓDICO VIRTUAL

En este capítulo se describirá la manera en que estará conformado el periódico virtual propuesto en el presente proyecto; se explicarán tanto las secciones que lo conformarán, así como el proceso para montar y administrar el contenido, y las principales herramientas digitales que se utilizarán para vincular al usuario con el periódico digital.

Nombre del periódico virtual

El nombre del medio digital propuesto será **Periódico Seguimiento**. Este nombre responde a la naturaleza del medio, que será principalmente la de hacerle “seguimiento” al desempeño de los funcionarios encargados de gestionar y administrar los dineros públicos de la ciudad de Santa Marta.

Logo y *slogan*



El *slogan* del periódico digital propuesto es “La magia de tenerlo todo está en saberlo todo”. Este *slogan* con el cual se identifica Periódico Seguimiento surgió de la adaptación de un conocido lema que se utiliza para promocionar a la ciudad de Santa Marta: “La magia de tenerlo todo”.

Naturaleza del periódico

Visión:

Periódico Seguimiento aspira a ser reconocido en el mediano y largo plazo, como el único medio periodístico virtual enfocado en Santa Marta que publica contenidos periodísticos producto de labores de investigación en el ámbito público de la ciudad. Además de que será reconocido por su credibilidad y su imparcialidad, al ser referenciado por características como: no contar con financiación del Estado, no depender únicamente de la venta de pauta publicitaria, ni tener relaciones empresariales que comprometan la información que se publica.

Misión:

Publicar contenidos periodísticos producto de la labor de investigación al desempeño de los funcionarios públicos, principalmente en la ciudad de Santa Marta.

Proveer de información de interés público a las personas interesadas en la ciudad de Santa Marta, reduciendo la agenda informativa diaria, la cual generalmente es propuesta por las instituciones locales, a la referencia de otros medios periodísticos y, en cambio, dando prioridad a una agenda informativa propia enfocada más hacia las preocupaciones de los ciudadanos.

Características de Periódico Seguimiento

- Periódico Seguimiento será un medio digital enfocado en el ejercicio del periodismo de investigación. Para ser más específicos dentro de este campo del periodismo, se entenderá por este concepto (investigación), la fiscalización que debe hacerse a quienes tienen el poder legítimo, tal como lo expresa el reconocido periodista investigador colombiano Alberto Donadío, quien participó de la Unidad Investigativa del periódico El Tiempo a finales de los años 70: “Quienes pertenecen a organizaciones que están al margen de la ley por definición, están por fuera de la ley, quieren acabar con las instituciones. Entonces, es más grave todo lo que hacen

ilegalmente quienes están dentro de la institucionalidad, que lo que hacen, por más traumático que sea, las organizaciones por fuera de la ley”⁴.

- Haciendo alusión al nombre del periódico virtual propuesto, se ejercerá una labor de seguimiento a temas de interés público, principalmente relacionados con la ciudad de Santa Marta y el departamento del Magdalena. Dicho seguimiento estará enfocado a los compromisos adquiridos por funcionarios públicos en la ejecución de sus funciones, así como para seguirle la pista a temas particulares de interés para la ciudadanía.
- En el periódico digital se hará cubrimiento noticioso sobre al acontecer diario de Colombia y de Santa Marta, principalmente en materia política, haciendo un énfasis mayor en la información noticiosa que se produzca en la capital del Magdalena o cuyo centro informativo esté enfocado en dicha zona del país.
- El enfoque de las noticias no se verá limitado a ‘comunicados de prensa’, sino a la ampliación de la información a partir de éstos. Citando un ejemplo hipotético, si la Alcaldía de Santa Marta envía un comunicado de prensa en el que anuncia la entrega de computadores a colegios públicos de la ciudad, la labor de Periódico Seguimiento no se limitará a la multiplicación de esta información, sino que será necesario ponerse en contacto con los representantes de colegios para confirmar la veracidad de la información, el estado de los computadores y el acompañamiento que la Alcaldía da a los colegios para asesorar sobre el manejo y cuidado de éstos, así como la adecuación de espacios óptimos para su funcionamiento.
- Se estimulará la creación de especiales que se publicarán en formato de revista digital, de acuerdo a la sección correspondiente. Dichas revistas digitales se crearán a través de un servicio virtual gratuito conocido como Issu (www.issu.com), que permitirá además la incrustación de dichas revistas dentro de la página web, o a través de un programa diseñado para tal fin, conocido como *Flipping Book*.
- Periódico Seguimiento hará un barrido diario por las noticias que hagan referencia a la ciudad de Santa Marta, tanto en las versiones digitales de los periódicos

⁴ Conversatorio “Los retos del periodismo de investigación: ayer y hoy”, organizado por Consejo de Redacción (19 de agosto de 2009).

nacionales y regionales, así como en blogs y otras páginas web. Para lograr esto se utilizará la herramienta de Alertas de Google, la cual permite hallar información relacionada con una etiqueta, que en este caso sería “Santa Marta”. Dicha información se publicará a través de las redes sociales como Twitter y Facebook con el respectivo crédito y enlace a la página original donde se publicó, así como en el periódico virtual si se trata de información relevante de acuerdo con el criterio editorial del medio.

- En el periódico digital se fomentará la participación de los lectores o usuarios, a través de la comunicación por medios virtuales como Twitter, Facebook, Youtube, Skype y de una red social creada especialmente para estos usuarios, conocida como Comunidad Samaria. Dichos medios serán utilizados para estimular la comunicación con los usuarios, de manera que éstos también se conviertan en facilitadores de información de interés público.
- En Periódico Seguimiento se hará uso de herramientas digitales que faciliten la práctica de un periodismo multimedia, tales como presentación de galerías fotográficas, piezas de audio y *clips* de videos de manera integrada, tanto en revistas digitales, en artículos y en presentación de infografías.

Secciones

Periódico Seguimiento contará con cinco secciones troncales, que serán Qué pasa en..., Seguimiento, La Hamaca, Para no Olvidar y Opinión Samaria. A continuación se explicará en qué consistiría cada una de éstas.

Sección Qué pasa en...

Esta sección estará alimentada por el acontecer diario en materia noticiosa en Colombia. Mientras que los diarios tradicionales optan por la realización de lo que se conoce como “el periodismo de declaración y de boletines”, Periódico Seguimiento cubrirá esta necesidad de información inmediata a través de la referencia a otros medios, ahorrándose así ese trabajo, y se preocupará por darle un enfoque distinto a esas noticias que se producen diariamente en materia política, principalmente.

Sub sección “La Samaria”

En la sub sección La Samaria estará concentrado todo el contenido noticioso correspondiente a la ciudad de Santa Marta. “La Samaria” hace referencia a una de las maneras en que las personas oriundas de esa ciudad nombran a Santa Marta. Teniendo en cuenta que Periódico Seguimiento estará enfocado en la capital del Magdalena, se da por entendido que esta sub sección tendrá un espacio privilegiado en el portal.

Sub sección “Colombia”

Esta sub sección responde al acontecer diario de lo que sucede en el ámbito nacional. Las fuentes principales que se manejarán en esta sub sección serán las entidades nacionales que tratan temas políticos. Siendo tanta la información noticiosa que se produce en un día, la principal función de Periódico Seguimiento será la de ejercer la función de “Gatekeeper”, que corresponde a “cómo los grupos de poder se encargan de observar cuáles son los asuntos relevantes para la mayoría y los incluyen en la agenda noticiosa” (Monzón, 1996).

Ahora bien, se dará mayor prioridad a la información nacional que haga referencia a la zona de la Costa Atlántica, en vista de que la cercanía de la información impacta más al lector de la ciudad de Santa Marta.

Sección Seguimiento

Esta será la sección de mayor importancia para el periódico digital; de ahí el nombre de Periódico Seguimiento. Esta sección hace referencia al ‘seguimiento’ que se realizará sobre la gestión que realicen los servidores públicos y que manejan el poder legítimo de la ciudad. Esto con el fin de hacer una fiscalización permanente sobre el desempeño de los funcionarios públicos y sobre el uso que éstos hacen de los dineros de la ciudad, los cuales pertenecen a todos los ciudadanos.

En esta sección se publicarán dos tipos de productos periodísticos: el primero, será los resultados producto de las investigaciones periodísticas adelantadas en Periódico Seguimiento y, el segundo, será el resultado de la labor de seguimiento realizada a temas de interés público, o que requieran la revisión permanente antes de una publicación final.

Ejemplo de esto último sería la creación de un mapa, con ayuda de los usuarios, en el que se dibujen los lugares de la ciudad de Santa Marta en donde se han identificado construcciones ilegales. Producto periodístico que puede contar con la colaboración de los mismos lectores en la labor de identificación de las construcciones ilegales.

Sección La Hamaca

La sección La Hamaca cumplirá la función de romper la monotonía temática de Periódico Seguimiento, sin salir de su marco de referencia e identidad con el usuario, que, en todo caso, será la ciudad de Santa Marta.

Así pues en esta sección, que evocará la tranquilidad y el esparcimiento propio del costeño cuando se acuesta en una “Hamaca”, se tratarán temas “fríos” que no siempre están en la agenda de los periódicos tradicionales, como lo es la música local, principalmente realizada por artistas samarios o del Caribe, así como de personas oriundas de la ciudad que estén triunfando y sobresaliendo en la región, el país y el exterior.

En esta sección también se tratarán temas de tecnología, que son de primer reglón en los gustos del público lector de los periódicos digitales, cultura y viajes. La principal razón que justifica la creación de una sección de este estilo se basa en que la ciudad de Santa Marta es un Distrito Turístico, Cultural e Histórico (Santa Marta D.T.C.H.).

Sección Para no olvidar

Esta sección estará enfocada en la construcción de una memoria colectiva para la ciudad de Santa Marta. Es común que en esta ciudad se hable de temas que quedan en el imaginario colectivo, pero que nadie sabe a ciencia cierta qué fue lo que ocurrió y en qué terminó dicho acontecimiento, sobre todo porque en muchas ocasiones cuando ocurren escándalos relacionados con lo público, las autoridades anuncian investigaciones que nunca son llevadas a buen término.

Por esa razón, esta sección se enfocará en reconstruir historias que están en el imaginario colectivo de los samarios, pero que nunca fueron tratadas a profundidad por los medios de comunicación tradicionales. Esta sección también funcionará como una especie de efeméride, trayendo a colación temas relevantes cuando se vayan a cumplir aniversarios o fechas especiales desde que ocurrieron, así como la publicación de información relevante que traiga a colación hechos que sucedieron en el pasado y que merecen ser recordados.

Sección Opinión Samaria

Esta sección será un espacio creado por Periódico Seguimiento para exponer temas marcados por la opinión, tanto del mismo medio digital, así como por expertos invitados y los mismos usuarios, quienes también tendrán su espacio para opinar y compartir información sobre la ciudad, a manera de colaboraciones.

Sub sección “Seguimiento Opina”

Esta sub sección hace referencia al espacio creado para expresar la línea editorial del periódico virtual. Básicamente contará con editoriales sobre temas de interés local o nacional. Para esta sub sección también se planteará la posibilidad de crear editoriales a través de audios.

Sub sección “Opinan los Expertos”

Este será el espacio destinado para los columnistas invitados de Periódico Seguimiento, quienes escribirán principalmente sobre Santa Marta que tienen algo para contar desde distintas perspectivas en publicaciones propias que se publicarán continuamente en una fecha predestinada.

Cabe anotar que, tal como funciona en los medios tradicionales, las opiniones que se publican en esta sub sección no representarán el pensamiento o la línea editorial de Periódico Seguimiento.

Sub sección “Comunidad Samaria”

Comunidad Samaria será una red social creada especialmente para los usuarios de Periódico Seguimiento que no sólo tienen algo que decir, sino que quieren hacerlo en un espacio común en donde podrán interactuar con los demás usuarios y así compartir información de interés.

Podrán participar en foros, *chats*, compartir música, imágenes, etc. Funcionará tal como lo hace una red social, pero con la ventaja de tener algo en común: ser usuarios activos de Periódico Seguimiento y tener especial interés en el acontecer de la ciudad de Santa Marta.

Montaje de contenidos y diseño del formato digital

A continuación se hará una descripción de cuáles son las páginas web y los programas que se utilizarán, tanto para administrar el contenido que se publicará en Periódico Seguimiento, como también los que permitirán crear un vínculo comunicativo entre el periódico y los usuarios.

Herramientas virtuales para almacenar y administrar la información

Dentro de este conjunto de herramientas están algunas páginas web con aplicaciones que permitirán almacenar y administrar información contenida en audios, documentos, imágenes, videos, etc. Así mismo, se presentan las principales páginas web que facilitarán la presentación de información, como las revistas digitales, el administrador de blogs, etc.

Estos portales que se describirán a continuación permiten el almacenamiento de información en múltiples formatos para luego compartirlas con otros usuarios a través del portal que, para este fin, es Periódico Seguimiento.

Blogger o Blogspot (www.blogspot.com/www.blogger.com)

Ilustración 5



En Blogspot (o Blogger) reposa el corazón de Periódico Seguimiento. Este es el administrador que ofrece Google para crear blogs a partir de una plantilla que puede ser modificada de acuerdo a los intereses de la diagramación.

Sin embargo, los blogs tienen una limitante: sólo permiten la creación de una plantilla, en donde los textos que se publican, aparecen en un formato simple, a lo largo de la pantalla, alejando así al blog del concepto de periódico digital.

Aun así, Blogger deja una ventana abierta, que es la modificación de las plantillas a partir del lenguaje html y la posibilidad de entrelazar distintas plantillas, de manera que se puedan crear secciones, a partir de la consecuente creación de múltiples *blogs*. Así las cosas, se propone la creación del periódico virtual utilizando tantos *blogs* como secciones tendrá el periódico y conectándolos entre sí a través de configuraciones del lenguaje html.

Otro servicio que presta esta herramienta virtual, es la posibilidad de comprar un dominio y redireccionar el blog hacia dicho dominio. En el caso de Periódico Seguimiento, a pesar de que éste fue creado en un blog (www.periodicoseguimiento.blogspot.com), se puede visualizar ingresando a www.periodicoseguimiento.com (dominio oficial).

Finalmente, esta plataforma virtual donde se administrará la información permite la posibilidad de crear correos electrónicos secretos, a través del cual se podrán publicar los contenidos periodísticos a través de dispositivos móviles que permitan el envío de correos electrónicos, como los celulares.

De esta manera, blogspot se convierte en la plataforma de contenido a través de la cual se administrará la información que salga publicada en Periódico Seguimiento, ofreciendo la posibilidad de publicar información desde el lugar de los hechos, con la ayuda de un dispositivo móvil.

Widgetbox (www.widgetbox.com)

Ilustración 6



Los *widgets* son pequeñas aplicaciones que usualmente se incrustan en las páginas web, con el objetivo de dar fácil acceso a variadas funciones que proveen información específica y funcional. De esta manera, pueden existir *widgets* para mostrar el clima de una ciudad,

hacer una cuenta regresiva con cronómetro, mostrar la hora y una infinidad de posibilidades más.

En el caso del periódico digital propuesto, se recurrirá a *Widget box*, una página web que ofrece la posibilidad de crear herramientas de este estilo para incrustar en la página web. Así pues, gracias a esta aplicación el periódico podrá visualizar información útil como el clima de Santa Marta, entre otras interesantes herramientas que se pueden ir explotando según las necesidades.

Prezi (www.prezi.com)

Ilustración 7



Prezi es una herramienta diseñada para transmitir ideas de una manera dinámica, a través de lo que podrían denominarse mapas conceptuales. Esta herramienta digital permite la posibilidad de incorporar videos en las presentaciones y, en general, de construir infografías de una manera muy particular.

Tal como la mayoría de las herramientas virtuales que se presentan en este capítulo, Prezi permite incrustar un código fuente en el portal web, de manera que no sea necesario visualizar la presentación desde www.prezi.com, sino como parte del contenido de un artículo publicado en Periódico Seguimiento.

Youtube (www.youtube.com)

Ilustración 8

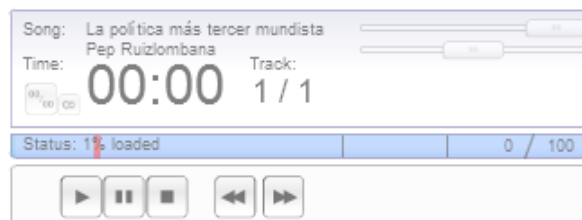


Así como Blogger se convierte en la plataforma de contenido (principalmente escrito) de Periódico Seguimiento, Youtube será la plataforma de videos del periódico virtual. Una vez se realice un video para ser publicado, éste será cargado en la cuenta de usuario de Periódico Seguimiento en ese portal (<http://www.youtube.com/user/periodicoseguimiento>) y, posteriormente, será redireccionado hacia el portal web de Periódico Seguimiento (www.periodicoseguimiento.com), a través del lenguaje html.

Tal como en Blogger, en Youtube también existe la posibilidad de crear una cuenta de correo secreta, a través de la cual se podrá hacer la publicación de videos de manera remota. Por ejemplo: se puede capturar un corto video de 30 segundos en un celular con mensajería instantánea activada y, tras anexarlo en un correo electrónico, puede ser publicado inmediatamente en el canal de Youtube, gracias a la publicación remota.

Goear (www.goear.com)

Ilustración 9



Así como Blogspot sirve para administrar textos y Youtube para videos, Goear lo hace para con las pistas de audio. En este portal se podrán cargar distintos audios en una lista y, gracias a un servicio gratuito que ofrece el portal, se podrá incrustar un reproductor de sonido dentro del periódico virtual.

Con esta herramienta, los usuarios del periódico virtual podrán reproducir audio reportajes o crónicas en las distintas secciones del periódico.

Google Docs (<http://docs.google.com>)

Ilustración 10



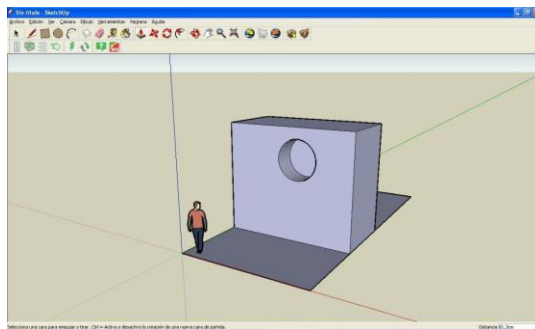
Como Periódico Seguimiento estará enfocado en la realización de artículos periodísticos que apuntan al periodismo de investigación, es indispensable la publicación de documentos que soporten la información publicada a manera de pruebas. Para ello es imprescindible una herramienta como la que ofrece Google Docs.

Con tan solo una cuenta de Gmail (periodicoseguimiento@gmail.com), se puede acceder a una especie de ‘disco duro virtual’, en el cual Google permite subir archivos a la red para luego compartirlos con los usuarios del periódico a través de un enlace público.

Esto permitirá la publicación de archivos en formatos de Word, Excel, Pdf, Power Point, principalmente.

Google Sketch Up

Ilustración 11



Google Sketch Up es una herramienta novedosa que ofrece gratuitamente Google, la cual permite generar imágenes en 3D. Gracias a este programa, que es necesario descargar en un

computador antes de utilizarlo, se podrán recrear escenarios tridimensionales para darle una mejor idea al lector de la manera en que ocurrieron ciertos hechos periodísticos.

Si bien es cierto que *Sketch up* es una herramienta creada para brindar una solución rápida y eficaz a diseñadores gráficos en la modelación de productos gráficos, este mismo programa se puede utilizar de manera dinámica para esbozar una respuesta al ‘dónde’ y al ‘cómo’ de una noticia o de una investigación periodística.

Google Maps

Ilustración 12



Esta es otra herramienta útil a la hora de ubicar espacialmente al lector o usuario con respecto a una información periodística. Gracias a este servicio gratuito de Google, los lectores tendrán la posibilidad de conocer el punto geográfico exacto (en vista satelital) que responde al dónde de una noticia o una investigación periodística.

Además, este servicio permite agregar imágenes que ayuden a ampliar la información, así como marcas que permiten trazar distancias, entre otros útiles recursos desde un plano cenital, tal como se puede ver en la imagen anterior (ilustración 12), la cual muestra un mapa de la ciudad de Santa Marta y un punto específico (resaltado en azul) en donde existen construcciones ilegales.

Ilustración 13



Issuu es un portal que ofrece un servicio que permite transformar un documento en formato PDF, previamente diagramado, en una novedosa revista digital; lo que a su vez permite que el usuario pueda pasar las páginas como si estuviese hojeando una revista impresa.

Tal como la mayoría de recursos virtuales descritos, este portal facilita que la revista digital sea incrustada a través de un código html dentro del portal de www.periodicoseguimiento.com, permitiendo utilizar este formato en algunos temas especiales, o bien cuando, con el pasar del tiempo, se proponga la creación de suplementos informativos a manera de revista digital.

Una segunda alternativa para utilizar este tipo de servicios es un programa llamado *Flipping Book*, el cual permite hacer el mismo proceso que la página web, para luego subir la revista digital a un servidor, para su posterior publicación.

000webhost (www.000webhost.com)

Ilustración 14



Todos los servicios mencionados anteriormente, y que permiten almacenar información con una cuenta de usuario, cumplen la función de *hosting* (hospedaje) que no es más que una manera de guardar información en la red para ser compartida con otros usuarios.

Ahora bien, existe un portal (www.000webhost.com) que permite crear una cuenta para tener hospedaje gratuito, similar al servicio que ofrece Google Docs, pero con la diferencia de que un *hosting* sirve para almacenar archivos en cualquier formato y facilita la ejecución de éstos; limitante que tiene Google Docs, puesto que no es compatible con todos los formatos que se deseen almacenar en la *World Wide Web*.

Herramientas virtuales para vincular al lector con el Periódico Virtual

Así como existen herramientas que facilitan el diseño, el almacenamiento de información y la diagramación del periódico virtual, también existen otras, en su mayoría gratuitas, que permiten crear un puente comunicativo entre quienes producen la información y receptores de ésta, generando de ese modo la interactividad con el usuario.

Algunas de esas herramientas útiles son las denominadas redes sociales, comunidades conformadas por usuarios identificados por intereses comunes, así como otras que permiten la comunicación directa entre el emisor y el receptor.

Cabe anotar que el uso de estas redes sociales es imprescindible para crear un vínculo asociativo entre el periódico virtual propuesto y su público lector, que son principalmente personas oriundas de Santa Marta o interesadas en el acontecer de esta ciudad.

Facebook

Ilustración 15



Esta plataforma virtual, que ya cuenta con más de 500 millones de usuarios en el mundo, es el escenario perfecto para crear un puente entre el periódico y su público lector, puesto que la herramienta de búsqueda de esta red social permite encontrar a personas que están vinculadas con la ciudad.

Facebook no solo es esencial para que el periódico virtual se dé a conocer, sino que también tiene una característica clave: funciona como trampolín para que las personas conozcan el sitio oficial del periódico (www.periodicoseguimiento.com).

La manera de lograr esto es atrayendo la atención de los contactos de Facebook con el contenido publicado en el periódico y, de esta manera, se crea un enlace que lleve a la persona desde esta red social hacia el portal de Periódico Seguimiento. Esto también puede utilizarse con las demás redes sociales.

Cabe anotar que Facebook, así como las otras redes sociales funciona como un puente que facilita la circulación de información en doble vía, tanto para publicarla, como para recibir aportes de los usuarios.

Twitter

Ilustración 16

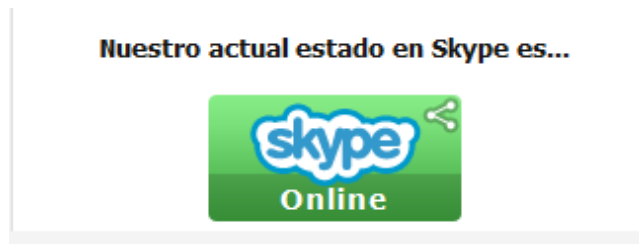


Esta red social, que aún no tiene la misma popularidad que Facebook en Colombia pero crece a pasos agigantados. Twitter es la herramienta perfecta para hacer dos cosas: cubrimientos noticiosos en tiempo real y mantener una comunicación permanente con los “seguidores” del medio virtual.

Esta herramienta es adecuada para darle protagonismo al usuario, puesto que aquí el emisor de información periodística no es sólo el medio virtual, sino también los ciudadanos del común, por lo que puede ser aprovechado para que los “seguidores” de Santa Marta aporten en la construcción del contenido publicado en Periódico Seguimiento.

Skype

Ilustración 17



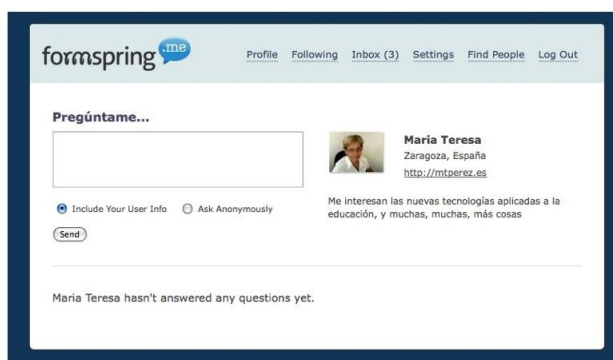
Esta herramienta virtual corresponde a lo que puede denominarse como un “teléfono virtual”. Gracias a esto, Periódico Seguimiento no solo tendrá la posibilidad de entablar videoconferencias con los mismos usuarios, sino que, gracias a un servicio de llamadas ilimitadas de bajo costo, se abre la posibilidad de comunicación telefónica con cualquier lugar del país.

El servicio de llamadas telefónicas ilimitadas facilitará la labor de cubrimiento noticiosos sin la necesidad de desplazarse hasta el lugar donde ocurrió el hecho, aspecto que será beneficioso para conseguir declaraciones, opiniones y hacer entrevistas a distancia.

Así mismo, los usuarios de Periódico Seguimiento tendrán la oportunidad de ver desde el mismo portal web si algún periodista del medio virtual está conectado en *Skype* (ver ilustración 17), de tal manera que se pueda establecer una comunicación en doble vía.

Formspring.me

Ilustración 18



Formspring es una herramienta novedosa y original que permite crear una vía de comunicación con el usuario muy particular: a través de preguntas y respuestas.

Con esta opción, el usuario ingresará a través de un enlace en cualesquiera de las redes sociales descritas anteriormente y tendrá la posibilidad de escribir una pregunta que será respondida por un periodista de Periódico Seguimiento.

Esto permitirá que el lector pueda inquirir sobre algún tema específico y obtener una respuesta inmediata, o bien que pueda participar en temas definidos en los que haya dudas, como, por ejemplo, dudas idiomáticas o relacionadas con el contenido que se publica en el medio virtual.

Botones para compartir



¿Te gusta lo que lees en Periódico Seguimiento? ¡Compártelo! Como alternativa para multiplicar la información relevante del periódico virtual, se incorpora la posibilidad de compartir los artículos que se publiquen en el medio a través de distintas redes sociales, como lo son Twitter, Facebook, Chrome, Blogger o por correo electrónico.

Para hacer esto, solo basta que el usuario le dé clic a una de las opciones de redes sociales para compartir la información y, automáticamente, un enlace con el artículo promocionado será publicado en la red social del usuario que así lo desee.

Esta es una alternativa pertinente para atrapar a nuevos usuarios para el Periódico Virtual, los cuales se van a ver atraídos hacia el periódico virtual por referencias de quienes publiquen la información de interés público.

Identidad Visual

La identidad visual de Periódico Seguimiento se caracteriza por el uso de herramientas digitales que se incorporan en un mismo sitio. En este caso, la inclusión de videos, imágenes, audios y textos con hipervínculos serán característicos de Periódico Seguimiento.

Para tal fin, se establecerán espacios definidos en la página principal y en cada una de las secciones, donde el usuario podrá ver este tipo de herramientas digitales. Así mismo, se dispondrá de otros espacios, donde el lector encontrará herramientas digitales temporales, como una encuesta, o un cronómetro para señalar la finalización o inicio de un evento determinado.

FUNCIONAMIENTO DE PERIÓDICO SEGUIMIENTO

Descripción del portal

El portal de Periódico Seguimiento está compuesto por una página principal (*home*) en donde se concentra la información central del periódico virtual. Esta página principal equivaldría a la primera página de un periódico impreso, en donde el lector o usuario tiene la oportunidad de acceder a un primer vistazo de las principales noticias que se pueden encontrar en las diversas secciones.

Este *home*, así como las distintas secciones que conforman el periódico virtual, tienen la misma estructura: una columna central donde se publican los artículos y una columna lateral, ubicada en la parte derecha, en donde se presentan distintas herramientas virtuales, tales como barras de video, de imágenes, encuestas, etc (ver ilustración 19).

Ilustración 19



Así mismo, el *home* de Periódico Seguimiento cuenta con una barra de presentación (ver ilustración 20) en la parte superior, en donde se expondrán principalmente artículos destacados producto de la labor de investigación periodística que, al hacerles clic, enlazarán con la información ampliada.

Ilustración 20



Periodicidad

La periodicidad de la información que se publique en el medio virtual propuesto irá de acuerdo con las secciones del mismo.

Así las cosas, Periódico Seguimiento contará con una agenda diaria, en la que se publicará información noticiosa de carácter novedoso e inmediato. Generalmente dicha información del quehacer diario será publicada en las secciones “Qué pasa en...”, y “La Hamaca”, de acuerdo con la naturaleza de la información.

Así mismo, en vista de que el enfoque de este medio virtual se caracteriza por ejercer el periodismo de investigación, habrá una agenda a mediano y largo plazo, en la que se publicarán los artículos de investigación que en este medio virtual se desarrollen, los cuales se publicarán en la sección “Seguimiento” y, en algunas ocasiones, en la sección “Para no Olvidar”.

Equipo humano y responsabilidades

Está previsto que Periódico Seguimiento funcione con un equipo integrado por seis personas que, mediante la división de funciones, puedan lograr que el periódico virtual funcione en óptimas condiciones, así como por un grupo de colaboradores que enviarán sus

propios escritos. La siguiente es la manera en que se deberían desempeñar cada uno de los integrantes del equipo y sus funciones respectivas:

Encargado de sub sección Qué pasa en... Santa Marta:

La persona encargada de esta función tiene por misión cubrir la fuente política relacionada con la ciudad de Santa Marta, publicando información noticiosa de la agenda informativa diaria para dicha sección. Cabe anotar que la agenda informativa no se limitará a hacer un registro de la gestión de la fuente que se cubre, sino que se enfocará en la ampliación de información y en la búsqueda de perspectivas novedosas.

El periodista encargado de esta sección también proveerá artículos periodísticos producto de una agenda propia propuesta por él y consultada previamente con el coordinador (jefe de redacción).

Encargado de sub sección Qué pasa en... Colombia:

Al igual que el encargado de la sub sección de Santa Marta, el encargado de ésta deberá encargarse de la fuente política en el acontecer diario, pero a nivel nacional. También cabe anotar que la agenda informativa nacional no se limitará a hacer un registro de la gestión de la fuente que se cubre, sino que se enfocará en la ampliación de información y en la búsqueda de perspectivas novedosas.

Además, el periodista encargado de esta sección proveerá artículos periodísticos que, desde un contexto nacional, se relacionen con la ciudad de Santa Marta. Por ejemplo, estudios nacionales sobre ‘corrupción en la política’ deben referenciarse a los políticos samarios, o representantes del departamento del Magdalena.

Encargado de secciones Seguimiento y Para no Olvidar:

El periodista encargado de esta sección será el responsable de realizar el contenido investigativo que se publicará en el medio virtual. A diferencia de las dos responsabilidades descritas anteriormente, las cuales publican información diariamente, el encargado de esta sección realizará artículos de largo aliento, que pueden tomar varias semanas para llevarse a cabo.

Así mismo, el encargado de esta sección escribirá productos periodísticos de largo aliento que tendrán un enfoque histórico, o del pasado, los cuales irán dirigidos a la sección “Para no Olvidar”, así como también se encargará de la publicación periódica de interés pública en la misma sección.

Encargado de sección La Hamaca:

El encargado de esta sección se ocupará de escribir artículos relacionados con la cultura, los viajes y la tecnología. Dicha sección fue pensada para romper el negativismo de la información política que será publicada en el medio virtual y teniendo en cuenta que Santa Marta es un Distrito Turístico, Cultural e Histórico.

Los artículos periodísticos de esta sección se tratarán temas “fríos” que no siempre están en la agenda de los periódicos tradicionales, como lo es la música, principalmente realizada por artistas samarios o del Caribe, así como de personas oriundas de la ciudad que estén triunfando y sobresaliendo en la región, el país y el exterior. También se tratarán crónicas de viajes y temas de tecnología.

Encargado de redes sociales (community manager):

El responsable de esta tarea tiene el objetivo de mantener una interacción activa y permanente con los usuarios de Periódico Seguimiento. Para lograr esto, se encargará de administrar las redes sociales, como Facebook, Twitter y los canales de comunicación como Skype y los correos electrónicos. Así mismo administrará a Comunidad Samaria, la red social de Periódico Seguimiento.

Otra labor de esta persona será la de monitorear los distintos medios de comunicación, tanto regionales como nacionales, en busca de información de interés público relacionada con la ciudad de Santa Marta, para, posteriormente, referenciarla a través de las redes sociales con el ánimo de generar información de actualidad entre los lectores, independientemente de la que se publicará en el medio virtual.

Coordinador (jefe de redacción):

Será el encargado de supervisar las funciones de los demás integrantes del equipo que conforma Periódico Seguimiento. Así mismo, será el encargado de revisar la construcción

gramatical y ortográfica del contenido que se publica en el medio virtual. También se encargará de que los colaboradores del Periódico (columnistas) envíen sus artículos en los cronogramas establecidos.

Así mismo, tendrá la responsabilidad de escuchar, orientar y aprobar las propuestas de agenda propia efectuada por los periodistas de las distintas secciones.

Columnistas:

Son los colaboradores de este medio virtual, quienes escriben columnas de opinión para que sean publicadas en la sección “Opinan los Expertos”. Los columnistas tendrán un espacio para que publiquen temas de su propio interés, los cuales son independientes de la línea editorial del medio virtual.

Previamente se deberá establecer una agenda, bien sea mensual, quincenal o semanal, para que los columnistas envíen sus escritos de manera permanente, según la fecha establecida.

Costos de sostenimiento

Tabla 4

Cargo	Cantidad	Salario	Salario con prestaciones	Salario total
Coordinador (jefe de redacción)	1	\$ 1.581.000	\$ 2.213.400	\$ 2.213.400
Periodista Qué pasa en... Sta Mta	1	\$ 1.054.000	\$ 1.475.600	\$ 1.475.600
Periodista Qué pasa en... Col	1	\$ 1.054.000	\$ 1.475.600	\$ 1.475.600
Periodista Seguimiento y Para no Olvidar	1	\$ 1.054.000	\$ 1.475.600	\$ 1.475.600
Periodista La Hamaca	5	\$ 1.054.000	\$ 1.475.600	\$ 7.378.000
Community Manager	1	\$ 1.054.000	\$ 1.791.800	\$ 1.791.800
Columnistas	1	\$ -	\$ -	\$ -
Total empleados				\$ 15.810.000

La tabla anterior (ver Tabla 4) tiene como fin presentar un modelo de cuánto sería el costo mensual para el sostenimiento de los periodistas que integrarían el equipo de redacción de Periódico Seguimiento. Esta tabla se basa en un pago promedio de \$1.475.600 de salario para los periodistas (incluyendo las prestaciones sociales) y un salario de \$2.213.400 para el cargo de jefe de redacción.

Asimismo, los columnistas no registran ningún pago, puesto que éstos serán colaboradores ocasionales que no reciben retribución económica por sus colaboraciones.

De otro lado, existen una serie de gastos mensuales (ver Tabla 5), como son el servicio de internet, la suscripción al servicio de llamadas telefónicas Skype y lo que representa el pago mensual de la página web (que tiene un costo anual de \$US10). Esta descripción total, incluyendo el pago a los periodistas, da un costo de sostenimiento mensual de \$15.864.000.

Tabla 5

Costos	Valor mensual
Gastos de personal	\$ 15.810.000
Internet	\$ 50.000
Suscripción Skype	\$ 2.000
Página de Internet	\$ 2.000
Total costos	\$ 15.864.000

Cabe anotar que esta descripción de gastos mensuales, no es más que un modelo que pretende ejemplificar cuánto sería el gasto mensual del portal, luego de recibir ingresos superiores a los costos descritos.

En cuanto a la manera en que se pretende asumir los costos, más adelante se dedicará un capítulo a las estrategias de financiación, que van desde la venta de espacios publicitarios, hasta la cooperación internacional.

ASPECTOS SOBRE MANEJO DE LA INFORMACIÓN

Aspectos de forma

Los aspectos de forma que prevalecerán en el medio propuesto tienen que ver con el lenguaje para la web, el cual es distinto al lenguaje que se produce para la prensa escrita.

Es así que la redacción para este medio se caracterizará por ser breve y por estar acompañada de imágenes de apoyo, material de audio, de video y con enlaces hacia otros sitios que ayudan a ampliar la información presentada.

Así mismo, se planteará la creación de un manual de redacción en el que se contemplen los principales parámetros a la hora de escribir para la web.

Manual para el montaje de contenidos

Es imprescindible que los periodistas que estén vinculados a Periódico Seguimiento se familiaricen con el lenguaje digital, lo cual no solo incluye el conocimiento de las herramientas digitales para el montaje y administración de la información, sino también con los aspectos técnicos para publicar la información.

Con el fin de mantener la unidad estética, el periodista de Periódico Seguimiento deberá conocer el tipo de letra, el tamaño, la extensión, así como las dimensiones en que se debe publicar un video, un audio o cualquier incrustación producto de una herramienta digital.

Para todos estos propósitos técnicos, se propone la creación de un manual para el montaje de contenidos, en donde se hallarán todas las indicaciones para desarrollar este tipo de gestiones técnicas.

Ley de Derechos de Autor

El artículo 34 de la Ley de Derechos de Autor (Ley 23 de 1982) reza literalmente lo siguiente:

“Artículo 34.- Será lícita la reproducción, distribución y comunicación al público de noticias u otras informaciones relativas a hechos o sucesos que hayan sido públicamente difundidos por la prensa o por la radiodifusión”.

Teniendo en cuenta la normatividad en materia de Derechos de Autor, y con el ánimo de promover la fluidez de la información noticiosa a través de la web, Periódico Seguimiento se permitirá la posibilidad de replicar y aprovechar la información de interés público que haya sido publicada previamente en otros medios de comunicación.

Sin embargo, este medio virtual se preocupará por hacer la respectiva cita (crédito) del medio de información artífice de la información que se referencie.

Así mismo, se realizarán monitoreos esporádicos en la web, con la intención de que la información exclusiva que se produzca en Periódico Seguimiento y que sea referenciada en otros medios de comunicación, también cuente con la citación de la fuente respectiva.

FINANCIACIÓN

Con la intención de que este medio virtual sea plausible, es necesario presentar alternativas de financiación que generen una retribución económica para el sostenimiento del medio de comunicación virtual.

Es así que se presentan cuatro propuestas de financiación pertinentes para desarrollar con miras a que se generen recursos económicos para Periódico Seguimiento: la venta de espacios publicitarios, la búsqueda de cooperación internacional, convenios universitarios para la realización de información noticiosa y el acceso a espacios privilegiados.

Venta de espacios publicitarios

En el mundo hay 1.966 millones de usuarios (World Stats, consultado el 16 de agosto de 2010), de los cuales, según el informe de conectividad de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, 19 millones 700 mil corresponden a internautas de Colombia, convirtiéndose en el tercer país con más navegantes en Sur América, después de Brasil y Argentina

Ahora bien, al mismo tiempo que el internet se convierte en un escenario masivo, también se abre como un espacio para el mercadeo y para la publicidad. Es así como en el año 2008, éste ya ocupaba el 10 por ciento de la torta publicitaria mundial.

Según datos presentados por el informe anual de Interactive Advertising Bureau (IAB), llevados a cabo bajo la autoría de la Price Waterhouse Coopers, Colombia ha presentado un aumento desaforado en cuanto a inversión en medios digitales se refiere.

“Mientras que en el año 2008 hubo una inversión en medios digitales colombianos por un total de \$40.601 millones de pesos, en el 2009 hubo una inversión total de \$52.853 millones de pesos, evidenciándose así un aumento progresivo en la inversión en publicidad para medios digitales” (IAB, 2010).

La publicidad en los medios de comunicación digitales se ofrece a través de la inserción de anuncios digitales, los cuales establecen un puente entre el Periódico Seguimiento y la pauta publicitaria, permitiéndole al usuario ir al lugar oficial de la pauta publicitaria con tan sólo hacer un clic.

Cabe anotar que Periódico Seguimiento se preocupará por no establecer pautas publicitarias con fuentes oficiales, de manera que se pueda prevenir la censura indirecta o directa, puesto que los pautantes de publicidad, en este caso las entidades locales y departamentales, serían las mismas que el periódico virtual estará en disposición de investigar.

Cooperación Internacional:

La cooperación internacional es una vía plausible para financiar medios de comunicación digital. La cooperación internacional consiste en la consecución de financiación a través de organizaciones no gubernamentales y representantes oficiales de carácter internacional, las cuales se interesan en promover iniciativas como las del medio digital propuesto.

En este caso, a través de convenios entre el organismo internacional y el periódico digital, se puede contar con recursos económicos para llevar a cabo propuestas pactadas. Por ejemplo, promover la investigación periodística en una zona específica del país, como lo sería la ciudad de Santa Marta.

Periódico Seguimiento tiene una ventaja en este tipo de financiación, que tiene que ver con que la propuesta que se haría desde el medio virtual se plantea para desarrollar su información en una ciudad regional del país, lo cual es de bastante interés para los cooperantes⁵.

De esta manera, el medio virtual puede comprometerse con una ONG, embajada, o cualquier otro organismo financiador, para llevar a cabo investigaciones periodísticas a cambio de los recursos económicos para el sostenimiento del proyecto y del medio digital en sí mismo.

Sin embargo, dicha cooperación no necesariamente tiene que ser de carácter internacional, sino también a nivel nacional:

Para la fecha en que es escrito este documento, Periódico Seguimiento cuenta con una propuesta de financiación, para la creación de la red social de este medio de comunicación, que es denominada Comunidad Samaria.

⁵ Entrevista a Carlos Cortés, encargado de temas de cooperación internacional para La Silla Vacía.

Una ONG nacional llamada Fundación Santa Marta, que apoya iniciativas mediáticas en la ciudad de Santa Marta, se comprometió con Periódico Seguimiento a crear y sostener la plataforma virtual para que esta red social funcione, para que ésta sea administrada desde el medio de comunicación.

Convenios universitarios para la realización de información noticiosa

Mediante esta alternativa de financiación se pretende la creación de convenios entre universidades que ofrezcan la carrera de periodismo y el medio de comunicación propuesto.

Dicho convenio consistiría en habilitar las secciones de ‘Qué pasa en... Santa Marta’ y ‘Qué pasa en... Colombia’ para que estudiantes de periodismo o Comunicación Social de semestres avanzados tengan una experiencia laboral en el ejercicio del periodismo.

A la vez que los estudiantes ganarían experiencia cubriendo noticias políticas de nivel local y nacional al utilizar a Periódico Seguimiento como un laboratorio experimental, el medio virtual ahorraría esfuerzos en esta materia, para así concentrarlos en la realización de productos periodísticos investigativos.

Progresivamente se podría vincular a estudiantes de periodismo de últimos semestres en la realización de investigaciones periodísticas.

Acceso a espacios privilegiados

Una última vía de financiación es la posibilidad de darles a los usuarios de Periódico Seguimiento acceso a espacios privilegiados de información, a través de una clave de acceso.

Dicha estrategia consiste en la posibilidad de ofrecer información relacionada con la labor investigativa del medio digital, y que pueden utilizarse como una herramienta de información para futuras investigaciones, tales como financiadores de campañas políticas, consulta de bases de datos y otro tipo de información valiosa a la que se puede acceder a través de derechos de petición, o de horas de trabajo al frente de un computador y que el periódico virtual podría facilitar para investigaciones de interesados, a cambio de un aporte económico.

Sin embargo esta alternativa debe considerarse como una opción para cuando el medio digital esté posicionado en el gremio periodístico, debido a que el medio no tendría el suficiente reconocimiento y credibilidad necesarios para prestar este servicio.

CONCLUSIONES

Con esta propuesta de Periódico Seguimiento se presenta entonces un proyecto para la creación de un periódico digital que está enfocado principalmente a la ciudad de Santa Marta, tal como se refleja en la sección “Qué pasa en... La Samaria” y en las futuras investigaciones periodísticas.

Tal como quedó reflejado en este proyecto, el panorama del periodismo digital en Colombia demanda con urgencia que, tanto los medios tradicionales con presencia en internet, como los nuevos medios que van surgiendo, se integren a las nuevas necesidades del lector de la web.

No es lo mismo el lector pasivo de los medios de antaño, al usuario de hoy que, preocupado por la realidad que lo rodea, utiliza las herramientas virtuales que tiene a su mano para convertirse en una voz que quiere ser escuchada. Y esa es la tarea de los medios de comunicación en la web: la de convertirse en orientador y unificador de esas voces; ahora los mismos usuarios pueden convertirse en la fuente de información.

Hace un buen tiempo que quedó relegada esa idea de que el periodismo virtual es la simple y llana extrapolación de un medio impreso a la web, desconociendo –como bien lo dice Llano– los retos y las exigencias propias del nuevo medio.

Es en este contexto es en el que se hace necesaria una propuesta que lleve inherente las herramientas propias del periodismo digital, de un medio virtual que aproveche la infinidad de recursos virtuales, y en muchos casos gratuitos, que ofrece la internet.

Por esta razón es que los objetivos específicos de este proyecto fueron los de ofrecer herramientas digitales que faciliten la práctica de un periodismo multimedia y, en ese mismo sentido, se propuso el empleo de redes sociales y otras herramientas virtuales que propician la participación de los usuarios dentro del portal.

Después de analizar un estudio realizado por la Universidad de la Sabana en el que se analiza el panorama del periodismo digital en Colombia en el año 2005, y luego de hacer la respectiva comparación con el estado del periodismo en el año 2010, surgió la necesidad de hacer una propuesta periodística enfocada en cuatro aspectos clave: el lenguaje hipertextual, el aspecto multimedia, la interacción con los usuarios y la unidad temática.

El primero de los aspectos rompe con el paradigma de lectura con el que los lectores de antaño estaban acostumbrados. En el periodismo digital se pasa de una lectura secuencial, propia de los medios de tradición, a leer a través de vínculos de información.

Ya el lector deja de leer como se lo impone el medio de comunicación, sino que, por el contrario, encuentra un entramado de información que se conecta a través de palabras de enlace, que pueden llevar a ampliar la información, a contextualizarla, o a profundizarla; todo de acuerdo al interés del mismo lector.

Un segundo aspecto clave, casi tan importante para el periodismo digital como lo puede ser la máquina de escribir para la prensa escrita, es la utilización de los contenidos multimedia tales como las imágenes, las animaciones, el audio, el video y las infografías.

Los recursos multimedia son la plataforma de expresión del periodista digital. Mientras que el periodismo clásico se remitía a transmitir la información de acuerdo a su plataforma, es decir, la prensa escrita a través de la tinta y la imagen, la radio a través de la voz y la televisión con las imágenes en movimiento; el periodismo digital lo que hace es integrar todas estas modalidades para presentar la información de una manera más dinámica.

Un tercer aspecto clave para el periodismo digital, que fue tenido en cuenta para este proyecto, es la interacción de los usuarios y el emisor de la información en el ámbito digital.

Este proyecto propone no sólo la posibilidad de presentar la información, sino que el lector, a manera de audiencia activa, se comunique con el emisor de la información y le haga saber lo que piensa sobre dicha información. Así mismo, se genera la posibilidad de que el mismo lector se convierta en generador de información.

Y la manera más efectiva de lograr la interacción entre el emisor y el receptor de dicha información es a través de las redes sociales, como lo son, por ejemplo, Twitter y Facebook; herramientas digitales que permiten al usuario ponerse en contacto con el emisor de la información sin ningún intermediario, y así poder entablar una comunicación.

Además, la misma lógica de estas redes sociales permiten incluso que sea el mismo lector de un periódico digital, quien se convierta en facilitador de información de interés público o, yendo más allá, en protagonista de la información.

Por citar un ejemplo, a través de la red social Twitter, un eventual lector del prototipo del periódico digital propuesto en este proyecto (www.periodicoseguimiento.com) se puso en contacto y expresó una situación que estaba ocurriendo en la ciudad de Santa Marta, Magdalena: en la Gobernación del Magdalena habían abierto una licitación pública para convertir un bien de interés cultural de la ciudad en un proyecto hotelero a gran escala. Sin embargo, dicha licitación no había tenido la suficiente visibilidad –según sospechas del usuario- porque habían intereses personales dentro de la Gobernación para que las grandes

empresas turísticas del país no se percataran de la licitación y así no pudiesen participar, quedando finalmente este proyecto en manos de personas indebidas.

Gracias a esta información, proporcionada por el usuario a través de una red social, en el portal web se publicó una noticia en la que se le dio visibilidad a la licitación pública y se hizo un llamado a la ciudadanía para hacerle un seguimiento exhaustivo a dicho proceso licitatorio. De manera que fue el mismo lector, quien estableció la agenda informativa con algo que él consideró de interés público.

En cuanto a la aplicación de las redes sociales, este proyecto propuso la creación de una red social propia, denominada Comunidad Samaria, y que tendrá el objetivo de mantener en contacto a todos los usuarios de Periódico Seguimiento, permitiendo que estas personas compartan información de interés, utilizando la ciudad de Santa Marta como un punto de encuentro, estimulando la comunicación de los usuarios y permitiendo además que se conviertan en facilitadores de información de interés público.

Finalmente, en un último aspecto, este proyecto propuso que el periódico digital tuviese una individualidad temática muy definida: un periódico virtual que estuviera enfocado en el periodismo de investigación, desde un ámbito político, en la ciudad de Santa Marta, capital del Magdalena.

A diferencia del periodismo tradicional, el usuario de la internet tiende a informarse escogiendo el portal en el que tiene un interés especial, puesto que las grandes facultades para filtrar la información que hay internet, dan la posibilidad de que el lector se enfoque en aspectos muy específicos.

Cabe anotar que dicha individualidad temática corresponde más a los periódicos digitales que se han diseñado pensando en que sean únicamente virtuales y no cuando surgen de la adaptación de una versión impresa. Por esta razón, cuando una persona consulta eltiempo.com encontrará información de todo tipo, puesto que, a pesar de que cumple con la mayoría de parámetros de un periódico digital, es la extrapolación de un medio impreso; pero si una persona consulta lasillavacia.com se dará cuenta que el enfoque de este medio está definido en lo que se conoce como un periodismo político.

Esta individualidad temática permite que el proyecto haya podido ser presentado como un medio que tiene el objetivo de satisfacer la necesidad informativa de las personas que habitan la ciudad de Santa Marta, así como también de convertirse en una herramienta eficaz para ejercer el periodismo de investigación en esta ciudad, y así ser a la vez una alternativa para los lectores de esa ciudad, quienes no encuentran un medio, ni virtual ni impreso, que satisfaga estas necesidades informativas con productos periodismos de calidad, que sean el resultado de una labor investigativa de largo aliento.

En definitiva, Periódico Seguimiento el propósito de este proyecto fue el de formular la creación de un medio virtual que cumpla las características de ser un medio enfocado en el periodismo de investigación, que cumpla una labor de seguimiento a los temas de interés público, cubriendo no sólo las necesidades del acontecer diario, no sólo en Colombia, sino también en la capital del Magdalena.

La labor investigativa, que se verá reflejada en la sección “Seguimiento”, pretende presentar productos periodísticos que provengan principalmente del empleo de técnicas del periodismo investigativo y que contribuyan a la fiscalización de los funcionarios públicos de la capital del Magdalena.

Además, haciendo uso de las herramientas digitales explicadas anteriormente y las cuales son, en su mayoría, un servicio gratuito; de esta manera, también se fomentará la participación de los lectores, a través de las redes sociales. Finalmente, este Periódico Seguimiento propondrá la utilización de herramientas multimedia, que faciliten la presentación de la información al público. Un medio virtual que rompa el paradigma del periodismo en Colombia o, por lo menos, en la ciudad de Santa Marta.

BIBLIOGRAFÍA

BERNERS-LEE, Tim. *Tejiendo la red*. Madrid: Editorial Siglo XXI, año 2000.

CARDOSO MILANÉS, Heriberto. “Periodismo de Investigación ¿Un Nuevo género?”. *Sala de Prensa*. Vol 2, Septiembre. (2002). Sala de Prensa.

CRUCIANELLI, Sandra. *Herramientas digitales para periodistas*. Libro digital (formato pdf), 2008. Disponible en: <http://mediosdigitales.info/2010/03/24/herramientas-digitales-para-periodistas-libro-gratis/>.

DÍAZ NOCI, Javier. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Editorial Universidad del País Vasco, 2002.

GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio. *Aproximaciones al periodismo digital*. España: Editorial Dykinson, 2008.

GREENE, Robert. *Las 48 leyes del poder*. Buenos Aires: Editorial Atlántida, año 2006.

LLANO ARISTIZÁBAL, Sergio. “Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano”. *Palabra Clave: Medios y Propiedad*. Edición N. 12 (2005). Universidad de la Sabana.

MARTÍNEZ, José Luis. *El Zumbido al Moscardón*. España: Editorial Comunicación Social, 2006.

MONZÓN, Cándido. *Opinión pública, comunicación y política: la formación del espacio público*. Madrid: Editorial Tecnos, 1996.

OPEN SOCIETY JUSTICE INICIATIVE & ADC. *El precio del silencio: Abuso de publicidad oficial y otras formas de censura indirecta en América Latina*. Nueva York: Open Society Institute, 2008.

REYES, Gerardo. *Periodismo de Investigación*. México: Editorial Trillas, año 1996.

SÁNCHEZ SÁNCHEZ, Diego Alonso. “El periodismo digital: una nueva etapa del periodismo moderno”. *Red Revista Lasallista de Investigación*, Vol 4, N. 001(2007).

SCHULTZ, Tanjev. “Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers”. *Journal of Computer-Mediated*. Vol 5, N. 001 (1999).

Documentos

Comisión Nacional de Telecomunicaciones. *Informe trimestral de conectividad*. Agosto del 2009.

Dane. Indicadores Básicos de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC: Uso y penetración de TIC en Hogares y personas de 5 años y más. Año 2008.

Interactive Advertising Bureau (IAB). *Resumen ejecutivo de inversión en publicidad en medios digitales*. Periodo comprendido entre el primero de enero y el 31 de diciembre de 2009. Informe presentado en marzo de 2010.

Interactive Advertising Bureau (IAB). *Estudio colombiano de internet*. Correspondiente al año 2008.

Transparencia por Colombia. Índice de Transparencia Municipal, *ranking* del año 2006.

Leyes

Ley 23 de 1982, Ley sobre Derechos de Autor. Capítulo III: de las limitaciones y excepciones al derecho del autor. Artículo 34.

Ley 962 de 2005, Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.

Ley 1150 de 2007, por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia. Artículo 3º: De la contratación pública electrónica.

Páginas web

World Stats. www.internationalworldstats.com. Cifras de usuarios en el Mundo y en Colombia. Consulta realizada del 16 de agosto de 2010.

Social Bakers. www.socialbakers.com Cifras de usuarios de Facebook en Colombia. Consulta realizada el 15 de mayo del 2011.

Conferencias y entrevistas

CORTÉS, Carlos (Encargado de cooperación internacional para La Silla Vacía). Entrevista sobre cooperación internacional para medios de comunicación virtuales. Primer semestre de 2010.

DONADÍO, Alberto (Periodista cofundador de la Unidad Investigativa de El Tiempo). Conversatorio “Los retos del periodismo de investigación: ayer y hoy”, Bogotá, 19 de agosto de 2009. Organizado por Consejo de Redacción.

QUEBEDO, Norbey (Jefe de la Unidad Investigativa de El Espectador). “taller de metodologías de investigación”. Pasto (Nariño), 23 de mayo del 2009.