

 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vigente Mireeducación	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>i(75)</b>	

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>DEIVIS FAVIAN CARO DAZA</b>		
FACULTAD	<b>EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>		
DIRECTOR	<b>JAVIER ANTONIO SARABIA ASCANIO</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA TRANSICIÓN DEL DIARIO EL PILÓN HACIA EL PERIODISMO DIGITAL</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p><b>EL PRESENTE DOCUMENTO DA A CONOCER LA ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA TRANSICIÓN DEL DIARIO EL PILÓN HACIA EL PERIODISMO DIGITAL</b></p> <p><b>DICHA ESTRATEGIA BUSCÓ QUE EL DIARIO EL PILÓN REALIZARA LA TRANSICIÓN HACIA LAS NUEVAS FORMAS DE HACER PERIODISMO DESDE LAS PLATAFORMAS QUE OFRECE EL INTERNET CON LA CREACIÓN DE UNOS LINEAMIENTOS PARA LA PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES.</b></p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS:	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA TRANSICIÓN DEL DIARIO EL  
PILÓN HACIA EL PERIODISMO DIGITAL

DEIVIS CARO DAZA

TRABAJO DE GRADO, MODALIDAD PASANTÍA, PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE  
COMUNICADOR SOCIAL

DIRECTOR  
CS. JAVIER SARABIA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

Ocaña, Colombia

Noviembre de 2019

## **Dedicatoria**

*Todo lo que el ser humano puede lograr es gracias a Dios y este logro es gracias a Él. Este logro también es de mis padres quienes me guiaron en este largo camino.  
Están mis hermanos, sostén en los momentos más difíciles.*

*Muchos sueños hay en el ser humano. De pequeño creía que graduarme de la universidad como profesional sería mi mayor sueño. Sin embargo, ahora entiendo que en realidad es la puerta para soñar aún más grande.*

*Empezamos un nuevo camino, que al igual que la Universidad, espero emprender junto a Dios, mi padre, mi madre, familia y amigos.*

## Agradecimientos

*A Dios primeramente, porque fue Él quien puso el sentir en mi padre y mi madre de sacrificar sus gustos, tiempo, trabajo para apoyarme de forma psicológica y financiera en el sueño de ser un profesional. Gracias a Dios por ellos.*

*Agradecer a mis hermanos por estar cuando los demás no estaban. Eso los hace más valiosos que el hecho de llevar la misma sangre. Gracias a Dios por ellos*

*Un agradecimiento a esas personas que me acompañaron en mi época universitaria, pero principalmente a quienes me inspiran a ser mejor, a quienes me invitan a superarme todos los días. Son una razón para no desfallecer.*

## Índice

<b>Introducción</b> .....	1
<b>Capítulo 1: Elaboración de un plan estratégico para la transición del diario EL PILÓN hacia el periodismo digital</b> .....	<b>1</b>
1.1 EL PILÓN.....	1
1.1.1 Misión de EL PILÓN.....	1
1.1.2 Visión de EL PILÓN.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	2
1.1.4 Estructura organizacional.....	2
1.1.5. Descripción de la dependencia asignada.....	4
1.2 Diagnóstico inicial.....	6.
1.2.1 Planteamiento del problema.....	8
1.3 Objetivos de la pasantía.....	8
1.3.1. General.....	8
1.3.2. Específicos.....	9
1.4 Descripción de las actividades.....	9
<b>Capítulo 2. Enfoques referenciales</b> .....	<b>12</b>
2.1. Enfoque conceptual.....	12
2.2 Enfoque legal.....	15
<b>Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo</b> .....	<b>16</b>
3.1. Presentación de resultados.....	16
3.1.1. Objetivo 1.....	16
3.1.2. Objetivo 2.....	27
3.1.3. Objetivo 3.....	29
3.1.4. Objetivo 4.....	38
<b>Capítulo 4. Diagnóstico Final</b> .....	<b>41</b>
<b>Capítulo 5. Conclusiones</b> .....	<b>42</b>

<b>Capítulo 6. Recomendaciones .....</b>	<b>43</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>44</b>
<b>Apéndices.....</b>	<b>47</b>

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Matriz DOFA del diario EL PILÓN.....	7
<b>Tabla 2.</b> Actividades a desarrollar durante la pasantía .....	10
<b>Tabla 3.</b> ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?.....	21
<b>Tabla 4.</b> ¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web? .....	22
<b>Tabla 5.</b> En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la b, ¿qué tipo de instrumentos faltan?.....	23
<b>Tabla 6.</b> ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?.....	24
<b>Tabla 7.</b> ¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?.....	25
<b>Tabla 8.</b> ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?....	26
<b>Tabla 9.</b> Lineamientos para la producción de contenidos digitales.....	28

## Lista de Figuras

<b>Figura 1.</b> Organigrama del diario EL PILÓN.....	4
<b>Figura 2.</b> Promedio de las publicaciones diarias en el portal web.....	17
<b>Figura 3.</b> Promedio de comentarios en las redes sociales de EL PILÓN.....	18
<b>Figura 4.</b> Materiales y equipo del diario EL PILÓN. ....	21
<b>Figura 5.</b> Principal falencia del diario EL PILÓN en la producción multimedia.....	22
<b>Figura 6.</b> Sobre los equipos que faltan en el diario EL PILÓN.....	23
<b>Figura 7.</b> Impacto del diario EL PILÓN en redes sociales.....	24
<b>Figura 8.</b> Consulta sobre los contenidos que más generan impacto.....	25
<b>Figura 9.</b> Consideración sobre cómo aumentaría el diario EL PILÓN su impacto.....	26
<b>Figura 10.</b> Entrevista en Bogotá al presidente de la república, Iván Duque, durante la feria Anato. Vídeo publicado en redes sociales como Instagram y Twitter.....	30
<b>Figura 11.</b> Entrevista y transmisión en vivo con la gerente general de ENTerritorio, María Abuchaibe, en las oficinas de EL PILÓN durante la firma del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 en Valledupar.....	31
<b>Figura 12.</b> Cubrimiento a través de videos, grabados con celulares, para las redes sociales Instagram y Twitter del Festival de la Leyenda Vallenata en su edición #52. En este caso, se presenta la categoría Infantil.....	32
<b>Figura 13.</b> Entrevista al exdirector de Desarrollo Económico de Valledupar, Robert Murgas.....	32
<b>Figura 14.</b> Entrevista de video para las redes sociales al ministro de Industria y Comercio, José Manuel Restrepo, durante la feria de Turismo Anato, realizada en Bogotá.....	33

<b>Figura 15.</b> Cobertura audiovisual de la inauguración de la renovada plaza Alfonso López de Valledupar.....	34
<b>Figura 16.</b> Seguimiento de la discusión entre la Alcaldía y los comerciantes por la renovación de la red pluvial del centro histórico de Valledupar.....	34
<b>Figura 17.</b> Transmisión en vivo en Instagram de la entrevista realizada con el secretario de Planeación de Valledupar, Robert Murgas, para conversar sobre los proyectos de vivienda y desarrollo de Valledupar. ....	35
<b>Figura 18.</b> El gremio de periodistas de Valledupar marchó en defensa y apoyo a un colega agredido mientras ejercía su labor de fotógrafo.....	36
<b>Figura 19.</b> Entrevista con el rey juvenil del Festival de la Leyenda Vallenata, Sergio Luis Moreno, en su versión 52, año 2019.....	36
<b>Figura 20.</b> Entrevista para redes sociales y con la cantante Ana del Castillo, quien lanzaba en ese momento su nueva canción ‘Ya es mío’.....	37
<b>Figura 21.</b> Entrevista con la directora Nacional de Planeación, Gloria Alonso, en el marco de la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo en Valledupar.....	37
<b>Figura 22.</b> Medida bimestral de las publicaciones diarias en el portal web de noticias antes y después de la intervención.....	38
<b>Figura 23.</b> Medición promedio de comentarios en las redes sociales de EL PILÓN.....	39

## Lista de Apéndices

<b>Apéndice A.</b> Cubrimiento por redes sociales de la marcha en Pueblo Bello por la instalación del gas.....	47
<b>Apéndice B.</b> Cubrimiento para redes sociales de la marcha de la Central Unitaria de Trabajadores del Cesar en el día del trabajo.....	48
<b>Apéndice C.</b> Marcha de estudiantes y ambientalistas de Valledupar en contra del fracking. ....	49
<b>Apéndice D.</b> Encuesta a productores y periodistas sobre ventajas y necesidades para el desarrollo de su trabajo. ....	50
<b>Apéndice E.</b> Encuesta a productores y periodistas sobre ventajas y necesidades para el desarrollo de su trabajo.....	52
<b>Apéndice F.</b> Reunión con el entonces director, Martín Mendoza (derecha) y el entonces jefe de Redacción y hoy director, Andrés Llamas.....	55
<b>Apéndice G:</b> Solicitud de equipos y herramientas al director de EL PILÓN.....	56
<b>Apéndice H:</b> Cubrimiento para el portal web de la inhabilidad de tres candidatos a la rectoría de la Universidad Popular del Cesar.....	57
<b>Apéndice I:</b> Cubrimiento para redes sociales de la orden de captura en contra de alias Jesús Santrich.....	58

## Resumen

El trabajo de grado en modalidad de pasantías en el diario EL PILÓN inició en el mes de marzo con el objetivo de elaborar un plan estratégico para la transición del periódico hacia el periodismo digital.

En ese sentido, con el propósito de conocer el funcionamiento y trabajo que realizaba el equipo encargado de la parte digital de EL PILÓN, se realizó un diagnóstico a través de la observación directa y participativa.

Dentro del planteamiento del problema se detalló la necesidad de hacer la transición hacia el periodismo digital calculando y conociendo en las actividades desarrolladas datos sobre las publicaciones y visitas diarias en el portal web y la cantidad de seguidores que agrupa EL PILÓN en sus redes sociales. A su vez, se organizaron los objetivos y bajo la dirección del equipo Digital se desarrollaron las actividades necesarias para cumplir el propósito general de las pasantías que consistió en la elaboración de un plan estratégico para la transición del diario EL PILÓN hacia el periodismo digital.

## **Abstract**

The work of degree in internship modality in the newspaper EL PILÓN began in March with the objective of developing a strategic plan for the transition of the newspaper towards digital journalism.

In that sense, to establish a base the diagnosis was made, through direct and participatory observation, with the purpose of knowing the operation and work performed by the team in charge of the digital part of EL PILÓN.

Within the problem statement, the need to make the transition to digital journalism is described by calculating and knowing data about daily publications and visits on the web portal and the number of followers that the newspaper EL PILÓN groups in its social networks. In turn, the objectives were organized and under the direction of the Digital team the necessary activities were developed to fulfill the general purpose of the internships that allowed the transition of the newspaper EL PILÓN towards digital journalism with the elaboration of a strategic plan.

## Introducción

La expansión del internet y la facilidad de los celulares cambiaron los tiempos para informar, sobre todo en los periódicos impresos, exigiendo doble militancia en la red y el papel. En ese proceso, el diario EL PILÓN de Valledupar, Cesar, cuenta con un reconocimiento por sus 25 años de trayectoria. En la era digital, el reto del diario es aprovechar las ventajas de las nuevas formas de hacer periodismo.

Es por eso que en este trabajo se agrupan las estrategias realizadas y ejecutadas para la transición del periódico EL PILÓN del periodismo en papel hacia el ciberperiodismo, prensa en línea o periodismo digital.

Desde la metodología, en el capítulo uno se describe la estructura empresarial del diario EL PILÓN, seguido de un diagnóstico en el que se basaron los objetivos y las actividades. En el capítulo dos, los marcos conceptuales y legales dan el sustento teórico al proyecto; en el capítulo tres, a través del cumplimiento de los objetivos, se detallan las actividades realizadas. Finalizando el documento, se ubican en orden el diagnóstico final, las conclusiones y recomendaciones dirigidas al equipo laboral del diario EL PILÓN.

## **Capítulo 1. Elaboración de un plan estratégico para la transición del diario**

### **EL PILÓN hacia el periodismo digital**

#### **1.1. EL PILÓN**

El diario El Pílon salió por primera vez al público en el mes de septiembre de 1994. Desde entonces han pasado 25 años de circulación ininterrumpida y trabajada. Uno de los principales retos del diario ha sido mantener la independencia, indispensable en el buen periodismo. De allí nace su certificación social como el medio escrito más popular e influyente en el norte, centro y sur del departamento del Cesar, principalmente en su capital, Valledupar, donde se encuentra su sede.

En dos décadas, los grupos armados ilegales, presiones y crisis económicas no han superado el interés de informar. Hoy el diario permanece en Valledupar como creador de contenidos no solo para el papel, también está generando contenidos para las plataformas digitales, respondiendo a las exigencias de los nuevos mercados.

**1.1.1 Misión.** El Pílon S.A es una empresa productiva y confiable que provee servicios de información, formación de opinión, impresos y publicidad; para satisfacer con calidad al Cesar y La Guajira. (Misión EL PILÓN, 1994).

**1.1.2. Visión.** El Pílon S.A es una red de medios de comunicación de alta calidad, modelo en la costa atlántica colombiana por la excelencia de su talento humano, rentabilidad y contribución al desarrollo económico y social de la región. (Visión EL PILÓN, 1994).

**1.1.3. Objetivos de la empresa.** El Pílon S.A es una red de medios de comunicación de alta calidad, cuyo fin principal es informar con veracidad y compromiso, aportando al fortalecimiento de la democracia. (Objetivos EL PILÓN, 1994).

**1.1.4. Estructura organizacional.** En primer lugar está la Junta Directiva conformada por los inversionistas y socios de la empresa. Dueños de empresas mineras tienen el mayor porcentaje del periódico y son los encargados de tomar las decisiones claves en el diario EL PILÓN.

Segundo, están los directivos. Ligados al Gerente general, que cuenta con su asistente, es el encargado de la conexión entre los empleados y la junta directiva de accionistas; está el revisor fiscal, asesor jurídico y el asesor de negocios digitales. De allí se desprenden cuatro seccionales o despachos con un director cada una. Empezando por el área de contenidos, donde la máxima autoridad es el director y quien lidera un equipo conformado por el jefe de redacción, webmaster, los periodistas, reporteros gráficos y diagramadores.

Por otro lado está la dirección de Mercadeo, encargada de vender la publicidad del periódico, tanto impresa como por redes sociales. La conforman su director, un asistente de Mercadeo, quienes agrupan al jefe de Circulación y al jefe de Ventas, de quien dependen los asesores comerciales de suscripción y publicidad.

De la oficina de Recursos humanos y Producción hacen parte la recepcionista, el mensajero, el auxiliar de servicios generales, el aprendiz o practicante que recibe EL PILÓN cada semestre. Además hay personas encargadas de la prensa en esa sectorial. Y por último, está la parte financiera o contaduría, liderada por un jefe financiero y unos asistentes de cartera, analista contable y un tesorero.

El organigrama de EL PILÓN por su naturaleza es un organigrama microadministrativo, pues tanto el periódico impreso como la web, los procesos contables y administrativos se realizan en la misma organización. Por su contenido es integral, pues en el organigrama se encuentran todas las unidades administrativas y sus relaciones de jerarquía o dependencia, y por su presentación pertenece al grupo de verticales, ramificando de manera jerárquica los diferentes niveles de la compañía.

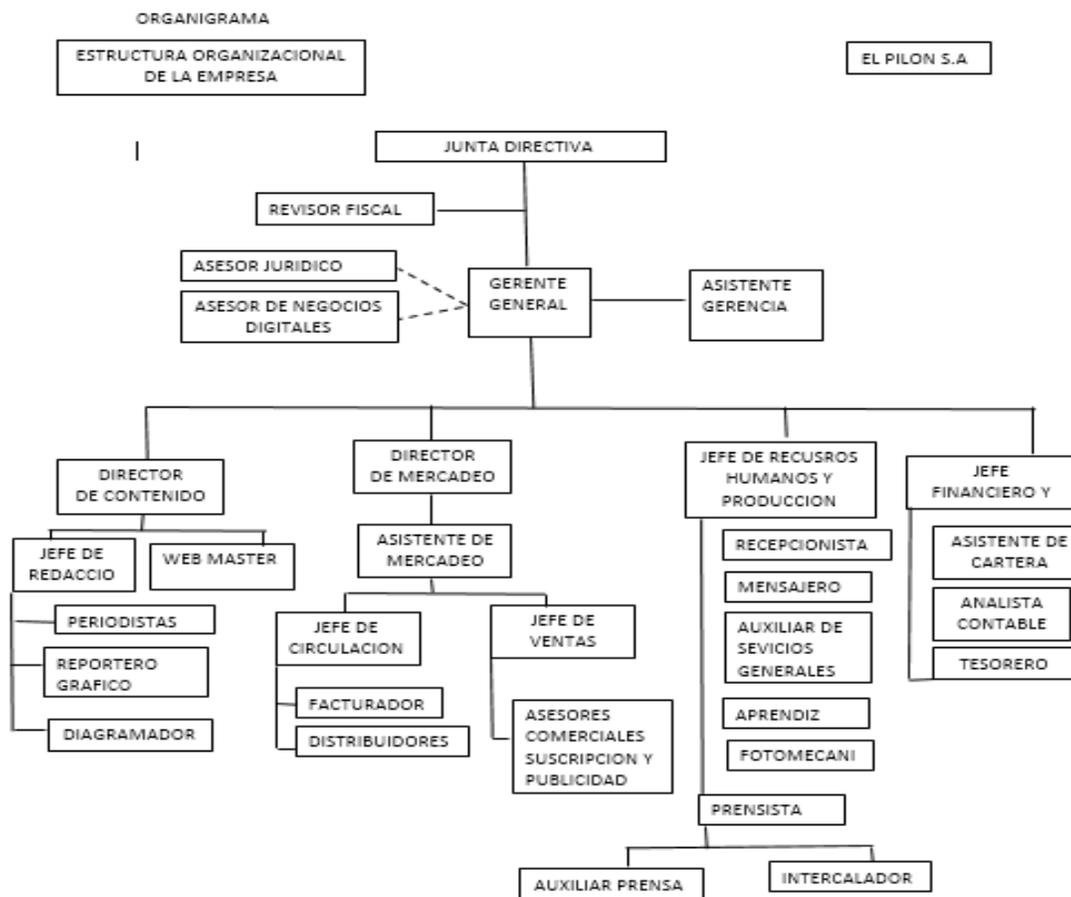


Figura 1. Organigrama del diario EL PILÓN. Fuente: EL PILÓN (2019).

**1.1.5. Descripción de la dependencia a la que fue asignado.** La sala de redacción o dirección de contenido es la matriz del periódico EL PILÓN. Cerca de 10 periodistas, 2 reporteros gráficos y 2 diagramadores son los encargados de crear el producto estrella del diario: el periódico EL PILÓN que sale todos los días al mercado por un valor de 1.000 pesos.

Distribuido mayoritariamente en Valledupar y en algunos municipios del centro del Cesar, los periodistas se dividen por secciones. Una periodista se encarga de la sección de Comunidad: entre denuncias y quejas, esta sección sirve de vocera de las irregularidades y falencias en las

comunidades locales y de la región. Por ejemplo, el seguimiento a las fallas en el parque del barrio La Natalidad de Valledupar.

La sección de Deportes también cuenta con su propio periodista. Es el encargado de cubrir principalmente las noticias locales, de barrio, y el equipo de la ciudad: el Valledupar FC; además de las noticias deportivas nacionales e internacionales en las que un cesarense o colombiano es protagonista.

La sección de Judicial es la más leída del periódico y la encargada de cubrir los procesos judiciales de relevancia y hechos noticiosos como accidentes, asesinatos, disputas legales, entre otros.

En Generales, el periodista asignado se encarga de cubrir comunicados de prensa, eventos sociales y políticos, y, en casos especiales, las noticias económicas.

En la sección de Farándula, como su nombre lo dice, el periodista sigue al tanto el acontecer de los artistas y protagonistas a nivel nacional, pero principalmente en el Cesar y Valledupar.

## **1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.**

Para la realización del diagnóstico inicial se llevó a cabo un proceso basado en la experiencia y la observación directa como periodista durante dos meses de trabajo en el diario EL PILÓN, con el propósito de conocer la labor realizada en la producción de contenido para la página web.

La observación directa es cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar (Díaz, 2011, p.7), el cual es el primer paso para integrarse con la comunidad u objeto razón de estudio. Cuando el investigador participa de las actividades que investiga o estudia se califica como una observación participante (Díaz, 2011, p.7). Ese tipo de análisis visual implicó ingresar al equipo Digital, integrado por las periodistas de redes y web, diseñador, diagramadores y webmaster, y apoyarlos como periodista en sus procesos diarios.

Según Díaz (2011) la observación participante es una de las técnicas privilegiadas para la investigación cualitativa porque “suele prolongarse en el tiempo y no se realiza desde la realización de matrices o códigos estructurados previamente, sino más bien desde la inmersión del contexto”.

Tabla 1

*Matriz DOFA del diario EL PILÓN*

<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los 116.000 seguidores en Instagram, 98.300 en Twitter y más de 83.000 me gusta en Facebook ubican al diario EL PILÓN como uno de los medios con más seguidores en el departamento del Cesar.</li> <li>• La experiencia y juventud del equipo: por un lado un grupo de jóvenes educados en la era digital y que recién empiezan en el periodismo, acompañados de experimentados periodistas que conjugan madurez y solvencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una de las principales limitaciones es la cantidad del personal. El periodista alcanza a realizar su trabajo para el impreso, pero es superado por el ritmo digital.</li> <li>• La escasez de algunos equipos de trabajo, como cámara de video, trípode, para la producción de contenidos digitales.</li> <li>• Desconocimiento de algunos periodistas sobre la importancia de informar en los tiempos digitales.</li> </ul>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La principal oportunidad para el diario EL PILÓN es la accesibilidad a las nuevas tecnologías para producir contenidos digitales.</li> <li>• La reputación del periódico le permite ser el informativo escrito referente para aquellas personas que se encuentran fuera del país y que pueden ingresar al portal web.</li> <li>• Municipios del Cesar donde no llega ningún periódico pero que el internet los convierte en potenciales generadores y consumidores de información digital.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las noticias falsas o ‘fakenews’ que circulan en redes sociales y portales web que tienen como objetivo desinformar.</li> <li>• La rapidez que exige lo digital, en algunos casos, afecta la calidad del producto.</li> </ul>

**1.2.1. Planteamiento del problema.** La entrada de las nuevas tecnologías no solo cambió la forma cómo se comunican las personas, también los tiempos y los medios para informarse. Con la decadencia de la tiranía histórica del texto impreso y la entrada de la imagen y el audio, las nuevas generaciones exigen informarse con la mayor rapidez posible (Restrepo & Botello, 2018).

Más que una competencia, lo digital es un nuevo medio para romper fronteras, lo que obliga a medios tradicionales como EL PILÓN a reinventarse y no solo producir textos para el impreso, también contar historias al ritmo y al estilo que exige el internet. Para eso, el primer deber es trabajar a ese ritmo.

Por eso, surge la necesidad de desarrollar un plan estratégico para la transición del diario EL PILÓN hacia el periodismo digital. Ese grupo de estrategias debe agrupar las políticas para trabajar en el área digital y estar direccionadas a organizar el trabajo tanto en tiempo como en el tipo de contenido.

### **1.3. Objetivos de la pasantía**

**1.3.1 General.** Elaboración de un plan estratégico para la transición del diario EL PILÓN hacia el periodismo digital.

**1.3.2 Específicos.** Elaborar un diagnóstico sobre la producción de contenidos digitales y tráfico del portal web del periódico EL PILÓN.

Fijar parámetros para la publicación de contenidos digitales en el portal web y las redes sociales de EL PILÓN.

Producir contenidos para la publicación en el portal web y las redes sociales del diario EL PILÓN.

Evaluar de forma bimestral los cambios y avances logrados en el tráfico y visitas en el portal web del diario.

#### 1.4. Descripción de las actividades

*Tabla 2*

*Actividades a desarrollar durante la pasantía*

Objetivos Específicos	Actividades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Elaborar un diagnóstico sobre la producción de contenidos digitales y tráfico del portal web del periódico EL PILÓN.</b></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>I. Identificar la frecuencia en la publicación de contenidos digitales producidos y publicados en la web antes y durante el trabajo de apoyo al equipo Digital.</li> <li>II. Analizar las políticas del diario EL PILÓN para la realización de contenidos digitales para la web.</li> <li>III. Realizar y tabular una encuesta con los diagramadores y periodistas para conocer las herramientas que hacen falta y son necesarias.</li> </ol>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fijar parámetros para la publicación de contenidos digitales en el portal web y las redes sociales de EL PILÓN.</b></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>I. Crear lineamientos que unifiquen los criterios de tiempo, estilo y formatos para la publicación de contenidos digitales.</li> </ol>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Producir contenidos para la publicación en el portal web y las redes sociales del diario EL PILÓN.</b></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>I. Presentar una propuesta ante las directivas para la adquisición de las herramientas necesarias.</li> <li>II. Crear contenido propio para el portal web del diario EL PILÓN.</li> <li>III. Transmitir en vivo por redes sociales las noticias que así lo requieran, por ejemplo, marchas, accidentes, asambleas, entre otras.</li> </ol>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar de forma bimestral los cambios y avances logrados en el tráfico y visitas en el portal web del diario.</b></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>I. Solicitar al webmaster información del movimiento del portal web después y antes de la creación de contenidos especializados para la web.</li> <li>II. Durante los consejos de redacción realizados a diario, compartir con los colegas periodistas los resultados y avances, con estadísticas y cifras cedidas por el webmaster, logrados gracias al apoyo periodístico al equipo Digital.</li> </ol>

*Fuente:* Autor del informe.

Por lo anterior, se propone realizar un plan estratégico para la transición del diario EL PILÓN hacia el periodismo digital; esto con el fin que el periódico sea protagonista en plataformas digitales como las redes sociales con la producción de contenidos informativos.

## Capítulo 2. Enfoques Referenciales

Para el desarrollo del proyecto se hizo necesario apoyarse en conceptos que arropan su desarrollo. Por eso, a continuación se plasman los enfoques referenciales que se tuvieron en cuenta para su desarrollo.

### 2.1. Enfoque conceptual

Al finalizar el primer trimestre de 2018, Colombia alcanzó un total de 30,4 millones de conexiones a internet de banda ancha, de las cuales, 16,5 millones se realizaron mediante la modalidad de suscripción a redes fijas y móviles, y 13,9 millones, a través de conexiones móviles por demanda (Min Tic, 2018). Eso es más de la mitad de los colombianos interconectados gracias a internet.

En ese sentido, los medios llevan años intentando ganarse espacios en el internet a través del periodismo digital, definido como la rama del periodismo que ha evolucionado en la era digital y que emplea el ciberespacio para investigar y producir sus contenidos (Periodismo Digital, 2018).

Uno de los movimientos colectivos más grande de la historia. La importancia de ese mercado es indudable, sobre todo por el crecimiento de usuarios registrados en las redes sociales en Colombia.

Por ejemplo, en Facebook, Colombia ocupa el lugar número 15 a nivel mundial con más de 32 millones de usuarios (Facebook Reach Ranking, 2019). Igual en Instagram entra en el top 20, con más de 11 millones de internautas.

Las redes sociales son definidas como servicios prestados a través de Internet que permiten generar un perfil público, en el que se pueden plasmar datos personales e información a través de herramientas que permiten interactuar con otros internautas (Universidad Libre, 2016).

Es así como estos servicios se configuran como poderosos canales de comunicación e interacción, que permiten crear grupos de seguidores. Las redes sociales son un fenómeno nacido en las nuevas tecnologías. Nos encontramos ante nuevas formas de comunicación que afectan la vida de los ciudadanos y la labor profesional de los periodistas (Herrero-Curiel, 2011, pg.2).

Por eso, las redes sociales han conmocionado los pilares clásicos en los que se sustentaban los tradicionales sistemas y modelos de comunicación mediática. Por primera vez en la historia de los Mass Media, el público tradicional, denominado “pasivo” por las clásicas teorías de comunicación (Wolf, 1987), puede interactuar con los medios (Herrero-Curiel, 2011, pg.4).

A pesar de la rapidez e inmediatez que conllevan los medios digitales, los profesionales consideran que es necesario contrastarlo siempre, pero las pruebas evidencian que esto no es así habitualmente. Anticipando a esa inmediatez de las redes, en el 2007 el periodista Jeff Jarvis aseguró que se debía cubrir lo mejor y el resto al enlace. Eso significa informar al instante por medio de un corto párrafo que dé respuesta al qué, dónde y cuándo de las noticias y luego ampliar las respuestas gracias a un análisis en el portal web (**Ver Apéndice A**).

De esa web nace el periodismo digital, también llamado ciberperiodismo, un término que surgió para describir el periodismo que tiene como plataforma principal el internet (Ministerio de las TIC, 2015).

Un estudio de Consejo de Redacción (2012) encontró que la mayoría de los medios colombianos en internet terminan siendo la versión web de medios tradicionales como la prensa, la radio y la televisión. Lo cual comprueba que el nuevo negocio de los medios masivos de comunicación está en la web.

A pesar que muchos consideran la interrupción y el progreso de los portales digitales como una amenaza para el papel, también permitió cuadruplicar las audiencias (Santos, 2019) y la accesibilidad a la información en lugares limitados para el papel.

Lo que sí afectó el negocio fue el desplazamiento de la publicidad hacia las redes sociales, lo cual afectó económicamente a los medios. Por eso, estos deben apostar (Santos, 2019) al negocio digital no solo en noticias, también en publicidad.

## 2.2. Enfoque legal

La regulación del internet es compleja. Diferentes expertos han manifestado la delgada línea que existe entre el control abusivo y el permiso dañino de la web. En el ecosistema digital aún hay muchos vacíos. La principal regulación gira en la fijación de principios para que los intereses de los usuarios estén por encima de las empresas (O’Flaherty, 2018).

Igualmente, en la autorregulación es indispensable y se necesitan principios para la prohibición de contenidos que afecten la integridad ajena (Navarro, 2018). Pero resulta que por ser un espacio no físico transfronterizo y que va más allá de nacionalidades sin muchos impedimentos, regular el internet es complicado, casi imposible.

Esa masificación de la información trajo consigo, entre otras cosas, la vulneración de los derechos de autor. Muchos contenidos, por ejemplo, noticias de periódicos, están en la web a un clic de ser copiados y pegados. En ese sentido, con la Ley 1915 de 2018 se estableció que el autor o, en su caso, sus derechohabientes, tienen sobre las obras literarias y artísticas el derecho exclusivo de autorizar o prohibir la reproducción de la obra bajo cualquier manera o forma, permanente o temporal, mediante cualquier procedimiento incluyendo el almacenamiento temporal en forma electrónica.

## Capítulo 3: Informe de cumplimiento de trabajo

### 3.1. Presentación de resultados

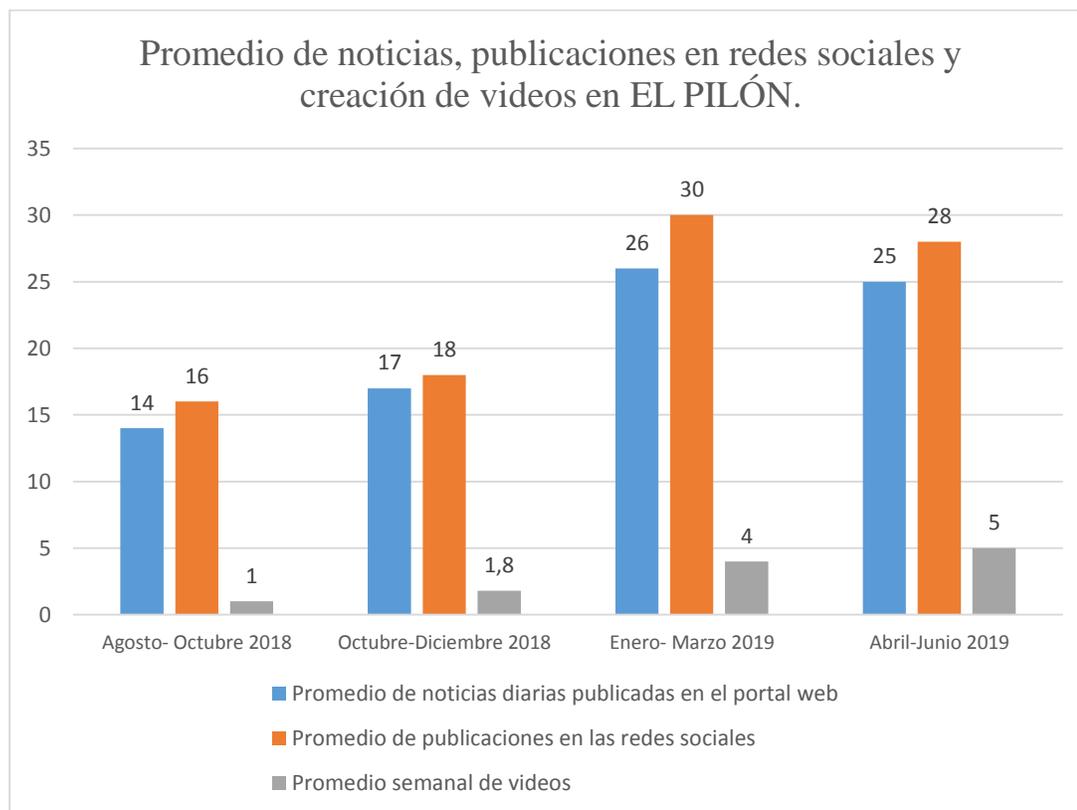
A continuación se muestran los resultados de acuerdo con los objetivos establecidos.

#### 3.1.1 Objetivo 1: Elaborar un diagnóstico sobre la producción de contenidos digitales y tráfico del portal web del periódico EL PILÓN.

*Actividad 1: Identificar la frecuencia en la publicación de contenidos digitales producidos y publicados en la web antes y durante el trabajo de apoyo al equipo Digital.*

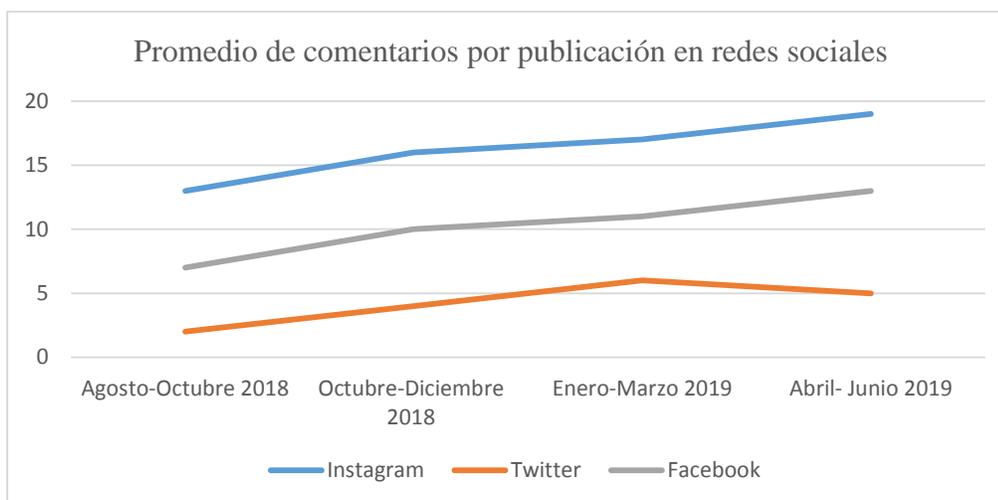
El webmaster del diario EL PILÓN es la persona encargada de administrar los datos y movimientos del portal web (visitas diarias) y las redes sociales (comentarios y número de seguidores). Igualmente, es la persona que guarda los datos sobre las actualizaciones de noticias en el portal web.

Por eso, para realizar el diagnóstico se le solicitó el acompañamiento y las estadísticas sobre tres variables: la frecuencia con la que se publican contenidos digitales en el portal web; promedio diario de publicaciones en las redes sociales y el promedio de videos creados semanalmente. Unidos esos datos se organizaron gráficas para explicar las tendencias del antes y después de iniciar el apoyo periodístico al equipo Digital



*Figura 2.* Promedio de las publicaciones diarias en el portal web. Fuente: Autor del informe.

*Análisis de la información.* Para el bimestre de agosto-octubre del 2018, según los datos recolectados, el promedio de noticias publicadas diariamente en el servidor de la página web era de 14. Eso significaba la misma cantidad de las noticias publicadas en el impreso. El portal se actualizaba una vez al día. Número no tan distante al de las redes sociales donde solo se hacían publicaciones con las notas del impreso. El promedio de video era de uno por semana. En cambio, para abril-junio de 2019 el promedio de noticias diarias publicadas fue de 25, según el reporte y la observación, principalmente por la contratación de una persona para redactar noticias para el portal web que se encarga de crear entre ocho y nueve noticias para lo digital.



*Figura 3.* Promedio de comentarios en las redes sociales de EL PILÓN. Fuente: Autor del informe.

*Análisis de la información.* Uno de los objetivos del equipo Digital es lograr la mayor interacción posible con los seguidores en las redes sociales. Un índice para medir la interacción son los comentarios promedios por publicación. Por eso se pidió las mediciones al webmaster sobre la cantidad de comentarios hechos en Instagram, Twitter y Facebook en cada publicación. Aunque leve, se registró un aumento de comentarios de agosto-octubre de 2018 a abril-junio de 2019. Sin embargo, los números siguen siendo bajos.

***Actividad 2: Analizar las políticas del diario EL PILÓN para la realización de contenidos digitales para la web.***

En el desarrollo de la actividad, preguntando a los periodistas digitales, jefe de redacción y director, se pudo constatar que el diario EL PILÓN no cuenta con un manual para publicaciones digitales.

En una observación directiva y conversaciones con el equipo Digital, se determinó que el equipo periodístico basa sus publicaciones digitales en los valores tradicionales de la información digital y en los parámetros, no escritos, que establecen en las reuniones mensuales que realizan.

Como lo explica Lucía Mendoza, periodista digital, “en las reuniones mensuales se analizan los resultados de las decisiones tomadas en el mes anterior. Si se lograron buenos resultados, sea en visitas o reacciones, se insisten en ellas, sino se buscan otras opciones” (2019).

En ese sentido, en una reunión con el equipo digital se pudieron establecer las normas principales. La primera es la actualización diaria de la página web con nueve noticias que sean tendencia a nivel internacional, nacional, regional o local; segundo, la realización de pequeñas notas para la web de eventos como marchas, protestas, asesinatos, hurtos, incendios o cualquier evento que necesite ser contado al instante (**Ver apéndice B**).

Gracias a esos lineamientos verbales, se modificaron algunos tiempos en la entrega de contenidos, ejemplo, el reportero acudía a marchas, protestas, desfiles, eventos culturales, entre otros, con la mentalidad de cubrir para la publicación en el periódico impreso. Ahora se ha empezado a pensar en las redes, por eso tanto el fotógrafo como el periodista toman registro y se envía al instante para subirlo a la web (**Ver apéndice C**).

Como explica Camila Villazón, periodista de redes sociales, la publicación de contenidos exclusivos para la web es algo nuevo en el diario EL PILÓN. Por eso, aún no se han “organizado las políticas para la publicación de contenido exclusivo para la web”.

Actualmente, según el webmaster se logran 36.000 visitas diarias en promedio, bajo la dinámica de informar para la web, con la velocidad que ella lo exige.

***Actividad 3: Realizar y tabular una encuesta con los diagramadores y periodistas para conocer las herramientas que hacen falta y son necesarias.***

Para el desarrollo de esta actividad, se diseñó una encuesta para conocer la percepción de los periodistas sobre las ventajas y necesidades que tienen para el desarrollo de contenidos periodístico.

La encuesta estuvo compuesta por seis preguntas de opción múltiple y se realizó de forma física a diez colaboradores quienes representan a cinco periodistas y cinco personas del equipo Digital del periódico EL PILÓN. El formato de la encuesta reposa en los apéndices del documento. **(Ver Apéndice D).**

Igualmente reposa las imágenes de las encuestas llenadas por los periodistas y productores. **(Ver Apéndice E).**

Tabla 3

*¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?*

ITEMS	RESPUESTA	PORCENTAJE
SÍ	10	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?**

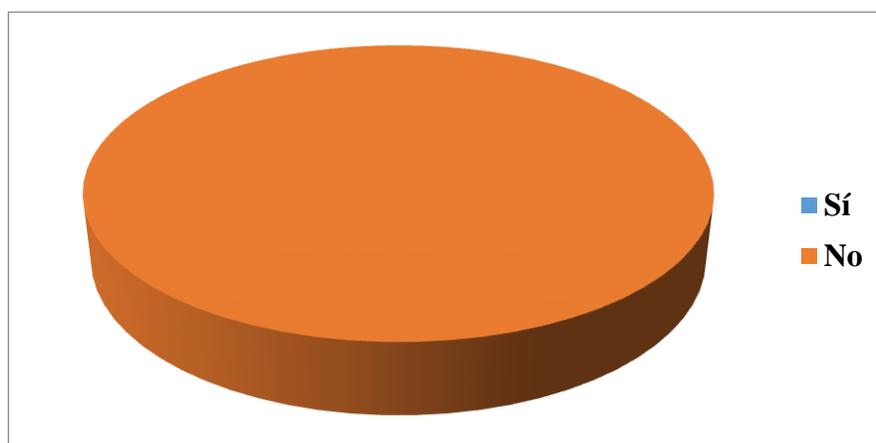


Figura 4. Materiales y equipo del diario EL PILÓN. Fuente: Autor del informe.

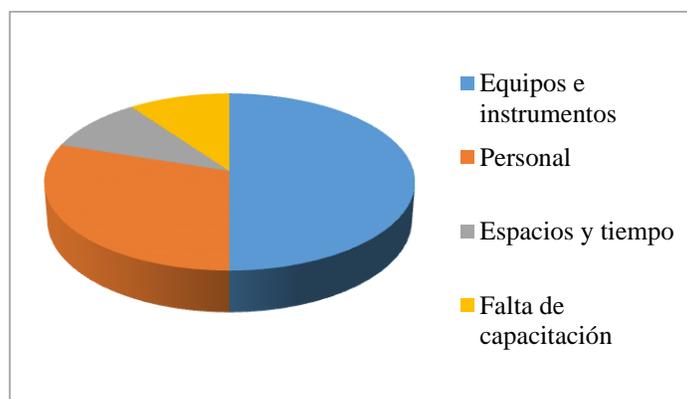
*Análisis de la información.* De la gráfica anterior, se puede concluir que a consideración de los periodistas y productores multimedia, el periódico no cuenta con el equipo o material suficiente para la producción de contenido multimedia para el portal web. Diez de los diez entrevistados respondieron que no está el equipo suficiente.

Tabla 4

*¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?*

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Equipos e instrumentos	5	50%
Personal	3	30%
Espacios y tiempo	1	10%
Falta de capacitación	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?**



*Figura 5.* Principal falencia del diario EL PILÓN en la producción multimedia. Fuente: Autor del informe.

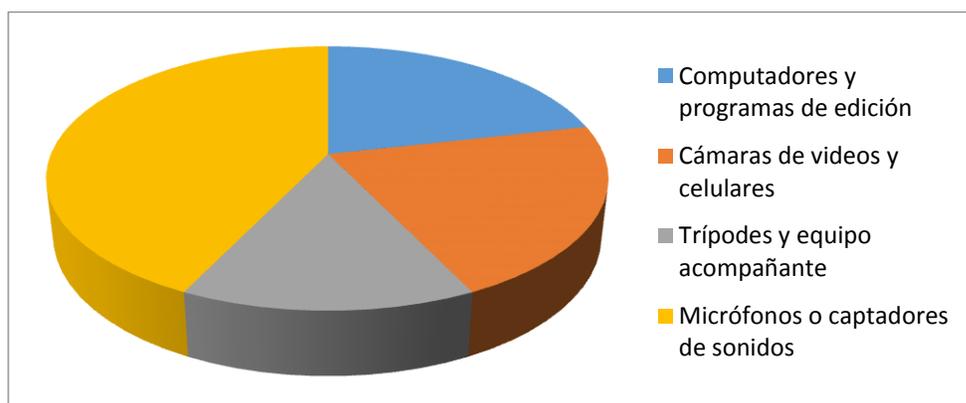
*Análisis de la información.* A la pregunta sobre la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia, los encuestados se inclinaron por la falta de equipos e instrumentos en concordancia con la respuesta a la primera pregunta. Además, consideraron, es necesario contratar mayor personal; una minoría cree que más tiempo y otro grupo cree que está la necesidad de capacitación.

Tabla 5

*En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la b, ¿qué tipo de instrumentos faltan?*

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Computadores y programas de edición	3	30%
Cámara de videos y celulares	3	30%
Trípodes y equipo acompañante	2	20%
Micrófonos o captadores de sonidos	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la b, ¿qué tipo de instrumentos faltan?**



*Figura 6.* Sobre los equipos que faltan en el diario EL PILÓN. Fuente: Autor del informe.

*Análisis de la información.* Reconociendo que en el periódico se necesitan más instrumentos, los consultados consideraron que lo principal son computadores, cámaras de videos y celulares. Un grupo menor, señaló la necesidad de trípodes y equipo acompañante.

Tabla 6

*¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?*

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	2	20%
Medio	7	70%
Regular	1	10%
Bajo	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?**

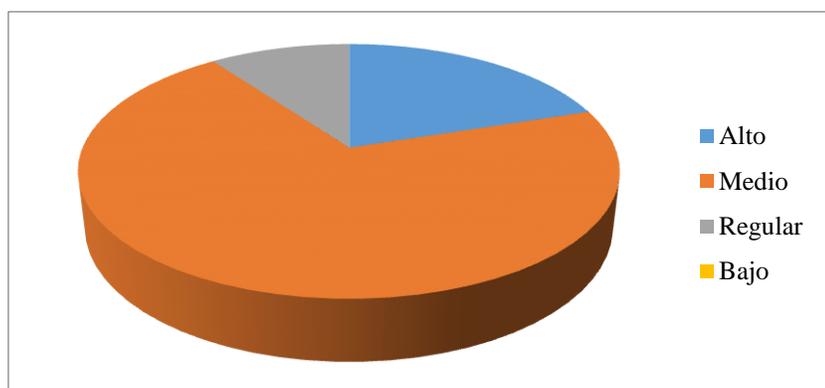


Figura 7. Impacto del diario EL PILÓN en redes sociales. Fuente: Autor del informe.

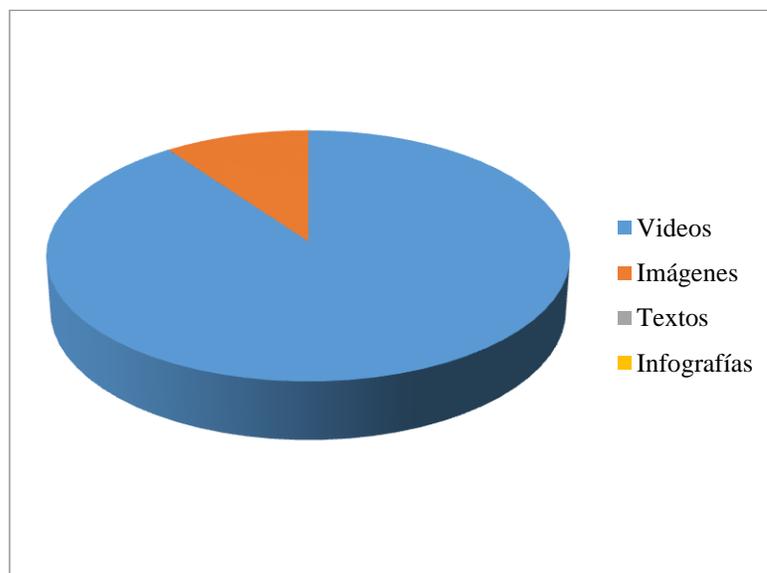
*Análisis de la información.* A la pregunta sobre el nivel de impacto del diario EL PILÓN, la mayoría se inclinó por un nivel medio y alto. Una minoría señaló que es regular. Ninguno consideró que es un impacto bajo.

Tabla 7

*¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?*

<b>ITEMS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Videos	9	90%
Imágenes	1	10%
Textos	0	0%
Infografías	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?**



*Figura 8.* Consulta sobre los contenidos que más generan impacto. Fuente: Autor del informe.

*Análisis de la información.* A la pregunta sobre el tipo de contenido multimedia que ayudaría generar mayor interacción en redes sociales y el portal web, los consultados se

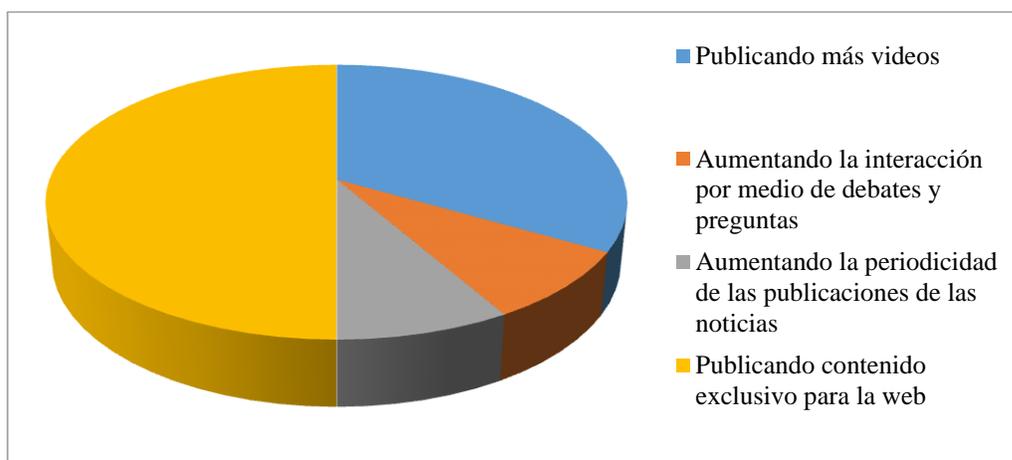
inclinaron por los videos. Una minoría señaló que las imágenes, mientras que ninguno de los encuestados se inclinó por textos e infografías.

Tabla 8

*¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?*

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	A	E
Publicando más videos	2	20%
Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas	1	10%
Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias	1	10%
Publicando contenido exclusivo para la web	6	60%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?**



*Figura 9.* Consideración sobre cómo aumentaría el diario EL PILÓN su impacto. Fuente: Autor del informe.

*Análisis de la información.* A la pregunta sobre cómo se lograría aumentar el impacto del diario EL PILÓN, la balanza favoreció a la publicación de contenido exclusivo para el portal

web, seguido de aumentar la publicación de videos, aumentar la periodicidad de la publicación de noticias y por último, aumentando la interacción por medio de debates y preguntas.

*Análisis general de la información.* El equipo Digital considera, según las conclusiones de la encuesta, que los vídeos son el contenido que más genera interacción en las redes sociales y en el portal web. Sin embargo, señalan, hacen falta equipos como computadores, cámaras de video, trípodes y por supuesto se hace necesario la contratación de nuevo personal. Con la adquisición de esos equipos se cubriría la principal falencia del periódico, según los encuestados.

**3.1.2. Objetivo 2.** Fijar parámetros para la publicación de contenidos digitales en el portal web y las redes sociales de EL PILÓN.

*Actividad 1. Crear lineamientos que unifiquen los criterios de tiempo, estilo y formatos para la publicación de contenidos digitales.*

Bajo la guía del entonces director de EL PILÓN, Martín Mendoza, el acompañamiento del entonces jefe de redacción, Andrés Llamas, el equipo periodístico y el equipo Digital, se diseñó un marco organizacional para definir y unificar los lineamientos a la hora de cubrir y crear los contenidos digitales en el diario EL PILÓN. **(Ver apéndice F).** En los consejos de redacción realizados todos los días cada periodista brindó su aporte para concluir el siguiente cuadro que se estableció como norma base para la producción de contenidos digitales.

Tabla 9

*Lineamientos para la producción de contenidos digitales*

<b>Lineamientos para la producción de contenidos digitales</b>				
	Plataforma	Estilo	Tiempo	Formatos
<b>Noticias de última hora</b>	Redes sociales	Un corto texto no menor de 20 palabras y que no supere las 50 palabras y que responda a las preguntas quiénes, qué y dónde.	Al instante	Un corto texto acompañado de una fotografía o vídeo.
Protestas Incendios Asesinatos Accidentes Fallecimientos Decisiones	Portal web	Un texto que responda a las preguntas quiénes, por qué, cómo, dónde, sumando las apreciaciones de los protagonistas de la noticia.	Una vez se confirme con los protagonistas directos o autoridades pertinentes.	Un texto de varios párrafos acompañados
<b>Noticias de contexto</b>	Redes sociales	Las entrevistas programadas con personas noticiosas se transmitirán en vivo a través de la red social Instagram y se grabarán para publicarse en YouTube una vez editadas.	Al instante	Grabadas y transmitidas en vivo.
Entrevistas	Portal web	Se realizará una nota periodística transcribiendo lo destacado de la entrevista.	En el transcurso del día.	Texto desarrollando las preguntas y respuestas de la entrevista.

*Fuente:* Autor del informe.

**3.1.3. Objetivo 3.** Producir contenidos para la publicación en el portal web y las redes sociales del diario EL PILÓN.

***Actividad 1. Presentar una propuesta ante las directivas para la adquisición de las herramientas necesarias.***

Con el propósito de dar a conocer a las directivas del periódico EL PILÓN las necesidades manifiestas por el equipo Digital y los periodistas para realizar su trabajo, se les presentó un oficio en el mes de mayo de 2019. **(Ver apéndice G)**

La carta transcrita fue entregada al director del periódico Martín Mendoza en el mes de mayo, sin embargo no hubo respuesta alguna de su parte ni confirmación de recibido más allá de unas palabras asegurando que estudiaría las posibilidades de adquirir lo que en ella se solicitaba.

Vale señalar que a los dos meses se dio respuesta no oficial a una petición a de la carta, contratando a una persona encargada exclusivamente de la grabación y edición de videos para el portal web y las redes sociales. A las otras dos peticiones no se le dio oficial por lo que no se adquirió ni el micrófono de solapa para los videos de entrevista ni el trípode de cámara profesional.

***Actividad 2. Crear contenido propio para el portal web del diario EL PILÓN.***

A continuación se muestra el desarrollo de la actividad donde se crearon contenidos exclusivos para las redes sociales y el portal web, sea de última, como decisiones, incendios, entre otros (Ver apéndice H, I, J)



*Figura 10.* Entrevista de video en Bogotá al presidente de la república, Iván Duque, durante la feria Anato de Turismo. Vídeo publicado en redes sociales como Instagram y Twitter. ELPILÓN. Obtenido <https://www.instagram.com/p/BuZAd3OHRX8/?igshid=14g5pl8lomqll>



*Figura 11.* Entrevista y transmisión en vivo con la gerente general de ENTerritorio, María Abuchaibe, en las oficinas de EL PILÓN durante la firma del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 en Valledupar. EL PILÓN. Obtenido <https://www.instagram.com/p/Bx2qBX9nIf9/?igshid=1ihqvpbxui92y>



Figura 12. Cubrimiento a través de videos, grabados con celulares, para las redes sociales Instagram y Twitter del Festival de la Leyenda Vallenata en su edición #52. En este caso, se presenta la categoría Infantil. EL PILÓN.  
Obtenido <https://www.instagram.com/p/Bww-pBAn-D0/?igshid=14f5kv7kf71st>



Figura 13. Entrevista de video al exdirector de Desarrollo Económico de Valledupar, Robert Murgas. EL PILÓN. Obtenido <https://www.instagram.com/p/BucVNZ0H4wj/?igshid=a9pzss7lxiyr>



**3.209 reproducciones**

el\_pilon El ministro de Industria y Comercio, José Manuel Restrepo, habla acerca de las potencialidades y riquezas del departamento del

*Figura 14.* Entrevista de video para las redes sociales al ministro de Industria y Comercio, José Manuel Restrepo, durante la feria de Turismo Anato, realizada en Bogotá. EL PILÓN. Obtenido de [https://www.instagram.com/p/BuZgQivnq\\_X/?igshid=g8n210of35t0](https://www.instagram.com/p/BuZgQivnq_X/?igshid=g8n210of35t0)



*Figura 15.* Cobertura audiovisual para redes sociales de la inauguración de la renovada plaza Alfonso López de Valledupar en el mes de abril. EL PILÓN. Obtenido <https://www.instagram.com/p/BwNrkyFD46u/?igshid=yhqpr998v6vw>



*Figura 16.* Seguimiento audiovisual a la discusión entre la Alcaldía y los comerciantes por la renovación de la red pluvial del centro histórico de Valledupar. EL PILÓN. Obtenido <https://www.instagram.com/p/ByA-BTTHt-t/?igshid=d9pyaa8vszpv>



*Figura 17.* Transmisión en vivo en Instagram de la entrevista realizada con el secretario de Planeación de Valledupar, Robert Murgas, para conversar sobre los proyectos de vivienda y desarrollo de Valledupar. EL PILÓN.

JUDICIAL  
17 mayo, 2019

## Periodistas de Valledupar realizan plantón en apoyo a colegas agredidos

El diario EL PILÓN manifiesta su apoyo a los periodistas y llama a la ciudadanía a entender la importancia del periodismo en la construcción de sociedad a través de la información.



*Figura 18.* El gremio de periodistas de Valledupar marchó en defensa y apoyo a un colega agredido mientras ejercía su labor de fotógrafo. EL PILÓN. Obtenido de <https://elpilon.com.co/periodistas-de-valledupar-realizan-planton-en-apoyo-a-colegas-agredidos/>



*Figura 19.* . Entrevista con el rey juvenil del Festival de la Leyenda Vallenata, Sergio Luis Moreno, en su versión 52, año 2019. EL PILÓN.



*Figura 20.* Entrevista para redes sociales y con la cantante Ana del Castillo, quien lanzaba en ese momento su nueva canción ‘Ya es mío’. EL PILÓN.

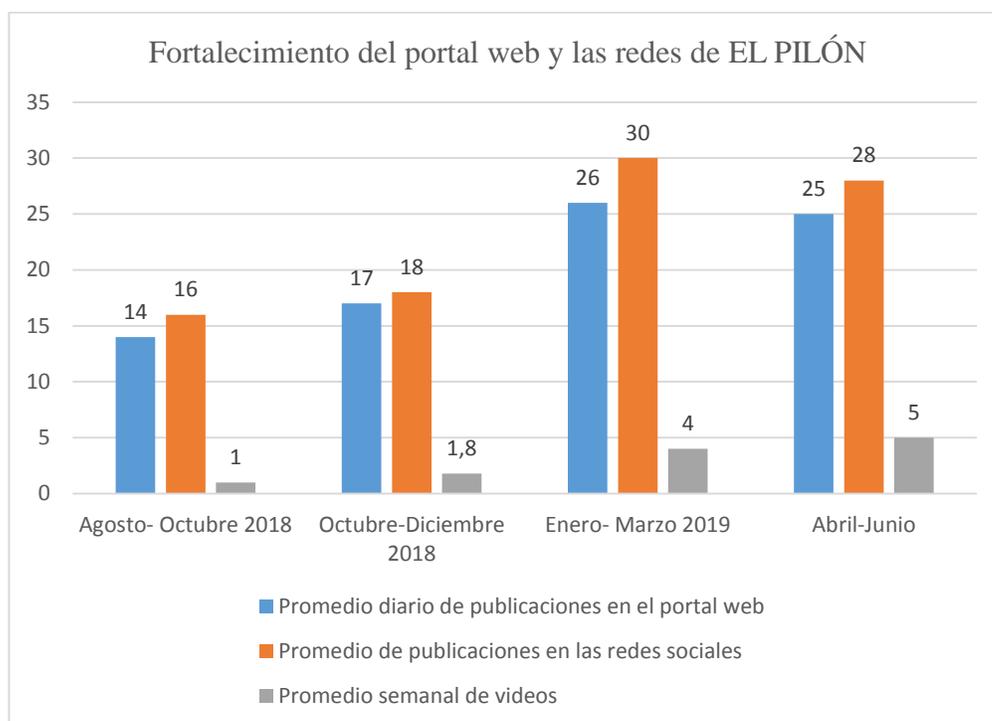


*Figura 21.* Entrevista con la directora Nacional de Planeación, Gloria Alonso, en el marco de la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo en Valledupar. EL PILÓN. Obtenido de <https://elpilon.com.co/que-hay-para-el-cesar-en-el-plan-nacional-de-desarrollo/>

**3.1.4. Objetivo 4.** Evaluar de forma bimestral los cambios y avances logrados en el tráfico y visitas en el portal web del diario.

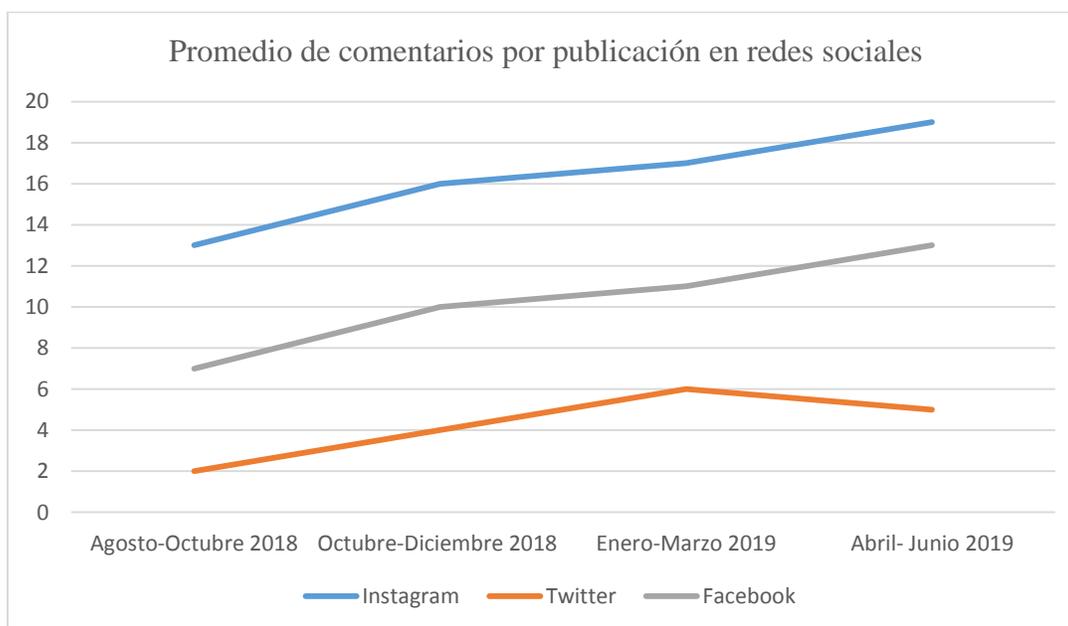
*Actividad 1. Durante los consejos de redacción realizados a diario, compartir con los colegas periodistas los resultados y avances, con estadísticas y cifras cedidas por el webmaster, logrados gracias al apoyo periodístico al equipo Digital.*

A continuación se muestran dos gráficas realizadas junto al equipo digital para demostrar al equipo de redacción la importancia de aplicar las estrategias para la transición hacia el periodismo digital en EL PILÓN.



*Figura22.* Medida bimestral de las publicaciones diarias en el portal web de noticias antes y después de la intervención. Fuente: Autor del informe.

*Análisis de la información.* Con la ayuda del webmaster, testimonios de los periodistas digitales y el estudio de la programación diaria de publicaciones en el portal web, se pudo determinar el incremento de noticias publicadas por día, pasando de las 14 de agosto a octubre del 2018 a un promedio de 25 en abril-junio del 2019. Al aumentar las publicaciones diarias en el portal web, directamente aumentan las publicaciones en redes sociales. Pero el aumento en el promedio de las publicaciones en redes sociales es mayor porque se publicaban pequeños resúmenes de noticias. Se pasa un promedio de 16 en octubre de 2018 a 28 en el bimestre abril-junio. El menor crecimiento se presentó en la publicación de videos pasando de 1 a cinco videos semanales.



*Figura 23.* Medición promedio de comentarios en las redes sociales de EL PILÓN. Fuente: Autor del informe.

*Análisis de la información.* La red social de EL PILÓN con más seguidores es Instagram y también es la que tiene el promedio más alto de comentarios, alcanzando casi los 20 por publicación. Es un promedio bimestral porque algunas publicaciones superan los 200 comentarios, mientras otras no alcanzan los 10. En Twitter es el más bajo con dos comentarios por publicaciones. En el caso de Facebook es la red social con el promedio de comentarios más bajo: no alcanza los tres por publicación.

#### **Capítulo 4. Diagnóstico Final**

Los periódicos tradicionales deben centrar su trabajo hacia el nuevo periodismo basado en lo digital, principalmente, porque allí se concentra el nuevo público. En el diario EL PILÓN se está empezando a desarrollar el trabajo necesario para ser un referente digital a nivel departamental, labor que colaboró en el desarrollo de los objetivos planteados para apoyar al equipo Digital.

Durante el desarrollo de los objetivos se presentaron impedimentos como el desconocimiento de los tiempos y conceptos del periodismo digital por parte de algunos periodistas.

## Capítulo 5. Conclusiones.

Los 25 años de trayectoria, 97.000 seguidores en Twitter y 113.000 seguidores en Instagram, posicionan al diario EL PILÓN como el medio escrito más influyente de Valledupar y el Cesar. En el desarrollo del trabajo se realizaron encuestas y observaciones directas que permitieron determinar que las principales necesidades del equipo Digital eran materiales de trabajo.

De allí que se insistiera en la adquisición de los materiales necesarios y la contratación de personal. Se logró la contratación de personal pero no se consiguió que compraran más herramientas.

La segunda actividad que se implementó, y sigue implementando desde la directiva fue la transformación en la mentalidad de los periodistas: EL PILÓN tiene dos productos estrellas: uno impreso y otro digital, por lo tanto el esfuerzo debe ser similar. En ese cambio se ha avanzado. El periódico alcanzó los 113.000 seguidores en Instagram, cifra casi similar en Twitter, pero se debe seguir trabajando en la interacción con los usuarios, que aún es baja.

La transición de los periódicos tradicionales hacia el periodismo digital, como se puede concluir de esta experiencia, implica superar retos económicos, de mentalidad y estructurales que para que resulten exitosos necesitan del apoyo de los administrativos.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Una vez dados los primeros pasos, la recomendación es no abandonar el objetivo de ser el periódico regional más influyente a través del periodismo digital. Actualmente se logran 36.000 visitas diarias en promedio, gracias a un trabajo que permitió escalar al menos 5.000 visitas diarias, todo gracias a la dinámica de informar para la web, con la velocidad que ella lo exige. Pero no se puede parar en ese trabajo ni conformarse con los buenos resultados, números que, según el community manager, aún tienen margen de crecimiento.

Ahora, también es claro que para mejorar se necesita de la contratación de más personal que apoye a la oficina digital. La principal necesidad es la de una persona que se dedique específicamente a producir videos, exenta de otras ocupaciones.

Por último, para enfrentar un mundo tan competitivo como la red, resulta indispensable capacitar a los periodistas con cursos o diplomados gestionados por el periódico. Invertir en el personal para mejorar la calidad del producto.

## Referencias

- Código Penal: Injuria y calumnia (2000) Ley 599 de 2000. Legislación colombiana de medios audiovisuales. Recuperado de <https://legismediosinstel.wordpress.com/leyes/delitos-de-injuria-y-calumnia/>
- Congreso de Colombia (2012). Ley Estatutaria 1581 de 2012. Función Pública. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>
- Corte Constitucional (28 de febrero de 2019). Libertad de expresión en el uso de plataformas digitales. Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/noticia.php?Audien-cia-Publica-28-de-febrero-de-2019.-Libertad-de-expresion-en-el-uso-de-plataformas-digitales--M.P.-Jose-Fernando-Reyes-Cuartas.-8692>
- Díaz L. S. (Enero de 2011). La observación. Textos de apoyo didáctico. Obtenido de [http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La\\_observacion\\_Lidia\\_Diaz\\_Sanjuan\\_Texto\\_Apoyo\\_Didactico\\_Metodo\\_Clinico\\_3\\_Sem.pdf](http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf)
- Herrero-Curiel A. (Diciembre de 2011). El periodismo en el siglo de las redes sociales. Revista de Comunicación Vivat Academia. (117E), 1113-1128. Obtenido de <http://vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/114/919>
- Máxima J. U. (17 de agosto de 2018). Periodismo Digital. *Características.co*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/periodismo-digital/>
- Mejía J. C. (2019). Estadísticas de redes sociales 2019. Obtenido de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>

Ministerio de las Tecnologías y las comunicaciones. (2017). Colombia es uno de los países con más usuarios en redes sociales. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2713.html>

Ministerio de las Tecnologías y las comunicaciones (2018). Boletín trimestral de las TIC. Obtenido de [https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-75854\\_archivo\\_pdf.pdf](https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-75854_archivo_pdf.pdf)

Misión, Visión, EL PILÓN (1994). Archivo EL PILÓN. Obtenido de Archivos EL PILÓN.

Navarro G. (2018). El reto de la regulación TIC. Ministerio de las Tecnologías de la información y las comunicaciones. Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-72712.html?\\_noredirect=1](https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-72712.html?_noredirect=1)

Objetivos EL PILÓN (1994). Archivo EL PILÓN. Obtenido de Archivos EL PILÓN.

O'Flaherty C. (2018). El reto de la regulación TIC. Ministerio de las Tecnologías de la información y las comunicaciones. Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-72712.html?\\_noredirect=1](https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-72712.html?_noredirect=1)

Restrepo J. D. & Botello L. M. (2018). Ética periodística en la era digital. Obtenido de [http://eticaperiodistica.info/wp-content/uploads/2018/05/Manual\\_EticaPeriodistica.pdf](http://eticaperiodistica.info/wp-content/uploads/2018/05/Manual_EticaPeriodistica.pdf)

Santos A. (2019). Cómo avanza Colombia en la senda del periodismo virtual y el cobro por contenido. W radio. Obtenido de <https://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/como-avanza-colombia-en-la-senda-del-periodismo-virtual-y-el-cobro-por-contenidos/20190205/nota/3859979.aspx>

Universidad Libre. (2016). Redes sociales: El uso y el abuso. Universidad Libre. Obtenido de <http://www.unilibre.edu.co/bogota/ul/noticias/noticias-universitarias/2349-redes-sociales-el-us-y-el-abuso>

---

## Apéndices

### Apéndice A. Cubrimiento por redes sociales de la marcha en Pueblo Bello por la instalación del gas.

Fuente: Autor del proyecto.



## Apéndice B. Cubrimiento para redes sociales de la marcha de la Central Unitaria de Trabajadores del Cesar en el día del trabajo.

Fuente: Autor del proyecto.



El Pílon  
@El\_Pilon

[#Díadeltrabajo](#) Las Central Unitaria de Trabajadores del Cesar organizó una marcha junto con trabajadores y sectores políticos en la mañana de este primero de mayo, Día Internacional del Trabajo. Las marchas se hicieron para pedir mejores condiciones laborales en el departamento.



**Apéndice C. Marcha de estudiantes y ambientalistas de Valledupar en contra del fracking.**  
Fuente: Autor del proyecto.



El Pílon @El\_Pilon · 7 jun.

**A pesar de la amenaza de lluvia, cientos de estudiantes y ambientalistas marchan este viernes en Valledupar desde la sede Sábanas de la UPC en contra del fracking en Colombia y el Cesar. La marcha se realizó en más de 100 municipios del país. #elpilon #marcha #fracking #colombia**



↻ 20

♡ 30



**Apéndice D: Encuesta a productores y periodistas sobre ventajas y necesidades para el desarrollo de su trabajo.**

Autor del proyecto.

**ENCUESTA A PRODUCTORES Y PERIODISTAS SOBRE VENTAJAS Y NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DE SU TRABAJO**

- 1. ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar videos y contenido para la web?**
  - a. Sí
  - b. No
  
- 2. ¿Cuál considera es la principal falencia en el diario EL PILÓN para la producción de videos y contenidos para las redes sociales?**
  - a. Equipos e instrumentos
  - b. Personal
  - c. Espacios y tiempo
  - d. Falta de capacitación
  
- 3. En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la a, ¿qué tipo de instrumentos?**
  - a. Computadores y programas de edición
  - b. Cámaras de videos y celulares
  - c. Trípodes y equipo acompañante
  - d. Micrófonos o captadores de sonidos
  
- 4. ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?**
  - a. Alto
  - b. Medio
  - c. Regular
  - d. Bajo
  
- 5. ¿Qué tipo de contenido cree usted que genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?**
  - a. Videos
  - b. Imágenes
  - c. Textos
  - d. Infografías
  
- 6. ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?**

- a.** Publicando más videos
- b.** Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas
- c.** Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias
- d.** Publicando contenido exclusivo para la web

## Apéndice E: Encuesta a productores y periodistas sobre ventajas y necesidades para el desarrollo de su trabajo.

Fuente: Autor del proyecto.

ENCUESTA A PRODUCTORES Y PERIODISTAS SOBRE VENTAJAS Y NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DE SU TRABAJO:

1. ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?  
a. Sí  
 b. No
2. ¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?  
 a. Equipos e instrumentos.  
b. Personal  
c. Espacios y tiempo  
 d. Falta de capacitación.
3. En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la b, ¿qué tipo de instrumentos faltan?  
 a. Computadores y programas de edición  
b. Cámaras de video y celulares  
c. Trípodes y equipo acompañante  
 d. Micrófonos o captadores de sonido
4. ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?  
a. Alto  
 b. Medio  
c. Regular  
d. Bajo
5. ¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?  
 a. Videos  
b. Imágenes  
c. Texto  
d. Infografías
6. ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?  
 a. Publicando más videos  
b. Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas  
c. Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias  
 d. Publicando contenido exclusivo para la web

ENCUESTA A PRODUCTORES Y PERIODISTAS SOBRE VENTAJAS Y NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DE SU TRABAJO:

- ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?
  - Si
  - No
- ¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?
  - Equipos e instrumentos
  - Personal
  - Espacios y tiempo
  - Falta de capacitación
- En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la **b**, ¿qué tipo de instrumentos faltan?
  - Computadores y programas de edición
  - Cámaras de videos y celulares
  - Tripodes y equipos acoustophone
  - Micrófonos o captadores de sonidos
- ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - Alto
  - Medio
  - Regular
  - Bajo
- ¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?
  - Videos
  - Imágenes
  - Textos
  - Infografías
- ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - Publicando más videos
  - Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas
  - Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias
  - Publicando contenido exclusivo para la web

ENCUESTA A PRODUCTORES Y PERIODISTAS SOBRE VENTAJAS Y NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DE SU TRABAJO:

- ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?
  - Si
  - No
- ¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?
  - Equipos e instrumentos
  - Personal
  - Espacios y tiempo
  - Falta de capacitación
- En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la **b**, ¿qué tipo de instrumentos faltan?
  - Computadores y programas de edición
  - Cámaras de videos y celulares
  - Tripodes y equipo acoustophone
  - Micrófonos o captadores de sonidos
- ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - Alto
  - Medio
  - Regular
  - Bajo
- ¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?
  - Videos
  - Imágenes
  - Textos
  - Infografías
- ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - Publicando más videos
  - Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas
  - Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias
  - Publicando contenido exclusivo para la web

ENCUESTA A PRODUCTORES Y PERIODISTAS SOBRE VENTAJAS Y NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DE SU TRABAJO:

1. ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?
  - a. Sí
  - b. No
2. ¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?
  - a. Equipos e instrumentos
  - b. Personal
  - c. Espacios y tiempo
  - d. Falta de capacitación
3. En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la b, ¿qué tipo de instrumentos faltan?
  - a. Computadores y programas de edición
  - b. Cámaras de videos y celulares
  - c. Trípodes y equipo scomputarico
  - d. Micrófonos o captadores de sonidos
4. ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - a. Alto
  - b. Medio
  - c. Regular
  - d. Bajo
5. ¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?
  - a. Videos
  - b. Imágenes
  - c. Textos
  - d. Infografías
6. ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - a. Publicando más videos
  - b. Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas
  - c. Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias
  - d. Publicando contenido exclusivo para la web

ENCUESTA A PRODUCTORES Y PERIODISTAS SOBRE VENTAJAS Y NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DE SU TRABAJO:

1. ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?
  - a. Sí
  - b. No
2. ¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?
  - a. Equipos e instrumentos
  - b. Personal
  - c. Espacios y tiempo
  - d. Falta de capacitación
3. En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la b, ¿qué tipo de instrumentos faltan?
  - a. Computadores y programas de edición
  - b. Cámaras de videos y cámaras
  - c. Trípodes y equipo acompañante
  - d. Micrófonos o captadores de sonidos
4. ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - a. Alto
  - b. Medio
  - c. Regular
  - d. Bajo
5. ¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?
  - a. Videos
  - b. Imágenes
  - c. Textos
  - d. Infografías
6. ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - a. Publicando más videos
  - b. Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas
  - c. Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias
  - d. Publicando contenido exclusivo para la web

ENCUESTA A PRODUCTORES Y PERIODISTAS SOBRE VENTAJAS Y NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DE SU TRABAJO:

- ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?
  - Si
  - No
- ¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?
  - Equipos e instrumentos
  - Personal
  - Espacios y tiempo
  - Falta de capacitación
- En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la b, ¿qué tipo de instrumentos faltan?
  - Computadores y programas de edición
  - Cámaras de videos y celulares
  - Trípodes y equipo acompañante
  - Micrófonos o captadores de sonidos
- ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - Alto
  - Medio
  - Regular
  - Bajo
- ¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?
  - Videos
  - Imágenes
  - Textos
  - Infografías
- ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - Publicando más videos
  - Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas
  - Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias
  - Publicando contenido exclusivo para la web

ENCUESTA A PRODUCTORES Y PERIODISTAS SOBRE VENTAJAS Y NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DE SU TRABAJO:

- ¿Cuenta el periódico EL PILÓN con el equipo suficiente para realizar contenido multimedia para el portal web?
  - Si
  - No
- ¿Cuál, considera, es la principal falencia del diario EL PILÓN para la producción multimedia para el portal web?
  - Equipos e instrumentos
  - Personal
  - Espacios y tiempo
  - Falta de capacitación
- En caso que la respuesta a la primera pregunta sea la a, ¿qué tipo de instrumentos faltan?
  - Computadores y programas de edición
  - Cámaras de videos y celulares
  - Trípodes y equipo acompañante
  - Micrófonos o captadores de sonidos
- ¿Cuál considera es el nivel de impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - Alto
  - Medio
  - Regular
  - Bajo
- ¿Qué tipo de contenido cree usted genera mayor interacción en las redes sociales y el portal web?
  - Videos
  - Imágenes
  - Textos
  - Infografías
- ¿Cómo se aumentaría el impacto del diario EL PILÓN en las redes sociales?
  - Publicando más videos
  - Aumentando la interacción por medio de debates y preguntas
  - Aumentando la periodicidad de las publicaciones de las noticias
  - Publicando contenido exclusivo para la web

**Apéndice F: Reunión con el entonces director, Martín Mendoza (derecha) y el entonces jefe de Redacción y hoy director, Andrés Llamas.**

Fuente: Autor del proyecto.



**Apéndice G. Solicitud de equipos y herramientas al director de EL PILÓN.**

Fuente: Autor del informe.

Valledupar, 08 de mayo de 2019

Señores:

**Martín Mendoza, director de EL PILÓN**

Por medio de la presente y dentro de los objetivos de mejorar la producción audiovisual en el diario EL PILÓN propongo la contratación de personal y la compra de los materiales necesarios para el mejoramiento y aumento de los contenidos en los portales web del periódico.

Adelante adjunto los instrumentos y movimientos necesarios para el cumplimiento del objetivo:

- a. La contratación de una persona encargada, exclusivamente, de la grabación y edición de videos, en acompañamiento a los periodistas.
- b. Un micrófono de solapa para los videos de entrevista adicional al actual micrófono y un trípode de cámara profesional para el apoyo a la grabación de videos tipo entrevistas o de planos largos.

Con mucho, respeto espero sean tomadas mis propuestas.

Atentamente:

Deivis Caro Daza

Periodista

C.c. 1064722879

## **Apéndice H. Cubrimiento para el portal web de la inhabilidad de tres candidatos a la rectoría de la Universidad Popular del Cesar.**

Fuente: Autor del proyecto.



**Apéndice I. Cubrimiento para redes sociales de la orden de captura en contra de alias Jesús Santrich.**

Fuente: Autor del proyecto.



El Pilon @El\_Pilon · 9 jul.

**Sala de Instrucción de Corte Suprema de Justicia dicta orden de captura con circular roja contra Seuxis Paucias Hernández**, conocido como 'Jesús Santrich' en desarrollo del expediente por narcotráfico. Pide al CTI y demás autoridades de policía dar con su paradero.

Corte Suprema de Justicia  
Sala Especial de Instrucción

La Sala Especial de Instrucción mediante decisión de la fecha y atendiendo a la inasistencia injustificada de SEUXIS PAUCIAS HERNANDEZ SOLARTE a la diligencia de indagatoria programada para el día de hoy, y, pese a que en un primer escenario procesal el señor Hernández Solarte atendió las citaciones de las diferentes autoridades judiciales y, en virtud de ello, se le privilegió su derecho fundamental a la libertad; ahora, considerando las nuevas circunstancias, resolvió dictar orden de captura con fines de indagatoria en su contra por los



1



3

