

**CONFIGURACIÓN DE LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS DIGITALES DEL  
NORTE DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA DURANTE EL 2015**

JUAN SEBASTIÁN ARIAS PALOMÁ

YESENIA POLANÍA PASCUAS

JHOAN SEBASTIAN SALAZAR CERÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

NEIVA, HUILA 2016

**CONFIGURACIÓN DE LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS DIGITALES DEL  
NORTE DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA DURANTE EL 2015**

JUAN SEBASTIÁN ARIAS PALOMÁ

YESENIA POLANÍA PASCUAS

JHOAN SEBASTIAN SALAZAR CERÓN

**Trabajo de grado para optar al título de**  
Profesional en Comunicación Social y Periodismo

**Tutor:** ALEXANDER TRUJILLO BACA

**Coordinador Semillero de Investigación**

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
NEIVA, HUILA 2016

**Nota de aceptación**

-----  
-----  
-----

**Presidente del Jurado**

-----

**Jurado**

-----

**Jurado**

-----

**Neiva, 13 de Septiembre de 2016**

Agradecemos a todos los periodistas digitales del norte del departamento del Huila, quienes estuvieron dispuestos a brindar toda la información necesaria para la realización exitosa de esta investigación. También agradecemos a la Comunicadora Social y Periodista Edna Clarena Pinilla, quien nos acompañó en todo este proceso de aprendizaje; Finalmente, agradecemos al coordinador del semillero por la asesoría brindada.

## TABLA DE CONTENIDO

|  |           |
|--|-----------|
| RESUMEN .....  | 6         |
| INTRODUCCIÓN .....   | 7         |
| ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO .....   | 10        |
| CONCEPTUALIZACIÓN .....  | 18        |
| METODOLOGÍA .....  | 21        |
| RESULTADOS.....  | 25        |
| <b>PERCEPCIONES DE LOS PERIODISTAS CON RELACIÓN A LAS TIC .....</b>  | <b>25</b> |
| <b>FORMATOS Y NARRATIVAS UTILIZADOS POR LOS PERIODISTAS .....</b>  | <b>28</b> |
| <b>TRANSFORMACIONES DE LAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN LOS MEDIOS<br/>    Y PERIODISTAS .....</b>             | <b>32</b> |
| <b>MECANISMO DE PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN DE LOS MEDIOS DE<br/>    COMUNICACIÓN CON SUS USUARIOS. ....</b> | <b>35</b> |
| DISCUSIÓN.....   | 38        |
| <b>PERCEPCIONES DE LOS PERIODISTAS CON RELACIÓN A LAS TIC .....</b>  | <b>38</b> |
| <b>FORMATOS Y NARRATIVAS UTILIZADOS POR LOS PERIODISTAS .....</b>  | <b>39</b> |
| <b>TRANSFORMACIONES DE LAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN LOS MEDIOS<br/>    Y PERIODISTAS .....</b>             | <b>45</b> |
| <b>MECANISMO DE PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN DE LOS MEDIOS DE<br/>    COMUNICACIÓN CON SUS USUARIOS. ....</b> | <b>52</b> |
| CONCLUSIONES.....  | 56        |
| REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....  | 58        |
| ANEXOS .....   | 64        |

## RESUMEN

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han permeado distintos campos de la vida cotidiana. No obstante, en el entorno de las industrias mediáticas, el impacto ha sido más significativo, por el nivel de cambios generados en la tradicional forma de hacer periodismo. Desde la década del 90, y con más fuerza en el año 2000, Colombia es testigo de un vertiginoso proceso de cambio en la infraestructura técnica de los sistemas informativos, que van de la mano con la aparición de un nuevo modelo de crecimiento económico. En este contexto matizado por las lógicas industriales, las empresas mediáticas están experimentando cambios en su funcionamiento, rutinas periodísticas, formas de acceder a los datos, difusión y desde luego la relación con los usuarios.

Sobre el tema, es poco lo que se ha sistematizado en el departamento, y es en el norte del mismo donde se ubica este estudio, una investigación que conociendo la importancia del nuevo ecosistema digital, pretende reflexionar sobre las percepciones que los periodistas y dueños de medios periodísticos digitales tienen sobre las Tecnologías de la Comunicación y la Información, identificar las características de los medios periodísticos digitales, a partir de los formatos y narrativas usadas, caracterizar las transformaciones que las herramientas tecnológicas generan en las prácticas periodísticas de los periodistas y, describir los mecanismos de interacción y participación de los medios digitales en el norte del departamento del Huila durante el año 2015.

## INTRODUCCIÓN

La llegada de las tecnologías de la información y la comunicación al mundo ha generado cambios significativos en la práctica del periodismo. El conocimiento y el uso de las herramientas tecnológicas, la forma de narrar y de presentar los contenidos, la cercanía que se genera con el usuario; hacen parte de la importancia y facilidad de acceso a los nuevos flujos de información.

Este panorama también se evidencia en el norte del departamento del Huila, el cual comprende municipios como Neiva, Aipe, Palermo, Villavieja, Baraya, Tello, Colombia, Campoalegre, entre otros; en donde han comenzado a surgir una serie de medios digitales periodísticos, dispuestos a apostar al uso de las nuevas herramientas tecnológicas, en pro de la transformación de sus contenidos.

Es importante realizar una investigación que aparte de ampliar el panorama general de constitución de medios digitales de la región, logre indagar aspectos básicos que den cuenta de la percepción que han venido construyendo en relación al avance de las TIC en la labor periodística. Oficio en el que intervienen los actores directos que inciden en la construcción de relatos en las redacciones, como lo son los periodistas y dueños de medios.

Con la existencia de más de una docena de proyectos de periodismo digitales del norte de la región, indiscutiblemente aparecen modificaciones en los canales para hacer llegar la información a los usuarios, nuevas formas de narrar y presentar la información. Por ello

esta investigación también se ocupa de las narrativas y formatos de los medios periodísticos digitales del norte del Huila.

Para determinar cuáles han sido las transformaciones de las prácticas periodísticas en el norte del departamento del Huila es necesario partir del concepto que ofrece Pierre Bourdieu en su libro *El sentido práctico*, en donde ésta es entendida como la estructura y la orientación del tiempo, praxis que varía según la lógica de la situación y del punto de vista parcial que esta impone; de la justa relación con el objeto que es una de las condiciones más determinantes de una práctica propiamente científica de las ciencias sociales.

Para abordar los mecanismos de interacción y participación en los medios periodísticos digitales del norte del departamento del Huila, es fundamental conceptualizar y consultar los teóricos pertinentes en el caso para comprender los procesos comunicativos que se tejen entre el medio y el usuario, teniendo en cuenta que hasta el momento no se ha sistematizado nada al respecto en el departamento.

Esta investigación es de suma importancia porque ofrece un panorama general de la configuración de los medios digitales periodísticos del norte del departamento del Huila, durante el año 2015, a partir de las percepciones que tienen los periodistas en torno a las tecnologías de la información y comunicación, los formatos y narrativas que se utilizan en los diferentes medios, la evolución que han sufrido las prácticas periodísticas, y los mecanismos de participación e interacción, que están implementando los medios digitales periodísticos.

Este informe tiene como estructura central una introducción, en donde se plantea un panorama general de cada uno de los tópicos a tratar en el presente documento que ayudarán a dar respuesta a la pregunta central de la investigación, que es la configuración de los medios periodísticos digitales; adicional a esto, contará con unos antecedentes que permitan mostrar el abordaje que ha tenido cada uno de los temas a desarrollar y desde el cual se partirá; la metodología también será esencial a la hora de describir cada uno de los pasos que se tuvieron en cuenta para abordar la investigación en su totalidad.

Para finalizar, se presentan los resultados, en donde se mostrarán los hallazgos encontrados en cada apéndice de la investigación, en donde se discute y concluye los temas relevantes de estos resultados.

## ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO

Entender el ejercicio periodístico, sus dinámicas y transformaciones es uno de los retos centrales para quienes pretenden sumergirse en el conocimiento y estudio de este campo; por esto, para lograr tener un panorama general de los avances tecnológicos que han surgido en el mundo en relación con el periodismo, es importante conocer lo que han estudiado diferentes autores a nivel internacional, nacional y regional.

Las TIC han sido un elemento central a la hora de analizar los cambios y evolución del periodismo y la forma de hacerlo, autoras como Carmen María Prieto en su documento *“Impacto de las TIC en el periodismo impreso y digital”*, se centra en la capacidad que tienen los periodistas en torno a la producción, entendiéndolo como el formato o género que utilizan para los medios impresos y digitales; adicional a esto plantea la labor periodística en el proceso de producción, edición, y difusión en el medio digital con la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Prieto, 2007)

A la hora de hacer periodismo digital es fundamental conocer el papel protagónico que cumplen las redes sociales y también la cantidad de gente que tendría la posibilidad de acceder a la información que se le comparte. Para este caso particular se utilizó como referente teórico el trabajo realizado por César Viana en el 2011 *“Redes Sociales y Modelos de agencias ciudadanas de comunicación”* en donde se plantea que a pesar de que en esa fecha solo un 25% de la población mundial tenía acceso a la red mundial de ordenadores, ya se estaban consolidando diversas iniciativas de empoderamiento social a partir del uso de nuevos medios y diferentes horizontes para el periodismo ciudadano.

Ya para la fecha actual, el 49.5% de la población según las estadísticas mundiales de internet, posee acceso a la red.

Teniendo el dato de la cantidad de personas que en promedio tienen acceso a la información por medio de las redes mundiales de internet, es necesario conocer la forma como se comportan los usuarios a la hora de interactuar y participar en la internet o en redes sociales; y para tener claridad al respecto el documento que permite una buena ilustración es “ *Conversación 2.0 y democracia, análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital Italiana*” del autor Carlos Ruiz, quien hace un paneo general sobre cómo las audiencias activas adquieren protagonismo y revitalizan la conversación con su participación en los canales de los ciberdiarios a través del mecanismo más popular, los comentarios de los lectores por medio de las noticias. (Ruiz, 2010, págs. 3-6). A pesar de que este documento se rige en un marco internacional, es importante destacar la forma en que ha venido evolucionando el periodismo en relación con los usuarios en el mundo.

Adicional a esto, hay otra autora que de manera similar pretende dar cuenta acerca de cómo la noción de participación incorpora las posibilidades de publicación del usuario, pero también de influencia y su intervención en distintas fases de producción del contenido informativo; se trata de Silvia Martínez Martínez en su investigación “*La participación del usuario en los medios de información digitales*” (Martínez, 2012), Además, señala que el usuario puede convertirse en productor y a la vez difusor de contenidos a través de los espacios que el medio de comunicación brinda.

Hasta el momento, el rol periodístico que se ha definido está enmarcado en un ejercicio que no solo se dedica a producir el contenido, sino también a difundirlo, destacando y reiterando la importancia que cumplen las redes sociales tanto a la hora de la difusión como en la creación misma. Para reforzar esta teoría, la autora argentina Marta Clara Echeverría en su texto "*Periodismo Digital y redes sociales*" habla sobre las transformaciones que ha tenido el periodismo con la llegada de las tecnologías de la información y la comunicación. Por otro lado, menciona cómo el flujo de información a través de los años ha ido mejorando en los medios digitales con la llegada de herramientas como storytelling y storify. (Echeverría, 2013)

Adicional a esto, se debe recordar que son muchas las características del periodismo digital, y más allá de estas características se encuentran las nuevas formas de interacción y participación con el usuario que surgen y que antes no eran posibles en un tiempo inmediato. Para clarificar más esta afirmación es prudente reconocer el trabajo que ha desarrollado la autora británica Christine Hine en su libro "*Etnografía Virtual*", (Hine, 2000, págs. 17-45) allí da a entender el concepto de interacción como la comunicación más profunda y directa entre el medio de comunicación y su audiencia; en pocas palabras es el intercambio de diatribas entre las partes (emisor y receptor) para darle mejor visibilización o enfoque a una nota en específico a la hora de fraguar el contenido a publicar.

Esto ofrece una forma de entender el cómo funcionan las comunicaciones dentro del periodismo, sobre todo en el caso de los medios con sus audiencias; sin embargo también se hace fundamental resaltar que hay diferentes factores que se deben tener en cuenta, factores que reseña de una manera más específica el autor argentino Pablo Mancini, en su libro "*Hackear el periodismo*" en donde menciona que para medir un proyecto

online periodístico está bien seguir cuatro variables: tráfico, rentabilidad, reutilización de contenidos y productividad; (Mancini, 2011). Subcategorías que finalmente se tuvieron en cuenta a la hora de utilizar los instrumentos en la investigación, para así, poder hallar una información mucho más clara y precisa.

Retomando las funciones que cumplen las redes sociales en el periodismo, es menester mencionar que la participación también es fundamental para conocer lo que piensan las audiencias que tiene cada uno de los medios periodísticos digitales, también conocer al tipo de público al que se está llegando, por eso es que se ha buscado soporte por parte de una autora uruguaya, se trata de Sofía Docceti quien en su documento *“La interactividad y la participación en el periodismo digital”* busca aportar conocimiento sobre la participación en el periodismo digital, indagando especialmente sobre el rol de los usuarios en los procesos informativos del medio de comunicación digital. (Docceti, 2011). Allí el medio, gracias a la participación de los usuarios puede incluir nuevas agendas informativas que apliquen para los gustos y formación de quienes se han denominado como su audiencia.

Cuando se habla de periodismo digital y de interactividad y conocer los orígenes de este término que es relativamente moderno, Alejandro Rost es clave para conocer la evolución de esta palabra, él en su texto *“Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad?”*, intenta de una u otra manera definir, rastrear el origen y evolución del periodismo digital desde dos puntos de vista: La interactividad y la participación en los medios de comunicación digitales. (Rost, 2004).

Esto es lo diferentes autores les han aportado en términos de conocimiento al periodismo digital en el mundo y Latinoamérica, sin embargo no se puede desconocer que a nivel nacional también se han realizado estudios importantes que narran estas dinámicas desde su contexto específico. Colombia es un país que también ha intentado incluir el periodismo digital en los diferentes medios, y se ha repetido el fenómeno de que exista un volcamiento de información de los medios tradicionales impresos a la nueva forma de escribir: el periodismo digital; aunque también tiene medios que han surgido y han sido pensados desde la web, para la web.

Por todo lo anterior y en aras de lograr un acercamiento a lo que se ha investigado en Colombia en torno al periodismo digital y la configuración de los medios digitales periodísticos del norte del departamento del Huila, es necesario mencionar que es poco lo que se ha investigado al respecto, sin embargo existen estudios como el dirigido por Germán Rey y José Luis Novoa desde el Centro Ático de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana y Consejo de Redacción en el año 2012, en donde sistematizaron un panorama reducido sobre el surgimiento de medios periodísticos digitales en el departamento que para entonces, según la investigación denominada “Agendas Periodísticas y Sostenibilidad”, se encontraba de la siguiente manera: 8 experiencias periodísticas digitales distribuidas así: 1 en el municipio de Campoalegre, 2 en Pitalito y 5 en Neiva; de las cuales, solo 4 de ellas se pudo verificar que durante ese año estaban activas.

Siguiendo la misma línea, el escritor e investigador colombiano Tomás Durán Becerra en su artículo *“La participación, espacios de opinión creatividad y nuevas historias”* (Becerra, 2011) da a entender la participación como la capacidad que el medio les permite

a los usuarios de participar en la información y selección de contenidos, mediante aportes o modificaciones sobre los mismos. Además, los agentes que se encuentren por fuera de las estructuras mediáticas tradicionales tienen la capacidad para dar a conocer sus opiniones, hallazgos, historias y en general, sus creaciones por intermedio y filtro de los medios de comunicación.

El periodista colombiano Sergio Llano Aristizábal en un estudio realizado y resumido en su artículo “*Realidades comunicativas*” da a conocer un significado de interacción directa, pues él manifiesta que “La interacción se entiende como la potencialidad de un sistema tecnológico para promover procesos de eficiencia comunicativa a partir de elementos que permiten trasladar el diálogo humano a la comunicación mediada. (Aristizabal, 2005, págs. 3-10).

Teniendo en cuenta que la literatura que se encuentra a nivel nacional, corresponde a características similares de lo que se ha investigado en Latinoamérica y el mundo, es importante para esta investigación conocer cada uno de esos aspectos para poder situarse en el panorama real del periodismo digital. Para finalizar no puede dejarse de lado lo que los autores regionales han indagado en torno al tema en mención, aunque no hay investigaciones grandes y en cantidad, si se han intentado establecer algunas relaciones entre lo local con lo nacional e internacional.

Por ejemplo, en el 2013, un trabajo de indagación adelantado desde el curso de Periodismo Digital, del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, encontró que en el norte del Departamento existían 13 iniciativas en periodismo digital. También se pueden reseñarse tres investigaciones en

relación a las tecnologías y los medios. La primera adelantada por Andrés Felipe González, Miller Cortés y Lorena Pastrana, que propuso una caracterización del periodismo digital en el departamento del Huila entre 2004 y 2010.

Un segundo trabajo, es la caracterización de la propuesta de comunicación multimedia del Diario La Nación, elaborado por Amaury Machado (2010). Ésta investigación se caracterizó por las estrategias que el medio implementa para dinamizar sus contenidos y las formas de relacionarse con el usuario.

Igualmente, se reseña el trabajo Modalidades de Participación de los usuarios en los sitios web El Espectador, y Silla Vacía de autoría de Neyder Salazar (2012). El documento hace una revisión del papel de los lectores en la coyuntura actual en medios nacionales. De la investigación se destaca el énfasis en la capacidad de iniciativa generada por las personas que interactúan con mass media.

Henry Rubiano Daza (2012) realiza una caracterización de las “Transformaciones mediáticas de prácticas periodísticas en medios impresos regionales con las TIC y sus implicaciones en la conformación de agendas propias”, apuntando que el Diario del Huila y La Nación, han hecho cambios en sus diseños y formatos priorizando lo digital. Para lo cual han cambiado la planta de periodistas o formado los funcionarios que presentan limitaciones en el manejo de las TIC.

De este modo, es importante que esta investigación logre responder cuál es la configuración de los medios periodísticos digitales del norte del departamento del Huila durante el año 2015, de esta manera será posible tener un documento base, que permita a demás investigadores partir de un conocimiento específico hacía estudios especializados, profundos y contextualizados.

## CONCEPTUALIZACIÓN

Los términos a utilizar en cada apéndice de esta investigación, se van a entender de la siguiente manera:

**Percepciones:** unión de preceptos que a su vez son la construcción de la manera intrínseca e innata que el hombre tiene de entender del mundo partiendo de su experiencia. La percepción es la individualidad con la que cada persona organiza la información adquirida del mundo partiendo de sus cualidades y totalidades, sin tener como base elemental los sentidos físicos. Lo anterior, es el resultado de las inferencias de planteamientos propuestos por Peter L. Berger y Thomas Luckmann, en su texto “La construcción social de la realidad”.

A los planteamientos de Berger y Luckmann se suman los de Luz María Vargas, quien atribuye al concepto de percepción un análisis que vincula la convivencia social a través del pensamiento simbólico, lo que permite construir colectividades culturales que van de la mano de juicios elaborados a partir del reconocimiento, interpretación y significación del entorno que individualmente dan valor a determinadas maneras de percibir el mundo.

**Formatos:** Un concepto de formato y el que más se acomoda al enfoque de esta investigación es el de Bradshaw y Canavilhas, Citados por (Cammus.J.C, 2014, pág. 52) “ Una segunda capacidad que ha predominado en el trabajo periodístico digital, ha sido el uso de múltiples medios con el objetivo de dar a conocer la información mediante los diferentes tipos de formatos que pueden adoptar los contenidos, destacando el uso de imágenes, audio, video y elementos ricos de interacción para estas tareas”

**Narrativas:** se pueden concebir como “ un objeto virtual capaz de poner en dinámica no sólo una dimensión técnica (la utilización de recursos audiovisuales y de las nuevas tecnologías de la comunicación), sino una dimensión estética; esto es, la posibilidad de afectar la experiencia sensible a partir del uso artístico de esas técnicas, con lo que entreteje un tipo peculiar de relato: el relato digital”. (Rodríguez, 2001, pág. 79)

**Tiempos:** Pablo Mancini define al tiempo como el mayor capital que podemos tener, el cual se está fragmentando y expandiendo a la vez debido a los cambios que sufre y se evolucionan en la internet. Esto convierte al periodismo, según Mancini, en un mecanismo que debe medir lo valioso que tiene la audiencia para ofrecer a los medios: el tiempo.

**Prácticas:** la estructura y la orientación del tiempo, prácticas que varían según la lógica de la situación y del punto de vista parcial que esta impone; de la justa relación con el objeto que es una de las condiciones más determinantes de una práctica propiamente científica de las ciencias sociales. Además, es el modo de conocimiento práctico que se halla en el principio de la experiencia ordinaria del mundo social. Pierre Bourdieu en su libro *El sentido práctico*

**Interacción:** La autora británica Christine Hine en su libro “Etnografía Virtual”, nos da a entender el concepto de interacción como “la comunicación más profunda y directa entre el medio de comunicación y su audiencia; en pocas palabras es el intercambio de diatribas entre las partes (emisor y receptor) para darle mejor visibilización o enfoque a una nota en específico a la hora de fraguar el contenido a publicar”. (Hine, 2000)

**Participación:** Tomás Durán Becerra y Sofía Doccetti definen La participación como “la capacidad que el medio les permite a los usuarios a participar en la información y selección de contenidos, mediante aportes o modificaciones sobre los mismos. Además, los agentes que se encuentren por fuera de las estructuras mediáticas tradicionales tienen la capacidad para dar a conocer sus opiniones, hallazgos, historias y en general, sus creaciones por intermedio y filtro de los medios de comunicación”. (2011, págs. 5-8).

## METODOLOGÍA

La investigación se abordó desde un enfoque cualitativo en donde primó la interpretación y el análisis. Esta metodología utiliza recolección de datos sin medición numérica para definir o afinar preguntas de investigación y puede o no aprobar hipótesis en su proceso de interpretación (Sampieri, 2010).

Todo esto en su interés por caracterizar las diversas experiencias periodísticas digitales del Huila, de manera amplia, profunda, diversa, con mayor riqueza interpretativa y de comprensión. Se asumió el enfoque porque la investigación se desarrolló en las realidades (virtual y presencial). Esta metodología, permitió tener un conocimiento más claro, integral, complejo y holístico sobre el sujeto/objeto de estudio, permitiendo obtener una multiplicidad más rica de datos.

Para el capítulo que pretende dar cuenta de cómo se llevó a cabo el estudio, hacer énfasis en las percepciones que algunos periodistas y dueños de medios tienen sobre las TIC en el norte del departamento del Huila, se inició por establecer la cantidad y ubicación de las diferentes experiencias de medios periodísticos.

Se identificaron 11 experiencias, las cuales están ubicadas de la siguiente manera: 8 en el municipio de Neiva, 1 en el de Aipe y 1 en el de Campoalegre. Estos fueron: Suregión, Opa Noticias, Deporte Total, Tu Semanario, Olé mi Diario, El Caracolí, Campoalegre Noticias, Aipe Lea, Diario del Huila, La Nación, Noticial al Sur.

La entrevista semiestructurada que se basa en las preguntas abiertas y aporta flexibilidad, fue la herramienta acordada para conocer las percepciones que cada uno de ellos ha construido sobre las TIC a partir de su hábito periodístico.

Los resultados obtenidos en la aplicación de la entrevista se analizaron mediante las subcategorías de: Conocimiento, Actitud, Interés, Proceso; que se seleccionaron para lograr identificar de manera más clara las respuestas que dieron las personas durante las entrevistas consultadas.

La etnografía, es el principal método de investigación cualitativo seleccionado para abordar en los diferentes temas (grupos de discusión, observación no participante, netnografía). Esta propuesta tiene su origen en Miguel del Fresno, (del Fresno. M., 2011, pág. 59) quien la plantea como un campo multidisciplinar que se está desarrollando para entender la realidad social que se produce en el ciberespacio. Aquí lo que se pretendió fue indagar de una manera específica los diferentes comportamientos que tenían los medios en sus plataformas digitales, la forma en que hacían periodismo, sus tiempos, formatos y narrativas, además del mecanismo de participación e interacción que utilizaban en sus redes sociales.

Los grupos de discusión representan la otra técnica de investigación establecida para que la recolección de información permita identificar las características de los formatos y narrativas usados en los medios periodísticos digitales que hacen parte de esta investigación.

Para la aplicación de la netnografía se estableció una temporalidad para la revisión; los meses establecidos fueron abril, mayo, junio y julio del 2015.

Además de los meses, se establecieron como semanas de revisión la primera y última de cada mes para cada uno de los ejes a desarrollar y, como días de observación los domingos, lunes, miércoles y viernes en todos los casos, exceptuando la indagación con respecto a los mecanismos de interacción y participación de los medios digitales de norte del departamento del Huila, adicional a esto se desarrollaron todas las secciones de cada uno de los medios. El resto de los temas se enfocaron en algunas específicas como: política, Regional, Local, Judicial y Especiales.

La decisión de seleccionar esta temporalidad buscó ser naturalista, es decir no alterar los comportamientos de los sujetos investigados ya que en ese momento aún no se había establecido contacto directo con ellos.

Según Lorenzo Vilches en su documento *La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital*, en el subtítulo *Teorías de grupo*, los grupos de discusión tienen como objetivo llevar a cabo una confrontación de opiniones, teniendo en cuenta que los aspectos más relevantes de esta técnica es la interdependencia de sus miembros y el hecho de que cada integrante actúa en relación con sus propias necesidades, manifestando su vivencia, su experiencia y su punto de vista; “ los grupos de discusión Utilizan un lenguaje más general y estructural (conversación)” (Vilches, 2011)

Y el trabajo de campo definido desde la observación no participante que plantea Vilches, en donde “El investigador vive con el grupo y como el grupo. ¿Cómo distribuye el grupo su tiempo?, ¿qué está sucediendo?, ¿qué hacen?, ¿quién toma las decisiones?, ¿qué reglas,

normas o costumbres rigen en el grupo?, ¿qué estructura tienen sus conversaciones?, ¿por qué funciona el grupo, cómo lo hace?”

La muestra para realizar la investigación fue con cada uno de los medios digitales periodísticos del norte del departamento, ya que son pocos y fue necesaria la participación de cada uno para obtener un resultado completo.

Luego de haber obtenido los datos que ofrecieron cada uno de las técnicas utilizadas, se procedió de una forma manual en el procesamiento de los mismos, a partir de diferentes matrices, con características específicas que permitieron llevar a cabo una triangulación entre lo que mencionaban los periodistas, lo que se evidenciaba en su periódico digital y la fundamentación teórica.

---

## RESULTADOS

La aplicación de cada uno de los instrumentos a lo largo de la investigación, arrojaron como resultado los siguientes hallazgos:

### Percepciones de los periodistas con relación a las TIC

Los periodistas del norte del departamento del Huila, entienden las tecnologías de la información y la comunicación como una herramienta de comunicación que permite conexión entre el periodista y las audiencias, que también ayuda a revolucionar el mundo y hacer más fácil la circulación de la información. Además, facilitan la comunicación y es una alternativa futura de innovación, aunque también la consideran como un mal necesario; ya lo mencionaba Fernando Polo de ‘Olé Mi Diario’ “si en un medio de comunicación no se implementan las TIC, este medio prácticamente no existe”

Figura 1.  
Entrevista a Fernando Polo, Olé mi diario

| <b>Percepción</b>  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>Conocimiento</b>  | <b>Actitud</b>   | <b>Interés</b>   | <b>Proceso</b>  |
|  | <b>Creencias/ valores</b>  | <b>Motivaciones, necesidades</b>   | <b>Experiencia</b>  |
| <p><b>¿Para usted qué son las Tecnologías de la Información y la comunicación?</b></p> <p>En el sector de las comunicaciones son indispensables, son tan indispensables que hoy un medio de comunicación, si no trabaja con las TIC, prácticamente no existe. Ya hoy no es como antes que la gente esperaba paciente a que le llegara en la mañana, no ahora lo que la persona quiere saber es algo más</p> <p><b>¿Sabe usted qué implicaciones éticas y/o legales tiene el uso de datos encontrados en Internet?</b></p> <p>En esa parte si de pronto pues conocemos algunas cosas como</p> | <p><b>¿En su vida personal qué importancia le da al uso de las TIC?</b></p> <p>En la vida personal, partiendo desde lo que se hace en el hogar, en el caso <u>mío</u> ha servido mucho, yo tengo una hija mayor de edad que estudia fuera de la ciudad y casi todas las noches nos hablamos, usted sabe que este tema de los periódicos los horarios son hasta tarde entonces muchas veces hacemos videoconferencia entre mi señora y la hija por Skype, les digo no estoy en el trabajo y salgo en una hora en dos horas. En el caso mi me ha bajado la carga de trabajo</p> <p><b>¿Qué ventajas y desventajas le brinda el uso de las TIC?</b></p> | <p><b>¿Qué lo motiva a usar las TIC en su vida laboral?</b></p> <p>La facilidad para el trabajo, me da más tiempo inclusive más confianza porque un trabajo que uno encomienda, si uno tiene alguna duda uno les dice mándemelo a la red, lo revisa y les dice ah listo, quiétele aquí y allá.</p> <p><b>¿Por qué pensar en un medio digital en su municipio?</b></p> <p>: Son las tendencias y los estudios de mercado que hace la empresa eso es lo que muestra, si tú te pones a mirar ahora la publicidad y todo va encaminado a la red. En esta época que estamos en temporada netamente política, los candidatos ya están publicando más en los periódicos digitales que</p> | <p><b>¿Qué ventajas y desventajas le brinda el uso de las TIC?</b></p> <p>Las ventajas es la facilidad con que puede uno hacer las cosas y la facilidad para enterarse de lo que está pasando, la desventaja es que si uno se deja ganar termina creando adicción y termina siendo más importante el chat que la misma persona que tiene al lado,</p> <p>Otra ventaja en el caso mío es que me ha facilitado mucho mi trabajo. Me facilita estar en contacto con mi equipo de trabajo, con los reporteros. Lo hago explícitamente, anteriormente uno estaba en la casa, cerraba el periódico, ahora sucede algo media o una hora después, uno <u>envía</u> un mensaje de texto y dice mire agrégume esto en tal página.</p> <p><b>¿Cuáles usa en su desempeño</b></p> |

*Evidencia lo que para el medio son las Tecnologías de la Información y la Comunicación, ventajas y desventajas del uso de las TIC y la importancia que le dan en su vida personal dentro del campo del periodismo.*

Lo que motiva a estos periodistas a utilizar estas tecnologías de la información y la comunicación es la cantidad de gente a la que puede llegar la información, la facilidad y la rapidez. “que la gente esté informada, dándole herramientas para que tengan la suficiente contrastación de los hechos” mencionó Fausto Manrique, periodista del Diario del Huila.

Por un lado ellos reconocen las ventajas de utilizar las TIC en torno al ahorro del tiempo y también como herramienta para educar, conocer explorar e investigar; Juan Manuel Ortiz, periodista de Aipe Lea argumentó que estas herramientas sirven como transformación social. Sin embargo, también resaltaron las desventajas del uso de las mismas, como puede ser el mal uso de las redes sociales y el exceso de información.

La utilización de las tecnologías ha generado una transformación significativa en cuanto a la inmediatez, comodidad, efectividad, impacto y reconocimiento en la labor periodística. Las herramientas que más utilizan los periodistas del norte del departamento son el computador, celular, cámara fotográfica y grabadora

---

## Figura 2

Entrevista Juan Manuel Gonzáles, Aipe Lea

| Percepción  |  |  |   |
|---|--|--|---|
| Conocimiento  | Actitud  | Interés  | Proceso   |
| <p><b>¿Para usted qué son las Tecnologías de la Información y la comunicación?</b></p> <p>Son una herramienta de difusión, de capacitación, herramienta permanente de aprendizaje, son la alternativa futuro de información y de educación, son un medio muy eficaz para llegar a cualquier objetivo llámese social personal.</p> | <p><b>¿En su vida personal qué importancia le da al uso de las TIC?</b></p> <p>tratar de que la herramienta novedosa, fácil, accesible y económica sirva como herramienta de transformación, nos sirve de puente entre las personas que no tienen acceso a un medio de difusión, como lo es la tv, un periódico, la radio.</p> | <p><b>¿Qué lo motiva a usar las TIC en su vida laboral?</b></p> <p>la parte práctica, lo fácil, lo accesible y lo rápido, interactividad, uno no solo está dando información sino que está recibiendo comentarios.</p> | <p><b>¿Qué ventajas y desventajas le brinda el uso de las TIC?</b></p> <p><b>Ventajas:</b> la difusión, el alcance ilimitado, servir comunitariamente y servir como herramienta de transformación social.</p> <p><b>Desventajas:</b> no contar con los equipos, mantener a flote un equipo de manera virtual,</p> |
|   |  | <p><b>¿Por qué pensar en un medio digital en su municipio?</b></p> <p>Porque es una herramienta que sirve como</p>   | <p><b>¿Cuáles usa en su desempeño</b></p>   |

Evidencia lo que para el medio son las Tecnologías de la Información y la Comunicación, ventajas y desventajas del uso de las TIC y la importancia que le dan en su vida personal dentro del campo del periodismo.

periodística; equipos que comenzaron a ser utilizados por costumbre “es como un cambio cultural, vimos que era la tendencia a nivel nacional y quisimos hacerlo a nivel local” menciona Fernando Polo; también se presentó el caso de que algunos lo hicieron por obligación como Fausto Manrique.

Con todo lo anterior los periodistas reconocen que comenzar a utilizar estas herramientas les ha servido para hacer el trabajo de una forma más fácil, ahorrar tiempo y dinero.

Tabla 1. Análisis Entrevista semiestructurada

**ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

|  |
|--|
| <p><b>Objetivo de la entrevista:</b><br/>                 La entrevista semiestructurada se hizo con el objetivo de conocer de la mano de los periodistas su percepción con relación a las tecnologías de la información y la comunicación. El eje central de esta se basó en: ¿Ha cambiado la rutina de los periodistas con la llegada de las TIC? ¿Qué ventajas y desventajas le trae el uso de las TIC? ¿Qué herramientas utiliza en su desempeño laboral? ¿Para qué le ha servido el uso de estas herramientas tecnológicas?</p>   |
| <p><b>Resultados de la entrevista:</b><br/>                 En su gran mayoría, los periodistas manifestaron que con la llegada de las TIC su trabajo es más ágil, aunque la inmediatez juega un papel muy importante porque ya con esta herramienta tecnológica uno puede publicar donde sea y a la hora que sea.<br/><br/>                 Además, los periodistas manifestaron que las TIC permiten conexión entre el periodista y las audiencias, informar, comunicar mejor, comodidad a la hora de trabajar, etc. Por otro lado, permitió la adquisición de nuevas herramientas como Soundcloud, storify. Aunque, ellos expresaron que hay que saberlas utilizar, ya que en algunas oportunidades por malas informaciones nos metemos en problemas.</p>   |
| <p><b>Conclusiones:</b><br/>                 Lo que mencionaron los periodistas en la entrevista en parte es verdad. Con la llegada de las TIC les permitió mayor comodidad en su trabajo. Sin embargo, no están siendo bien utilizadas ya que los periodistas no están manejando todas las herramientas que les brindan las nuevas tecnologías. Según el autor Juan Diego Perdomo Alaba en su artículo “Rigurosidad Periodística Vs. Inmediatez” nos da a entender que el verdadero periodismo se está perdiendo, “La inmediatez periodística digital ha cercenado el interior de los contenidos informativos. Textos mal redactados, errores ortográficos, ausencia de fuentes, escasa rigurosidad investigativa; informaciones sesgadas y parcializadas, y algo en el que muchos medios incurren sólo para "impactar" al lector: el amarillismo”, exclamó el autor.</p> |

**Formatos y Narrativas utilizados por los periodistas**

Los hallazgos que se identificaron a partir de los dos grupos de discusión efectuados, ayudan a entender las razones que los llevan a trabajar con ciertos formatos y narrativas. Al comparar estos resultados con la netnografía se encontró que lo que afirman los periodistas no es coherente en su totalidad con lo hallado en el sitio web. Las contradicciones se encuentran en la confusión conceptual y práctica sobre formatos y narrativas, el uso de hipervínculos que manifiestan emplear en algunos casos, pero realmente es muy poco lo que se encuentra y la presencia de la fotografía, los videos y el audio que es baja respecto a lo que los periodistas reportan utilizar.

Figura 3  
Matriz netnografía Diario del Huila

| Medio de comunicación: Diario Del Huila                               |         | Fecha de Revisión: De 08/01/15 al 10   |   | Día de consulta:  |   |
|---|---------|--|---|---|---|
| Secciones a trabajar: Política, Local, Regional, Especiales, Judicial |         | Revisó: Carlos Romero  |   |   |   |
|   |         | Domingo  | Lunes   | Miércoles   | Viernes   |
| FORMATOS  | AUDIO   |  |   |   |   |
|   | TEXTO   | <b>3 Especiales:</b> Esoterismo (7 p), S. Santa (6), Juanita Borrero (EV).<br><b>2 Regional:</b> Desde muy pequeño (9 p) Expectativa por (8 p) | <b>1 Política:</b> Cooperativistas (8 p), Heliuerto (2 p) Alcaldía (4 p)<br><b>7 Judicial:</b> A guardianes (6), Capturada (4), Noche de sicario (3), Por adjudicar (5), Murió los dos (5), Asesinados (6), Al Huila sería, (9) | <b>3 Política:</b> 45 preguntas (15), Investigan (4), Gobernador (8).<br><b>2 Neiva:</b> Más de un centenar (11), Usco rinde cuentas (5)<br><b>7 Judicial:</b> Sancionan (7) Restringen (5) Capturado (8) | <b>Política:</b> El Huila (8), Creo que he hecho (15)<br><b>4 Judicial:</b> Asesinan (5), Muerte en la vía (4), Millonario robo (9), El corto (7)<br><b>2 Regional:</b> Abierta con (10), Oficina móvil (7) |
|   | IMAGEN  | 1 imagen por especial.<br>1 imagen por regional  | Política: 3 imagen Cooperativistas, 1 heliuerto, 1 alcaldía.<br>Judicial: 1 foto por nota   | Política: 3 imagen<br>Neiva: 2<br>Judicial: 7   | Política: 2 imagen<br>Judicial: 4 imágenes<br>Regional: 2   |
|   | VIDEO   |  |   |   |   |
| NARRATIVAS  | NOTICIA | 2 ESP. 1 REGI.   | 3 POLI. 7 JUDI.   | 3 POL<br>2 NEI<br>7 JUD   | 1 POL<br>4 JUDI<br>2 JUD  |

*Esta figura muestra que solo hay texto e imagen como formatos en el medio periodístico digital y que hay una mayor cantidad de publicaciones en la sección Judicial.*

En cuanto a contenidos multimedia hay avances, pero en la mayoría de los medios aún no hay una apropiación profunda de esta condición, también está pendiente el avance en la edición de los contenidos multiplataforma y la convergencia de las redacciones que todavía existen de forma separada entre periodistas de medios análogos y periodistas digitales, aunque según periodistas del Diario del Huila y La Nacion.com, frente a experiencias y situaciones especiales la producción de la información periodística es colaborativa.

Figura 4.  
Matriz Netnografía La Nación

| Medio de comunicación: La Nación |                  | Fecha de Revisión: Del 5 al 10 de abril  | Día de consulta: |   |  |
|----------------------------------|------------------|--|------------------|---|--|
| Secciones a trabajar:            |                  | Revisó: Carlos Romero  |                  |   |  |
|                                  |                  | Domingo  | Lunes            | Miércoles   | Viernes  |
| FORMATOS                         | AUDIO            |  |                  |   |  |
|                                  | TEXTO            | 1 Especiales: Carrozas, Turísticas (2)<br>2 judiciales: Asesinado (4), Militares (4) |                  | 1 Política: <del>Polemica</del> (11)<br>2 Judicial: Caso de (5), Cayó <del>clonador</del> (4) | 2 política: Julio Bahamon (9), Controversia (7)<br>1 Judicial: Claman justicia (5) |
|                                  | IMAGEN           | Especiales 1<br>Judiciales 2   |                  | Política 1<br>Judicial 2  | Política 2<br>Judicial 1   |
|                                  | VIDEO            |  |                  |   |  |
| NARRATIVAS                       | NOTICIA          | Especiales 1<br>Judiciales 2   |                  | 1 política<br>Judicial 2  | Política 1<br>Judicial 1   |
|                                  | ENTREVISTA       |  |                  |   |  |
|                                  | REPORTAJE        |  |                  |   |  |
|                                  | CRONICA          |  |                  |   |  |
|                                  | OTRAS NARRATIVAS |  |                  |   |  |
|                                  | ENLACES          |  |                  |   |  |

*Aquí se evidencia que la noticia es a única narrativa que se utiliza en el medio y que los reportajes, crónicas ni ninguna otra narrativa son utilizadas, además no se implementan los enlaces como fortalecimiento de las notas.*

En cuanto a formatos, después del texto, la fotografía fue la más usada, en el caso del Huila también aparece la foto "en tamaño reducido arrinconada en las páginas, con poca resolución y con una mera función de adorno visual del texto. Incluso cuando se muestran en galerías, no lucen como podrían hacerlo".

Luego de la fotografía; el video y el audio le siguen como formatos más trabajados. Sus usos dependen de la disponibilidad de recursos, tiempo y según el tema. Ningún medio expresó que realiza edición de los videos, las razones para no editar se encuentran en el tiempo como lo afirma la Nación o además por costos caso: Campoalegre Noticias. Los audios son escasos, a excepción de Suregión que construye notas en los que cuenta con el audio como formato central.

Figura 5.  
Matriz netnografía Campoalegre Noticias

| Medio de comunicación: Campoalegre Noticias |   | Fecha de Revisión: 5 al 10 abril  |              | Día de consulta: |          |
|---|---|---|--------------|------------------|----------|
| Secciones a trabajar:                       |   | Revisó: Carlos Romero   |              |                  |          |
|   |   | Domingo   | Lunes        | Miércoles        | Viernes  |
| FORMATOS                                    | AUDIO   |   |              |                  |          |
|   | TEXTO   | 2 judiciales: Asesinado <del>Campoalegre</del> (6), Hallaron cuerpo (5) | Sólo opinión | No había         | No había |
|   | IMAGEN  | Judiciales 2  |              |                  |          |
|   | VIDEO   |   |              |                  |          |
| NARRATIVAS                                  | NOTICIA   | Judiciales 2  |              |                  |          |
|   | ENTREVISTA  |   |              |                  |          |
|   | REPORTAJE   |   |              |                  |          |
|   | CRONICA   |   |              |                  |          |
|   | OTRAS NARRATIVAS  |   |              |                  |          |
|   | ENLACES   |   |              |                  |          |
| CONCLUSIONES FINALES                        | El buscador sólo muestra algunas noticias escritas durante el día. El medio no cuenta con algunas de las secciones que estamos indagando. |   |              |                  |          |

*La baja producción de este medio e evidenció en la revisión netnográfica, en donde solo hay una publicación dentro de la sección Judiciales y corresponde a la narrativa Noticias, además solo posee como formato el texto y la imagen.*

La noticia, es el género más utilizado por los medios digitales del departamento del Huila. Le siguen las entrevistas, que por coyuntura de la investigación, coincidió con las campañas políticas, de ahí que los personajes sean líderes y candidatos políticos. Se encuentran algunos especiales, y reportajes.

En cuanto a temática, las noticias judiciales y políticas son las de mayor cantidad de publicaciones. La información de estas notas es incompleta, en algunos casos hay notas de dos párrafos y una foto.

Frente a las narrativas que usa cada periodista, y siguiendo el concepto marco de esta investigación, no se destacan nuevas forma de narrar, hay poca articulación de formatos,

soportes y géneros. Los periodistas reconocieron que es bajo el grado de hipertextualidad, interactividad y multimedialidad como peculiaridades del lenguaje periodístico. Predomina un exiguo conocimiento o por tiempo y costos afirman que poco manejan herramientas tecnológicas que les permitan hacer que sus narrativas sean convergentes

---

### **Transformaciones de las prácticas periodísticas en los medios y periodistas**

En casos como Aipe Lea, solo se analizó la sección inicio, teniendo en cuenta, que esta era la única sección con que contaba el medio y en otros hacía falta por lo menos una de las secciones. Hay algunos medios que no cuentan con publicaciones los días analizados.

La cantidad de publicaciones que se realiza en cada uno de los medios es mínima, existen algunos días en que incluso no hay, esto aplica para todos los medios exceptuando el Diario del Huila y la Nación, que son medios que cuentan con una mayor producción noticiosa en relación al resto. El factor común de los medios es que hay una mayor cantidad de publicaciones en la sección Judicial y una mejor en la sección Judiciales, domingos y lunes son característicos por tener mayor movimiento noticioso.

En medios como el diario del Huila se reconoce que su sitio web lo que hace es copiar y pegar las noticias del día anterior del medio impreso para así generar movilidad, según evidenció Luz Viviana, periodista del medio.

---

#### **Figura 6.**

Netnografía Diario del Huila, Prácticas periodísticas

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>TIEMPOS: Horas de publicación, Tiempos personales y profesionales.</b> | <p>Tienen que estar mentalizados como en hacer un minuto a minuto, es decir, cada momento estar subiendo a la página lo que está ocurriendo. En cambio, el impreso te da más tiempo de trabajar, de pensar cómo vas a hacer la noticia. La web es así, tienes 10 o 15 minutos para subirlo antes que el otro.</p> <p>hemos caído en esa dinámica que como es inmediato, entonces se dice cualquier cosa y no hay un tratamiento debidamente interesante que posibilite como poner ahí una voz fuerte actualizada que se diferencie un poco de lo que la gente dice, la gente puede ser la que produce la información, pero como cómo medio, como periodista una puede organizar eso. Toca hacerlo de una manera que se siga resaltando esa capacidad periodística. No solamente como colocar eso ahí</p> |  | <p>Las publicaciones encontradas fueron:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Judicial: Lunes 6 de abril a las 15:41</li> <li>2. Judicial: Lunes 6 de abril a las 15:09</li> <li>3. Judicial: Lunes 6 de abril a las 8:51</li> <li>4. Judicial: Lunes 6 de abril a las 3:00</li> <li>5. Judicial: Lunes 6 de abril a las 4:00</li> <li>6. Judicial: Lunes 6 de abril a las 5:00</li> <li>7. Judicial: Lunes 6 de abril a las 4:00</li> <li>8. Judicial: miércoles 8 de abril a las 17:30</li> <li>9. Judicial: miércoles 8 de abril a las 16:14</li> <li>10. Judicial: miércoles 8 de abril a las 5:00</li> <li>11. Judicial: miércoles 8 de abril a las 4:00</li> <li>12. Judicial: miércoles 8 de abril a las 5:00</li> </ol> |
|---|--|--|--|

*La figura muestra que los tiempos de publicación varían, por tanto no hay una política de horarios e impacto en las audiencias, teniendo en cuenta las horas de mayor tráfico en la web.*

En cuanto a los tiempos, se encontró que hay semanas en las que las publicaciones se realizan día por medio, otras en que se realizan solo un día y otras semanas en las que no hay ninguna publicación.

Las horas en que se publica no son las mismas, hay algunas semanas en que se mantiene una constante, esta es publicar las notas alrededor de las 8 de la mañana; y en otras ocasiones hay una nota en la mañana y otra en la tarde, También hay algunos medios en que no se muestra la hora de publicación. Sin embargo también se halló que hay muchas publicaciones que no tienen ninguna relación con la otra en cuanto a la hora de publicación.

En algunos medios las publicaciones que se encuentran disponibles y que no son de última hora, se programan para que en el transcurso de 00.00 a 6:00 am se publiquen, y el resto de noticias que vayan surgiendo se van publicando según tengan la aprobación del editor.

Los formatos en que se han narrado las publicaciones son los mismos formatos tradicionales a los que acostumbran los medios impresos; es decir, el texto y la imagen. Durante los 4 meses analizados solo se encontró algunas publicaciones que contenían vídeo.

Figura 7.  
Netnografía Prácticas periodísticas, Noticias al sur

| SEMANA CONSULTADA<br>Del 26 de abril al 1 de mayo                  | Grupo de discusión | Observación no participante | Netnografía (Primera y última semana de cada mes)                                |           |               |             |
|--|--------------------|-----------------------------|--|-----------|---------------|-------------|
|  |                    |                             | Domi<br>ngo  | Lune<br>s | Miérco<br>les | Viern<br>es |
| CONCEPTUALIZACIÓN  | No asistió         | No asistió                  |  |           |               |             |
| TIEMPOS: Horas de publicación, Tiempos personales y profesionales. | No asistió         | No asistió                  | 1. Huila: Lunes 27 de abril<br>2. Miércoles 29 de abril<br>3. Viernes 1 de mayo. |           |               |             |
| FORMATOS Y NARRATIVAS: Usan las narrativas manifestadas por ellos. | No asistió         | No asistió                  | Texto e imagen.  |           |               |             |

*Este medio digital periodístico no muestra la hora de publicación de sus notas periodísticas, da prioridad a lo regional y utiliza solo el texto y la imagen como formatos.*

En las particularidades se halló que cuando se ponen vídeos, no son tratados con la mejor estética posible, los medios le apuestan a publicar sus noticias en formatos diferentes pero no se centran en la calidad del contenido.

La sección política y sus publicaciones tienen una relación directa con el momento político que esté viviendo el país. Entre más cerca se encuentren de las elecciones, mayor cantidad de publicaciones se encuentran.

Tabla 2. Análisis Grupo de Discusión

### GRUPO DE DISCUSIÓN

**OBJETIVO DEL GRUPO DE DISCUSIÓN:**

La intención del grupo de discusión fue conocer de la mano de los periodistas aspectos relacionados con los formatos, tiempos que ellos manejan en su respectivo medio de comunicación. Además, saber si ellos utilizaban algún mecanismo de participación o interacción para estar en permanente comunicación con sus lectores o usuarios.

**RESULTADOS:**

Algunos periodistas dijeron en el grupo de discusión que los tiempos en un medio digital cambian, comparándolo con uno análogo. En el medio digital por ejemplo, los periodistas están en la obligación de publicar contenido (si lo hay) a la hora que sea, 24/7 como coloquialmente se le conoce (no hay hora de cierre).

Por otro lado, los formatos que ellos más utilizan es la noticia, con su respectiva foto y texto. Algunos nos expresaron que manejaban videos y otras herramientas tecnológicas. Con respecto a la interacción y participación, dijeron que se les permite a sus usuarios opinar sobre cualquier contenido, ya sea en la página web y redes sociales.

**CONCLUSIONES:**

En este técnica no se pueden sacar muchas conclusiones porque lo que nos manifestaron los periodistas se iban lo íbamos a comprobar con la netnografía, la cual Miguel del Fresno en su libro "Netnografía: investigación, análisis e intervención social online" presenta como "una disciplina o una antidisiplina o una interdisciplina o, simplemente, una teoría en construcción y desarrollo para entender la realidad social que se está produciendo en el ciberespacio donde millones de personas conviven, se expresan e interactúan a diario".

### Mecanismo de Participación e Interacción de los medios de comunicación con sus usuarios.

Para los periodistas del norte del departamento es necesario mejorar la interacción del medio, no solo las encuestas logran medir esta relación con sus públicos lectores. Campoalegre Noticias manifiesta que el Whastapp como mecanismo de interacción es de vital magnitud porque realiza un trabajo directo con su público, siendo ellos mismos (receptores) los que le comunican al medio que hechos son los que suceden en su cotidianidad en cuestión de minutos, se corrobora esta información solicitada y se desarrolla para su debida publicación.

Los periodistas de Suregión destacan el manejo estructurado y riguroso de sus notas; aun así, han logrado consolidar una audiencia. Los comentarios que se dejan al costado de dichas noticias manejan un enfoque claro y directo, reorientando la publicación y dándole

otras arista de análisis y desarrolla para seguir ahondando desde otras orillas diferentes a las expuestas por el medio de comunicación digital.

Figura 8

Netnografía, Mecanismos de Participación e interacción Suregión

uno algo y también tiene que ver como con esa forma de que lo que se diga genere algo. Cuando la gente comenta algo es porque siente que eso que se dijo estuvo pensado desde algo que lo tocaba a él.

| Participación e interacción | Si | No | ¿Con qué frecuencia utilizan los mecanismos? | ¿Cómo utilizan estos mecanismos?  |
|-----------------------------|----|----|--|---|
| Facebook                    | X  |    | Fue utilizada todos los días de esta semana. | Generar tráfico en esta red social publicando la noticia con su respectivo enlace y fotografía. |
| Twitter                     | X  |    | Fue utilizada todos los días de la semana.   | Generar tráfico con el titular de la noticia con su respectivo enlace y fotografía.             |

Conclusiones

- No hubo especiales durante esta semana.
- Máximos tres publicaciones por semana en todas las secciones
- El medio obliga a los usuarios tener Facebook para poder comentar en la página web.
- Muy poca participación por parte de los usuarios en la red social Facebook y Twitter, a pesar de que el medio les brinda el espacio.
- La mayoría de publicaciones tienen enlaces.
- No hay interacción entre medio y usuario.

*Suregión es un medio que utiliza encuestas como mecanismo de participación e interacción, además de la red social Facebook y Twitter.*

Los medios digitales que hicieron parte del grupo de discusión aseveraron que la red social Twitter juega tal vez a comparación de Facebook el papel más significativo que endosa al periodista con su audiencia, las etiquetas y los Twitts en sus determinados caracteres sobre dichos temas como por ejemplo los medio ambientales, muestra el interés directo del receptor, re twitteando y comentando a mayor escala la publicación del medio, volviéndola masiva y viral para su lógico cuestionamiento.

El aprecio o el cuestionamiento del lector virtual es muy importante para el medio digital de comunicación, gracias a los comentarios constructivos, muchos de ellos con peso argumentativos genera en el periodista la noción reflexiva para configurar nuevamente su publicación desde otra arista nunca antes socavada.

Tabla 3. Análisis Netnografía

### NETNOGRAFÍA

**OBJETIVO DE LA NETNOGRAFÍA:**

El fin de la netnografía fue comprobar si todo lo que los periodistas manifestaron en el grupo de discusión es verdad. Mirar los tiempos de publicación, los formatos y géneros que utilizan para subir el contenido periodístico. Además, visualizar si existían mecanismos de participación e interacción como las encuestas, chats, debates, fotos, etc.

**RESULTADOS:**

- El género más utilizado en los medios de comunicación es la noticia
- No existe ningún mecanismo de interacción
- Las secciones donde más se publica contenido es judicial y política
- En algunos medios de comunicación, no se encontraron publicaciones en dos, tres días seguidos
- A excepción de Suregión, prácticamente nula la utilización de videos
- Muy pocos enlaces de calidad
- Muy poco desarrollo periodístico en las notas subidas a la página del respectivo medio.
- Facebook y Twitter son los únicos espacios para que los lectores o usuarios participen o den su opinión sobre cualquier contenido periodístico.

**CONCLUSIONES:** Los periodistas del norte del departamento del Huila no aplican mecanismos de interacción con los usuarios y no actualizan constantemente cada una de las secciones que posee su medio, esto se vuelve incoherente a la hora de analizar lo que José Luis Orihuela menciona en su libro *“80 claves del futuro del periodismo”* allí el reflexiona en torno a los pilares del periodismo digital, siendo estos la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad.

## DISCUSIÓN

---

### Percepciones de los periodistas con relación a las TIC

Los periodistas de la zona norte del departamento del Huila en relación a la aplicación de la entrevista semiestructurada y la categoría de conocimiento, en alusión al sentido político de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el departamento del Huila, comprenden las TIC como una “herramienta” que hace más fácil la labor de recolección y producción de información, puesto que brindan la oportunidad de llegar con mayor rapidez a las personas. Lo anterior permite entender que los periodistas a partir de la inserción que han desarrollado con las TIC la están entendiendo de una manera instrumental.

Luz María, plantea que la percepción es producto y fuente de las evidencias: “las experiencias perceptuales proporcionan las vivencias para la construcción de las evidencias”, lo cual se ve representado en la falta de elementos propios de las notas periodísticas digitales, situación que se ratificó mediante la Netnografía que la institucionalización de la percepción en relación a qué son las TIC, se encuentra en un concepto producto de la inmediatez más no de la calidad.

Pese a lo anterior, para los periodistas entrevistados en esta investigación, el uso de las TIC es fundamental, tanto para el ejercicio periodístico como para los procesos de la vida personal. Quienes no logren apropiarse de las TIC pueden considerarse obsoletos, afirmación que de por sí ya presenta un avance, pues demuestra la manera como los periodistas se están convirtiendo en dependientes-activos de este tipo de tecnologías. Este modelo de ideologías, se recogen según Luz María, en las representaciones que organizan las prácticas sociales de manera parcial y que se ven en gran parte mediadas por las

relaciones de poder, que en el presente contexto se determina en los elementos básicos de las herramientas y en los juicios que los periodistas establecen a través de la intelectualización que de su labor han desarrollado.

Por esto, los vínculos que los periodistas establecen respecto a su ejercicio periodístico con las comunidades, se presenta de manera despectiva en relación a la generalización de las maneras de entender las herramientas por parte de las personas, lo cual visto desde la percepción plantea que cada individuo partiendo de sus raíces culturales y contextuales en las cuales ha desarrollado sus procesos de vida transforma las condiciones individuales en términos de grupos sociales, que partiendo de lo anterior crean ideologías, estereotipos, valores y maneras de entender y asumir la realidad.

---

### Formatos y Narrativas utilizados por los periodistas

Lo que se identificó en el grupo de discusión ayuda a entender las razones que llevan a los periodistas a trabajar con ciertos formatos y narrativas. Al comparar estos resultados con la netnografía se encontró que la afirmación de los periodistas no es coherente en su totalidad con lo hallado en el sitio web; hay una confusión conceptual y práctica sobre los formatos y narrativas, el uso de hipervínculos. La presencia de fotografías, videos y audios es baja respecto a lo que los periodistas reportan utilizar.

De acuerdo con, (Miranda.M. Machado.E. Borges.C., 2004), la palabra narrativa se percibe como un todo inclusivo que nombra lo que no se conoce claramente, aunque en la actualidad se ha desarrollado un lenguaje para describirla, aun no se evidencia una apropiación del periodista digital huilense de esta concepción y ejercicio.

---

Un ejemplo de la confusión de conceptos es que cuando se les preguntó frente a ¿cómo narran la noticia? y ¿cuáles son los formatos que usan?, las respuestas migraron a los géneros.

Los periodistas admitieron que las narrativas siguen estando muy marcadas por lo que se hace en el medio análogo, que existe volcamiento de la información y la redacción no se hace diferente para cada medio. Este hallazgo se vincula con la crítica de (Irigaray.F., 2013, pág. 93) que asegura que aun “se producen contenidos con la misma lógica que para el impreso, luego se buscan las palabras claves y enlaces para conectar esas “*lexías*” y por último buscar videos, sonidos o imágenes que “ilustren” el artículo o en el mejor de los casos producir un material audiovisual que diga lo mismo que lo expresado en el texto”.

Una manera de explicar lo que es procesar información para medios digitales nativos es escribir corto, así lo manifiestan Aipelea y Campoalegre Noticias, quienes además afirman que su información es escueta, con los datos necesarios y apoyo fotográfico o video para llevar el mensaje completo a sus usuarios; al hacerlo también piensan en el tiempo que cada seguidor tiene para interactuar con sus contenidos, además plantean que a muchos les interesa más un video o una imagen que leer un texto extenso. Sin embargo, los recursos multimediales que utilizan los periodistas, no son constantes en sus notas y se limitan a escribir un texto corto que carece de información.

Al cruzar los hallazgos de este capítulo con el listado de condiciones de producción de contenidos para medios digitales que plantea (Viada.M., 2014, págs. 16,18) en Escribir

*para la web. No lo diga, cuéntelo*, se confirmó que algunas condiciones se cumplen en los medios investigados y otras aún están lejanas de ser alcanzadas.

Como condiciones que se cumplen; se puede hablar de *instantaneidad* y *Ciclos de producción de la información* que se acortan; en cuanto a *contenidos multimedia* hay avances, pero en la mayoría de los medios aún no hay una apropiación profunda de esta condición, también está pendiente el avance en la edición de los contenidos multiplataforma y la convergencia de las redacciones que todavía existen de forma separada entre periodistas de medios análogos y periodistas digitales, aunque según periodistas del Diario del Huila y La Nación.com, frente a experiencias y situaciones especiales la producción de la información periodística es colaborativa.

En cuanto a formatos, después del texto, la fotografía fue la más usada; pensada como elemento básico que según (Rost.A., 2012, pág. 53) se aprovecha en las ediciones para salir del "solo texto". Pero al igual que la crítica que hace este autor en su ponencia "Narrativas periodísticas en la Web: ejemplos y herramientas"; en el caso del norte del Huila también aparece la foto "en tamaño reducido arrinconada en las páginas, con poca resolución y con una mera función de adorno visual del texto, incluso cuando se muestran en galerías, no lucen como podrían hacerlo". El autor agrega que desde el diseño y la edición periodística se está desaprovechando la imagen fija, en las notas culturales como las correspondientes al San Pedro, a exposiciones artísticas y lanzamientos de libros, son las que llevan fotografías en mayor proporción.

Respecto al contenido de la fotografía, las imágenes presentadas en las notas judiciales son en su mayoría explícitas, La Nación soporta las noticias con imágenes que dan cuenta

de forma evidente de los sucesos, manejo de planos generales y las fotografías de actos violentos no son intervenidos. AipeLea es un medio que ha avanzado en el uso de la fotografía como un elemento para contextualizar y dar soporte a su información.

Luego de la fotografía; el video y el audio le siguen como formatos más trabajados. Sus usos dependen de la disponibilidad de recursos y tiempo, ya que ningún medio expresó que realiza edición de los videos, a excepción de Suregión que construye notas en los que cuenta con audios, videos e infografías.

En los cuatro meses de revisión solo se encontraron hipervínculos en Suregión y el Diario del Huila, Lo que básicamente se encuentra es el modelo básico de hipertextualidad de ida y retorno. (Salaverria, 2005, pág. 4) Afirma que la inclusión de estos enlaces no constituye en realidad un esfuerzo por enriquecer la estructura hipertextual de las informaciones y termina en una yuxtaposición de informaciones construidas mediante ese mismo modelo bimodal básico. Sin embargo, la propuesta de Suregión con los informes especiales, no se limita a este patrón hipertextual básico, se vislumbran estructuras hipertextuales más ricas, complejas y hasta infografías interactivas.

Es precisamente Suregión, el medio que demuestra usar nuevas y diferentes herramientas. Las razones dadas para contar con esta posibilidad, se encuentran en su vinculación con la universidad (programa de Comunicación Social y Periodismo) y manejar información de análisis que trabaja con unos tiempos de preparación más amplios sin la presión de la noticia de última hora

.

Abordar los géneros periodísticos no se encuentra en las categorías clave de este capítulo, sin embargo, se considera relevante tenerlos en cuenta porque pueden ser indicadores del grado de madurez digital de un medio. Para ello (Salaverría.R. Cores.R., 2005) Plantean cuatro fases de desarrollo en los géneros ciberperiodísticos: Repetición, Enriquecimiento, Renovación y la fase más avanzada que es la de innovación. Según las evidencias en la fase de *repetición* se ubican una buena proporción de medios digitales ‘Opitas’ que efectúan una reproducción literal en los cibermedios de géneros y formatos textuales tomados de medios ya existentes, habitualmente de los impresos y se limita a perpetuar formatos textuales procedentes de otros medios.

Medios como AipeLea, Campoalegre Noticias y Diario del Huila se pueden ubicar en la fase de *enriquecimiento*, ya que incorporan algunas posibilidades hipertextuales, multimedia y/o interactivas.

En la fase de renovación se ubica a Suregion.com, este nivel de desarrollo llega cuando se recrean géneros o los reconfiguran a partir de las posibilidades comunicativas del ciberespacio y como experiencias en la fase de innovación.

Por otra parte, la noticia es el género más utilizado por los medios digitales del norte del departamento del Huila. Le siguen las entrevistas, que, por coyuntura de la investigación, coincidió con las campañas políticas, de ahí que los personajes sean líderes y candidatos políticos. Se encuentran algunos especiales, y reportajes en la temporalidad de la etnografía, que tienen como características comunes fotografías y largos párrafos.

Los apoyos multimedia son utilizados según una percepción o uso específico que cada medio de comunicación le da. En el caso de Tu Semanario, los vídeos que aparecen en

las notas que publicaron durante la fecha de consulta, corresponden a épocas electorales, por lo tanto, sus protagonistas son candidatos y líderes políticos. En el Diario del Huila las ayudas multimedia y los vídeos contienen marchas ciudadanas, vídeos grabados en dispositivos móviles, con baja resolución y sin editar, también se identificó la existencia de vídeos que son de propiedad de otros medios, como Suregión.

En cuanto a temática, las noticias judiciales y políticas son las de mayor cantidad de publicaciones, aunque la información de estas notas es incompleta, en algunos casos hay notas de dos párrafos y una fotografía.

Los espacios digitales que manejan los medios de comunicación adolecen de una arquitectura de la información, en una alta proporción se encuentran descuidados, a tal punto que muchos de ellos no cuentan con un historial organizado de notas, secciones claras y diferenciadas que se actualicen constantemente.

En cuanto al periódico digital Suregión, es el medio en el que más se trabajan las publicaciones periodísticas como digitales, el uso de formatos y narrativas diferentes, lo hacen presentar la información de una manera dinámica, de fácil comprensión y contextualizada. También se evidencia el uso de herramientas como infografías y Storify.

Las características de las narrativas usadas por los medios periodísticos digitales del norte del Huila, están en un estado de repetición con tendencia al enriquecimiento, donde existe un desarrollo temprano para llegar al deber ser que plantea (Rodríguez.J.A, 2009, pág. 33) " Contar historias significativas para la vida cotidiana, construir relatos que alcancen la identificación con la gente y no con el poder que da viabilidad al medio periodístico, buscar recursos para contar siempre de manera diferente y no con esquemas

preestablecidos o favorecidos por una eficacia fugaz; investigar, pensar, analizar el presente, ir al pasado, volver a la subjetividad y desde la expresión personal, agitar la conciencia social.”.

Frente a las narrativas que usa cada periodista, y siguiendo el concepto marco de esta investigación, no se destacan nuevas formas de narrar, hay poca articulación de formatos, soportes y géneros. Los periodistas reconocieron que es bajo el grado de hipertextualidad, interactividad y multimedialidad como peculiaridades del lenguaje periodístico. Predomina un exiguo conocimiento o por tiempo y costos afirman que poco manejan herramientas tecnológicas que les permitan hacer que sus narrativas sean convergentes. Como datos adicionales la netnografía demostró que el periodismo análogo es el que continúa marcando las narrativas, salvo pocas excepciones como lo demuestra Suregión.

Esta dinámica también incide directamente en las características de los formatos que hasta ahora no es evidente el uso múltiple de ellos: Se usan con baja destreza el texto, la imagen, el audio y en una ínfima proporción la multimedia y el hipertexto. Al no usar diferentes y nuevos formatos, según (Martín.F., 2007, pág. 28) se está afectando la profundidad del contenido. “Porque la información multimedia digital rompe con la cadencia secuencial de la información y la cambia por una estructura más flexible, plural y abierta, con una posibilidad de acceso aleatorio donde lo importante es esta estructura y no los envoltorios técnicos que la posibilitan”.

---

## **Transformaciones de las prácticas periodísticas en los medios y periodistas**

En el manual de laboratorio *Hackear el periodismo*, Pablo Mancini menciona que para medir un proyecto online periodístico está bien seguir cuatro variables: tráfico, rentabilidad, reutilización de contenidos y productividad; subcategorías que finalmente se tuvieron en cuenta a la hora de utilizar los instrumentos en la investigación. (Mancini, 2011)

En primera instancia, la observación no participante que se realizó a los medios arrojó como resultado general que continúa la tendencia en los medios digitales periodísticos de la subregión norte del Huila al preocuparse por la divulgación, el tráfico y no por la profundidad de los sucesos; ante esto, José Luis Orihuela en su libro *80 claves sobre el futuro del periodismo* menciona que los diarios están llenos de contenido irrelevante, es decir, “están llenos de nada”. (Orihuela, 2011)

En el departamento del Huila, se presentan casos en los que medios digitales como el Diario del Huila y Deporte Total, quienes sostuvieron en la observación no participante realizada que, gran parte de las notas periodísticas que publican a diario son el “copie y pegue” de las noticias que previamente han circulado en el medio impreso; esto lo sustenta el documento *Ciberperiodismo en Iberoamérica*, escrito bajo la coordinación de Ramón Salaverría, quien analiza el hecho de que los periodistas carecen de una visión clara con respecto a la implementación de las nuevas rutinas periodísticas en la estructura del medio; en este caso de los digitales. (Salaverría, 2016)

Así mismo, José Orihuela añade que la Interactividad, la Hipertextualidad y la Multimedialidad son los rasgos distintivos de la nueva comunicación en soportes

digitales; dominar los lenguajes y las narrativas asociadas a estas tres dimensiones son los requisitos básicos de lo que bien puede llamarse alfabetización digital.

Por otro lado, la cantidad de publicaciones que se realiza en cada uno de los medios es escasa. Existen algunos días en que no hay. Esto aplica para todos los medios, a excepción del Diario del Huila y La Nación, pues cuentan con una producción noticiosa mayor en relación al resto.

En el caso de Aipe Lea, en el que se analizó la única sección que tenía (Inicio) se halló que semanalmente hay un máximo de 3 publicaciones, e incluso hay semanas en las que no hay ninguna, de lo que se infiere que el periodismo digital no se está realizando de una manera diferente a la tradicional. En la observación no participante, Aipe Lea puso en evidencia que utilizó los mecanismos a su alcance para mantenerse al tanto con el municipio de Aipe. Se concluye que la teoría está clara, pero la práctica no lo suficiente, teniendo en cuenta lo que se mencionó en el grupo de discusión y lo que resultó de la observación no participante.

Los tiempos de publicación que se realizan en Aipe Lea son, en algunas semanas, cada dos días, en otras solo los viernes, incluso hay hasta semanas en que no se realiza ninguna publicación; respecto a la hora en que se publica, no hay una política editorial clara. Lo que Mario Morales enfatiza en su documento *Tendencias y Debates actuales en el periodismo digital*, en cuanto a las transformaciones de los tiempos periodísticos, para él, “el periodismo digital no tiene fecha u hora de cierre, por lo tanto, la actualización debe hacerse de forma permanente, bien sea periódica, o en tiempo real según sean los acontecimientos”. (Morales )

Aquí, como lo plantea Roberto Igarza y lo documentan Fabián Bergero y Alejandro Rost en *Periodismo en contexto de convergencias*, “el propio consumo de noticias también se ha modificado en ciertos aspectos. Ya no se realiza en tiempos fijos asignados por la mañana o por la noche sino en varias micropausas durante todo el día, de un modo intersticial”, es decir con pequeños espacios entre publicación y publicación, lo que hace que los tiempos de los periodistas dependan tanto de las audiencias como de las noticias de último momento. En el norte del Huila, principalmente los medios que más publican y que tuvieron un antecedente análogo en su empresa periodística (Diario del Huila y La Nación), caían en el error de publicar la mayoría de sus notas en horas de la mañana, pues se transcribía lo que se tenía en el medio impreso. (Rost)

Por ello, en la mayoría de medios las horas en que se publica no son las mismas. Hay algunas semanas en que se mantiene una constante de publicar a las 8 de la mañana; en otras ocasiones hay una nota en la mañana y otra en la tarde. También hay algunos medios en los que no se muestra la hora de publicación.

Volviendo con el libro *Hackear el periodismo*, Pablo Mancini define al tiempo como el mayor capital que podemos tener, el cual se está fragmentando y expandiendo a la vez debido a los cambios que sufre y se evolucionan en la internet. Esto convierte al periodismo, según Mancini, en un mecanismo que debe medir lo valioso que tiene la audiencia para ofrecer a los medios: el tiempo. Por ello tiene que publicarse en los momentos con más concurrencia de lectores, según el interés del medio, pero se sabe que a cualquier hora del día la audiencia entrará a ver lo montado en el sitio web (o la red social), a diferencia de los medios análogos, y fue algo que también se propuso en el

grupo de discusión por parte de los periodistas invitados que lo publicado en el impreso se puede actualizar el mismo día para que la audiencia pueda enterarse.

Pablo Mancini también habla del valor profesional, distinto al precio, que era de la exclusividad. Para este autor los medios ya no están en el centro [Hechos – Medios – Audiencia] sino que, al contrario, la audiencia proporciona las agendas. Así, en el departamento es difícil hallar un medio que en cada publicación evidencie su narrativa encaminada a la fácil comprensión, mediante herramientas de la web, con el fin de hablar para un público, un lector, cada vez más amplio.

Así entonces, en la observación no participante se logró deducir que los medios en el norte del Huila manejaron los tiempos personales y profesionales acorde a lo planteado en el grupo de discusión (primer instrumento considerado por el grupo de investigación).

José Luis Orihuela trae a colación que “las redacciones son más abiertas y la presentación de noticias como tópicos actualizables”; para decir que, “esto hace que la información sea clasificada en función de las temáticas puntuales basadas en las noticias del instante. En esta nueva realidad la sección que vale es la que describe y cubre la coyuntura”. A partir de esto se puede decir que los medios digitales periodísticos de la subregión norte del Huila, tienen en cuenta la coyuntura y el instante para realizar sus actualizaciones, por tanto, sus noticias no tienen hora de publicación definida, sino que dependen del suceso, sin importar tanto la veracidad de la información ni la calidad de los formatos utilizados.

En términos generales, estos formatos en que se narraban las publicaciones, son los mismos tradicionales a los que nos acostumbraron los medios impresos; es decir, el texto

y la imagen. Encontramos pocas publicaciones que contenían vídeo. Esto quiere decir que los medios periodísticos digitales en el norte del Huila no cumplen con las características mínimas que se deben tener en cuenta para hacer periodismo digital en cuanto a herramientas multimediales. Pablo Mancini en este apartado recalca que “los productos periodísticos ya no se leen, se escuchan o se ven: ahora se usan”; los medios deben replantear la construcción de sus proyectos periodísticos a partir de las herramientas multimediales que ofrecen los nuevos escenarios del ejercicio informativo.

Medios como Opa noticias, a pesar de ser nuevos en el ámbito laboral del periodismo digital (nativos digitales), se estancan en la utilización de los formatos, empobreciendo las narrativas y convirtiendo los tiempos en una variante poco tenida en cuenta cuando se leyeron sus publicaciones.

En cuanto a las secciones, a las audiencias actuales ya no les importa, según Mancini en *Hackear el periodismo*, explica que las secciones no son vistas, “son la mayor desconexión de los medios respecto de sus lectores”, entonces el medio debe invitar a su audiencia a saber en qué eje está centralizada la publicación, y la mejor manera es mediante la transformación de los productos periodísticos exigidos por la audiencia, el contexto y la coyuntura que se esté enfrentando.

Tal vez por falta de personal capacitado en trabajo audiovisual y reportería gráfica es lo que detiene los contenidos de la mayoría de medios digitales del norte del departamento del Huila. A estas labores, y necesidades, Alejandro Rost, en *Periodismo en contexto de convergencias*, le llama trabajo interdisciplinario.

Los especiales multimedia son uno de los géneros nativos de la web y consisten en la integración de distintos recursos y lenguajes (texto, audio, videos, gráficos, animaciones, mapas, cronologías, widgets) para la cobertura de temas multimediales (Orihuela), y en la región son escasos.

Además, *Periodismo en contexto de convergencias*, de Juan Carlos Bergonzi y Alejandro Rost, nos habla del trabajo interdisciplinario como “el trabajo coordinado entre especialistas de diferentes disciplinas en la redacción [que] permite aprovechar los mejores recursos para cada tarea. En realidad, las coberturas y la edición periodística siempre han reclamado trabajo en equipo. Sólo que ahora se amplían los roles posibles en la redacción y se agregan nuevos actores: programadores, video reporteros, editores multimedia, gestores de comunidad...”

En la definición de *Prácticas* periodísticas, propuesta por Pablo Mancini, se encierran distintas situaciones que los medios digitales del norte del Huila no tienen en cuenta. Los tiempos, el valor profesional, las audiencias, narrativas y reutilización de contenidos, son consideraciones no reconocidas por los medios periodísticos digitales del departamento, pues se justifican en la necesidad contextual de primero crear los espacios digitales, luego fortalecerlos según el periodismo tradicional, y así tropezar con la realidad de las posibilidades que ofrecen las plataformas e instrumentos de la red tanto para beneficio de las audiencias, como de las empresas de medios.

***“El valor de experimentar.***

*Los sitios web más innovadores en periodismo son los que se han animado a probar nuevas cosas. Promover la experimentación oxigena, permite definir nuevas narrativas,*

*saca de la rutina, descubre nuevos enfoques y genera un sitio mucho más interesante para leer y ver.”*

---

### Mecanismo de Participación e Interacción de los medios de comunicación con sus usuarios.

En todos los medios que recoge el norte del departamento del Huila, se pudo comprobar que solamente por intermedio de la red social Facebook, pueden los usuarios dar a conocer su opinión respecto a lo que ellos querían manifestar dependiendo del contexto. Además, se pudo evidenciar que, si los lectores no manejan esta red social, es imposible que ellos puedan mostrar su opinión. Pero, ¿Por qué los medios de comunicación obligan al usuario tener cuenta en Facebook para poder dar su opinión?

Se ha comprobado que Facebook es la plataforma guía de los medios de comunicación digitales en el Huila hoy en día, por ende, todo lo que salga en la página web, debe pasar por la red social. Sin embargo, los periodistas no tienen un amplio dominio sobre el uso de otras redes sociales como Twitter e Instagram que pueden nutrir aún más la participación de otro tipo de audiencia. Por otro lado, los contenidos periodísticos disponibles en la web no son corroborados por la audiencia ni por su equipo profesional, dejando suspicacias en la veracidad del contenido de libre acceso.

Además, se estableció que las secciones más transitadas por los lectores son la judicial, la social y farándula. El debate que se genera en estas secciones normalmente no contiene un hilo conductor ya que los usuarios no evalúan la profundidad del contenido, dejando a un lado la crítica constructiva y dando espacio al sensacionalismo, lo que puede generar

en algunas ocasiones la censura. Cada usuario puede dejar su comentario sin censura alguna, eso nos manifiesta el periodista Neyder Jhoan Salazar Torres, quien en el texto *“La participación del usuario en los medios de información digitales”*, nos dice que “La participación consiste en la posibilidad que el medio le brinda al usuario de ser quien elija en qué participar frente a los desarrollos que los medios ofrecen. El lector hace uso de sus necesidades e intereses para comunicarse con el medio y la vez con el contenido de este”. (Salazar, 2011, pág. 4). En esta parte del departamento es evidente que los usuarios comentan donde se les facilite, haciendo uso del espacio común que el medio periodístico les brinda como lo es en este caso la red social Facebook.

---

Así mismo, se verifica que la interacción entre el medio y el usuario no existe, pues según Neyder Jhoan Salazar “es el diálogo que se teje entre los usuarios y que a la vez el desarrollo tecnológico posibilita para generar múltiples medios de acción comunicativa. Nuevas funciones del lector/usuario que cambian con el desarrollo de los mecanismos generados por el medio y las necesidades de su participación”. (Salazar, 2011, págs. 3-4-5). Pero, nada de eso pasa en los medios de comunicación digitales del norte del Huila, debido a que en ninguno de ellos se evidenció un interés en responder las dudas o preguntas de los propios usuarios sobre un contenido en específico. No se pudo observar una comunicación en doble vía, es decir, una comunicación directa entre medio y usuario, algo completamente diferente a lo que la mayoría de periodistas manifestaron en el grupo de discusión.

En detalle los medios digitales como Suregión y Opa noticias se destacan por realizar encuestas relacionadas con el deporte y la política, aunque no con mucha temporalidad. En ningún medio de comunicación se encontró enlaces de calidad que de una u otra

manera fortalecieran o dieran continuidad al contenido de la nota desarrollada. En algunas oportunidades, los enlaces que se encontraban en la nota se relacionaban con publicidad, eran artículos publicados por el mismo medio o simplemente no llevaban a ningún sitio web en específico.

En medios como Tusemanario y Ole mi Diario, los usuarios no podían comentar en el portal web ni en las redes sociales de difusión existentes, solamente se les permitían compartir los contenidos. Esto debido a que enfocándonos en Ole mi Diario, ellos se centran principalmente en su versión análoga y no dan mucha importancia a la versión digital. Tusemanario no crea contenido propio, sino que copia y pega de otros medios del departamento. Por el contrario, todos los demás portales web si facilitaban el espacio para que los lectores opinaron en torno al texto leído. Por ello, Neyder Salazar, en su texto *El usuario más allá de una simple participación en los medios digitales* nos dice que en los medios “se abren espacios de opinión, foros, secciones de usuarios y comunidades, en las que los usuarios interactúan, generan debates y polemizan. De igual forma la implementación de otros dispositivos como blogs, sondeos, interacciones en redes sociales, mecanismos como copiar, compartir”. (Salazar, 2011, pág. 2). Con este argumento se pudo comprobar que en los medios donde se desarrolló la investigación, a diferencia de las dos encuestas encontradas en Suregión y Opa noticias, Facebook es el único mecanismo de participación encontrado en la netnografía.

Los periodistas que asistieron al grupo de discusión manifestaron que ellos utilizan otros mecanismos de participación como encuestas, foros, debates, etc. Sin embargo, solamente a dos medios se les observó esta actividad.

Juan Pablo Ortega, periodista de Deporte Total, afirmó en el grupo de discusión que “la interacción era un factor fundamental a mejorar en el medio de comunicación, ya que no le dedicaban mucho tiempo a ese aspecto”. Deporte Total no es el único medio que debe mejorar en la interacción con sus usuarios, pues en ninguno de los medios de comunicación estudiados se encontraron modos de interacción con sus lectores.

En la netnografía los mecanismos o fórmulas de participación como las encuestas, estadísticas, foros, debates, no fueron aprovechados para acercarse a su público lector, esto seguramente ocurre debido a la inmediatez que se presentan en estos medios a la hora de sacar las noticias, y por ello los periodistas no le brindan importancia a el comentario del lector. Susana Herrera Damas en el libro *“La participación del usuario en los medios de información digitales”*, dice que “Las fórmulas participativas pueden definirse como las distintas formas operativas y de solución concreta, que habilitan a los diferentes actores con influencia en los medios, para dinamizar la comunicación mediática a través de la intervención de los destinatarios en la actividad” (Susana Herrera Damas, 2012, pág. 16).

## CONCLUSIONES

- Para los periodistas del norte del departamento del Huila, el uso de las TIC es fundamental, tanto para el ejercicio periodístico como para los procesos de la vida personal.
- En términos de la percepción, los juicios u opiniones son elementos fundamentales para lograr entender la misma, desde la mente consciente del individuo, en este caso el periodista que generaliza la idea de ser “obsoletos” en un contexto en el cual los procesos tecnológicos no se han desarrollado bajo la pedagogía pertinente.
- En cuanto a formatos y narrativas se cumplen algunas condiciones en los medios digitales periodísticos como la instantaneidad y ciclos de producción de la información.
- Hay avances en contenidos multimedia, pero en la mayoría de los medios aún no hay una apropiación profunda de esta condición. En cuanto al manejo en la edición de los contenidos multiplataforma y la convergencia de las redacciones que todavía existen en forma separada entre periodistas de medios análogos y periodistas digitales, también se ha evidenciado un avance.
- Continúa la tendencia en preocuparse por la divulgación, el tráfico y no por la profundidad de los sucesos, aun así, la cantidad de publicaciones por medio es escasa.
- Los medios que más publican y que tuvieron un antecedente análogo en su empresa periodística, caen en el error de publicar la mayoría de sus notas en horas de la mañana, transcribiendo lo que se había publicado en el medio impreso el día anterior, sin tener en cuenta la actualización propia del periodismo digital.
- Los formatos que utilizan los medios digitales periodísticos del norte del departamento del Huila, hacen referencia básicamente al texto y la imagen,

dejando de lado todas las innovaciones que trae el periodismo para la web y las herramientas que ellos mismos han sostenido que utilizan.

- Solo por medio de la red social Facebook, los usuarios de los medios pueden dar a conocer su opinión frente a los temas que se han publicado, por tanto, si los lectores no utilizan o manejan esta red social, es imposible que puedan dar a conocer su opinión frente a la publicación del medio.
- Los periodistas del norte del departamento no tienen clara la forma en que pueden utilizar otras redes sociales como Twitter o Instagram, que pueden ayudar a nutrir la participación de otro tipo de audiencia a la cual también llegan sus contenidos.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

### C

**Carlos Ruiz, Pere Masip, Josep Lluís Micop, Javier Díaz Noci y David Domingo** (2010, págs. 3-8) *Conversación 2.0. Y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana*, Vol. XXII • Nº 2 C y S • 2010.

**Christine Hine** (Hine, Etnografía Virtual, 2000, págs. 17-45) *Etnografía Virtual*, Colección Nuevas tecnologías y sociedad. Editorial OUC.

Disponible: <http://www.uoc.edu/dt/esp/hine0604/hine0604.pdf>

**Cammus.J.C.** (2014). El modelo de dos capas para redacciones periodísticas: aplicación práctica. *Foro Internacional de Periodismo Digital : convergencias redes y móviles* (pág. 30). Rosario: Labordes Libros Editor.

### D

**del Fresno. M.** (2011). *Netnografía. Investigación, análisis e intervención social online*. Barcelona: Editorial UOC.

El modelo de dos capas para redacciones periodísticas: aplicación práctica.

### G

**García de Castro. M.** (2014). *Información en el entorno digital*. Madrid: Tecnos.,

## I

**Irigaray.F.** (2013). «Narrativas hipermedias en el Webperiodismo. DocuMedia: punto de encuentro entre el documentalismo social, el periodismo de investigación y la narrativa digital interactiva.». *5 Foro Internacional de Periodismo digital. Webperiodismo en un ecosistema líquido* (págs. 91 - 98). Rosario: Laborde Libros Editor.

## L

**Labcom** (2012) (Grupo interdisciplinar del Pontífice Universidad Javeriana) Cultura Digital El medio es el debate o reencuentro con McLuhan en el ciberespacio: un experimento de investigación y escritura académica en el escenario digital. Volumen XXIX. Disponible:

<https://drive.google.com/drive/folders/0BxEcmZQfgvSdUE1dV95WkM5Rms>

## M

**Mancini , P.** (2011). *Hackear el periodismo*.

**Marín, B.H.** (2008). Una mirada al desarrollo de los medios electrónicos en Colombia. *Revista Q*, 2008. , 3.

**Martín.F., M.** (2007). El tratamiento de la información en el medio digital. En R. R. Garcia Jimenez. Antonio, *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid: Editorial Dickinso.

**Miranda.M. Machado.E. Borges.C.** (2004). *Géneros narrativos en el periodismo digital baiano*. Obtenido de Géneros narrativos en el periodismo digital baiano. Sala de Prensa 63. Enero 2004. Año V, Vol.2 Encontrado en <http://www.saladeprensa.org/art517.htm>: <http://www.saladeprensa.org/art517.htm>

**Morales.M.** (2010). Hacia la democratización narrativa. Del hipertexto a la creación colectiva. *Signo y Pensamiento*, vol. XXIX, núm. 57 , 192-215.

**Morales , M.** (s.f.). *Tendencias y debates actuales en el periodismo digital*.

**N**

**Neyder Salazar**, (2011) *El usuario más allá de una simple participación en los medios digitales*, informe sobre espacios y modalidades de participación de los usuarios en los sitios web del espectador.com y lasillavacia.com, presentado auxiliar del proyecto de investigación “Transformaciones en las funciones del lector/usuario en los espacios de participación de la prensa digital colombiana.

**O**

**Orihuela, J.** (2011). *(0 claves sobre el futuro del periodismo*.

**P**

**Pérez Luque, María José y Perea Foronda, Mainer.** (1998). El reto de crear noticias online. Análisis de la comunicación online actual y perspectivas de futuro Madrid. *Cuadernos de Documentación Multimedia 6-7 Universidad Complutense* .

**Perez y Perez R. Castellanos Cerda V.** (2014). «YA NO SE CUENTAN LAS HISTORIAS COMO ANTES. Transformación de las narrativas en la era digital. *Revista ALAIC* , 67.

## **R**

**Rey, G., & Novoa, J. L.** (2012). *Medios Digitales de Colombia "Agendas Periodísticas y Sostenibilidad"*, realizado por el Centro Ático, la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana y Consejo de Redacción. ). Bogotá: Fundación Cultural Javeriana de Artes Gráficas (JAVEGRAF).

Disponible:

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnuZlXkZXJjaXRvfGd4OjZjNjA5ZWYyY2MTQwZTY>

**Rodríguez, J. A.** (2001). El Relato Digital. *Revista universitas Humanística. N 52* , 79.

**Rodríguez.J.A.** (2009). Asedio a las narrativas contemporáneas. Mapa de Posibles Investigaciones. *Cuadernos de Literatura N° 26* , 12-51.

**Rost.A.** (2012). Ponencia: Narrativas periodísticas en la Web: ejemplos y herramientas. *5 foro Internacional de Periodismo Digital Rosario- 2012*, (pág. Pag. 53). Rosario.

**Rost, A.** (s.f.). *Periodismo en contexto de convergencias*.

## S

**Salaverria, A.** (2005). Hipertexto periodístico: Mito y Realidad. *III Congreso Internacional Comunicación y Realidad*. Barcelona.

**Salaverría, R.** (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*.

**Salaverría, R. Cores, R.** (2005). *DADUN*. Recuperado el 12 de Abril de 2016, de DEPOSITO ACADEMICO DIGITAL UNIVERSIDAD DE NAVARRA: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/7284>

**Sergio Llano Aristizábal** (2005) *Hipermedia e interactividad en el periodismo (Medios y Propiedad)* Edición Número 12.

Disponible: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64901205>

**Silvia Martínez** (2012) *La participación de los usuarios en los medios de información digitales*. Barcelona, España. Editorial OUC.

**Sofía Docceti** (Docceti, 2012) “*La Interactividad y la Participación en el Periodismo Digital*; El caso de cinco portales de información de nuestro país”, informe presentado en las X jornadas de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales, Udelar. Montevideo, Uruguay.

Disponible: <http://www.observatic.edu.uy/wp-content/uploads/2011/09/La-intractividad-y-la-Participaci%C3%B3n-en-el-Periodismo-Digital-El-caso-de-cinco-portales-de-informaci%C3%B3n-de-nuestro-pa%C3%ADs-Sof%C3%ADa-Docceti.pdf>

**Susana Herrera Damas** (2012) *La participación del usuario en los medios digitales*. Madrid, España. Editorial OUC.

## **T**

**Tomas Durán Becerra** (2012) *La participación, espacios de opinión, creatividad y nuevas historias*. Informe sobre la inmersión de los usuarios en los medios de comunicación digitales. Bogotá, Colombia.

## **V**

**Viada.M.** (2014). Escribir para la Web. No lo diga cuéntelo. En d. C. Viada, *En Periodismo en la web : lenguajes y herramientas de la narrativa digital* (págs. 13,33. ). Córdoba: Editorial Brujas.

**Vilches, L.** (2011). *La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital*.

---

## ANEXOS

- Entrevista semiestructurada objetivo 1.

### ENTREVISTA

(OBJETIVO 1: Conocer las percepciones que los medios periodísticos digitales tienen sobre las tecnologías de la comunicación y la información, en el norte del Huila durante el año 2015)

Fecha \_\_\_\_\_ Hora \_\_\_\_\_

Lugar (ciudad y Medio de comunicación): \_\_\_\_\_

Entrevistado/A \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_ Género: \_\_\_\_\_

*Introducción:* Descripción general del proyecto (propósito, participantes elegidos, motivo por el cual fue seleccionado, utilización de datos) Confidencialidad.

### PREGUNTAS

#### SENTIDO POLÍTICO, CONCEPCIÓN DE LA HERRAMIENTA

1. ¿Para usted qué son las Tecnologías de la Información y la comunicación?
2. ¿En su vida personal qué importancia le da al uso de las TIC?
3. ¿Qué ventajas y desventajas le brinda el uso de las TIC?
4. ¿Qué lo motiva a usar las TIC en su vida laboral?
5. ¿Por qué pensar en un medio digital en su municipio?
6. ¿Sabe usted qué implicaciones éticas y/o legales tiene el uso de datos encontrados en Internet?

#### USABILIDAD

1. ¿Qué herramientas tecnológicas (Equipos y programas) conoce para su desempeño profesional?
2. ¿Cuáles usa en su desempeño profesional?
3. ¿Cómo llegó a usarlas o adquirirlas?
4. ¿Cuáles son las limitaciones que ha tenido al momento de usar esas herramientas tecnológicas?

#### UTILIDAD

1. ¿Para qué le ha servido el uso de las herramientas tecnológicas en su desempeño laboral?
2. ¿Qué transformaciones genera la vinculación de las TIC en su desempeño profesional?

- Matriz de análisis objetivo 1, tópicos subdivididos

| MEDIO   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| Conocimiento  | Actitud   | Interés  | Proceso   |
| ¿Para usted qué son las Tecnologías de la Información y la comunicación?                        | ¿En su vida personal qué importancia le da al uso de las TIC?                       | ¿Qué lo motiva a usar las TIC en su vida laboral?    | ¿Qué ventajas y desventajas le brinda el uso de las TIC?                                      |
|   |   | ¿Por qué pensar en un medio digital en su municipio? | ¿Cuáles usa en su desempeño profesional?  |
| ¿Sabe usted qué implicaciones éticas y/o legales tiene el uso de datos encontrados en Internet? | ¿Qué transformaciones genera la vinculación de las TIC en su desempeño profesional? | ¿Cómo llegó a usarlas o adquirirlas?                 | ¿Cuáles son las limitaciones que ha tenido al momento de usar esas herramientas tecnológicas? |

- Matriz

## Objetivo

2

### MATRIZ POR OBJETIVO

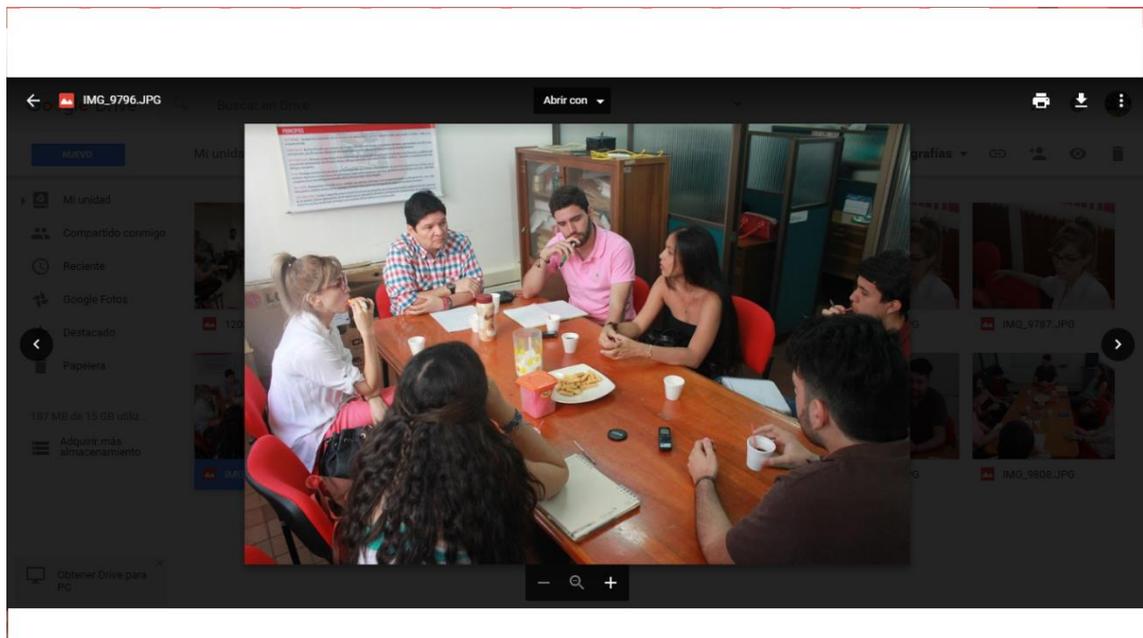
#### Objetivo 2

| Medio de comunicación: Suregión |                  | Fecha de Revisión: del 5 al 10 de abril                                   | Día de consulta: |           |   |
|---------------------------------|------------------|---|------------------|-----------|---|
| Secciones a trabajar:           |                  | Revisó: Carlos Romero   |                  |           |   |
|                                 |                  | Domingo   | Lunes            | Miércoles | Viernes   |
| <b>FORMATOS</b>                 | AUDIO            | 2 región, entrevista a jóvenes  |                  |           |   |
|                                 | TEXTO            | 1 especial: Os pedimos hechos (10)<br>1 región: Retomando espacios de (6) |                  |           | 1 local: Todo lo que debe saber (1)<br>1 regional: Mi hijo no era guerrillero (6) |
|                                 | IMAGEN           | 1 especial<br>1 región  |                  |           | 1 local<br>1 regional   |
|                                 | VIDEO            |   |                  |           | 1 regional (contexto, entrevista, en la zona)                                     |
| <b>NARRATIVAS</b>               | NOTICIA          | 1 especial  |                  |           |   |
|                                 | ENTREVISTA       |   |                  |           |   |
|                                 | REPORTAJE        | 1 región  |                  |           | 1 local<br>1 regional   |
|                                 | CRONICA          |   |                  |           |   |
|                                 | OTRAS NARRATIVAS |   |                  |           | Local: Storify  |
|                                 | ENLACES          | 2 especial  |                  |           | 2 enlaces, regional   |

- Portal Aipe Lea (solo tiene sección inicio)



- Grupo de discusión



- Diario de Campo



Mi nombre es **Juan Manuel Ortiz**. Soy aipuno y tengo todas las expectativas respecto a esta reunión. Ahora me dedico a este espacio virtual Alpe Lea y tengo todas las expectativas frente a esta reunión.

**Juan Guillermo Rodríguez** soy el director de **Campoalegre Noticias** llevamos ya como 8 años de actividades, empezamos con un blog, esperamos que esta actividad sea muy enriquecedora

**Yully Andrea Trujillo Cuellar**, hago parte del equipo de Campoalegre Noticias. Como periodista y en el cargo de jefe de redacción y pues también al igual que mis compañeros tengo altas expectativas en el debate que se puede hacer hoy.

**Serafin Marquin de SuRegión**, desde hace como cuatro años. Me parece muy interesante esa interacción que se puede establecer con experiencias de otros medios. Nosotros hemos estado estudiando el tema y ha sido muy fuerte el movimiento me parece muy agradable que estén aquí.

**Preceptor:** Entonces como les comentaba la idea es que conversemos un poco alrededor de cómo es que hacemos periodismo digital. Y para ello quisiera preguntarles a todos si ¿alguna vez han hecho periodismo tradicional o siempre han hecho periodismo digital?

**YULLY** Inicialmente la idea fue incursionar en el tema de tecnologías de internet, pero por el municipio, eso fue como en el 2009 pues no todos tenían acceso al manejo de estas herramientas y pues entonces se trato de elaborar el periódico con el mismo nombre, era como el resumen de las noticias más importantes de lo que se abordó durante todo el mes, entonces se trato de elaborar el periódico con el mismo nombre la periodicidad ya no es mensual sino como en las fechas más claves.

**Preceptor:** ¿Ustedes publican en la web y publican en el internet?

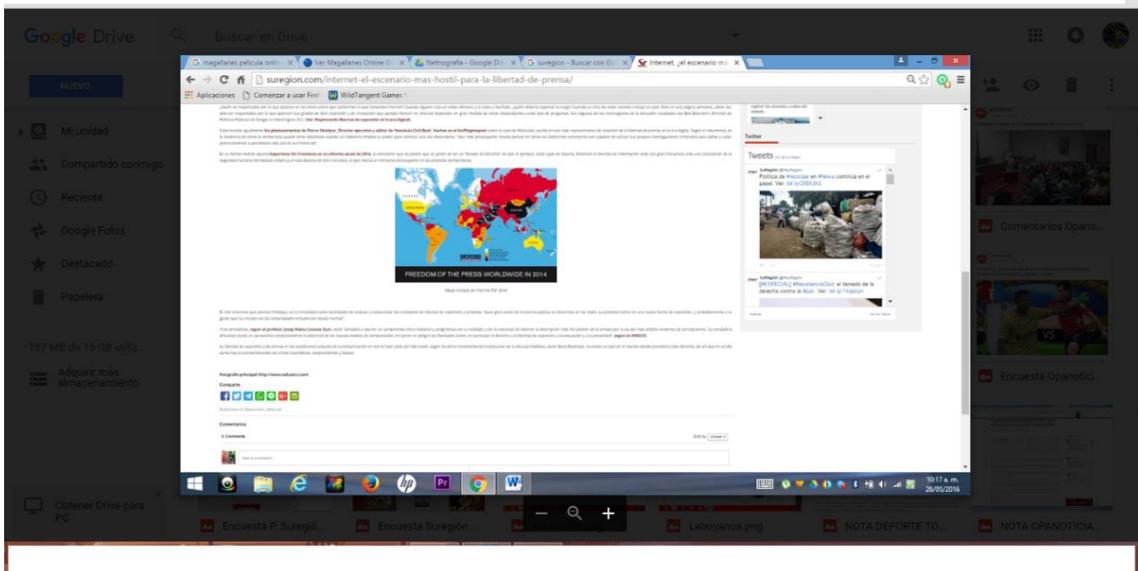
**Juan Guillermo:** Lo hacemos hasta hace un año lo hacíamos así con una publicación mensual,



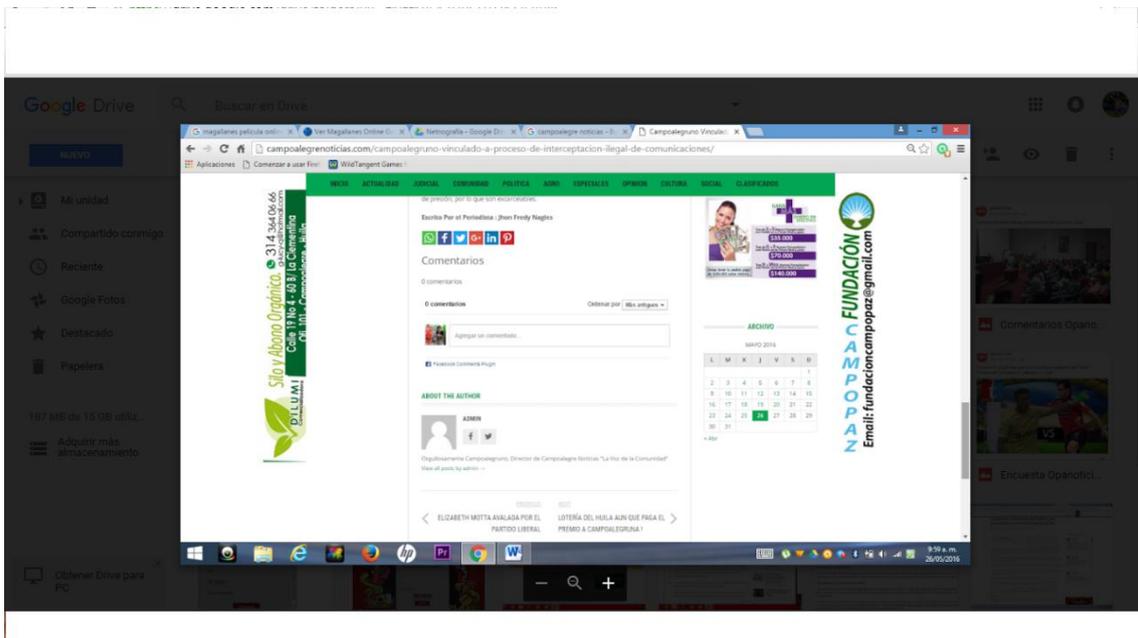
- Grupo de discusión



- Periódico Digital Suregión



- Portal Campoalegre Noticias



- Matriz Objetivo 4

Google Drive

Buscar en Drive

Inicio

Mi unidad

Compartido conmigo

Reciente

Google Fotos

Destacado

Papelera

187 MB de 15 GB utiliz.

Archivos más almacenamiento

Obtener Drive para PC

**Objetivo 4**

|   |                                       |                                     |
|---|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Medio de comunicación: SuRegión   | Fecha de Revisión: 13 de Diciembre    | Días de consulta: De Abril 5 al 11. |
| Secciones a trabajar: Actualidad, Especiales, Desde la U, SuRelato, Región, Ciencia y Tecnología y Opinión. | Revisó: Jhoan Sebastián Salazar Ceron |                                     |

**SuRegión**

Entenderemos **Mecanismo de Interacción** como la comunicación más profunda y directa entre el medio de comunicación y su audiencia; en pocas palabras es el intercambio de diatribas entre las partes (emisor y receptor) para darle mejor visibilización o enfoque a una nota en específico a la hora de fraguar el contenido a publicar.

Entenderemos **Mecanismo de Participación** como la capacidad que el medio les permite a los usuarios a participar en la información y selección de contenidos, mediante aportes o modificaciones sobre los mismos. Además, los agentes que se encuentren por fuera de las estructuras mediáticas tradicionales tienen la capacidad para dar a conocer sus opiniones, hallazgos, historias y en general, sus creaciones por intermedio y filtro de los medios de comunicación. Igualmente, la participación ciudadana tiene que estar endosada tanto con el contexto y la coyuntura dónde ésta se produce, pero tampoco puede decirse que éste al límite

**Grupo de discusión**

Facebook es un canal muy fuerte y pues los comentarios que uno recibe en ocasiones dependen del tema, pues este medio se mueve particularmente en un nicho muy especializado, los comentarios son más estructurados. Hay una falencia fuerte en el tema de cómo interactuar con más público. Es una falencia que existe porque también tiene que ver un poco con las capacidades que tenga el medio para calar en ciertos, depende también el enfoque que tenga y los comentarios son siempre muy productivos, son importantes los utilizamos en ocasiones a veces para las mismas notas, a veces programamos preguntas en la mismas páginas y lo que comentan ahí lo utilizamos como fuentes, la primera vez como el tema era algo a veces el debate se vuelve grosero. Últimamente Twitter también ha sido muy fuerte. Hemos logrado hacer como esa interacción, no solamente en poner el contenido, como ponerlo en diálogo con la gente que es. Si yo hablo de algo que tiene que ver con medio ambiente, pues etiqueto antes que tengan que ver con el tema y genera un diálogo de alguna una manera muy sutil, que ellos lo compartan, lo comentan, y sirve para el medio de doble manera por el tema de que conozcan que se está haciendo y es la ventaja de las redes. Que en la USCO

Página 1 de 25