

**Proyecto de emprendimiento periodístico web como requisito de grado dentro de la Maestría en Periodismo cursada en la Universidad del Rosario, Bogotá (Colombia).**

# **EN CONTRASTE**

**Estudiantes: John Jairo Posse Carrero –  
Carlos Andrés Díaz Vidal.**

**Diciembre de 2017, Bogotá (Colombia).**

---

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **1. OBJETIVOS**

- 1.1 Objetivo General
- 1.2 Objetivos Específico

### **2. IDEA DEL MEDIO O PRODUCTO**

### **3. ESTRUCTURA EDITORIAL INICIAL**

#### **3.1 Funciones**

- 3.1.1 Community Manager
- 3.1.2 Unidad Editorial
  - 3.1.2.1 Editores Periodísticos
- 3.1.3 Unidad de desarrollo gráfico
  - 3.1.3.1 Camarógrafo
  - 3.1.3.2 Editor Audiovisual

### **4. CRONOGRAMA DE TRABAJO**

- 4.1 Desarrollo editorial del proyecto
- 4.2 Periodicidad
- 4.3 Guion del video de muestra

### **5. CONEXIÓN CON LA AUDIENCIA Y REDES SOCIALES**

### **6. ESTUDIO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA EL PÚBLICO OBJETIVO Y LA COMPETENCIA (PLAN DE NEGOCIO)**

- 6.1 Misión
- 6.2 Visión
- 6.3 Análisis FODA
  - 6.3.1 Fortalezas
  - 6.3.2 Oportunidades
  - 6.3.3 Debilidades
- 6.4 Público objetivo o audiencia
- 6.5 Divulgación y mercadeo
- 6.6 Alianzas estratégicas o patrocinio
- 6.7 Presupuesto

### **7. INFORME DE INVESTIGACIÓN.**

## **1. OBJETIVOS**

### **1.1 OBJETIVO GENERAL**

Crear un emprendimiento periodístico web, que refleje de forma audiovisual y periodística, realidades colombianas a partir del contraste, es decir, desde dos perspectivas transversalmente distintas.

### **1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

**1.2.1** Reflejar problemáticas y realidades sociales de manera audiovisualmente atractiva.

**1.2.2** Promover la reflexión en la comunidad internauta sobre temas álgidos e importantes en el futuro de la sociedad colombiana.

**1.2.3** Aportarle a la comunidad de Youtube, productos de calidad audiovisual y periodística, con un porcentaje importante de responsabilidad social.

## 2. IDEA DEL MEDIO O PRODUCTO

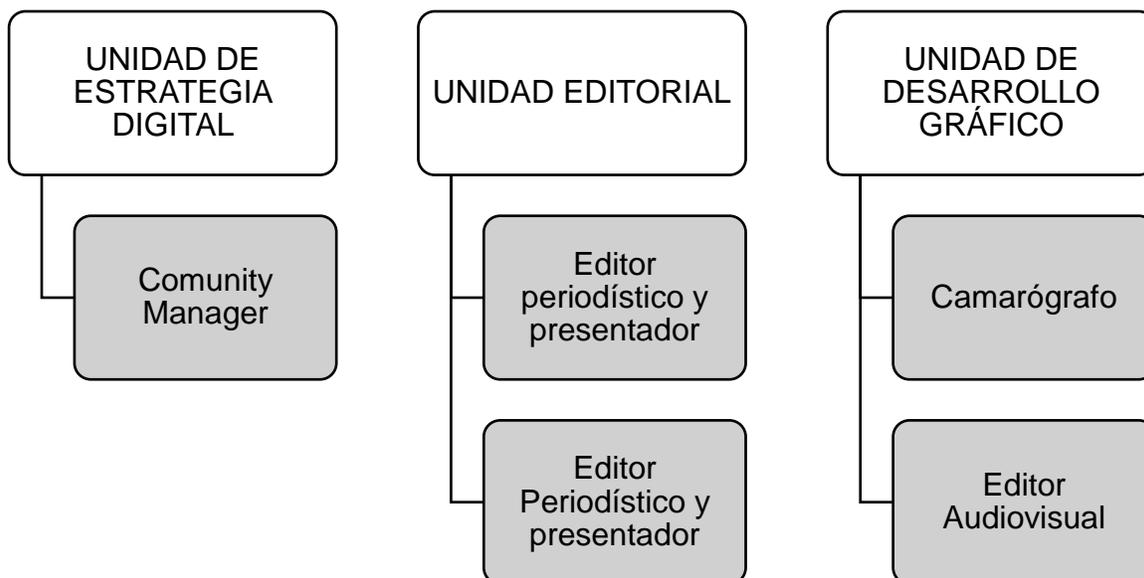
El emprendimiento periodístico consiste en un canal dentro de la plataforma web Youtube, llamado EN CONTRASTE, que generará contenidos audiovisuales, reflejando las realidades colombianas a través de los contrastes como línea periodística. En este orden de ideas, se escogerán periódicamente temas diversos y se reflejarán siempre desde dos perspectivas distintas que evidencien los extremos de la temática.

Por ejemplo, nuestro piloto o video de muestra, desarrolló el tema de las bebidas alcohólicas desde dos extremos. En primer lugar, acompañamos en su labor a unos emprendedores que conformaron la empresa “Roulette”, que ofrece diversión alrededor de las bebidas alcohólicas, llevando la fiesta a niveles extremos. Por otro lado, visitamos una organización de alcohólicos anónimos que precisamente trabaja en la rehabilitación de personas que han llegado al límite en el consumo del alcohol.

De esta forma, logramos evidenciar en videos cortos y con calidad audiovisual los extremos de la temática escogida y por ende generar reflexión en los consumidores del producto sobre la misma.

De cada uno de los videos, circularán pequeños “trailers” en las distintas redes sociales de CONTRASTE. Además, teniendo en cuenta que la intención del medio no es llegar a conclusiones únicas sobre el tema escogido sino dotar al consumidor de las herramientas necesarias para concluir según su razonamiento, se facilitarán los links de las entidades con las que se trabajó en el video o instituciones con información técnicamente comprobada sobre la temática desarrollada.

### 3. ESTRUCTURA EDITORIAL INICIAL



#### 3.1 FUNCIONES

##### 3.1.1 UNIDAD DE ESTRATEGIA DIGITAL

**3.1.1.1 Community Manager:** Tendrá a su cargo la implementación de estrategias de reputación online; medirá y analizará indicadores, interactuará con los consumidores tanto en Youtube como en las distintas redes sociales de EN CONTRASTE, como Facebook, Twitter e Instagram. Tendrá funciones adicionales de posicionamiento SEO.

##### 3.1.2 UNIDAD EDITORIAL

**3.1.2.1 Editores periodísticos:** Los dos editores tendrán las mismas funciones que consistirán en: selección de temas periódicamente atractivos que reflejen una realidad colombiana y realizar los enlaces con las entidades necesarias para esa reportería, llevar a cabo las grabaciones en terreno, dirigir el trabajo de edición audiovisual. Al ser siempre dos extremos dentro del producto periodístico, cada uno de los editores se encargará de una de las

perspectivas dentro de la historia y de la presentación de las introducciones y cierres de cada uno de los videos.

### **3.1.3 UNIDAD DE DESARROLLO GRÁFICO**

**3.1.3.1 Camarógrafo:** Será el encargado de realizar cada una de las grabaciones necesarias para el producto audiovisual.

**3.1.3.2 Editor Audiovisual:** Tendrá bajo su responsabilidad la edición técnica de cada uno de los videos, conforme a la línea periodística de CONTRASTE; desde la introducción hasta las grabaciones de cierre.

## 4. CRONOGRAMA DE TRABAJO

**4.1 Desarrollo editorial del proyecto:** El contenido se reducirá a un video de corta duración, de 5 a 7 minutos, con un desarrollo audiovisual atractivo. La estructura constará de; una introducción realizada por los presentadores, el desarrollo de cada uno de los contrastes y finalmente unos datos concluyentes sobre el tema, ofrecidos igualmente por los presentadores.

**4.2 Periodicidad:** Los videos serán publicados inicialmente de manera quincenal.

**4.3 Guion del video de muestra:**

CLIP	DESCRIPCIÓN	AUDIO
Cabezote predeterminado + (Presentaciones) 190 + (party) 29301	Colombia es un país de contraste	Micrófono
(Party cam2) 0307 + 0041(anónimos)	Se ve el ruedo de la fiesta vs se ve el ruedo de la oración	Ambiente
Full Valeria Montero (party) 0295 time 00:08 a 00:26 increíble	Ella se presenta y nos dice quién es y que hace	Full
( Party) 0299 atención + video clip musicalizado con los siguientes clips (party cam2) 0252 , 0253, 0260 ,0275 (0256 pero póngale algo más fuerte en ambiente 00:29 ) transición	Explica el juego	ambiente
(Anónimos) 0009 + 0010 +0011 + full 0022	Suena la campana + full mateo inicio sección + oración	Ambiente y full
(Party cam 2) 0307 + full Valeria 00:30 yo me encargo de todos los juegos menciona juegos y para tapar juegos tenemos + (party) 0301 pim pom + (party cam2)	Full y tapamos a mediada que va mencionado juegos	Full + ambiente de clip cumpleaños

0285 ruleta + pistola (party 0320) + (party cam 2) 0299 vela cumple		
Transición y Habla experto sobre el alcoholismo + Vela alcohólicos (anónimos 0014) + 0030 saluda Jaime + anónimos full0043 3:20 a 03:55	Jaime saluda + explicación alejo de que es alcohólicos y como se sostienen	Ambiente + Full
CLIP	DESCRIPCIÓN	AUDIO
(Party cam2) 0301 + Full Valeria Montero (party) 0295 time 1:47 lo que me gusta a 2:14 para tapar (party cam2) 0280 otros apoyos de (party cam) + (party cam 2) 0253 sirven trago	Plano ambiente de foto + full de por qué le gusta trabajar ahí + apoyos + transición de servida de trago a café	
clip Anónimos 0048 café + 0040 (anónimos) time 00:12 todo lo escuchado aquí es confidencial ... tras dia	Contraste del café y full de todo lo escuchado aquí	Ambiente + full
(Party) 0339 + video clip party + fullcam (anonimos) 0045 + video clip anonimos	Fullcam + video clip muizicalizado	
Full Valeria Montero (party) 0295 time 1:22 + full Alejandro (anonimos) 0023 milagro y empatar con 0029 felices 24	Full	
Cierre presentaciones 0193 o 0197	Cierre	

## 5. CONEXIÓN CON LA AUDIENCIA Y REDES SOCIALES

Dentro de la estructura editorial de CONTRASTE, se creó una unidad de estrategia digital que cuenta con un Community Manager para el manejo de cada una de las redes sociales del medio. Dentro de las estrategias de posicionamiento, una muy importante es generar una identificación y apego al medio, a través de un contacto directo con la audiencia tanto en la plataforma principal Youtube, como en las redes sociales.

Las redes sociales con las que contará el medio serán Instagram, Facebook y Twitter, con el ánimo de captar los distintos públicos de cada una de estas redes sociales. Las invitaciones o contenido escrito que circulará en estas plataformas acompañando al *tráiler* del video principal, será adecuado al perfil de los usuarios de cada una de las redes. En Twitter, se tratará de publicar una reflexión que enganche e incite a consumir el contenido. Tanto en Facebook como en Instagram, se tratará de ser muy visual y concentrar la atención en el *tráiler*.

## **6. ESTUDIO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA EL PÚBLICO OBJETIVO Y LA COMPETENCIA (PLAN DE NEGOCIO).**

**6.1 Misión:** EN CONTRASTE pretende aportarle contenido de calidad a la plataforma Youtube, con el ánimo de generar reflexiones en la comunidad web alrededor de las realidades colombiana.

**6.2 Visión:** EN CONTRASTE pretende consolidar una audiencia amplia, teniendo un vínculo suficiente con la misma para el consumo constante del medio, posicionándose dentro de los mejores canales de este estilo en Youtube.

### **6.3 Análisis FODA:**

#### **6.3.1 Fortalezas:**

- La calidad del video en comparación con la mayoría de contenido que circula en Youtube.
- La naturalidad y profesionalismo de sus presentadores.
- El contenidos temático, teniendo en cuenta que al ser realidades del día a día, genera un factor de identificación importante que redundará en un vínculo con el medio.

**6.3.2 Oportunidades:** EN CONTRASTE pretender aprovechar este momento de gran auge y consumo en Youtube para ganar un público fiable y con la intención de consumir productos bien realizados. Así mismo, vemos con oportunidad, la gran audiencia joven dentro de la plataforma, que constituye gran parte del nicho al que le estamos apuntando.

**6.3.3 Debilidades:** EN CONTRASTE es un medio que llega a la web con audiencia cero, es decir, no ha estado presente en ninguna red social alterna que permite conducir esa audiencia a Youtube. Es ahí donde está el más grande reto del medio; en conseguir audiencia paulatinamente y de la manera más rápida posible para crear una lista de seguidores cada día más sólida.

**6.3.4 Amenazas:** Cada vez más canales y alternativas periodísticas se animan a hacer presencia en Youtube con un lenguaje alternativo, es por eso que EN CONTRASTE debe mantener en el tiempo la calidad y criterio periodístico que le permita competir con herramientas y grandes posibilidades de éxito.

**6.4 Público objetivo o audiencia:** EN CONTRASTE está dirigido a un público de mujeres y hombres colombianos entre los 15 y 35 años principalmente, de todos los estratos socioeconómicos, de gustos alternativos y modernos, comprendiendo tanto estudiantes de educación básica y media, universitarios y profesionales jóvenes con la intención de reflexionar sobre temas de la realidad nacional, de una forma amena y jovial pero a su vez, con calidad periodística.

## 6.5 Divulgación y mercadeo

La divulgación y mercadeo del canal, se concentrará en las redes sociales como Facebook e Instagram, en donde se insertarán los *tráilers* de cada capítulo de manera atractiva, que permita conducir al navegante hacia el canal de Youtube.

Así mismo, colaboraciones con influencers dentro de algunos capítulos, con el objetivo de ganar cada vez más audiencia joven que es el nicho que mayor consumo hace de la plataforma.

**Lanzamiento:** Se realizará un cocktail, que contará con invitados que ejerzan gran influencia en la web y algunos medios alternativos y culturales que recomienden la visita al canal.

## 6.6 Alianzas estratégicas o patrocinios

Se pretende con cada capítulo realizar alianzas con un patrocinador con afinidad al tema abordado, ya sea del sector privado o público, con el ánimo de monetizar el producto.

Por ejemplo, en el caso de la temática del alcohol, sería viable una alianza con una empresa de licor, con el mismo emprendimiento que se evidenció en el video o con una entidad pública que intervenga en las políticas públicas para disminuir la adicción. En los dos escenarios, se buscaría de manera sutil, darle visibilidad al

patrocinador sin que el internauta sienta que es un producto de determinada marca o entidad.

### 6.7 Presupuesto:

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>HONORARIOS POR CAPÍTULO TERMINADO</b>	<b>TIPO DE CONTRATO</b>
<b>Editor periodístico y presentador</b>	2	\$800.000,00	De obra o labor
<b>Editor Audiovisual</b>	1	\$150.000,00	De obra o labor
<b>Comunnity Manager</b>	1	\$300.000,00 (equivalente a las tareas de marketing por cada capítulo).	De obra o labor
<b>Camarógrafo</b>	1	\$250.000	De obra o labor
<b>TOTAL POR CAPÍTULO</b>	<b>\$1'500.000</b>		

## 7. INFORME DE INVESTIGACIÓN

### DATOS DE CONSUMO DE YOUTUBE EN COLOMBIA.

Según Google, Youtube en Colombia entre 2015 y 2016 obtuvo un crecimiento del 75%, lo que nos permite concluir que en nuestro país, los internautas tienen un interés creciente en consumir contenido audiovisual.

Además, se estima que cerca de 200.000.000 de videos en Youtube son consumidos al día en Colombia, lo que convierte a esta plataforma web en un escenario relevante para las empresas, pues según estudios de Google, el 54 % compartieron o compraron determinado producto después de mirar un video en YouTube.

*"Hay una gran oportunidad para que las grandes marcas y la pymes vean a Youtube como un espacio para conectarse con los clientes de una manera distinta y novedosa y mucho más efectiva, pues esperamos que a futuro esta plataforma evolucionará y será un lugar mucho más preponderante", afirmó Miguel Ángel Álva, director de marketing de Google para Colombia.*

Así mismo, Youtube tiene un alcance incluso mucho más fuerte en la audiencia que persigue EN CONTRASTE (rango de edad entre 15 y 35 años) que un canal de televisión.<sup>1</sup>

### CONSUMO DE YOUTUBE DEL PUBLICO OBJETIVO DE "EN CONTRASTE"<sup>2</sup>

La audiencia que persigue EN CONTRASTE (hombres y mujeres colombianos entre 15 y 35 años) tienen la mayor parte de la torta de usuarios activos de esta red social, con 8 millones.

Algunos de los temas que más preocupan a esta audiencia, son el aumento en la corrupción, el costo de la educación, la falta de oportunidades, entre otros. Es por

---

<sup>1</sup> Para realizar la investigación, Google encuestó a 1.000 hombres, 1.000 mujeres, 400 adolescentes, 800 'millennials', 800 madres, 300 padres y 300 madres.

<sup>2</sup> Fuente: Google, Colombia.

eso, que nuestro canal enfocará sus videos en estas temáticas para captar la atención de nuestro público objetivo.

Entre jóvenes y millenials, los videos existente en la web, ya cuentan con mayores porcentajes que canales como Fox y TNT, y poseen los mismos niveles de consumo que canales nacionales como RCN TV y Caracol TV.

## **CASO SIMILAR**

Uno de los casos similares al objetivo de nuestra propuesta, es el canal “Usted ya sabe quién soy yo”<sup>3</sup>, una iniciativa de Producciones Semana junto con la empresa licorera Old Parr, la cual creó un espacio que desarrollaba contenido audiovisual con temáticas que identifican a la población colombiana como el licor, obteniendo en promedio 120 mil visualizaciones por capítulo.

Esta iniciativa lograba generar contenido periodístico atractivo y de calidad, y a su vez, rentabilizarlos a través del patrocinio de una empresa privada, que con el ánimo de recibir publicidad y ejercer su responsabilidad social, financió la totalidad de las grabaciones y remuneró en un alto porcentaje a los creadores.

Tal como se explicó en acápite anterior, EN CONTRASTE, pretende suscribir alianza con un patrocinador por cada video, rentabilizando el contenido pero a su vez teniendo el capital financiero necesario para desarrollarlo con calidad y criterio periodístico.

Por lo anterior, creemos que *Youtube*, es una de las plataformas web con mayor fuerza para generar contenidos periodísticos, además de una gran oportunidad de monetizarlos y rentabilizarlos. EN CONTRASTE aprovechará las oportunidades comunicacionales y económicas de esta plataforma.

---

<sup>3</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC8vzuirTYIgiPOMcnguTZ7w>