

Universidad del Rosario
Escuela de Ciencias Humanas
Maestría en Periodismo

Nombre del proyecto
“Tu NotiDigital”

Autor
Paula Andrea Cañón Fonseca

Directora de trabajo de grado
Angélica Sánchez

Bogotá, marzo 29 de 2019

Tu NotiDigital

1. Nombre del proyecto

Tu NotiDigital

2. Justificación filosófica y periodística de éste proyecto

Conocer la actualidad de su país es deber de cada ciudadano. Todo colombiano necesita estar al corriente de los hechos, decisiones y actos que lo afectan directa o indirectamente y que se generan en forma permanente. Hay medios tradicionales de comunicación como la prensa escrita, la radio y la televisión y en este último entorno, surgieron los telenoticieros, para dar respuesta a los retos audiovisuales que se dan en el mundo, cada vez, más interconectado.

El tiempo no se detiene y el avance de la tecnología es imparable. Por lo anterior, la información debe adaptarse a las necesidades de las personas que buscan mejores e innovadoras formas de acceder a la información. La llegada de los Smartphone (teléfonos inteligentes) y sus constantes mejoras en cuanto a rapidez, diseño e innovación, lograron que un celular no solo prestara el servicio de telefonía inalámbrica sino que le agregaron la posibilidad de captar fotos y videos, almacenar y reenviar imágenes, tener acceso a páginas y aplicaciones en internet y así se logró inmediatez en todo tipo de información.

Con todos estos avances, entre otros, el uso de celulares aumentó vertiginosamente y lo seguirá haciendo a nivel mundial, pues los individuos tienen la necesidad de contar con un dispositivo móvil. Así lo reveló Cisco, uno de los principales fabricantes de equipos de redes, en su informe “Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2017–2022”, donde informa que durante los próximos cinco años habrán, aproximadamente, 5.500 millones de celulares más, en el mundo.

El documento presenta las siete acciones posibles que se identificaron a la hora de estudiar el crecimiento de los datos móviles (CISCO, 2019):

1. Evolución hacia dispositivos móviles más inteligentes.
2. Definición de avances de red celular: proyecciones 2G, 3G, 4G y 5G.
3. Medición de la adopción de tecnología móvil: M2M y dispositivos portátiles emergentes.
4. Análisis del rol creciente y la cobertura de Wi-Fi.

5. Identificación de nuevas aplicaciones móviles y requisitos.
6. Comparación de mejoras en la velocidad de la red móvil.
7. Revisión de precios por niveles: datos ilimitados y planes compartidos.

Los flujos de datos y el aumento de aparatos tecnológicos, apuntan a que internet llegó para quedarse, y con ello, se desarrollaron gran número de aplicaciones que hicieron que cada vez, los celulares sean más completos y eficaces al momento de comunicarnos, ya sea por la tradicional llamada y mensaje de texto, o gracias a las nuevas tecnologías que brindan aplicaciones como Whatsapp, Facebook, Twitter e Instagram, que llegaron para abrir el espectro de comunicaciones a los seres humanos. Todos estos cambios hicieron que incluso, los medios tradicionales, bajo su figura de informativos, se adaptaran y empezaran a utilizar las nuevas herramientas que conlleva la llamada cuarta revolución industrial.

La era digital continúa en permanente progreso y es así como el informe de Cisco presenta, en su quinta acción “Identificación de nuevas aplicaciones móviles y requisitos”, que son los videos móviles los que cuentan con tasas de bits más altas que cualquier otro tipo de contenido, y por eso, generarán gran parte del crecimiento del tráfico móvil, hasta 2022. Además, evidencia que “el uso de video tiene horario de máxima audiencia, pues demuestra que las personas ven continuamente videos en las horas de la noche y eso hace que se genere una “hora pico” lo que no suceda con páginas que se pueden ver durante el día”. El estudio concluye que “el video móvil crecerá a un 55% entre 2017 y 2022, mientras que el promedio del tráfico móvil en general, será del 46% (CISCO, 2019)”.

Las visitas a videos en internet han tomado el poder porque desde 2012, el video móvil representó más de la mitad del tráfico global de datos móviles. Todo esto condujo a las nuevas formas de generar contenidos, de tal manera que fueran más amables a la hora de llegar a la audiencia, de forma directa y concisa. En Colombia, existen varios medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) que replican el contenido de sus noticieros en las diferentes redes sociales, pero no existe alguno que establezca su agenda de acuerdo a las necesidades de una aplicación como Instagram, que permite inmediatez y precisión a la hora de comunicar la noticia, de forma contundente.

Dada la gran demanda de información de los medios y la urgencia por emitir noticias que lleguen de primera mano a la audiencia, de manera oportuna, es necesario la creación de un perfil de Instagram, que funcione como un noticiero digital y permita conocer las noticias de coyuntura,

día a día, para que los colombianos se acerquen cada vez más a la realidad de su país y del mundo. Mediante la elaboración de un video de un minuto de duración, es posible presentar información de manera concisa y clara, buscando llegar a nuestro target específico, ya que, actualmente, según sus estadísticas, Instagram tiene más de un billón de usuarios activos (INSTAGRAM, 2019).

Es significativo, porque en Colombia, el consumo de redes sociales y de internet, ha aumentado considerablemente, como se presenta en el análisis realizado por Raúl Katz, “El ecosistema y la economía digital en América Latina”, quien sustenta, que entre 2006 y 2013, la evolución de usuarios en internet, del país, fue del 44%, según la fuente de la CEPAL, con datos de UIT, World Telecommunications Indicators Database, 2014 (KATZ, 2015).

Con tal crecimiento de usuarios a nivel nacional e internacional, resulta importante desarrollar el noticiero de forma innovadora de tal manera, que genere gran alcance con altos indicadores de calidad. Hoy, las personas esperan que se brinde información de manera innovadora, con enfoque en la calidad, veracidad y precisión, pues debido al mal uso de los avances tecnológicos, falta de ética periodística, regulación gubernamental y autorregulación, se han desarrollado las llamadas “fake news”, que son noticias falsas, emitidas por cualquier persona, que no son hechas bajo las premisas de objetividad y verdad.

Por este motivo, en noviembre de 2018, bajo la iniciativa Digital Media Latam WAN IFRA y la Asociación Colombiana de Medios de Información (ami), se presentaron las tendencias sobre la transformación digital en el periodismo y los retos a la hora de entregar información de calidad, en los medios colombianos. Reconocidos líderes del periodismo a nivel nacional e internacional que participaron en el evento sobre transformación digital, recalcaron en la importancia de generar contenidos amables y veraces, así como el valor agregado que resulta apuntar a la creatividad, para que se produzca cercanía con la audiencia.

De acuerdo a Raju Narisetti, desde su experiencia como CEO de Gizmodo Media Group, y quien también se desempeñó como periodista en medios reconocidos como The Wall Street Journal y The Washington Post, la idea se basa en “hacer del periodismo tradicional un nuevo fenómeno, que se convierta en entretenimiento como ingreso de alto valor”. Todo esto, teniendo clara la importancia en la precisión y calidad de la información para llegar de manera directa y más amable, a nuestra audiencia.

Hoy, contamos con herramientas en las redes sociales que nos permiten conocer las cifras y realizar una medición precisa de nuestras publicaciones, para de esa manera llegar, directamente, a nuestro público objetivo. Los datos son insumos esenciales, necesarios para conocer los perfiles, gustos y criterios de la audiencia y determinar las dinámicas de llegada de nuevos usuarios, que consumen el contenido.

Beth Díaz, vicepresidenta de Desarrollo de Audiencias y Analíticas de The Washington Post, afirma que “la data es clave para implementar una transformación real, a nivel digital” (WAN IFRA, 2018). Es una manera directa de llegar a las personas, conocerlas y poder determinar qué noticias les resultan más atractivas o son más vistas por nuestro público objetivo, y así mismo, lograr un crecimiento diario de usuarios, que nos consolide como un medio líder en la era digital.

3. Objetivos del proyecto

1. Crear un noticiero digital informativo en Instagram: para lograrlo, como objetivo específico, se proponen las siguientes áreas:
 - a. Actualidad nacional
 - b. Actualidad internacional
 - c. Actualidad deportiva
 - d. Actualidad de entretenimiento

4. En qué consiste el proyecto

La idea es diseñar un noticiero digital en Instagram, que tenga tres emisiones: una en la mañana (7:00 am), mediodía (12:00 pm) y en la noche (7:00 pm) de lunes a viernes, y los fines de semana se realizarán dos emisiones que serán mediodía (12:00 pm) y en la noche (7:00 pm). Los videos tendrán una duración de un minuto que es el tiempo que permite esa red social y mostrará las noticias más importantes del día, noticias generales, internacionales, deportes y entretenimiento. Si hay noticias muy importantes y de alto impacto, que requieran más cubrimiento, se harán en solo un video y se publicarán junto a la información adicional. De esta manera, se publicarían fotos o noticias en video de actualización, si se requiere, como en los casos de noticias de "última hora" o avances noticiosos.

5. Temas de interés periodístico que desarrollará el proyecto

El noticiero digital presentará los temas de actualidad, hechos y actividades de interés general que aporten al conocimiento de la realidad del país y del mundo, por eso se cubrirán las siguientes fuentes informativas:

- *Bogotá
- *Colombia
- *Internacional
- *Política
- *Justicia
- *Economía
- *Deportes
- *Tecnología
- *Entretenimiento

6. Plataformas del proyecto (impreso, digital, Tv, radio)

La plataforma principal del proyecto será el perfil de Instagram. Adicionalmente, y teniendo en cuenta que ésta red social permite compartir contenido a Facebook y Twitter, se publicará también en estas redes.

7. Estructura editorial del proyecto: equipo humano y flujos de trabajo

Se contará con un equipo conformado por una presentadora, editor general, productor periodístico, grupo de cuatro periodistas que completarán el cuerpo editorial del proyecto, un camarógrafo, editor y un community manager.

Periodista Presentadora	Periodista con conocimientos de agenda informativa a nivel nacional e internacional. Sus principales responsabilidades serán la presentación del noticiero digital y realizar entrevistas a personajes de la coyuntura del país. Llevar a cabo cubrimiento de actividades o eventos que requieran mayor participación del noticiero.
	El editor general de contenidos será el responsable de corregir, proponer y jerarquizar el contenido de las noticias, será un mediador

Editor General	constante entre cada uno de los reporteros para elaborar un producto de calidad, inmediatez y confiabilidad. Tendrá en cuenta las noticias del día a día y la relevancia de los temas a la hora de seleccionar y presentar las noticias a la audiencia.
Productor Periodístico	Será el responsable de la organización del recurso humano y técnico necesario para lograr entrevistas con personajes de actualidad nacional y fuentes para elaborar un buen material periodístico.
Periodista Judicial	<p>Periodista del área judicial con énfasis en investigación de noticias e historias judiciales, procesos penales, fomento de relaciones públicas con abogados, jueces, fiscales, y procuradores para la realización de crónicas y reportajes.</p> <p>Además, será el encargado de hacer seguimiento a procesos de interés general, realizar entrevistas a las partes implicadas en los procesos o a jueces, en caso de ser necesario. Hablará con los Consejeros de Estado sobre los procesos que puedan afectar a la comunidad en general. Estará pendiente los días lunes, miércoles y viernes de la salida de los procesos, para contar con información actualizada.</p>
Periodista Político	Periodista con conocimiento en temas políticos y actualidad del gobierno nacional, deberá conocer el funcionamiento de los diferentes órganos gubernamentales. Tendrá la responsabilidad de cubrir Congreso, Presidencia, Cancillería o Ministerio del Interior, para elaborar las noticias.
Periodista Deportivo	Será el encargado de cubrir todos los temas deportivos y competitivos, a nivel nacional e internacional. Es el responsable de reportar los hechos noticiosos de todos los eventos deportivos en las que se representen a nuestro país. Adicionalmente, estará pendiente del desempeño de los deportistas colombianos que prestan sus servicios profesionales, en los clubes internacionales.

Periodista Entretenimiento y Cultura	El periodista de cultura y entretenimiento será el responsable de generar las noticias de interés general en esa fuente, apoyando los eventos de lanzamientos importantes, estrenos de cine, producciones importantes del talento nacional. También, se enfocará en las noticias relevantes a nivel mundial como reconocimientos y premios de la academia, festivales, etc.
Camarógrafo	El camarógrafo será el encargado de grabar todo el contenido de video para el noticiero, las emisiones, las entrevistas que se realicen a profundidad y los eventos importantes que requieran cubrimientos.
Editor de video	Estará encargado de editar el material audiovisual para el noticiero, debe contar con gran experiencia en edición de video y fotografía, y manejo de programas de la suite de Adobe.
Community Manager	Periodista encargado del direccionamiento de estrategias 360° en redes sociales y posicionamiento SEO (Search Engine Optimization). Será el responsable del manejo de redes sociales, estrategias de marketing digital en el Social Media, redacción de contenidos digitales y manejo de pautas con Google Ads, Instagram Ads y Facebook Ads.

8. Desarrollo editorial del proyecto: formatos de contenido en los que se trabajará el tema editorial

Noticias diarias con los últimos acontecimientos del país y del mundo, análisis de expertos sobre los temas de trascendencia nacional e internacional, informes especiales sobre determinados temas que sean importantes para el país.

9. Planeación de temarios: por periodicidad, por temas relevantes en calendario y temas de agenda fría

El noticiero digital será actualizado diariamente con tres videos principales que corresponden a las tres emisiones: una en la mañana (7:00 am), mediodía (12:00 pm) y en la noche (7:00 pm) de lunes a viernes, y los fines de semana se realizaran dos emisiones mediodía (12:00 pm) y en la noche (7:00 pm). Además, las noticias de última hora se publicarán el día y hora que se requiera. Al ser un medio de comunicación se tendrán en cuenta todos los órganos gubernamentales, ministerios, instituciones del estado y entidades que despierten el interés de la opinión pública.

Calendario temas relevantes:

Enero	Empleabilidad año vigente, aumento de impuestos, alza de en vivienda, educación y canasta familiar, temporada de vacaciones.
	Reuniones de disputa comercial, cambio internacional.
	Rally Dakar; Abierto de Australia (Melbourne); patinaje artístico: campeonatos de Europa en Minsk (Bielorrusia); Rali de Montecarlo; primera prueba del campeonato del mundo de ralis.
	Festival de Negros y Blancos (Pasto, Nariño).
Febrero	Impuesto de renta y complementario, sobretasa y anticipo a la sobretasa, lluvias en el país, cupos para colegios, regreso a clases.
	Exportaciones de rosas y Cumbres internacionales.
	Champions League; Torneo ATP; Super Bowl; vuelta de los dieciseisavos de final de la Europa League; campeonatos del mundo de snowboarding en Whistler (Canadá); Mundiales en pista en Pruszkow (Polonia).
	Premios Óscar (Los Ángeles; California, E.U.); Carnaval de Barranquilla; Festival Internacional de Cine de Berlín (Alemania).
	Justicia en Colombia, día de la mujer, declaración de renta, Impuesto CREE
	Reuniones Consejo de Seguridad de la ONU.

Marzo	Atletismo: campeonatos de Europa bajo techo en Glasgow (Escocia); Tenis: primer Masters 1000 de la temporada en Indiana Wells (California, E.U.); Fútbol: Liga de Campeones: ida de octavos de final de la Europa League; MotoGP: Gran Premio de Catar (Circuito Internacional de Losail); Ciclismo: París-Niza; Automovilismo/Fórmula 1.
	Carnaval de Barranquilla; conciertos, cine, Festival de Cine SXSW (Al sur por la suroeste, Austin, Texas, E.U.).
Abril	Derechos fundamentales, niñez en Colombia, fenómeno del Niño, denuncia del maltrato infantil.
	Cumbre de las Américas (Lima, Perú).
	Ciclismo: Tour de Flandes (Bélgica); Fútbol: ida de los cuartos de final de la Liga de Campeones, Europa League; Baloncesto/NBA; Automovilismo/Fórmula 1; Tenis: Masters 1000 de Montecarlo; Motociclismo/EWC: 24 Horas de Le Mans (Francia).
	Festival de Música Vallenata; cine, conciertos, ferias de diseño, Festival de Cine de TriBeCa (New York, E.U.).
Mayo	Derechos fundamentales, día de la madre, exportaciones, cifras de empleabilidad de mujeres, maltrato doméstico.
	Parlamento español, Cumbre mundial a favor de la infancia.
	Europa League; Liga de Campeones; Premier League inglesa; Atletismo/Liga de Diamante; Tenis: Masters 1000 de Madrid (España); Ciclismo: Giro de Italia; Auto/Fórmula 1: Gran Premio de España; Gran Premio de Mónaco; Básquetbol/NBA.
	Cine, conciertos, ferias de diseño, festival de Cannes (Francia).
	Tutelas, contratos laborales, aprendizaje, nuevas tecnologías.,

Junio	Migración internacional, cumbres, reuniones internacionales.
	Fútbol: elección del presidente de la FIFA; Automovilismo Fórmula 1: Gran Premio de Canadá; Tiro con arco: Mundial en 's-Hertogenbosch (Bolduque, Países Bajos); Copa América en Brasil; Gold Cup en Estados Unidos; Automovilismo/WEC: 24 Horas de Le Mans (Francia).
	Cine, conciertos, ferias de diseño, vacaciones, cuidados.
Julio	Vacaciones, renta, pago de impuesto a vehículos, temas de salud, contratos, cómo van las leyes en Colombia.
	Comisión Europea, cumbres mundiales.
	Tenis: Wimbledon (Londres); Fútbol: Copa Libertadores; Ciclismo: Tour de Francia; Gran Premio de Gran Bretaña, Juegos Panamericanos en Lima (Perú).
	Cine, conciertos, ferias de diseño, Festival de Cine de Taormina (Italia).
Agosto	Festival de verano, empleo en el país, lluvias en el país.
	Política exterior, Cumbre Asean (Asociación de Naciones del Sudeste de Asia); Naciones Unidas.
	Fórmula 1: Gran Premio de Budapest (Hungría); Tenis: Masters 1000 de Montreal (Canadá); Atletismo/Liga de Diamante reunión de París (Francia); Ciclismo: Vuelta a España.
	Feria de las Flores en Medellín (Colombia), cine, conciertos, ferias de diseño, Festival Internacional de Cine, MIFF de Melbourne (Australia).
	Bienes y servicios, cobros entidades financieras, créditos, clonación de tarjetas, ciberseguridad
	ONU, Consejo de Seguridad, Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Clima.

Septiembre	Boxeo amateur: Copa del mundo masculina en Sochi,(Rusia); Fórmula 1:Gran Premio de Bélgica; Copa Sudamericana de fútbol; Copa Libertadores; Fórmula 1: Gran Premio de Sochi (Rusia).
	Amor y amistad, cine, conciertos, lanzamientos, Festival Internacional de Cine de Italia; TIFF en Toronto (Canadá).
Octubre	Elecciones Regionales de 2019 en Colombia; seguridad ciudadana, denuncias.
	OTAN, Cumbre europea; Día Mundial de la Alimentación; Premios Nobel en Estocolmo (Suecia).
	Rally de Gran Bretaña; Masters 1000 de Shanghái (China); Fórmula 1: Gran Premio de Japón (Suzuka); Masters 1000 de París Bercy.
	Halloween, lanzamientos, festivales, cine y conciertos.
Noviembre	Derecho de familia, arriendos, Cumbre del Desarrollo Sostenible.
	OEA, Cumbre G20, relaciones exteriores, Pacto Nuclear, Amnistía Internacional, derechos humanos.
	Gran Premio de Estados Unidos (Austin, Texas, E.U.); Final de la Copa Sudamericana en Lima (Perú); Tenis: Masters de Londres (Inglaterra); MotoGP: Fórmula 1 :Gran Premio de Valencia (España); última prueba del Campeonato del mundo; Primera edición de la fase final de la Copa Davis.
	Festivales, cine y conciertos.
Diciembre	Salario mínimo, fechas navideñas, seguridad ciudadana, vacaciones, cierres de año, prevenciones por pólvora, cierre de empleabilidad.
	Cierre 2019 y festividades, acuerdo migratorio, día de los migrantes, comercio exterior y exportación.
	Fórmula 1: Gran Premio de Abu Dabi (Emiratos Árabes Unidos)

	Celebraciones navideñas, novenas, conciertos y cine.
--	--

10. Audiencia del proyecto, público interesado

El proyecto está dirigido principalmente a jóvenes de 18 a 34 años de edad, quienes son los usuarios más activos en Instagram. Adicionalmente, el perfil está abierto a todas las personas que estén interesadas en conocer de manera breve, concisa y mediante lenguaje visual, en un minuto, las noticias de la actualidad informativa.

11. Ideas para la divulgación y mercadeo del proyecto

La divulgación del proyecto se hará mediante al pago de pauta en las redes sociales, principalmente en Instagram, seguido de Twitter y Facebook.

12. Posibilidad de aliados como otros medios, empresas, ONGS, o instituciones públicas en el proyecto y cuál sería el aporte de estos socios

Aliados estratégicos:

Entidades del gobierno: para la difusión de información de primera fuente, que llegue directamente, a los jóvenes del país.

Productora Semana: para la construcción de contenido multimedia alterno como trabajos periodísticos que requieran mutua colaboración en cuanto a producción y línea editorial.

Otras entidades estatales que necesiten actualización en algún tema específico: se les entregarán opciones de seminarios o publicaciones, en informes especiales (sin dejar de ser fieles a nuestra línea editorial).

13. Periodicidad del proyecto

El noticiero digital tendrá tres emisiones diarias de lunes a viernes; una en la mañana (7:00 am), mediodía (12:00 pm) y en la noche (7:00 pm), y contara con la emisión del mediodía y la noche los fines de semana. Si se generan noticias que requieran más cubrimiento, se harán en un video y se publicarán, con toda la información adicional. También se publicarán fotos o noticias en video de actualización, si se requiere de información generada de "última hora", extras o avances noticiosos.

14. Benchmarking, casos de competencia

“JK Plus”, medio mexicano que funciona únicamente por redes sociales. “El Regional” está presente en San Gil y el sur de Santander y “Direto de Londres” que es un medio independiente que funciona en la capital británica pero presenta sus noticias en portugués. Los dos funcionan a través de Facebook.

15. Fuentes de financiación: cómo lograr obtener ingresos vía patrocinios, pauta, crowdfunding, suscripción, venta del producto en sí

Con el auge de las redes sociales y el uso de estas como medio de publicidad y mediante influenciadores digitales, Instagram se desarrolló como una aplicación que permite perfiles de negocio. Por esta razón, al ser un medio líder en la plataforma y con alto flujo de seguidores, es viable que las marcas del país quieran pautar con nosotros pues estamos en capacidad de medir el porcentaje de nuestro usuarios y estratificarlos por edad, género, ciudades y países, para así mostrar métricas reales, a nuestros clientes. Todo esto permite conocer nuestra audiencia y así mismo tener las métricas que permiten vender pauta a marcas que estén enfocadas en públicos segmentados.

Además, el noticiero digital podrá contar con medios de financiación alternos como el apoyo de medios tradicionales, becas para proyectos en redes sociales y reconocimientos el concursos de transformación digital que realizan medios como KienyKe. Finalmente, el apoyo de Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de iNNpulsa Colombia como entes de trabajo que buscan fomentar la innovación y emprendimiento en el país en temas de tecnología siguiendo la línea de ruta encaminada a la transformación digital.

16. Presupuesto del proyecto para iniciar y costos mensuales (costo del desarrollo de la plataforma, salarios, instalaciones, equipos)

N°	Descripción	Costo mes	Costo año
1	Presentador	\$ 4.000.000	\$ 48.000.000
2	Editor General	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000

N°	Descripción	Costo mes	Costo año
3	Productor Periodístico	\$ 2.600.000	\$ 31.200.000
4	Periodista # 1	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000
5	Periodista # 2	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000
6	Camarógrafo	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
7	Editor de video	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
8	Computador (5 unidades)	\$ 0	\$ 7.500.000
9	Impresora (2 unidades)	\$ 0	\$ 1.200.000
10	Elementos y papelería	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
11	Teléfono fijo (8 líneas)	\$ 0	\$ 500.000
12	Red y teléfono	\$ 100.000	\$ 1.200.000
13	Energía eléctrica	\$ 150.000	\$ 1.800.000
14	Agua	\$ 150.000	\$ 1.800.000
15	Arriendo oficina	\$ 2.200.000	\$ 26.400.000
16	Pauta emisoras	\$18.000.000	\$ 18.000.000

N°	Descripción	Costo mes	Costo año
17	Pauta Instagram	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
	TOTAL	\$49.750.000	\$306.600.000

17. Visión del proyecto a 1 y 5 años

Consolidarnos como la primera y única plataforma informativa digital del país, para enfrentar con profesionalismo, la revolución digital a la que Colombia debe responder para hacer frente a la llegada de nuevas tecnologías y herramientas de difusión informativa. Lograremos ser el medio informativo más consultado; ser la primera opción que tengan en la memoria las personas, a la hora de conocer la actualidad del país y del mundo, de forma eficaz, confiable, concisa y breve. Finalmente, llegar con mayor precisión a la franja de personas jóvenes, a quienes generaremos interés por saber y mantenerse informados de la realidad de Colombia y del mundo, de una manera diferente e inmediata, hasta lograr contar con más de 500 mil seguidores.

18. Decálogo de ética del proyecto

- No aceptar alianzas con partidos políticos.
- No replicar información falsa o sin antes haber sido confirmada.
- Compromiso total con el lenguaje y respeto por la palabra: en este sentido, excelentes redacción y ortografía serán un compromiso permanente.
- No aceptar publicidad de firmas que estén en entredicho.
- Compromiso permanente en enfoque de género, para privilegiar información que destaque el valor y realizaciones de la mujer.
- Buscar y cotejar información verídica, que sirva para dar respuesta a las necesidades de la audiencia.
- Actuar de acuerdo a las necesidades de las personas, por lo tanto, respetar el derecho a la información e intimidad y no hacer uso de ella para publicarla con fines de beneficio personal.
- En cada publicación que se realice, respetar la integridad y buen nombre de las personas.
- Actuar con profesionalismo, ética y responsabilidad en el tratamiento de la noticia y los temas que son objeto del noticiero digital.

- Inculcar el respeto por los derechos humanos y la igualdad de las personas.
- Respetar la confidencialidad y el manejo de fuentes. de forma responsable.

19. Look and Feel

Logo del noticiero



Perfil de Instagram

Las personas interesadas en ver nuestras emisiones pueden seguirnos en nuestro perfil:
[@tunotidigital](#)



REFERENCIAS

- ami (Asociación Colombiana de Medios de Información). (2018). Evolución e innovación, mayo 2017 – mayo 2018. Página 4. Recuperado de <https://ami.org.co/wp-content/uploads/2018/05/Informe-AMI-Mayo-23.pdf>
- CISCO. (2019). Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2017–2022”. Páginas 2 y 3. Recuperado de https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white-paper-c11-738429.html#_Toc953328 .
- INSTAGRAM. (2019). Estadísticas de Instagram. Página 4. Recuperado de <https://instagram-press.com/our-story/>
- Katz, R. (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina. Página 4. Recuperado de https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/430/
- WAN IFRA. (2018). Creatividad y cercanía con las audiencias: retos y posibilidades para que medios diversifiquen ingresos según Raju Narisetti. Página 5. Recuperado de <https://blog.wan-ifra.org/2018/11/15/creatividad-y-cercania-con-las-audiencias-retos-y-posibilidades-para-que-medios-diversifi>