

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(1)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	LUZ MÁBEL BELLO QUINTERO		
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	ELVIS FERNANDO RÍOS PACHECO		
TÍTULO DE LA TESIS	CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL QUE PERMITAN FORTALECER LA INTERACCIÓN DE LAS REVISTAS NOVIAS Y COCINARTE DE VANGUARDIA, CON SUS LECTORES		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>CON LA FINALIDAD DE CREAR CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL QUE PERMITAN FORTALECER LA INTERACCIÓN DE LAS REVISTAS NOVIAS Y COCINARTE DE VANGUARDIA, CON SUS LECTORES SE REALIZÓ ESTE PLAN DE TRABAJO PARA PROMOVER LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES EN EL MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVO, ESPECÍFICAMENTE EN LA DEPENDENCIA DE NUEVOS PROYECTOS.</p> <p>LA ERA DIGITAL PERMITE QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TENGAN UNA MAYOR COBERTURA EN CUANTO A AUDIENCIA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 151	PLANOS:	ILUSTRACIONES:68	CD-ROM: 1



CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL QUE PERMITAN FORTALECER LA
INTERACCIÓN DE LAS REVISTAS NOVIAS Y COCINARTE DE VANGUARDIA,
CON SUS LECTORES

AUTORA:

LUZ MÁBEL BELLO QUINTERO

Trabajo de pasantía para Optar el Título de Comunicador Social

Director:

M^sC. ELVIS FERNANDO RÍOS PACHECO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

agosto de 2019

Índice

Capítulo I: Contenidos de comunicación digital que permitan fortalecer la interacción de las revistas Novias y Cocinarte de Vanguardia, con sus lectores.....	1
1.1 Descripción breve de la empresa.....	1
1.1.1 Misión.....	2
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	3
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.....	6
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	7
1.2.1 Planteamiento del problema.....	10
1.3 Objetivos de la pasantía.....	12
1.3.2 Específicos.....	12
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.....	13
Capítulo 2 Enfoques referenciales.....	14
2.1 Enfoque Conceptual.....	14
2.2 Enfoque Legal.....	16
Capítulo 3: Informe de cumplimiento de trabajo.....	19
3.1 Presentación de resultados.....	19
3.1.1 Objetivo 1.....	19
3.1.1.1 Actividad 1.....	19
3.1.1.2 Actividad 2.....	25
3.1.1.3 Actividad 3.....	53
3.1.2 Objetivo 2.....	56
3.1.2.1 Actividad 1.....	56
3.1.2.2 Actividad 2.....	61
3.1.2.3 Actividad 3.....	64
Estrategia digital posicionando marca.....	69
3.1.3 Tercer objetivo.....	88
3.1.3.1 Actividad 1.....	88
3.1.3.2 Actividad 2.....	94
3.1.3.3 Actividad 3.....	109

Manual de uso	111
Capítulo 4: Diagnóstico final	112
Capítulo 5: Conclusiones	119
Capítulo 6: Recomendaciones	120
Referencias	122
Apéndices.....	124
Apéndice A.	125
Apéndice B.	125
Apéndice C.	126
Apéndice D.	130

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Preguntas de la entrevista realizada Gestión Humana.....	14
Figura 2. Organigrama institucional de Galvis Ramírez & Cía S.A.....	15
Figura 3. Preguntas de la entrevista realizada a la periodista.....	18
Figura 4. Entrevista semiestructurada.....	29
Figura 5. La entrevista que se realizó está en SoundCloud.....	33
Figura 6: Métrica de la red social Facebook de la revista Cocinarte	35
Figura 7: Métrica demográfica de los seguidores de la revista en Facebook.....	35
Figura 8: Datos de ubicación geográfica	43
Figuras 9,10 y 11. Publicaciones realizadas	37
Figura 12: Métrica de la cuenta de Cocinarte en Twitter hasta febrero de 2019.....	38
Figura 13: Métrica de Facebook de la revista Novias en febrero de 2019.....	39
Figura 14: Estadísticas de la población que sigue la revista Novias en Facebook.....	40
Figura 15: Métrica de la cuenta en Twitter de la revista Novias.....	40
Figura 16: Primera publicación escogida.....	43
Figura 17: Segunda publicación escogida para realizar el análisis de contenidos.....	44
Figura 18: Tercera publicación escogida para el análisis de contenidos.....	45
Figura 19: Cuarta publicación escogida para el análisis de contenido.....	46
Figura 20: Quinta publicación escogida para realizar el análisis de contenidos.....	47
Figura 21: Primera publicación escogida	48
Figura 22: Primer publicación escogida para el análisis.....	49
Figura 23: segunda publicación escogida para el análisis.....	50
Figura 24: tercera publicación escogida para el análisis	51
Figura 25: tercera publicación escogida para el análisis.....	52
Figura 26: tercera publicación escogida para el análisis.....	53
Figura 27: primera publicación escogida para el análisis	54
Figura 28: segunda publicación escogida para el análisis	55
Figura 29: tercera publicación escogida para el análisis	29

Figura 30: Cuarta publicación escogida para el análisis.....	57
Figura 31: quinta publicación escogida para el análisis.....	58
Figura 31: sexta publicación escogida para el análisis.....	59
Figura 32: séptima publicación escogida para el análisis.....	60
Figura 33: octava publicación escogida para el análisis.....	61
Figura 34: novena publicación escogida para el análisis.....	62
Figura 35: décima publicación escogida para el análisis.....	63
Figura 36: Test realizado para la página.....	73
Figura 37: Herramienta Genial.ly.com.....	74
Figura 38: Herramienta Canva.....	75
Figura 39: Herramienta Piktochart.....	75
Figura 40: Herramienta VideoScribe.....	76
Figura 41: Creación del test para la revista Novias en Playbuzz.....	79
Figura 42: Imagen interactiva creada en Genially.com.....	79
Figura 43: Infografía de anillos elaborados en platino. La publicación no se realizó.....	80
Figura 44: Imagen interactiva.....	80
Figura 45: Elaboración de una infografía en la herramienta digital Piktochart.....	81
Figura 46: Elaboración de una infografía en la herramienta digital Piktochart.....	82
Figura 47: Infografía elaborada en la herramienta digital Canva.....	82
Figura 48: Infografía elaborada en la herramienta digital Piktochart.....	83
Figura 48: Infografía elaborada en la herramienta digital Genially.....	83
Figura 49: Primer artículo realizado con los parámetros.....	85
Figura 50: segundo artículo realizado con los parámetros.....	86
Figura 51: segundo artículo realizado con los parámetros.....	87
Figura 52: tercer artículo realizado con los parámetros.....	88
Figura 53: tercer artículo realizado con los parámetros.....	89
Figura 54: cuarto artículo realizado con los parámetros.....	90
Figura 55: quinto artículo realizado con los parámetros.....	91
Figura 56: Infografía realizada para Cocinarte.co sobre el sancocho.....	92
Figura 57: Infografía realizada para Novias sobre las flores.....	93

Figura 58. Publicaciones iniciales de la red social de Cocinarte.....	101
Figura 59. Publicaciones iniciales de la revista Novias.....	102
Figura 60. Publicación en la revista Cocinarte en conmemoración del día de las madres.....	103
Figura 61. Gif realizado para la red social de Cocinarte sobre la comida turca.....	104
Figura 62. Publicación en la revista Novias.....	105
Figura 63. Publicación de la revista Novias en Twitter.....	106
Figura 64: Métrica final de la red social Facebook de Cocinarte.....	119
Figura 65: Publicación de la cuenta de Instagram de Cocinarte.....	120
Figura 66: Métrica de la cuenta de Twitter de Cocinarte.....	121
Figura 67: Métrica de la cuenta de Facebook de Novias.....	122
Figura 68: Métrica de la cuenta de Twitter de Novias.....	123

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz FODA.....	19
Tabla 2. Descripción de las actividades.....	23
Tabla 3: Transcripción de la entrevista realizada para hacer el diagnóstico.....	31
Tabla 4: Listado de herramientas inicial.....	61
Tabla 5: Listado de herramientas que permiten la adecuada elaboración de material multimedia para las revistas Novias y Cocinarte.....	72
Tabla 6. Matriz de la estrategia.....	84
Tabla 7. Entrevista completa.....	126

Dedicatoria

A Dios principalmente por darnos serenidad, entendimiento y sabiduría en los momentos difíciles, por ser mi guía en cada uno de los proyectos que he emprendido.

A mis padres, Julio y Orilva; a mis hermanos, Julio y Josetp; gracias por enseñarme que todo lo que te propongas lo puedes lograr, gracias por el apoyo que me brindan y por esa confianza que siempre han tenido en mí. A mi familia, colegas, profesores y amigos que me han apoyado en el transcurso de mi amada carrera.

Agradecimientos

Agradecerle primeramente a Dios por hacer posible la culminación de este proyecto, a mis padres que creyeron en mí cuando ni siquiera yo lo hacía; a mis amigos Jacki, Gineth, Yele y Rafa, que soportaron mis crisis existenciales durante toda la carrera; a mi compañero de luchas, Nixon Sarabia, que estuvo en los momentos difíciles tanto profesionales como personales y nunca dejó que abandonara mis sueños; y a todas aquellas personas que me apoyaron en el transcurso de la realización de este proyecto.

A la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, que fue mi Alma Mater durante esta hermosa carrera, a todos aquellos docentes que compartieron sus conocimientos y experiencias vividas laboralmente para formarnos como grandes profesionales, en especial a mi director de proyecto Elvis Fernando Ríos, quien con su paciencia y dedicación fue mi guía en este gran proceso de formación.

Resumen

Con la finalidad de crear contenidos de comunicación digital que permitan fortalecer la interacción de las revistas Novias y Cocinarte de Vanguardia, con sus lectores se realizó este plan de trabajo para promover la implementación de las herramientas digitales en el medio de comunicación masivo, específicamente en la dependencia de Nuevos Proyectos.

Con la creación de estos contenidos, además de mostrar la importancia que tiene que los medios de comunicación den el paso a la digitalización para el refuerzo de sus contenidos, también se desea mostrar la facilidad con las que se pueden utilizar estas herramientas que nos ofrece la web 2.0. La interacción entre periodista – lector es muy importante para los medios. Permite conocer qué es lo que quieren leer y se puede generar una relación más estrecha que beneficie al medio de comunicación.

Las herramientas digitales deben convertirse en aliadas de las empresas, las compañías y principalmente de los medios de comunicación sin importar si son tradicionales o que hayan nacido con las nuevas tecnologías. Estas nuevas formas de informar y recibir información permiten que el ejercicio de comunicar sea mucho más fácil, pero, siempre y cuando respetando la integridad y los derechos de quienes leen o de quién se escribe.

Introducción

Los medios de comunicación tradicionales se han enfrentado con el nuevo siglo a los pasos agigantados y acelerados de las tecnologías tanto en equipos como en la aplicación de la misma en su forma de comunicar e informar.

La radio, la televisión y la prensa se han tenido que adaptar a estos cambios de la era tecnológica que no espera mucho tiempo, es decir, los cambios que se muestran para los medios deben adoptarse casi que inmediatamente, muchos medios tradicionales han quedado en el olvido porque no tuvieron una transición exitosa a la web.

Alguna vez se dijo que la radio desaparecería si llegaba la televisión, pero vimos que fue todo lo contrario, la radio transformó su forma de comunicar y hoy sigue siendo un medio muy importante para la gente.

Esta misma afirmación se hizo cuando empezó la era digital, y se dijo que estaba amenazando a los medios de comunicación y que lo más probable es que gracias al internet estos se extinguieran. Pero esto no sucedió, al contrario, nacieron las emisoras virtuales, los programas de vídeo obtuvieron una plataforma como YouTube que ha sido el espacio para el nacimiento de nuevos medios de comunicación. El mundo avanza y se tiene que seguir ese mismo ritmo, cada nuevo invento que se haga ya sea en la tecnología o en la ciencia siempre y cuando se domine podrá utilizarse a nuestro favor.

La prensa, la televisión y la radio siguen vigentes solo que muchas de las grandes casas periodísticas abrieron sus puertas a las tecnologías y hoy son más fuertes gracias a ellas.

Novias y Cocinarte son dos revistas de área de Nuevos Proyectos del diario Vanguardia de Bucaramanga, Santander. Hace algún tiempo las revistas circulaban de forma impresa y generaban ganancias por la pauta a la compañía Galvis Ramírez y Cia. Pero se fueron

quedando en el tiempo y no consiguieron modernizarse. La era digital las golpeó fuertemente porque no estaban preparadas a que sus lectores se trasladaran a los sitios web. Esto crea la necesidad de abrir sus sitios web, pero los periodistas no comprendían aún que no se puede escribir igual para impreso como para digital.

El trabajo realizado muestra las ventajas que tiene el uso de las herramientas digitales en estas plataformas y como generan tráfico en las mismas.

Se debe empezar a hablar de comunicación digital en los medios tradicionales para que no desaparezcan sus productos y no se pierdan en el tiempo casas periodísticas tan importantes como Vanguardia.

Capítulo I: Contenidos de comunicación digital que permitan fortalecer la interacción de las revistas Novias y Cocinarte de Vanguardia, con sus lectores.

1.1 Descripción breve de la empresa.

La empresa Galvis Ramírez y Cia. S.A. es una empresa santandereana que desde sus inicios se forjó como una de las más representativas de la región, además hizo de la ciudad bonita su cuna, en la que se formó y alcanzó el éxito.

En 1919 el Dr. Alejandro Galvis Galvis, hizo posible uno de los proyectos más anhelados por él y que gracias a su fe, gran proyección y visión con su legado a lo largo del tiempo cimentó las bases de esta próspera y rentable organización.

Durante un siglo la empresa Galvis Ramírez y Cia. S.A. creció significativamente no solo en la región sino en el país, creando alianzas con medios regionales y nacionales. Pertenece a la Agencia de Noticias Colprensa, y a lo largo del tiempo ha creado medios información como Vanguardia Liberal, El Nuevo día, El Universal, Ubicar, La Tarde, Q´hubo que tiene diez ediciones por región, La revista Gente de Cabecera que hace parte de las revistas que circulan periódicamente.

La empresa tiene varios grupos de personas o clientes para los cuales tiene productos específicos, que han trascendido en los bumangueses quienes prefieren cada día los contenidos emitidos en las revistas, periódicos, boletines o portales web de la compañía Galvis Ramírez y Cia. S.A.

Con el paso de los años la compañía se ha ganado un lugar en los corazones de todos los habitantes de la metrópolis y de todos los que a diario leen sus productos que son elaborados por un personal idóneo, capacitado y comprometido con sus trabajos, lo que hace que cada uno de ellos toque la fibra de los lectores, y eso se ve reflejado con los diferentes reconocimientos que le han otorgado, uno de los más recientes fue el premio Luis Enrique Figueroa, reconocimiento que se llevaron la periodista Irina Yusseff y el reportero gráfico Fabián Hernández con el reportaje “Santander Renace”.

Es, así pues, como Galvis Ramírez y Cía. S.A. tiene la responsabilidad de mantenerse en el tiempo como el medio escrito líder de la región, siendo consciente de su pertenencia a una gran red de empresas de la cual es eje central, pero sobre todo modelo a seguir, pues es ejemplo constante de desarrollo, calidad y mejora continua. Según Gabriela Flórez, analista de Gestión Humana, para permanecer como la empresa sólida que es y además de ello evolucionar de forma significativa, en Galvis Ramírez y Cía. S.A. se desarrolla una estrategia de éxito en materia de cultura organizacional.

1.1.1 Misión: Informar veraz, ética, justa, oportuna e imparcialmente a sus lectores, en procura de una sociedad más democrática, progresista y libre. (Unidad de Gestión Humana, 2019).

1.1.2 Visión: Para el 2020 Vanguardia se consolidará como el medio de comunicación líder de la región con posicionamiento nacional y proyección estratégica basada en el talento humano, la rentabilidad y la calidad de productos y servicios informativos. (Unidad de Gestión Humana, 2019).

1.1.3 Objetivos de la empresa: Para permanecer como la empresa sólida que es y además de ello evolucionar de forma significativa, en Galvis Ramírez y Cía. S.A. desarrolla una estrategia de éxito en materia de cultura organizacional, enmarcando su proyección en valores que integren los fines de la compañía.

Para Gabriela Flórez, la compañía Galvis se ha mantenido en el paso del tiempo porque nunca deja de lado el bienestar de sus trabajadores, y evita que hayan inconvenientes entre ellos con estrategias de cultura organizacional, es decir, crean espacios en los cuales los empleados pueden interactuar con los demás trabajadores, conocerse y mantener un ambiente saludable, es por ello que en la (Unidad de Gestión Humana, 2019), cuentan con unos lineamientos que les permite saber cuáles son los objetivos y qué hacer para cumplirlos.

- Lograr un estilo basado en filosofía participativa y profundo sentido de pertenencia.
- Afianzar el sentimiento regional de que Vanguardia Liberal es orgullo y patrimonio de todos los santandereanos.
- Servir a objetivos morales y éticos elevados, para mejorar la calidad de vida, el ambiente físico y cultural del nororiente colombiano.

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional: Para permanecer como una empresa sólida y evolucionar, Galvis Ramírez y Cía. S.A. desarrolla estrategias que puedan conducir al éxito en materia de cultura organizacional.

El organigrama de la compañía Galvis Ramírez y Cia. S.A. es un organigrama lineal con staff. “Estos organigramas son el resultado de la combinación de la organización lineal y la funcional, para tratar de aumentar las

ventajas de esos dos tipos de organización y reducir sus desventajas formando la llamada organización jerárquica-consultiva. En esta organización existen órganos de decisión en la asesoría”, (Aguirre, 2011).

Los asesores comerciales venden la pauta a anunciantes. Los diseñadores plasman visualmente y se revisa por los Coordinadores y el cliente, además las informadoras comerciales venden los clasificados.

Redacción está integrada por: recolección, producción y diseño de contenidos por parte de periodistas, fotógrafos, columnistas, caricaturistas y diagramadores, los cuales son revisados y aprobados por Editores y el Director General.

En el área de Producción, los auxiliares de diagramación unen los contenidos dentro de la página destinada según la publicación, con las fotos ya retocadas en fotomecánica.

Los auxiliares de Preprensa imprimen las lanchas de cómo va a quedar el periódico o los productos, además del alistamiento del papel y las tintas para la impresión, la revisión del registro de color, para dar paso a los auxiliares de despacho, quienes se encargan de incluir los insertos, el amarre y el despacho del periódico que está dividido en: Suscriptores, expendios, voceadores y promotores.

Y por último está el área de circulación y distribución, que después de armados los paquetes de periódico, son distribuidos en diferentes rutas por los distribuidores en diferentes rutas por los distritos en los cuales están divididos los suscriptores, allí los supervisores pasan las cantidades exactas a los promotores

quienes lo reporten durante la madrugada. Además, el periódico se reparte por lo puntos satélites donde adquieren el producto los voceadores y por los expendios, los cuales venden directamente el periódico al público.

El formato de entrevista que se utilizó para recolectar la información y poder describir adecuadamente la estructura organizacional de la compañía fue el siguiente:

FORMATO DE ENTREVISTA INDIVIDUAL

Fecha de entrevista: _____ Hora: _____

Cargo: _____

Nombres y apellidos completos: _____

Lugar: _____

Ciudad o Municipio: _____

Motivo de la entrevista: _____

Entrevista

1. ¿Qué tipo de organigrama tiene la empresa?
2. ¿Cómo está conformada su estructura organizacional?
3. ¿Cuáles son los organismos que conforman la estructura organizacional?
4. ¿Qué áreas hacen parte de la misma?

Figura 1: Entrevista realizada al área de Gestión Humana.
Fuente: Pasante.

Organigrama institucional de Galvis Ramírez & Cía S.A.

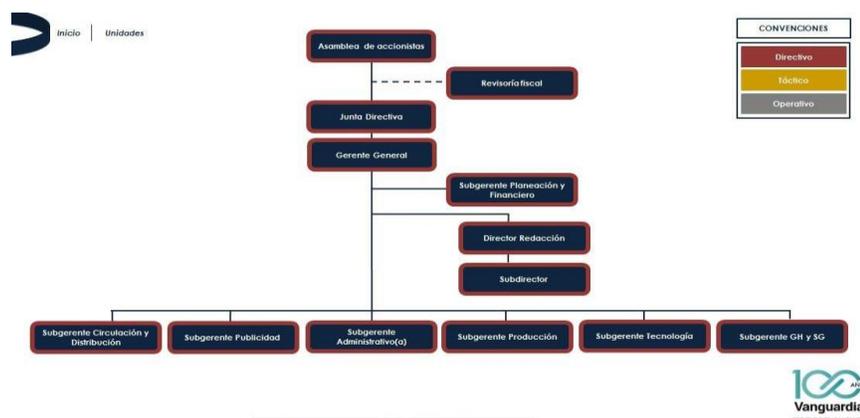


Figura 2: Organigrama de la empresa.
Fuente: (Unidad de Gestión Humana, 2019)

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado: La dependencia asignada es Nuevos Proyectos, donde se realizan productos comerciales impresos como Revista Novias, Revista Cocinarte, Revista Posgrados, Revista Santander Inolvidable, Bucaramanga sin límites, Revista 500 empresas generadoras de desarrollo en Santander, Revista Emprendimiento e Informe de construcción.

Nuevos Proyectos está conformado por Amparo Forero que es la editora Comercial, un diseñador que es Fabián Gómez, un practicante que los acompaña cada seis meses y Paola Bohórquez que es la periodista.

La editora Comercial es la que se encarga de revisar todo lo que se elabora, de dar los lineamientos para cada producto, de cómo debe ir, qué temas se van a desarrollar y todo lo que tiene que ver con las pautas de cómo va a estar estructurada la revista de cada producto que crea. El diseñador es el que se encarga como tal de diagramar, de darle un aspecto más interesante a cada uno de los productos.

La periodista que es quien redacta los textos en conjunto con la editora Comercial, y acompaña el tema digital en la creación de algunos contenidos, tanto en vídeo como en la parte escrita, y por último se encuentra el practicante que apoya cada uno de los procesos que se realizan como tal.

Nuevos Proyectos es como el músculo comercial, porque esta área es la que da un apoyo financiero y económico al periódico, porque todos los productos son comercializados, y son vendidos para clientes razón por la cual están diseñados para impactar a diferentes compradores, es decir, cada producto tiene un nicho de clientes específicos.

Por ejemplo, la revista Posgrados toca temas más educativos, entonces el grupo de personas al que se dirige son las universidades.

500 Empresas acoge el comercio, la construcción, el transporte y es más lo que se vende a los clientes, entonces la importancia para el periódico es esa, que todo lo que se crea en el área de Nuevos Proyectos genera recursos para que el diario y como tal los productos se sostengan y haya una ganancia para la empresa.

Se cuenta con alrededor de siete u ocho productos, y cada uno de ellos tiene un público en específico, por ejemplo, los clientes para gastronomía son restaurantes, empresas de cárnicos y empresas que tengan que ver con el sector, Posgrados pues impactan a universidades y a centros de Educación Superior.

Y en cuanto a lectores, los productos acogen a todo tipo de grupos, porque se utiliza un lenguaje muy sencillo para que puedan acceder todos, es decir, cualquier tipo de población y así darle a conocer que es lo que está sucediendo en estos momentos en Santander, y a nivel nacional.

1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Para la realización del diagnóstico de la compañía Galvis Ramírez y Cía. S.A. se decidió utilizar una metodología cualitativa, y el instrumento de recolección de información que se eligió fue la entrevista semiestructurada.

“La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa, se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado”. (Savin-Baden y Major, 2013; y King y Horrocks, 2010).

Según (Sampieri, 2014): Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información.

Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla. (Pág.436).

La Unidad de Nuevos Proyectos y sus integrantes juegan un papel muy importante en la compañía, pero presenta algunas falencias internas y externas que complican el trabajo de periodista, editores y publicistas.

Los participantes de la entrevista fueron la periodista Paola Reyes Bohórquez y la estudiante de Comunicación Social Danyth Janeth Fandiño Lerma, que realizó sus prácticas durante el segundo semestre de 2018, quienes trabajan y conocen la dependencia de la mejor manera, tanto a sus clientes como lectores, y saben que es lo apropiado para cada uno de sus productos.

El siguiente formato de entrevista fue el que se utilizó para realizar el diagnóstico de la dependencia:

FORMATO DE ENTREVISTA INDIVIDUAL	
Fecha de entrevista:	_____ Hora: _____
Cargo:	_____
Nombres y apellidos completos:	_____
Lugar:	_____
Ciudad o Municipio:	_____
Motivo de la entrevista:	_____
Entrevista	
1. ¿Quiénes conforman la dependencia de Nuevos Proyectos?	
2. ¿Cuáles son las funciones de los integrantes de la dependencia?	
3. ¿Cuál es la importancia de Nuevos Proyectos para la compañía?	
4. ¿Cuáles son los productos y a quiénes van dirigidos?	
5. ¿Qué fortalezas tiene la dependencia?	
6. ¿Cuáles son sus debilidades?	

Figura 3: Entrevista realiza a la periodista Paola Bohórquez.
Fuente: Pasante.

Durante una entrevista con Paola Reyes, periodista de la dependencia de Nuevos Proyectos comentó que el área es la parte fuerte de la entidad porque gracias a ella entran recursos económicos que benefician a todos en la compañía, pero que no cuentan con todos los recursos humanos suficientes para alcanzar las metas esperadas.

Esta área que pertenece a la comercial, produce material que se vende muy bien, porque saben que vender y a quiénes venderlo, hay revistas aquí como *Gente de Cabecera* que solo le pueden interesar a los del sector de Cabecera, porque son clientes de estratos cinco y seis, pero tenemos la revista *Cocinarte* que es un producto que está pensado para todos, con lenguaje práctico para que todos puedan acceder a la información.

Tabla 1. Matriz FODA.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Abarca un público diverso debido a la variedad de productos que ofrece, como revistas gastronomía, arquitectura, Posgrados, noticias, eventos entre otros.	D1. No cuenta con suficientes periodistas para la redacción de los artículos para Novias y Cocinarte.
	F2. La revista Novias lleva 15 años en el mercado.	D2. Equipos de cómputo en malas condiciones.
	F3. Novias y Cocinarte cuentan con sitio web propio.	D3. No hay continuidad en los trabajos de Novias y Cocinarte porque cada seis meses se cambia de pasante.
	F4. Pertenecer a la organización de medios masivos líder en la región.	D4. Novias no circula si no se vende toda la pauta. Los artículos se pierden.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO

Tabla 1, Continuación

O1. Varios de los productos son publicados también por Vanguardia y Vanguardia.com.	Apoyarse en el personal capacitado que hay en la dependencia para la verificación de los productos que serán publicados en las plataformas de la campaña, para que estos sean de la mejor calidad.	Como hay falencias en la rapidez de los equipos electrónicos como computadores, trabajar en plataformas online permitirá que los equipos trabajen mejor.
O2. Novias y Cocinarte están cobijadas con la marca Galvis Ramírez y Cia. En la región es una empresa muy importante.	Aprovechar los portales web que tienen la mayoría de los productos de la dependencia para aumentar el uso de las herramientas digitales en las revistas Novias y Cocinarte.	El uso de las herramientas digitales se ha vuelto una necesidad, si se implementa n un producto se notará la importancia que todos cuenten con este apoyo que ofrece la web.
O3. Cocinarte es reconocida por las escuelas de gastronomía del departamento.		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. La era digital ha hecho que las pautas publicitarias para los productos impresos de esta dependencia disminuyan en gran medida. Especialmente para la revista Novias, que anteriormente circulaba dos veces al año.	Fortalecer los espacios para cada una de las revistas, si bien muchos eventos de actualidad se llevan todas las miradas, no se puede descuidar o dejar de lado el público de revistas que son importantes para a dependencia, se debe buscar la independencia de los productos.	El área comercial es muy importante para la dependencia, por tal motivo se le debe ofrecer al cliente los productos más novedoso posibles que los incentiven a pautar, de este modo las publicaciones digitales o virtuales aumentarán.
A2. Distintos eventos realizados en la ciudad hacen que productos como Revista Novias o Revista Cocinarte pasen a un segundo plano.	La implementación de las herramientas digitales en la dependencia de nuevos proyectos y sus productos hará que se vuelva competitiva en la era digital.	
A3. La competencia de otros portales que emiten contenido similar. La mayoría de pautantes ya tienen sus sitios web. Por lo tanto no desean pautar en la revista.		

Fuente: Pasante.

1.2.1. Planteamiento del problema

La compañía Galvis Ramírez y Cía. S.A. durante 100 años ha estado presente en el departamento de Santander, aportando crecimiento empresarial y laborar a la región, creando diversas alianzas que han permitido que cada uno de los productos como

Vanguardia Liberal, Q'Hubo, revista Gente, Planeta verde, Novias, Cocinarte, Posgrados, 500 Empresas y el periódico EL Universal de Cartagena, entre otros que han ido surgiendo con el paso del tiempo se posicionen y lleguen a más personas.

Para alcanzar su propósito, la organización ha tenido que innovar actualizarse y adaptarse a la era digital. Las nuevas tecnologías le exigen volverse un medio de comunicación interactivo, que ofrezca más herramientas a sus usuarios para que de este modo no se pierda en el proceso de la transición a la red de internet.

Nuevos Proyectos busca las formas de estar a la vanguardia de las TICs para ofrecerle a la comunidad en general la oportunidad de aprovechar al máximo los productos que se crean, pensados cada uno para un público en específico al cual se desea satisfacer.

Los productos creados por Nuevos Proyectos cuentan con variedad de temas que permiten llegar a determinados públicos y algunos cuentan con sus portales web, porque la empresa se encuentra en la transición de impreso a digital, volviendo sus publicaciones cada vez más atractivas para todos.

Existen algunos que tienen sus portales, pero no se presenta la interacción deseada porque son textos planos. Entonces, implementar las herramientas digitales para el desarrollo de contenidos atractivos para el lector, es una alternativa para fortalecer los productos Novias y Cocinarte, generando de esta manera mayor interactividad de sus publicaciones y permitiéndole a la comunidad una mayor visibilización de los productos.

“El marketing digital democratiza la personalización, es decir permite personalizar el tratamiento con el cliente a muy bajo costo. Es importante anotar que los consumidores modernos esperan un trato completamente personalizado por parte de las empresas.”, (LLANO, 2017).

Lo que se busca principalmente con la creación de productos multimedia para cada uno de los portales es que más usuarios de la web conozcan y lean los artículos de las dos revistas. Pero la mayoría de lectores buscan que los contenidos sean interactivos y entretenidos lo que a su vez hace que los sitios web tengan que innovarse.

Lo que se busca principalmente para estos medios es eso, que la innovación llegue a través de la creación de contenido multimedia que genere tráfico entre sus sitios web para que haya una mayor visibilización de los mismos, aumentando así su posicionamiento entre los lectores en el departamento de Santander.

La creación de contenidos multimedia a través de herramientas digitales es una forma práctica y económica de mostrar la importancia del uso de las nuevas tecnologías para no desaparecer en el tiempo.

1.3. Objetivos de la pasantía.

1.3.1. General: Desarrollar contenidos de comunicación digital que permitan fortalecer la interacción de las revistas Novias y Cocinarte de Vanguardia, con sus lectores.

1.3.2. Específicos: Realizar un diagnóstico de los contenidos actuales de las revistas Novias y Cocinarte.

- Diseñar una estrategia de comunicación digital para el desarrollo de contenidos transmediales.
- Establecer los contenidos y el material multimedia digital, para el fortalecimiento de la interacción con los lectores.

1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Tabla 2: Descripción de las actividades para alcanzar el objetivo de la pasantía.

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos
<p>Desarrollar contenidos de comunicación digital que permitan fortalecer la interacción de las revistas Novias y Cocinarte de Vanguardia, con sus lectores.</p>	<p>Realizar un diagnóstico de los contenidos actuales de las revistas Novias y Cocinarte.</p>	<p>Realizar entrevistas con la Amparo Forero, editora Comercial y Paola Bohórquez periodista de la dependencia de nuevos proyectos.</p> <p>Realizar un análisis de los contenidos publicados anteriormente en las revistas asignadas en sus plataformas web.</p> <p>Hacer un informe en que se exponga que falencias tienen las revistas y como proceder para mejorar dichos aspectos.</p>
	<p>Diseñar una estrategia de comunicación digital para el desarrollo de contenidos transmediales.</p>	<p>Hacer un rastreo web para conocer las herramientas digitales que esta ofrece.</p> <p>Realizar una depuración de las herramientas que no se pueden utilizar en las plataformas de la revista.</p> <p>Verificar cada una de las herramientas seleccionadas para categorizar y determinar en qué ocasiones cuáles y cómo son viables para utilizarlas.</p>
	<p>Establecer los contenidos y el material multimedia digital, para el fortalecimiento de la interacción con los lectores.</p>	<p>Elaborar contenido multimedia con las herramientas digitales para las plataformas web de las revistas.</p> <p>Publicar los contenidos elaborados en los portales web.</p> <p>Crear un manual del uso adecuado de las herramientas digitales para futuros pasantes en la dependencia.</p>

Fuente: Pasante.

Capítulo 2 Enfoques referenciales

2.1. Enfoque Conceptual

El objetivo de la pasantía como modalidad de grado es desarrollar contenidos de comunicación digital que permitan fortalecer la interacción de las revistas Novias y Cocinarte de Vanguardia, con sus lectores, por esto se seleccionaron los siguientes conceptos claves: Comunicación digital, interacción, red social, TICs y sitio web.

Para la realización y presentación de este proyecto es muy importante analizar y estudiar estos conceptos que reúnen de manera general la base de la investigación.

Según la ES desing, 2018, la comunicación digital engloba todos los métodos y herramientas utilizados para transmitir mensajes a través de un medio digital. También forman parte de este concepto los diferentes emisores y receptores de dicha comunicación, y el efecto que el mensaje produce en ellos.

En definitiva, la comunicación digital es algo que está presente en todas las empresas actuales, y que es responsable, en gran parte, de su éxito.

La comunicación digital rompe paradigmas y empieza a mostrar una nueva forma de comunicar por medio de las herramientas existentes. “Como dicen Baran y Davis (citados en Forero, 2013), el advenimiento de la comunicación digital, no obstante, declaró paulatinamente un rompimiento de fronteras físicas y relanzó el fenómeno comunicativo en un contexto marcadamente globalizador. El satélite, la fibra óptica e Internet expandieron las propias fronteras de la industria”.

Precisamente la comunicación digital permite que haya una interacción entre los periodistas y los lectores de la revista. “El ser humano es un ser en una constante

interacción con el entorno que le rodea. Es decir, el comportamiento humano no puede ser analizado de una forma individual sino en interacción con el entorno” (Nicuesa, 2014). Los seres humanos necesitan interactuar diariamente, comunicarse de una u otra forma, es por ello que las tecnologías avanzan a pasos agigantados para poder crear los mecanismos necesarios para que las personas interactúen más.

Una de las herramientas que ofrece internet para poder hacerlo de forma constante son las redes sociales que como la define Gallego (citado en Casco López & Aguirre Gamboa, 2015) “Es un conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad”.

Todo este conjunto de herramientas se reúne en las muy cocidas TICs que, según la Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM, 2018, “las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son todos aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos, tales como: computadoras, teléfonos móviles, televisores, reproductores portátiles de audio y video o consolas de juego”.

En la actualidad el papel de las TIC en la sociedad es muy importante ya que ofrecen diversidad de servicios como lo es el correo electrónico, la búsqueda de información, banca online, se puede descargar música, películas, comprar o vender artículos, comunicar, es además una base importante para los medios de comunicación.

Las nuevas tecnologías han sido el plus para los medios de comunicación tanto tradicionales como los digitales que nacen con esta revolución tecnológica y que les

permite crear espacios como los sitios web, los cuales el profesor titular del departamento de Información y Documentación de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia (UMU) Alonso, 2008 los define de la siguiente manera:

“un sitio web es una estructura de información y/o comunicación generada en el nuevo ámbito o espacio de comunicación (Internet), creado por la aplicación de las tecnologías de la información (tecnologías de creación, mantenimiento y desarrollo de los sitios web), que posee dos elementos fundamentales (acciones de los sujetos y contenidos) y en donde se plantean un conjunto de prestaciones que los usuarios que visitan dicho web pueden ejercitar para satisfacer una o varias necesidades que posean”.

La era digital se ha vuelto indispensable para los medios de comunicación y sus productos. La interacción y el consumo de los mismos ha hecho que se estudien a las personas para ofrecerle en sus redes sociales y sitios web lo que desean leer o ver.

2.2. Enfoque Legal

La normativa más conocida e importante frente a los medios de comunicación y la libertad de expresión e información es el artículo 20 de la Constitución Política de Colombia de 1991 que reconoce la libertad de expresión, la cual consiste en la libertad de expresar y difundir el propio pensamiento, opiniones, informaciones e ideas a través de cualquier medio de expresión sea oral, escrito, impreso, artístico, simbólico, electrónico u otro de elección de quien se expresa.

También hace parte de este derecho la libertad de información, que es la búsqueda y el acceso a la información veraz e imparcial sobre hechos, ideas y opiniones de cualquier medio de expresión.

Igualmente está la libertad de prensa, que se compone de fundar medios masivos de comunicación y poder administrarlos sin objeciones, pero esto conlleva a que también se dé el derecho a la rectificación en condiciones de equidad, hay que tener claro que no siempre se tendrá la verdad absoluta de un hecho, existirán ocasiones donde los medios deban rectificar información.

Gracias a este artículo consignado en la carta magna del país, se puede informar y ser informado libremente sin ningún tipo de censura por los medios de comunicación ya sean tradicionales o digitales, para nuestros proyectos de investigación es un respaldo y una garantía para poder crear contenido multimedia y difundirlo en el medio de comunicación.

La Constitución Política de Colombia , 1991 en su artículo 73 afirma que “La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional”. Artículo que protege al periodismo y a sus diversas herramientas para informar.

Y por medio del decreto N° 1412 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones se expone los términos que las TICs consideran importantes para que deban tenerse en cuenta al momento de crear material digital. Para que un contenido sea considerado como digital, deberá cumplir con las siguientes características, sin perjuicio de otras que para el efecto determine el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:

Su valor comercial no está determinado por los insumos empleados para su desarrollo.

Se puede copiar, transmitir o utilizar mediante redes de telecomunicación o herramientas TIC.

Obedece a productos de información provistos en formato digital como una secuencia de unos y ceros para ser leídos por un computador y dar instrucciones al mismo, tales como software de computadores, videos, películas, música, juegos, libros electrónicos y aplicaciones.

Software para el desarrollo de contenidos digitales. Se entiende por software para el desarrollo de contenidos digitales el conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas relacionadas con la creación y producción de contenidos digitales.

Teniendo en cuenta la anterior normativa además de contar con un respaldo para la creación de los contenidos, se tiene también la orientación para no incurrir en faltas que puedan afectar al medio.

El derecho a informar nos permite realizar este tipo de contenido que beneficia principalmente a las páginas web de las revistas, y la normativa de las TICs nos orienta qué requisitos deben cumplir los productos para que entren en lo que ellos catalogan digital.

Capítulo 3: Informe de cumplimiento de trabajo

3.1. Presentación de resultados.

3.1.1. Objetivo 1: Realizar un diagnóstico de los contenidos actuales de las revistas Novias y Cocinarte.

3.1.1.1. Actividad 1: Realizar entrevistas con la Amparo Forero, editora de Contenido y Paola Bohórquez periodista de la dependencia de nuevos proyectos.

La entrevista se realizó el 11 de febrero de 2019 en la oficina de Amparo Forero Jiménez, editora de Contenido.

Se realizó simultáneamente la entrevista con las dos entrevistadas para que hubiese una retroalimentación entre ellas y pudieran explicar más a fondo el estado actual de las revistas, sus inicios y cómo están en la actualidad.

La entrevista se decide hacerla a estas dos personas porque son las que han estado de forma permanente en la dependencia de Nuevos Proyectos. Es decir, Amparo Forero está prácticamente desde los inicios de la revista Novias y Paola Bohórquez está desde que se crea Cocinarte. Además, luego del recorte de personal fueron ella dos las que quedaron a cargo de esta dependencia que a su vez cada seis meses recibe un nuevo pasante para que las apoye.

El formato para hacer la entrevista que se utilizó estuvo compuesto por ocho preguntas para obtener una información tanto de la dependencia como de las revistas y sus sitios web. Se pensó en hacer la entrevista de esta forma para que las entrevistadas tuvieran mayor libertad y no se preocuparan por el límite de tiempo.

Se realizó la entrevista con las profesionales a cargo de las revistas y de la dependencia de Nuevos Proyectos. Las entrevistadas fueron receptivas y se mostraron interesadas en el tema. Explicaron parte por parte cada una de las revistas, cómo se trabaja, de qué trata cada una y cómo ha sido el proceso del cambio digital. Cómo se proyectan y qué beneficios traen las tecnologías para estos productos de la compañía Galvis Ramírez y CIA.

Cabe resaltar que entre las respuestas obtenidas en la entrevista se evidenció que:

“La revista Cocinarte siempre ha ido un poquito más adelante que la revista Novias en la plataforma digital, que tiene incluso contenidos propios, creo que es la única revista que hasta tuvo videos de todas las recetas que generaba unos costos especiales, e incluso ha tenido una única persona al frente que son nuestros colegas practicantes generando solo contenido para la plataforma digital, además el sitio web va ligado a las redes sociales.

Amabas tienen redes sociales en Instagram, Twitter y Facebook. Cocinarte ha tenido más movimiento en estas plataformas”, (Jiménez, 2019).

Amparo Forero comenta cuando empezó a digitalizarse y crearse un sitio en la web la revista Novias también debía tenerlo, entonces vieron la necesidad de crearle uno, pero asegura que han sido muy tímidos y que no ha podido potencializarla comercialmente.

No compara la revista con otros productos, pero si explica que hay revistas en el mercado digital con mucha fuerza, que seguramente han encontrado un plus que les ha permitido avanzar y que Novias aún no lo ha obtenido, pero siguen trabajando incansablemente para conseguirlo. Esperamos que ahora que llega un experto en el tema

de audiencia, haga un estudio especial y que nos digan que hacer, porque sabemos que tenemos que apuntar mucho más a estas plataformas digitales.

Para (Bohórquez, 2019) el tema de audiencia es una de las principales debilidades de las revistas, porque para ella no conocen bien al público al que se está dirigiendo como tal el producto. “Como lo decía Amparo, ya están trabajando y hay un equipo como tal conformado para dirigirnos hacia la audiencia de estos productos, entonces de ahí digamos que ellos nos darían las pautas para que el producto se nivelara o estuviera un estándar”.

A continuación, anexo algunas de las respuestas más importantes de la entrevista realizada:

Tabla 3: *Transcripción de la entrevista realizada para hacer el diagnóstico.*

Entrevista a Amparo Forero editora de Contenido y Paola Reyes periodista		
Preguntas	Entrevistado	Respuesta
¿Qué temas se tratan en las revistas?	Amparo Forero	La revista Novias pues toca los temas que eminentemente tienen que ver con el matrimonio, todos los preparativos de una boda, el ánimo de la revista es que sea una guía de tendencia para los futuros esposos. Entonces si hablamos de los temas serían, tarjetas, calzados, el menú, el sitio donde se hace la boda, las argollas, donde se celebra la luna de

Tabla 3, continuación

miel, el ponqué, y sobre cada uno de estos temas se marca la moda que esté en su momento.

Paola Reyes En cuanto a Cocinarte se tratan temas como tal de gastronomía, de tendencias de que cocina que están a la vanguardia, se muestran historias de algunos personajes influyentes en el tema culinario, platos típicos de la región, platos internacionales, digamos que toda la oferta gastronómica y culinaria de Santander. Así como el tema de bebidas, licores, jugos, de todas las tendencias como tal que se manejan en el ámbito gastronómico.

Tabla 3, Continuación

¿Cuándo se decide crearles portal web?	Amparo Forero	El portal de novias creería que puede llevar unos cinco años, pero como muchos portales nacieron ahí por hacerlos, pero realmente el portal activo podría llevar unos tres años, activo que es, que se le hace información editorial, después de los textos cambiamos un poco a contenido multimedia en colaboración con nuestros colegas practicantes, al portal web también se sube el contenido de la revista, y pues nace por las necesidades que ha marcado el mercado.
	Paola Reyes	En cuanto a cocinarte fue hace alrededor de tres o cuatro años, no estoy segura, nace también con la revista, digamos también que es como la unión entre el papel y el tema digital, porque razón Cocinarte se creó así, porque los contenidos en la página web de cocinarte se enfocaron como tal en vídeos de recetas que son las mismas que se plasman en la revista impresa.
¿Cuáles son las debilidades de las revistas?	Paola Reyes	Pues en estos momentos creería yo que es como el tema de audiencia, porque digamos que no conocemos muy bien público al que se está dirigiendo como tal el producto. Como lo decía Amparo, ya están trabajando y hay un equipo como tal

Tabla 3, Continuación

conformado para dirigirnos hacia la audiencia de estos productos, entonces de ahí digamos que ellos nos darían las pautas para que el producto se nivelara o estuviera un estándar. Que resurgiera, pero más que una debilidad yo creo que es como un tema más de como de reingeniería, porque finalmente si se tomara como una debilidad el producto se hubiera extinto.

Nota: Fuente: Pasante.

De igual manera la entrevista está publicada en soundcloud, en el siguiente link la pueden encontrar: <https://soundcloud.com/mabel-bello-639947148/entrevista-amparo-forero-y-paola-bohorquez>

En la página web www.pasantiaswix.com también podrán encontrar la entrevista en audio y transcrita, además de los demás productos realizados durante la pasantía.

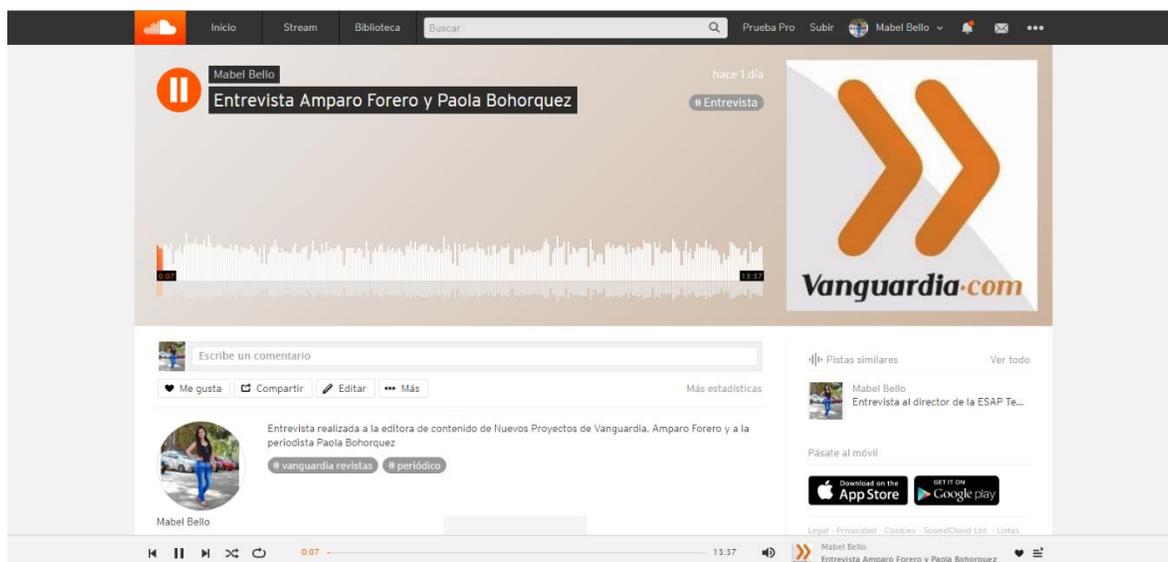


Figura 5: La entrevista que se realizó está en SoundCloud, que es una plataforma de distribución de audio en línea en la que sus usuarios pueden distribuir sus proyectos.
Fuente: Pasante.

Durante el proceso de transcripción de la entrevista a las periodistas se conocieron nuevas falencias de la dependencia de Nuevos Proyectos, pero a su vez, se evidenciaron las fortalezas sobre las que se trabajan a diario para poder tener la proyección necesaria. Tanto la editora de Contenido como la periodista asumen que se debe hacer una reingeniería por parte de todo el equipo compuesto por publicidad, ventas y redacción. Se deben complementar entre sí para que los productos no se queden en el tiempo, sino que, por el contrario, se mejoren para el beneficio mutuo de empresa-cliente.

3.1.1.2. Actividad 2: Realizar un análisis de los contenidos publicados anteriormente en las revistas asignadas en sus plataformas web.

Para realizar en análisis de contenido es importante tener en cuenta que la revista Cocinarte cuenta con dos espacios en los cuales se hacen publicaciones.

El primero se puede encontrar en www.cocinarte.co que es su portal oficial, que en un principio fue alimentado constantemente como lo menciona la editora de Contenido Amparo Forero Jiménez en la entrevista. Se llegó a pagar por la creación de vídeos de cocina, la preparación de recetas y la redacción de artículos gastronómicos, luego con la caída de las ventas, esta deja de tener publicaciones seguidas.

Hasta el momento del análisis había 394 publicaciones entre recetas, artículos, breves y videos y se realizan publicaciones cada 15 días.

Luego que Cocinarte.co dejara de ser alimentada se empieza a publicar en la sección Cocinarte en Vanguardia.com, que fue un espacio hecho para la revista luego de haberse creado su página oficial, en la que hasta el mes de febrero tenía 49 publicaciones.

Aunque puede parecer una ventaja tener la sección en Vanguardia y el sitio oficial la realidad es otra. Cocinarte.co no volvió a tener publicaciones tan seguidas, lo que se realiza es la búsqueda de recetas con vídeos para crear hipervínculos desde Vanguardia.com y así poder generar visitas a la página, pero son escasos los artículos que se han publicado desde hace unos meses.

Cabe precisar que las publicaciones en las páginas de Novias y Cocinarte tienen un lapso de 15 días, tiempo en el que se hace la promoción de los artículos en sus respectivas redes sociales.

Cocinarte cuenta con sus redes sociales de Facebook, Instagram y Twitter en la que se puede encontrar como: Revista Cocinarte.

En el mes de febrero cuando se inició este análisis de contenidos la red social de Facebook contaba con:



Figura 6: Métrica de la red social Facebook de la revista Cocinarte en el mes de febrero, cuando se inició el análisis de contenidos.

Fuente: Facebook.

La mayoría de seguidores en esta red social son mujeres, muchos de los temas que se tratan en esta revista interesan precisamente a esta población, que en gran parte son

amas de casa. Pero sin dejar de lado a la parte masculina, que aunque sea poca, tienen presencia en sus redes sociales. Hay que tener presente que muchos de los seguidores son chef de las escuelas de cocina de Bucaramanga. El rango de edades en las que están la mayor parte de los seguidores es la población meta de la revista.

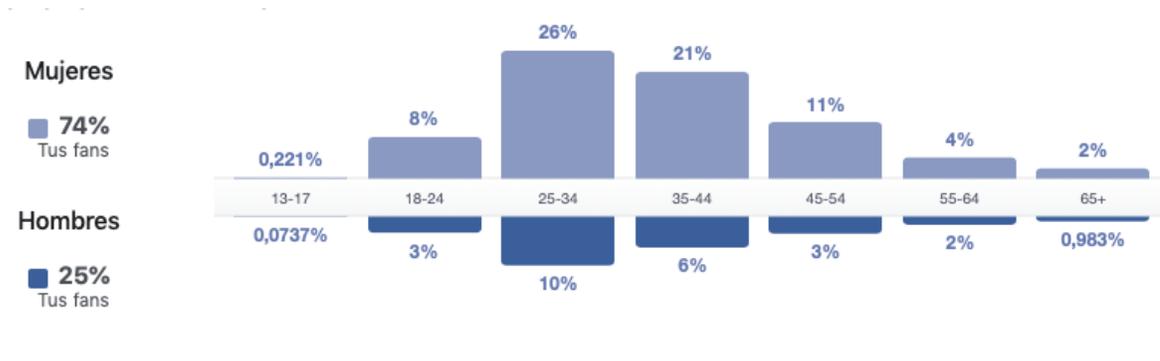


Figura 7: Métrica demográfica de los seguidores de la revista en Facebook.

Fuente: Facebook.

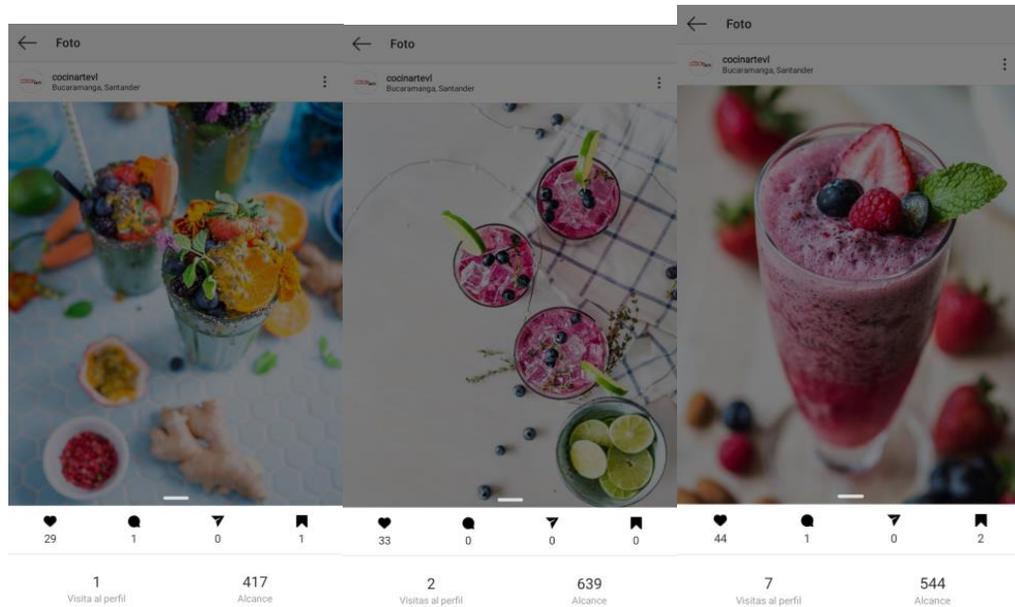
Así mismo se muestra a continuación los datos de ubicación de los seguidores de la revista. En los que se muestra donde se radican la gran mayoría y hasta qué países llega la información de esta revista.

País	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Colombia	1.849	Bucaramanga, Santan...	944	Español	3.157
México	537	Bogotá, Colombia	231	Español (España)	793
Venezuela	278	Lima, Departamento d...	119	Inglés (Estados Unidos)	79
Perú	222	Ciudad de México, Mé...	85	Portugués (Brasil)	10
Estados Unidos de Am...	195	Caracas, Distrito Capit...	64	Francés (Francia)	6
España	176	Medellín, Colombia	60	Italiano	6
Argentina	166	Santiago de Chile, Reg...	40	Árabe	5
Ecuador	115	Cali, Colombia	40	Inglés (Reino Unido)	4
Chile	91	Ibagué, Colombia	36	Español (México)	2
Costa Rica	72	Piedecuesta, Santande...	36	Rumano	2

Figura 8: Datos de ubicación geográfica de los seguidores en Facebook de la revista Cocinarte.

Fuente: Facebook.

En la red social de Instagram las publicaciones no tenían la acogida esperada, sus seguidores no son muchos, pero las reacciones y el alcance de las mismas no satisfacen a los encargados de las redes sociales. No había un orden de publicación y en ocasiones no se le hacía el seguimiento adecuado. Estas son algunas de las publicaciones anteriores:



Figuras 9,10 y 11: Publicaciones realizadas en la cuenta de la revista Cocinarte antes de la realización del análisis de contenidos.

Fuente: Instagram.

Por último, se tiene la red social Twitter que en algún momento se llegó a pensar que lo más conveniente era eliminar esta cuenta porque los contenidos que se publicaban no eran los adecuados y los usuarios de esta red no se interesaban por estos contenidos. Aunque se pasó la solicitud para eliminarla esta fue rechazada.

Hasta el momento del inicio del análisis de contenidos, estas son las estadísticas de la cuenta de la revista Cocinarte en Twitter.



Figura 12: Métrica de la cuenta de Cocinarte en Twitter hasta febrero de 2019.
Fuente: Twitter.

La página de Cocinarte.co entre el mes de enero y febrero de 2019 presentó las siguientes estadísticas:

Tabla 3: Cifras iniciales de las visitas a la página Cocinarte.co

Enero-febrero 2019	
Páginas Vistas	116.234
Usuarios Únicos	73.571
Tiempo	0:45

Fuente: Daniela Puentes

Por otro lado, la revista Novias quien lleva más de 15 años presente en el departamento de Santander en su proceso de posicionamiento en la web ha tenido momentos altos y bajos que le han permitido adquirir experiencia para mantenerse aún y tener sus dos ediciones impresas.

Su portal web es www.novias.com, sus publicaciones se hacen cada 15 días y los temas varían dependiendo la temporada o eventos especiales que haya.

En su página había hasta la fecha 293 publicaciones que su gran mayoría son artículos editoriales.

En el mes de febrero cuando se inició este análisis sus redes sociales se encontraban así:

Facebook tenía 1.009 seguidores y los últimos 16 fans los consiguió en los que iba del mes.

Las publicaciones que se hicieron en esta red social son de temas “reciclados”, es decir, artículos que se escribieron para la edición impresa pero que como no se publicó estos se adaptan para la web.

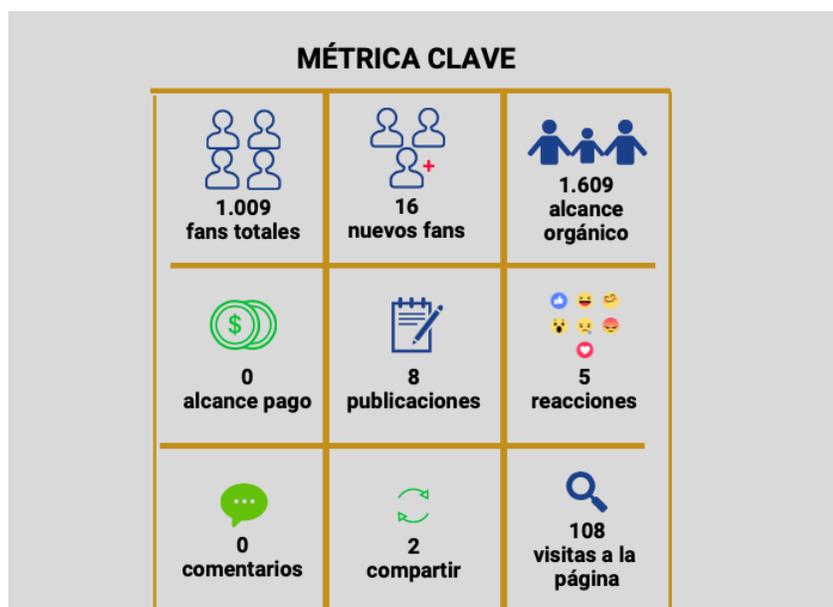


Figura 13: Métrica de Facebook de la revista Novias en febrero de 2019.

Fuente: Facebook.

En los datos demográficos se evidencia que la población femenina sobresale como seguidora de la red social de la revista. Además, el rango de edad esta entre joven – adulto tanto para hombres como mujeres.

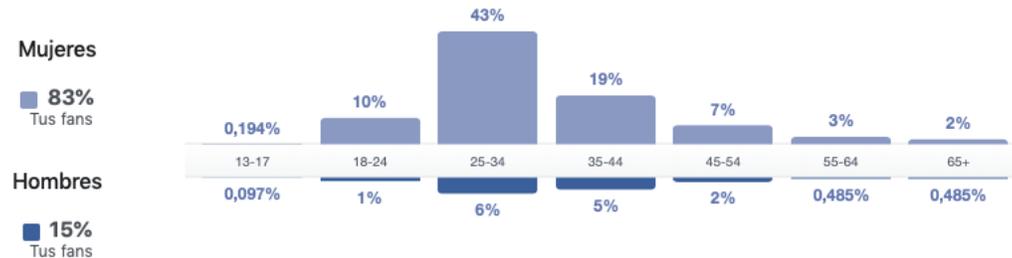


Figura 14: Estadísticas de la población que sigue la revista Novias en Facebook.
Fuente: Facebook.

La cuenta de Twitter de Novias tuvo el mismo interrogante de Cocinarte, se intentó eliminar porque los contenidos publicados poco se veían. Pero esta solicitud también fue negada.

Estas son las estadísticas hasta el mes de febrero de 2019 en la cuenta de la revista Novias.



Figura 15: Métrica de la cuenta en Twitter de la revista Novias.
Fuente: Twitter.

La siguiente tabla muestra las cifras de las visitas realizadas durante los meses enero – febrero de 2019 a la página Novias.com

Tabla 4: *Cifras iniciales de las visitas a la página Novias.com*

Enero - febrero 2019	
Páginas Vistas	20.231
Usuarios Únicos	9.790
Tiempo	1:00

Fuente: *Daniela Puentes*

Sin embargo, para hacer el análisis de contenidos se va a escoger un rango de diez publicaciones por cada dos semanas de cada una de las revistas a partir de la fecha de inicio del análisis hacia atrás. Para esto se tendrán en cuenta las siguientes categorías de análisis en cada uno de las publicaciones.

Titulación: Un título bien elaborado puede hacer la diferencia con respecto a qué tanto aparecerá en los motores de búsqueda. A pesar que es importante que el titular resuma bien de qué trata el artículo, es importante que se deje a la audiencia con la necesidad de saber un poco más.

Los datos demográficos nos ayudan a elegir a nuestro público y saber cuáles son los elementos más importantes en una noticia para este, es decir, si la nota se desarrolla en Bucaramanga es recomendable especificar el sitio para geo-referenciar.

La mejor manera de escribir un titular en línea, es preguntarse qué se debe escribir en Google si se busca información sobre el tema en específico.

La titulación debe ser corta, precisa, que aporte información pero que deje con la necesidad de leer la nota y es muy importante especificar la ubicación.

Fotografía: Las imágenes son un pilar fundamental en nuestras páginas web, ayudan a captar la atención de nuestras visitas.

Usar imágenes mejora sensiblemente la estética del sitio y tiene beneficios colaterales que no son nada obvios, pero muy importantes como, por ejemplo, el hecho de mejorar el posicionamiento de la página si se saben utilizar el potencial que las imágenes tienen para el SEO.

Estas deben ser limpias, de buena calidad, estéticas y deben hablar y expresar el tema del artículo.

Hipervínculos: Se puede definir hipervínculo (también llamado enlace, vínculo, o hiperenlace) como un elemento de un documento electrónico que hace referencia a otro recurso, de otro documento electrónico.

Los artículos deben tener mínimo un hipervínculo que lleve a leer otro artículo con referencia al tema que se ha escrito.

Esto permite que se genere mayor interactividad en las páginas y se cree mayor visibilidad a artículos pasados.

Etiquetas: La etiqueta debe ser una temática que abarque varios artículos que compartan un asunto en común.

Preferiblemente no asignar más de 5 etiquetas a un artículo. No existe un límite establecido, pero esta cifra es un tope conveniente.

El análisis de contenidos de Cocinarte lo realizaremos de la siguiente manera:

Serán cinco publicaciones por cada tres meses de la sección Cocinarte de Vanguardia.com y cinco de la página de Cocinarte, en las que se elegirá tres artículos, una receta y un breve.

El primer artículo que analizaremos fue publicado el 19 de octubre de 2018 en la sección Cocinarte de Vanguardia.com, y trata de un coctel con cero licores. Su título es adecuado porque tiene palabras claves como el nombre de la bebida, además, es corto y

deja con la intriga de cómo preparar un coctel sin el uso de alcohol. La fotografía es precisamente de esta bebida, es agradable y provocativa. No cuenta con hipervínculos a otros artículos y tiene una sola etiqueta que abarca este tema.

El artículo lo puede encontrar en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2ERT1o4>

The screenshot shows the top of a Vanguardia article. At the top, there are social media icons (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) and a search bar with '7-8' and 'Clasificados'. The Vanguardia logo is on the left, and 'Cocinar' is on the right. Below the logo is a navigation menu with categories: Inicio, Bucaramanga, Santander, Deportes, Judicial, Colombia, Mundo, Política, Economía, Opinión, Entretenimiento, Tecnología, and Vanguardia TV. The date and time are 'viernes 19 de octubre de 2018 - 3:38 PM'. The article title is 'Mocktails, la tendencia en coctelería con cero licor'. Below the title is a short paragraph: 'Hablar de cócteles sin alcohol puede sonar extraño, algo sin sentido o algo poco atractivo para algunos. No obstante, son una realidad y también una tendencia. Los mocktails llegan para cambiar la forma de disfrutar un rico cóctel con cero alcohol.' There is a large image of two glasses of mocktails with blueberries and mint. To the right of the image is a 'Publicidad' section with a message: 'Google ha cerrado el anuncio' and a button 'Dejar de ver anuncio'. Below that is a section 'Le puede interesar' with a thumbnail for 'Detalles del asesinato ocurrido en centro comercial de Bucaramanga'.

Figura 16: Primera publicación escogida para realizar el análisis de contenido publicados anteriormente.

Fuente: Vanguardia.com

El siguiente artículo fue publicado el 27 de julio de 2018, tiene un título de color que funcionan muy bien en el impreso, pero se debe tener mucho cuidado cuando es para la web. Las noticias importantes y de relevancia pueden titular así, en especial los medios con gran trayectoria.

Aunque es agradable no beneficia a la página en cuanto a los buscadores. Su fotografía hace parte del banco de imágenes de la empresa y hace referencia al uso de las frutas para realizar salsas y darles sabor a las comidas.

Cuenta con un enlace, pero no creado como hipervínculo. Solo fue copiado en el texto. Y cuenta con la etiqueta de gastronomía.

El artículo lo puede encontrar en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2HZAhFa>



Figura 17: Segunda publicación escogida para realizar el análisis de contenidos.
Fuente: Vanguardia.com

En esta publicación realizada el 7 de abril de 2018 observamos otro título de color, que como se dijo anteriormente no siempre funcionan bien. Las fotografías fueron tomadas por un fotógrafo de la empresa, son atractivas y muestra lo que quiere transmitir el artículo. No tiene hipervínculos, solo cuenta con un enlace pegado al texto y tiene la etiqueta de gastronomía.

El artículo completo lo pueden conseguir en el siguiente enlace:
<https://bit.ly/2IqNEgw>

Inicio Bucaramanga Santander Deportes Judicial Colombia Mundo Política Economía Opinión Entretenimiento Tecnología Vanguardia TV

sábado 07 de abril de 2018 - 9:50 AM

¡Déjese deleitar por el pique mexicano!

Comida mexicana, una excelente opción gustativa que hace años conquistó los paladares colombianos. Cocinarte entrevistó un experto en el tema que entre sabores y preparaciones habló de una de las más populares cocinas de América.

(Foto: Fabián Hernández / VANGUARDIA LIBERAL)

Publicidad

Complementa tu
 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE EN -

Le puede interesar

Vanguardia

Figura 18: Tercera publicación escogida para el análisis de contenidos.

Fuente: Vanguardia.com

Con la publicación realizada en Vanguardia.com el 16 de febrero de 2018, tres meses atrás de la tercera publicación escogida, vemos que los títulos de color han sido utilizados en varios artículos. No es que no se puedan utilizar, sino que hay espacios donde son adecuados y otros donde no.

La fotografía, aunque hace referencia al tema del que se habla, no es atractiva a todo público. Escoger la imagen que acompaña nuestro artículo es importante es la primera impresión que se llevarán los lectores y en parte depende que sigan leyendo o dejen la página.

Tiene insertada otra fotografía sin pie de foto. Los artículos cuando son extensos se deben oxigenar, y una buena herramienta son las fotografías, pero cuando se hace de forma incorrecta ocasiona que el texto no sea atractivo. Tiene un enlace copiado en el texto en el que se invita a leer otro artículo, pero no fue creado como un hipervínculo.

La publicación la puede encontrar en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2K0Yehy>

The image shows a screenshot of a web page from Vanguardia. At the top, there are social media icons (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) and a search bar with '9-0' and 'Clasificados'. The Vanguardia logo is on the left, and 'Cocinate' is on the right. A navigation menu includes: Inicio, Bucaramanga, Santander, Deportes, Judicial, Colombia, Mundo, Política, Economía, Opinión, Entretenimiento, Tecnología, and Vanguardia TV. The date and time are 'viernes 16 de febrero de 2018 - 9:16 AM'. The main headline is '¡Póngale verde a su comida!' with a sub-headline: 'Conozca los beneficios que ofrece incluir vegetales verdes en su dieta diaria. Así podrá elaborar más que ensaladas y añadir a su mesa ricas preparaciones. Haga de su menú algo rico al estilo Cocinate.' Below the text is a large photo of a green smoothie in a glass with a striped straw, surrounded by fresh vegetables like avocado, cucumber, and leafy greens. To the right of the photo is a 'Publicidad' section for 'un proyecto: SUMAS proyectos con vida'. Below that is a 'Le puede interesar' section with a video thumbnail titled 'Video: Imposionante evolución en una...'. At the bottom left of the photo area, it says 'Vegetales (Foto: Thinkstock / VANGUARDIA LIBERAL)'. At the bottom right of the video thumbnail, it says 'Video: Imposionante evolución en una...'

Figura 19: Cuarta publicación escogida para el análisis de contenido.
Fuente: Vanguardia.com

Este artículo fue publicado el 16 de noviembre de 2017. Se titula con el nombre del chef, que puede generar contradicciones a la hora de la búsqueda SEO.

Si bien es el protagonista de la nota, todos los lectores no van a saber exactamente como se llama. Se debe tener cuidado al titular así porque no es lo mismo el nombre del presidente del país que prácticamente todos lo conocen a titular con el dueño de un establecimiento conocido solo en una región del país.

La fotografía no es la más adecuada, los gestos del protagonista de la nota no reflejan que se haya ganado un premio tan importante.

Tiene dos intertítulos, una herramienta importante para oxigenar el texto. Tiene un enlace invitando a leer otro artículo pegado en el texto. No tiene hipervínculos.

Este artículo lo pueden encontrar en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2XxCcWL>

The image is a screenshot of a web page from Vanguardia.com. At the top, there are social media icons (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) and a search bar with the text "9-0" and "Clasificados". The Vanguardia logo is on the left, and "Cocinate" is on the right. Below the logo is a navigation menu with links: Inicio, Bucaramanga, Santander, Deportes, Judicial, Colombia, Mundo, Política, Economía, Opinión, Entretenimiento, Tecnología, Vanguardia TV. The date "jueves 16 de noviembre de 2017 - 5:52 PM" is displayed. The main headline is "Carlos Gaviria, el chef colombiano que ganó el Oscar de la gastronomía". Below the headline is a short paragraph: "Carlos Gaviria, chef y docente de Gastronomía, fue el ganador del premio a mejor libro de cocina de los Gourman World Cookbook Awards 2017 con su obra 'Técnicas profesionales de cocina colombiana'. Cocinate dialogó con este destacado conocedor de la sazón colombiana, en su más reciente visita a Bucaramanga al centro comercial Parque Caracoli." A large photo shows chef Carlos Gaviria in a white uniform and hat, holding a glass award with a "Best" label. To the right of the photo is a blue advertisement box with white text: "Publicidad", "Visita nuestro apartamento modelo ubicado en la Carrera 21 N° 30-II Barrio Bolívar, Bucaramanga". Below the photo is a small caption: "Carlos Gaviria, chef. (Foto: Fabián Hernández / VANGUARDIA LIBERAL)". To the right of the photo is a section titled "Le puede interesar" with a thumbnail image of a woman and the text "El dramático caso de la joven que pidió la eutanasia tras ser abusada tres veces".

Figura 20: Quinta publicación escogida para realizar el análisis de contenidos.

Fuente: Vanguardia.com

Esta es la primera publicación que se escogió de la página oficial de Cocinate. Se realizó el 28/12/2018 sobre un tema de la temporada navideña.

Su título es agradable pero no del todo recomendable porque por motores de búsqueda no sería uno de los primeros.



Figura 21: Primera publicación escogida de la página de Cocinarte.co.
Fuente: Cocinarte.co

Está muy bien escrito, tiene variedad de fotografías bien organizadas que hacen el texto agradable de leer. No cuenta con hipervínculos y no tiene etiquetas.



Figura 22: Primera publicación escogida para el análisis de contenidos de Cocinarte.co parte 2.
Fuente: Cocinarte.co

Este artículo fue publicado el 21/06/2018 en Cocinarte.co, es un texto completo que contiene una entrevista y dos fotografías. Su título es agradable pero no explica exactamente de qué va a ser el artículo. No tiene etiquetas sobre el tema y no cuenta con hipervínculos a otros artículos. Sus fotografías son muy buenas y transmiten un buen mensaje.



Revista
COCINarte

Inicio Recetas ▾ Artículos ▾ Contáctenos

Mezcla de osadía y explosión de sabores

Un reconocido restaurante bar de la ciudad nos abrió su carta de cocteles. Con la guía de su barman, Ronald Gabriel Rivero Guarín, nos adentramos al mundo de los cocteles de autor.

La coctelería también incursionó en la era de la innovación. Hablar de cocteles de autor es una tendencia que atrae a más consumidores y que atrae a aquellos que buscan experiencias únicas.

Ronald Gabriel Rivero Guarín hace parte de ese grupo de bármanes que le apuesta a lo atrevido, a arriesgar mezclas para dar con un coctel que amerite

Figura 23: segunda publicación escogida para el análisis de contenidos de Cocinarte.co parte 2.
Fuente: Cocinarte.co

Este artículo se publicó el 28/05/2018. Tiene un buen título, empieza con una palabra clave. Su texto es moderado, tiene varias imágenes bien ubicadas, hacen la página agradable de leer. No cuenta con etiquetas y no posee hipervínculos.

Revista
COCINarte

Inicio Recetas ▾ Artículos ▾ Contáctenos

Arroz, un plato que deleita al mundo



El delicioso recuerdo de compartir en la mesa un plato de arroz acompañado con huevo, tajada de plátano o carne es encantador para muchas personas. Encantador como este cereal que ha alimentado por años al mundo, porque a pesar de que su génesis se dio en China, en todos los continentes lo han adoptado como propio, creando preparaciones ideales para 'chuparse los dedos'.

Las recetas que se han elaborado en torno a este alimento se han vuelto tan icónicas que han traspasado fronteras y este versátil producto se ha convertido en toda una estrella en las diferentes culturas gastronómicas de diferentes países.

Figura 24: tercera publicación escogida para el análisis de contenidos de Cocinarte.co parte 2.
Fuente: Cocinarte.co

Esta publicación es de la receta que se escogió para analizarla se publicó en la página Cocinarte.co que está compuesta por un título, una fotografía, la descripción de los ingredientes y forma adecuada de preparar la bebida.

Solo tiene una imagen. Su título es el nombre del coctel sin licor y la fotografía es la de la bebida sinfonía tropical. No tiene hipervínculos ni etiquetas.

Recetas
COCINarte

Inicio Recetas ▾ Artículos ▾ Contáctenos

Email Like 0 Share Tweetar Guardar 3

0 ❤️ 🖨️ Pantalla completa

Sinfonía tropical

Por Edinson Angulo Oliveros

Dulces, Fresa, Frutas, Frutos rojos, Kiwi Dulce

Bebidas

Una bebida sin alcohol para una noche de fiesta.

Sirve: Para una persona

Google ha cerrado el anuncio

Instrucciones

- 1 En un vaso agregue el kiwi, las fresas y las uvas Isabel.
- 2 Añada el syrup simple y macere para resaltar los sabores de la fruta.
- 3 Incluya la soda y el hielo, y decore con una rodaja de kiwi.

RECETAS RELACIONADAS

- Lomo tropical

Figura 25: tercera publicación escogida para el análisis de contenidos de Cocinarte.co parte 2.
Fuente: Cocinarte.co

Los breves son datos curiosos sobre un tema gastronómico. Puede ser de cualquier parte del mundo. Este breve fue publicado el 06/06/2018. Se compone de un título corto

y específico, una pequeña fotografía tomada de la página Geekroom y un texto de aproximadamente 60 palabras.

Revista
COCINarte

Inicio Recetas ▾ Artículos ▾ Contáctenos



Domicilios en dron



Foto: Tomada de Geekroom

La industria de los alimentos ha venido avanzando junto con la tecnología, tanto así que la compañía internacional Domino's Pizza ahora ofrece a sus clientes la entrega de comida a través de drones en países como Nueva Zelanda. Esta idea hace muchísimo más rápida la entrega de domicilios, ya que se evitan los trancones de vehículos tradicionales.

Figura 26: *tercera publicación escogida para el análisis de contenidos de Cocinarte.co parte 2.*
Fuente: *Cocinarte.co*

Las siguientes publicaciones son las realizadas en la página de la revista Novias www.novias.com

Este artículo de la revista Novias fue el último que se publicó antes de iniciar la actual pasantía. Cuenta con un muy buen título, fácil de encontrar por los buscadores. Su contenido de imágenes es muy variado y el tema es entretenido. No tiene hipervínculos ni etiquetas.

Este artículo lo pueden conseguir en: <https://bit.ly/2WxjnXi>

Revista **Novias**

Preparativos ▾ Tendencias ▾ Estilos ▾ Variedades ▾ Revista Virtual

TOP 5 DE CANCIONES PARA LA BODA

Nov 20, 2018 | Tendencias | 0 ● | ★★★★★

El matrimonio es uno de los momentos más especiales e inolvidables para una pareja que decide consolidar su amor en el altar, por eso es importante hacer que cada momento de la celebración sea único. Los invitados, el ponqué, la decoración y también la música son detalles que harán de ese día, el mejor de todos.

1. Entrada de los novios
La ambientación musical es fundamental para ese momento tan especial en el que la pareja camina tomada de las manos como esposos, razón por lo que los recién casados suelen escoger la canción preferida de ambos o con la que él le pidió matrimonio. Algunas de ellas son:

- Por el resto de mi vida - Andrés Cepeda.
- Cásate conmigo - Silvestre Dangond.
- Volví a nacer - Carlos Vives.
- El matrimonio - Mr Black.
- Prometo - Fonseca.

2. Apertura de la fiesta
La canción no solo marcará el paso que llevarán los recién casados, sino que también hará de este uno de los momentos más románticos, por eso muchos prefieren ser tradicionales y bailar un vals, entre los más destacados están:

- Danubio azul - Johann Strauss.
- Vals de las flores - Tchaikovsky.

Google ha cerrado el anuncio

OTROS ARTÍCULOS

- Lujo y elegancia marcan el estilo luxury Estilos
- Postales de un compromiso de amor Estilos
- Nuestra boda: Julio César Villalobos Vergara & María Margarita Saavedra Fernández Estilos
- Top 5 de canciones

Figura 27: primera publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

Este artículo fue publicado en julio de 2018, no trata un tema precisamente de los que se acostumbran a escribir para esta revista. Su título es interesante pero no es conveniente para la web. La imagen fue tomada de un banco de fotografías. Su texto es extenso y no hay un interlineado adecuado lo que por ende cansa la visión. Su tema no se ajusta al objetivo de la revista. No tiene etiquetas y tampoco cuenta con hipervínculos.

Este artículo lo puede encontrar en: <https://bit.ly/2IIWmfW>

Revista **Novias**

Preparativos ▾ Tendencias ▾ Estilos ▾ Variedades ▾ Revista Virtual

¡AMAS DE CASA SÍ, PERO NO DE TIEMPO COMPLETO!

Jul 26, 2018 | Portada, Tendencias | 0 | ★★★★★

Amo de casa era el único rol asociado a las esposas hace unos 30 años. Sin embargo, aunque las labores del hogar siguen ligadas a ellas, el rol cambiante de las esposas las lleva a compartir cada vez más tiempo con su ejercicio profesional. Por eso, ahora más que nunca es importante que tanto

BUSCAR ...

OTROS ARTÍCULOS

- Top 5 de canciones para la boda
Tendencias
- Al ritmo que le toquen... baile
Tendencias
- Lujo y elegancia marcan el estilo luxury
Estilos
- Elegancia y confort para una boda inolvidable
Variedades

Figura 28: segunda publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

Este artículo se publicó en el mes de abril en la página de la revista. Cuenta con un título diferente que contiene una palabra que se busca mucho y es “millennials”. No tiene texto, las imágenes tienen un pie de foto, pero como es muy extenso no se alcanza a leer. No tiene hipervínculos ni etiquetas que lo identifiquen.

Si desea leer el texto completo puede encontrarlo aquí: <https://bit.ly/2rkKJxz>



Figura 29: tercera publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

El siguiente artículo no cumple con el lapso de los tres meses entre cada publicación porque existe un periodo en el que no se publicó nada.

En este artículo hablan sobre los trajes que son recomendables para que los novios los utilicen dependiendo la temática de la boda. Tiene buen título, explica de qué va a tratar el artículo, pero deja con la expectativa. Tiene variedad de fotografías, se puede

mejorar sus pies de fotos de manera que no quede tan complicado leerlos. No tiene hipervínculos ni etiquetas.

Este artículo lo pueden leer completo en el siguiente enlace:

<https://bit.ly/2XEkRM8>



Figura 30: Cuarta publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com

Fuente: Novias.com

Como se comentó anteriormente no se ha podido llevar un orden como se tenía pensado en la cuestión de las fechas de publicación porque la página no cuenta con dicho orden.

Es artículo se subió a internet en octubre de 2017. Tiene un titular muy extenso y no cumple con las características necesarias. Cuenta con fotografías de eventos reales, las fotos fueron cortesía de un fotógrafo de la región.

Si desee leer el artículo complemento lo puede regalar.



Figura 31: quinta publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

La siguiente publicación hecha en la página web de la revista Novias se realizó en mayo de 2017. Su título es corto y adecuado, explica de qué trata el tema.

No tiene texto, está compuesto por unas varias fotografías publicadas de forma vertical la cuales tienen pie de fotos. Sus lecturas no se pueden leer adecuadamente porque son textos muy reducidos.

Las imágenes son de muy buena calidad y llamativas. No tiene etiquetas ni hipervínculos.

Este artículo lo puede encontrar en: <https://bit.ly/2wOzj89>



Figura 31: sexta publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

Este artículo se publicó en enero de 2017. El texto trata sobre las dos opciones a la hora de realizar la boda, regalo y lluvia de sobras, es un texto corto en el que explican las ventajas de estas dos opciones.

Tiene dos fotografías, no tienen pie de foto. No cuenta con hipervínculos y tampoco tiene etiquetas sobre su tema.

El artículo ¿Regalo o lluvia de sobres? Lo puede leer en: <https://bit.ly/2wKbUVG>



Figura 32: séptima publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

Este texto fue publicado en septiembre de 2016. Su título no es el adecuado porque quienes van a buscar tendencia en maquillaje no van a googlear de esta forma.

Tiene tres fotografías tomadas por un fotógrafo de Vanguardia. No tiene hipervínculos ni etiquetas.

Este artículo lo puede encontrar en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2cUYShE>

Revista *Novias*

Preparativos ▾ Tendencias ▾ Estilos ▾ Variedades ▾ Revista Virtual

BELLEZA NATURAL CON DESTELLOS ROMÁNTICOS

Sep 17, 2016 | Estilos | 0 ● | ★★★★★

Comprar con tranquilidad **te llega**

COMPRA PROTEGIDA
tu dinero está seguro

Ver más

mercado libre Lo mejor está llegando

BUSCAR ...

OTROS ARTÍCULOS

Al ritmo que le toquen... baile
Tendencias

Volver a lo clásico
Tendencias

Figura 33: octava publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

Esta publicación hecha en la página de novias se realizó en junio de 2016. Su título tiene palabras claves como “anillo de compromiso” que por lo general los internautas buscan de este modo los temas relacionados.

Cuenta con dos imágenes muy buenas en las que reflejan de qué trata el tema, y fueron tomadas por uno de los fotógrafos del periódico. No tiene hipervínculos ni etiquetas.

SI desea leer el texto completo lo puede encontrar en: <https://bit.ly/2tREVi9>



Figura 34: novena publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

La última publicación que se escogió para este análisis de contenidos fue publicada en marzo de 2016. Su título no es adecuado para web, no se entiende exactamente de qué tratará el tema.

Tiene una sola fotografía, no tiene pie de foto. Es un buen texto muy bien redactado. No tiene etiquetas, pero sí cuenta con hipervínculos.

El artículo lo puede leer completo en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2almZBm>



Figura 35: décima publicación escogida para el análisis de contenidos de Novias.com
Fuente: Novias.com

3.1.1.3. Actividad 3: Hacer un informe en que se exponga qué falencias tienen las revistas y cómo proceder para mejorar dichos aspectos.

Se realizó un informe detallado del cual se hacía entre el análisis de la entrevista y el análisis de los contenidos y se muestra en realidad cómo estaban sucediendo las publicaciones dentro de las revistas Novias y Cocinarte.

Este informe fue entregado a la coordinadora de pasantías de la empresa en la última semana del mes de febrero luego de realizar el análisis de las entrevistas y el análisis de contenidos de las páginas de las revistas, dicho documento fue revisado por ella durante el desarrollo de la pasantía. Realizó algunas correcciones durante el proceso y lo entregó firmado. El documento completo está adjunto en apéndices.

Diagnóstico realizado para el cumplimiento del primer objetivo.

En el informe se muestra como fue el inicio de cada una de las revistas, cuáles son los temas que se tratan en cada una, qué ventajas tienen las revistas y cuáles son las expectativas.

Así mismo se explica las falencias que tienen, cuáles son las posibles causas por las cuales sus contenidos no son vistos, qué piensa tanto la editora de Contenido como la periodista respecto a la situación actual de la dependencia como de las revistas y qué es lo que según ellas se debe hacer para frenar el declive de las revistas.

Durante el análisis de los contenidos publicados anteriormente en las revistas se determinó que una de las fallas es la forma como se titulaba. Las palabras usadas no enganchaban a los lectores y no eran las adecuadas para el SEO, los buscadores no encuentran este tipo de contenido porque las palabras no son claves. Además, algunos artículos no tenían imágenes adecuadas con referente a sus textos. No se utilizaban las etiquetas ni los hipervínculos, haciendo que los artículos quedaran perdidos en el gran mundo del internet.

El siguiente texto es un apartado del informe que se realizó luego de hacer el análisis tanto de las entrevistas como de los contenidos publicados anteriormente en las páginas de las revistas.

Hasta hace unos dos años los contenidos se construyeron con la estructura de la web, pero no se implementaron herramientas multimedia que, como sabemos, hacen más atractivos los contenidos para las audiencias.

Lo anterior, sumado a la falta de promoción de estos portales, ocasionó que su tráfico fuera bajo y que los esfuerzos del equipo de trabajo no dieran los resultados deseados.

Los cambios en la forma de hacer publicidad, la penetración de las redes sociales y las opciones de publicidad pagada en las plataformas digitales, hicieron que descendiera la circulación de la versión impresa de Cocinarte, y que Novias disminuyera en páginas, pautantes y ejemplares.

Incluso, este año no han circulado ninguna de estas dos marcas, aunque sí se han elaborado contenidos editoriales.

Gracias a ese espacio creado en la web los textos que se realizaban y no podían ser publicados se empezaron a modificar para subirlos en estas plataformas. La editora vio la posibilidad de producir material constante y bajo otra estructura con el fin de mejorar la relación producto-cliente.

Cocinarte ha ido un poco más adelante que Novias en la plataforma digital, que incluso tiene contenidos propios y, además, ha tenido una persona al frente (practicantes de comunicación social), que cada seis meses cambia, generando solo contenido para la plataforma digital.

Al realizar el informe se pudo conocer a fondo como inician estas revistas, las diferencias en tiempo de circulación y como una sobresale de la otra. Aunque sus temas son totalmente distintos sus lectores son similares, es decir, las revistas son aclamadas por personas que están en un mismo rango de edad.

Las revistas presentan falencias que se pueden mejorar, no es que sean irreparables, simplemente se debe trabajar de la mano con todos los equipos para que se incentive una nueva forma de venta de publicidad. La circulación de estas revistas depende directamente de la venta de la pauta, si esta no alcanza un mínimo todos los artículos que se habían creado quedan archivados.

El informe completo lo puede encontrar adjunto en anexos, que contiene la firma de la coordinadora de pasantías de la empresa.

3.1.2. Objetivo 2: Diseñar una estrategia de comunicación digital para el desarrollo de contenidos transmediales.

“Una estrategia de comunicación es la herramienta que nos permite planificarnos en el tiempo de una forma organizada. La metodología empleada para este ejercicio de comunicación es variable y cambiante. Existen estrategias de comunicación diversas y cada una obedece a necesidades y a objetivos de comunicación diferentes”, (Flórez, 2018).

La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico.

“La comunicación digital para las empresas evolucionó de un entorno web estático, como ocurría hace 15 años, a una materia que, como el agua, se mueve, transforma y adapta a la “ergonomía comunicativa” actual, retratada en tablets, teléfonos inteligentes e incluso las nuevas SmartTV”, (Gonzalez, 2016).

3.1.2.1. Actividad 1: Hacer un rastreo web para conocer las herramientas digitales que esta ofrece.

Se realizó el rastreo web y se hizo un listado con las herramientas digitales acordes a la pasantía. Estas herramientas tienen en común que cada una cuenta con una versión gratis ya sea por tiempo limitado o no.

En su gran mayoría se puede registrarse con una cuenta de Google o redes sociales como Facebook. Se escoge este listado porque según su descripción tienen elementos que pueden

servir en la creación de contenido digital para las páginas de las revistas Novias y Cocinarte.

Los criterios de selección que se tuvieron en cuenta para crear el siguiente listado fueron los siguientes:

Deben ser gratuitas: La compañía Galvis Ramírez y Cia no cuenta con recursos económicos suficientes para pagar la membresía de algunas de estas plataformas como estas. Es por eso que es tan importante que las herramientas digitales que se escojan ofrezcan este beneficio.

Deben ser editores de contenido: Las plataformas digitales deben permitir subir multimedia propia, creada por los periodistas, pero además, debe tener bancos de imágenes, íconos entre otras herramientas que faciliten la edición de contenido interactivo para las páginas de las revistas.

Deben contar con la versión en español: Muchas plataformas de edición digital no cuentan con la opción de traducción lo que dificulta la creación de contenido, siendo este un limitante.

Deben permitir crear imágenes interactivas e infografías: Estos son los principales recursos o productos que se elaborarán para las páginas de las revistas.

Deben permitir compartir los productos creados: Es importante que ya sea por medio de los enlaces o los códigos embebidos deje compartir en las páginas de las revistas el material creado sin ningún costo.

Tabla 4: Listado de herramientas inicial

Logo	Nombre	Formato	Descripción	Link
------	--------	---------	-------------	------

Tabla 4, continuación

	Canva	Editor	Sirve para editar imágenes crear postales e infografías. Se encuentra en las categorías de educación, empresa y uso personal. Es una herramienta orgánica. Se pueden crear diseños, portada de libros, redes sociales, poster, banner, logos y tarjetas. Se inicia sesión con el correo electrónico.	www.canva.com
	Readymag	Editor	Crea portafolios digitales, micrositos para embeber en páginas web. Se puede ingresar con Facebook o Google. Permite elegir el tipo de recurso que se utilizará (infografía, presentación o póster) sus plantillas son modificables	www.readymag.com
	Piktochart	Editor	Se puede ingresar con Facebook o Google. Permite elegir el tipo de recurso que se utilizará (infografía, presentación o póster) sus plantillas son modificables.	www.piktochart.com
	Shorthand	Editor	Permite crear historias digitales con varias herramientas tipo presentación PowerPoint, pero con efectos. Ofrece una prueba gratuita de un mes, se debe crear una cuenta con Google.	www.shorthand.com/
	Klynt	Editor	Se pueden crear historias a través de formato transmedia. Se debe crear una cuenta y se instala el programa.	www.klynt.net
	Playbuzz	Editor	Permite crear historias a través de herramientas digitales. Se puede iniciar sesión con Google Facebook. Se pueden hacer	www.playbuzz.com

			vídeos, tarjetas, encuestas, listas y trivialidad.	
	PTGui	Fotografía	Sirve para crear imágenes en 360° o panorámicas. Se puede descargar y brinda vídeos tutoriales. Se puede crear una imagen con mil unidades.	www.ptgui.com
	Thinglink	Editor	Sirve para crear imágenes en 360°, Tours 360° con varias imágenes, mapas e infografías. Se puede iniciar sesión con Facebook, Google y Twitter. Se elige el producto que se desea crear, ya sea infografías, imágenes 360°, mapas, tours, etiquetas, se escoge vídeo o fotografía y se puede trabajar sobre ellas.	www.thinglink.com
	Genially	Editor	Permite crear diversidad de recursos, su plataforma es interactiva. Se puede iniciar sesión con Facebook o Google. Se pueden hacer infografías verticales u horizontales, presentaciones e imágenes interactivas, entre otros recursos.	www.genial.ly
	VSCO Cam	Fotografía	Editor de imágenes. Se puede iniciar con Google y Facebook. Para crear herramientas digitales para este tipo de proyectos se debe elegir la opción de: Marketing y Comercio. Se pueden hacer presentaciones, vídeos, imágenes interactivas, juegos, quiz, infografías, listas, mapas y líneas de tiempo.	www.vSCO.co

Tabla 4, continuación

 myalbum	My Album	Fotografía	Álbum de fotos digitales. Se puede iniciar con Facebook o Google. Ofrece cinco álbumes en línea gratis. Permite un mes gratis de prueba Premium.	www.myalbum.com
	Powtoon	Vídeo	Permite realizar vídeos por medio de animaciones. Se puede iniciar sesión con Google o Facebook, se trabaja sobre las plantillas. Se pueden recrear espacios con sus herramientas.	www.powtoon.com
	Video Scribe	Vídeo	Realiza vídeos a través de animaciones. Es una especie de gran página en blanco en la que por medio de herramientas propias de la misma puedes crear vídeos, también permite adjuntar fotografías y demás. Se crea una cuenta y se instala en el pc.	www.videoscribe.co
	Rawshorts	Vídeo	Animación. Permite trabajar líneas de tiempo y vídeos. Se puede iniciar con Google o Facebook.	www.rawshorts.com
	Vimeo	Video	Plataforma para subir vídeos a internet.	www.vimeo.com
	YouTube	Video	Plataforma para subir vídeos a internet. Estos una vez subidos a través de códigos embebidos se pueden compartir en otras páginas.	www.youtube.com
	Daily Motion	Video	Plataforma que permite subir vídeos a internet.	www.dailymotion.com

Nota: Fuente: Pasante.

Al realizar el rastreo web y revisar cada una de las herramientas, las opciones que ofrece y los beneficios que brinda para elaborar contenido multimedia, se puede evidenciar que las tecnologías y este tipo de herramientas que hacen parte de internet benefician en gran medida a los creadores de contenido que buscan facilidad y rapidez para crear material ya sea para sus medios de comunicación, revistas digitales, portales o sitios web.

Todo está en un mismo lugar tanto para quienes lo utilizan gratuitamente o para quienes desean obtener todo de las herramientas pagando una cuenta premium.

La web 2.0 brinda innumerables herramientas para quienes desean crear a sus medios de comunicación, revistas un sitio web.

3.1.2.2. Actividad 2: Realizar una depuración de las herramientas que no se pueden utilizar en las plataformas de la revista.

Luego de hacer el listado, se seleccionaron las herramientas que facilitan el trabajo y la creación de material multimedia para las revistas Novias y Cocinarte.

Las herramientas finales que permiten la creación de contenido adecuado son Canva, Piktochart y Genially que son editores de fotografía, imágenes y presentaciones.

Además, son las herramientas que brindan un gran número de ventajas y posibilidades para crear material propio o prediseñado gracias a su gran variedad de plantillas, o a la libertad de crear desde cero los contenidos.

Se añade Video Scribe a este reducido grupo de plataformas digitales porque, aunque se descargue al equipo es una herramienta muy sencilla de utilizar y los resultados finales son espectaculares.

Por motivos diversos en la dependencia de Nuevos Proyectos se usará durante la realización de la pasantía se dejará explicado su uso adecuado para que los otros

practicantes puedan sacar el máximo provecho a esta herramienta, que es una de las más completas.

Tabla 5: Listado de herramientas que permiten la adecuada elaboración de material multimedia para las revistas *Novias* y *Cocinarte*.

Logo	Nombre	Formato	Descripción	Link
	Canva	Editor	Sirve para editar imágenes crear postales e infografías. Se encuentra en las categorías de educación, empresa y uso personal. Es una herramienta orgánica. Se pueden crear diseños, portada de libros, redes sociales, poster, banner, logos y tarjetas. Se inicia sesión con el correo electrónico.	www.canva.com
	Piktochart	Editor	Se puede ingresar con Facebook o Google. Permite elegir el tipo de recurso que se utilizará (infografía, presentación o póster) sus plantillas son modificables.	www.piktochart.com

Tabla 5, Continuación

 genially	Genially	Editor	Permite crear diversidad de recursos, su plataforma es interactiva. Se puede iniciar sesión con Facebook o Google. Se pueden hacer infografías verticales u horizontales, presentaciones e imágenes interactivas, entre otros recursos.	www.genial.ly
Tabla 5, Continuación	Video scribe	Vídeo	Realiza vídeos a través de animaciones. Es una especie de gran página en blanco en la que por medio de herramientas propias de la misma puedes crear vídeos, también permite adjuntar fotografías y demás. Se crea una cuenta y se instala en el pc.	www.videoscribe.co
	Playbuzz	Editor	Permite crear historias a través de herramientas digitales. Se puede iniciar sesión con Google Facebook. Se pueden hacer vídeos, tarjetas, encuestas, listas y trivialidad.	www.playbuzz.com

Nota: *Fuente:* Pasante.

Las herramientas que quedaron seleccionadas son las que permiten y ofrecen mayores posibilidades de forma gratuita para la creación de contenido multimedia.

Sus bancos de imágenes prediseñadas o de fotografías son amplios y variados lo que facilita la búsqueda de material sin derecho de autor que es uno de los limitantes más complejos a los que se enfrentan los creadores de contenido digital, sus opciones de plantillas son numerosas y su facilidad y rapidez es increíble.

Se recomiendan utilizar ciertos navegadores con algunas para que haya mayor eficiencia. Estas se escogieron porque tienen lo que se necesita en la creación de contenido para las revistas Novias y Cocinarte.

3.1.2.3. Actividad 3: Verificar cada una de las herramientas seleccionadas para categorizar y determinar en qué ocasiones cuáles y cómo son viables para utilizarlas.

Para verificar la información con cada una de las herramientas se crearon contenidos de pruebas en las plataformas escogidas para determinar cuáles son las adecuadas para cada tipo de contenido, cuál ofrece mayores posibilidades de uso de material multimedia y cuáles podrían ser utilizadas únicamente para una sola revista y cual tiene material ideal para ambas.

En ese sentido el primer contenido realizado fue un test con la herramienta **Playbuzz** que permite crear vídeos, tarjetas, encuestas, listas y trivialidad. Es una herramienta didáctica pero su contenido va ligado más al contenido de Novias tanto por sus temáticas como diseños. Su especialidad son las trivias y los test.

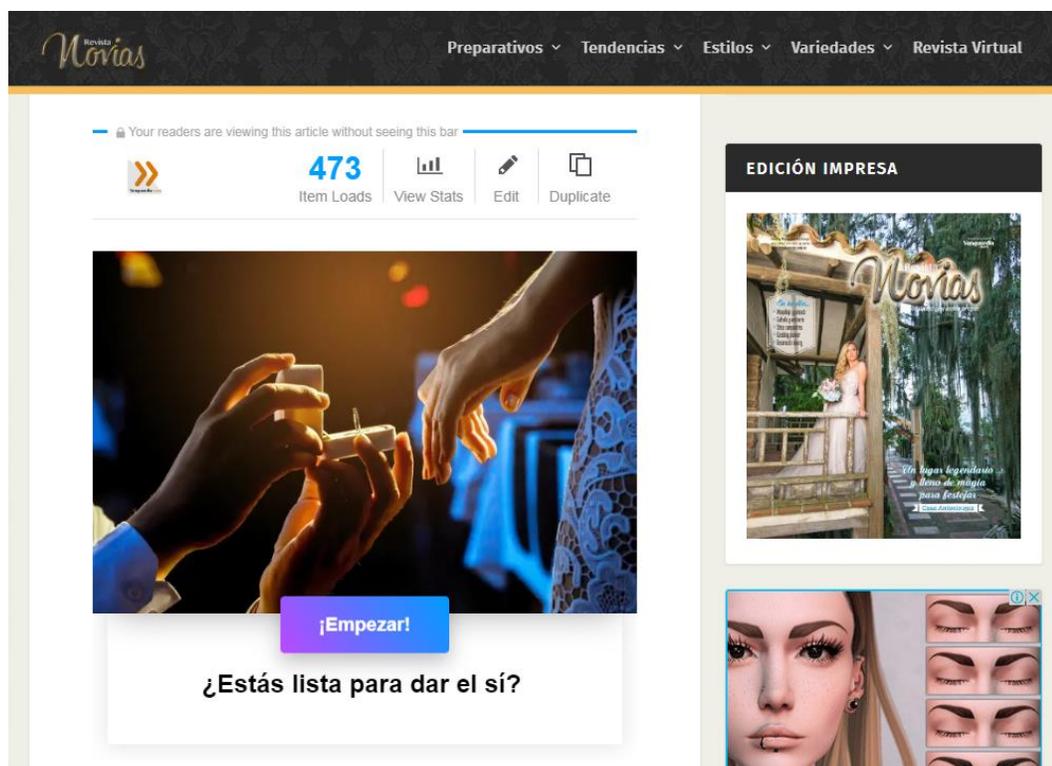


Figura 36: Test realizado para la página de la revista Novias. Primera publicación.
Fuente: Pasante.

Genially.com es una de las herramientas digitales más completas en su versión gratuita, sus plantillas se prestan más para los temas relacionados con la revista Novias, pero hay algunos diseños que encajan bien con textos y artículos de Cocinarte.

Para que se haga buen uso de las herramientas se debe determinar qué es lo que se desea mostrar al lector y qué público le interesa dichos temas a pesar que estén en el mismo rango de edad hay que tener presente que los lectores de Novias no solo son parejas que se van a casar, sino que pueden ser relaciones que llevan años y desean renovar sus botos.

Así mismo sucede con cocinarte, hay ocasiones donde se escriben temas muy dulces y otras donde son temas de alta cocina, todo depende de los gustos de los lectores.

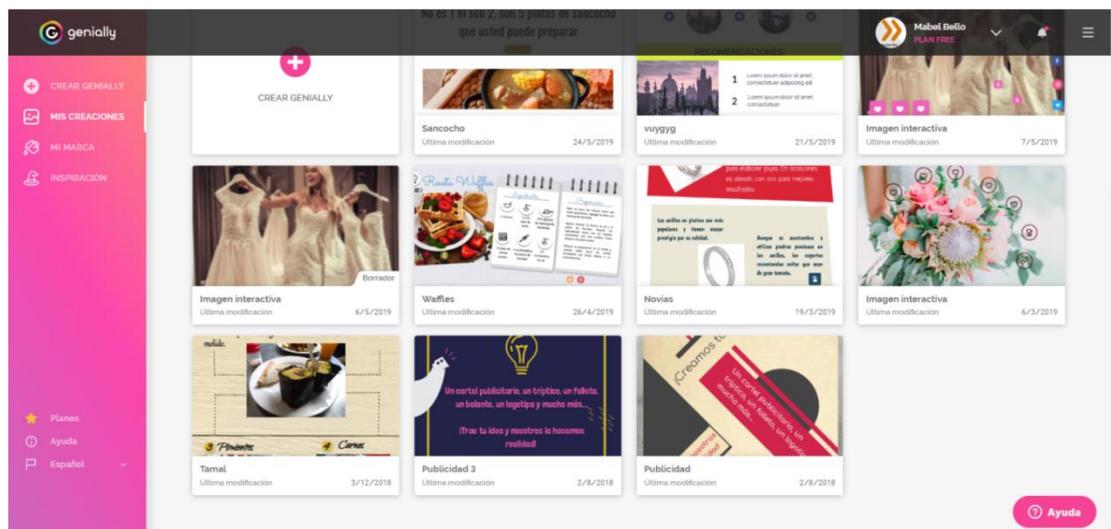


Figura 37: Herramienta Genial.ly.com
Fuente: Pasante.

Canva.com es una herramienta que también ofrece gran variedad de posibilidades para poder crear contenido digital.

Pero sus plantillas gratuitas son muy limitadas. Su gran ventaja y por la cual está en este listado es por su amplio y generoso banco de imágenes y fotografías que en su mayoría son gratuitas.

Su material o recursos se enfocan más a los temas de Cocinarte. Aunque como se dijo anteriormente, lo que sobresale es su banco de imágenes.

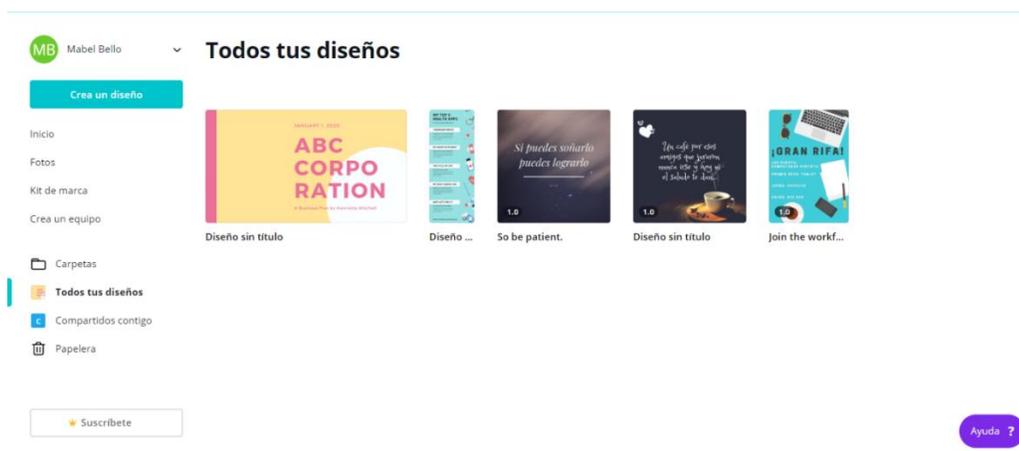


Figura 38: Herramienta Canva.

Fuente: Pasante.

Piktochart es la herramienta perfecta para elaborar infografías de todo tipo y del tema que se desee, su versión gratuita no es limitada y su banco de herramientas es muy amplio.

Tanto los temas de Cocinarte como los de Novias quedan perfectos en sus plantillas. Son grandes, espaciosas y muy creativas.

Es uno de los que más se recomienda para crear contenido digital. Súper recomendado.



Figura 39: Herramienta Piktochart.
Fuente: Pasante.

Video Scribe no se utilizó para crear contenido durante la pasantía, pero si se utilizó cuando se estaban experimentando las herramientas.

Es similar a hacer una presentación en PowerPoint, pero su resultado final es impresionante. Gracias a su amplia variedad de herramientas y facilidad de adjuntar archivos multimedia se puede crear contenido de cualquiera de las dos revistas.

Al comienzo parecerá tedioso, pero es cuestión de entender que es como una gran página en blanco en la que puedes ilustrar todo lo que desees.



Crear un Proyecto 'Scribe'

Carpetas Último Primero ▾

Proyectos 'scribe' recientes

[Proyectos 'scribe' locales](#)

[Proyectos 'scribe' en línea](#)

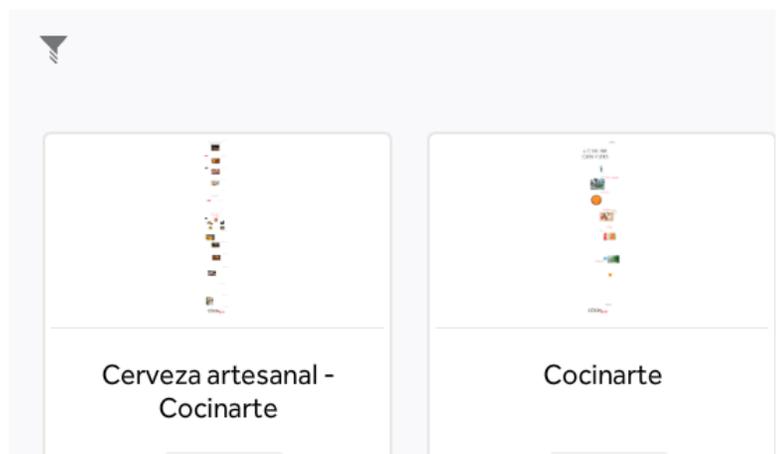


Figura 40: Herramienta VideoScribe
Fuente: Pasante.

Como conclusión de esta tercera actividad del segundo objetivo en la cual se hacen las verificaciones de las herramientas se expone la estrategia de comunicación.

Para dicha estrategia de comunicación digital se tendrán en cuenta los siguientes criterios con los que se realizarán las publicaciones, es importante aclarar que estos contenidos no se publicarán de forma inmediata, sino que se irán subiendo poco a poco según el tiempo de publicación que tienen estipulado en las revistas para que no haya saturación en las páginas.

Teniendo en cuenta la anterior los criterios de la estrategia de comunicación digital que se implementaran son los siguientes:

Toda publicación debe contar con un sitio web, en este caso son las páginas de las revistas Novias y Cocinarte que ya tienen un propósito específico y cuentan con un significativo número de publicaciones y de cierto modo tienen un posicionamiento en la comunidad Santandereana.

Toda publicación debe contar con un marketing de contenido, debe atraer y retener a esos posibles clientes a través de un contenido relevante y valioso. El marketing de contenido mejora la imagen de la marca, se debe generar contenidos útiles y personalizados, esto ayudará a mejorar la reputación y la visibilidad de las revistas.

Acciones en redes sociales, todas las publicaciones que se realicen las páginas deben ir enlazadas a las actividades y tareas del community manager del área de redacción porque las redes son ideales para construir marca, su principal facultad es crear vínculos emocionales, haciendo que la gente comparta una y otra vez un contenido. Nada vence a las redes en ello.

Marketing de Reputación, las publicaciones de Novias y Cocinarte deben tener este tipo de marketing porque es precisamente el conjunto de acciones llevadas a cabo

con herramientas de mercadotecnia a fin de ajustar la percepción de tu audiencia. Puede involucrar desde desarrollo o ajuste de productos hasta campañas publicitarias.

Todo esto se realizará con la publicación en redes sociales no solo de las notas y de los artículos publicados sino que con fechas especiales se realizarán publicaciones para que las personas empiecen a ver las revistas de forma familiar y atractivas no solo por sus temas sino por su concepto.

Relaciones Públicas (RR.PP) para publicaciones en otros medios, es una buena herramienta dentro de la estrategia de comunicación digital, a fin de colocar contenido de Novias y Cocinarte en otros medios digitales ajenos a esta. Recordemos que lo dicho por otros suele tener más valor que lo enunciado por la marca.

Estrategia digital posicionando marca

Planteamiento del problema

Llamamos posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia. La estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.

Justificación

La finalidad por la cual se realiza esta estrategia es para generar posicionamiento de las revistas Novias y Cocinarte del periódico Vanguardia de la ciudad de Bucaramanga, Santander. Generando un posicionamiento de marca se puede aumentar la pauta

publicitaria en estas mismas, lo que convendría económicamente a la empresa Galvis Ramírez y Cia. Además que será una herramienta que permita mostrar la importancia de conocer el campo de las comunicaciones digitales para estar a la vanguardia a la hora de informar y vender.

Objetivo General

Fortalecer el área de Nuevos Proyectos en contenidos de comunicación digital para la creación de productos para las revistas Novias y Cocinarte de Vanguardia.

Objetivos específicos:

- Crear espacios en los que se muestren a los trabajadores del área de Nuevos Proyectos la importancia y necesidad del uso adecuado de las herramientas digitales.
- Elaborar contenidos multimediales con los periodistas del área para que conozcan cada una de las plataformas.
- Implementar las herramientas digitales en otros productos del Área de Nuevos Proyectos de Vanguardia.

Logo:



Vanguardia

Slogan: A la vanguardia de la era digital.

Tabla 6, matriz de la estrategia

Lineamientos	Actividades	Desarrollo			Tiempo		Recursos		Medición	
comunicativos	Comunicacionales									
Líneas estratégicas	Actividad	Público/ Meta	Canales/ medio	Mensaje	Periodicidad	Fecha	Humanos	Financieros	Indicadores	Observaciones/ Evidencias
Retro inspección	Crear una mesa de trabajo con los periodistas de Nuevos Proyectos para analizar el proceso de las revistas Novias y Cocinarte.	Periodistas de Nuevos Proyectos.	Presencial.	Generar la necesidad del uso de las herramientas digitales para el posicionamiento de la marca.	1 vez al inicio de la puesta en marcha de la estrategia.	Primera semana del primer mes de la estrategia digital.	Capacitador Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	Para esta primera actividad no se necesitarán recursos financieros porque se llevará a cabo en las instalaciones del periódico.	1 reunión para crear la mesa de trabajo.	De esta reunión debe salir un documento en el que se plasme lo aprendido en la mesa de trabajo.
	Crear un espacio de diálogo entre los periodistas de Nuevos Proyectos y la sección Web del periódico que han avanzado en cuando a la utilización de las nuevas tecnologías para llegarle a más lectores.	Periodistas de Nuevos Proyectos y de la sección Web.	Presencial.	Retroalimentarse de la importancia del uso de las nuevas tecnologías para llegar a más lectores. Web cada día avanza en este tema, sería de mucha ayuda conocer su experiencia.	1 vez al inicio de la estrategia.	Primera semana del primer mes de la estrategia digital.	Capacitador Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	Para esta primera actividad no se necesitarán recursos financieros porque se llevará a cabo en las instalaciones del periódico.	1 reunión para crear la mesa de trabajo.	De esta reunión debe salir un documento en el que se plasme lo aprendido en la mesa de trabajo.
Educación	Capacitaciones a los periodistas del área de Nuevos Proyectos sobre las herramientas digitales.	Periodistas de Nuevos Proyectos.	Virtual y presencial.	Se desea que los periodistas empiecen a utilizar las herramientas digitales para que las vayan conociendo y familiarizándose con las mismas.	12 capacitaciones cuatro por mes, de aproximadamente 1 hora por día.	A partir de la segunda semana del primer mes del inicio de la estrategia.	Capacitador Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	\$20.000 para refrigerios. Las capacitaciones se realizan en las instalaciones del periódico.	De las 12 capacitaciones se debe dejar creada una pieza para analizar al finalizar la evolución en una uso de las plataformas.	Evidencias del uso de las herramientas, fotografías y vídeos.

Tabla 6, continuación

	Creación de contenido multimedia para alguna de las revistas de Nuevos Proyectos.	Periodistas de Nuevos Proyectos. Y lectores de las revistas.	Plataformas digitales.	Que los periodistas ya puedan crear contenido para cada uno de sus artículos.	Uno cada 15 días, para ir evaluando cuál es la reacción del público con los artículos que tienen contenido multimedia y con los que no.	A partir de la segunda semana del segundo mes de haber iniciado la estrategia.	Capacitador Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	\$20.000 para refrigerios. Las capacitaciones se realizan en las instalaciones del periódico.	Las métricas se deben evaluar en cada una de las publicaciones.	Evidencias del uso de las herramientas, fotografías y vídeos.
	Mostrar ejemplos de otros periódicos o empresas que invierten tiempo y dinero en las herramientas digitales.	Periodistas de Nuevos Proyectos. Y lectores de las revistas.	Plataformas digitales.	La idea es mostrar las ventajas que genera el uso adecuado de las herramientas digitales, y de las oportunidades que se generan al tener la membresía en alguna de estas plataformas.	1 reunión en la que se expongan los ejemplos a seguir.	Primera semana del tercer mes.	Capacitador Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	\$20.000 para refrigerios. Las capacitaciones se realizan en las instalaciones del periódico.	1 reunión para mostrar los ejemplos.	Levantar acta de la reunión en la que se expresen las ideas y opiniones luego de ver los ejemplos.
Practicando lo aprendido	Los periodistas del área de Nuevos Proyectos crearán contenido multimedia para cada uno de los artículos que escriban.	Periodistas de Nuevos Proyectos. Y lectores de las revistas.	Plataformas digitales.	La idea es que se empiece a trabajar de lleno en las plataformas digitales para que los lectores se vayan familiarizando con este tipo de contenidos, y en los artículos que circulan de forma impresa	Además de incluir las herramientas digitales en Novias y Cocinarte se podría implementar en Postgrados, 500 Empresas Generadoras de Desarrollo, Planeta Verde entre otros, que durante el año necesita que se genere recordación.	Tercera semana del tercer mes.	Capacitador Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	\$20.000 para refrigerios. Las capacitaciones se realizan en las instalaciones del periódico.	Será un contenido multimedia por artículo.	Llevar registro de los alcances de las publicaciones con contenido multimedia para ver sus alcances orgánicos.

Tabla 6, continuación

Pautar los artículos, sitios web o redes sociales.	Periodistas de Nuevos Proyectos. Directivos y lectores de las revistas.	Presencial	mencionarlos para que visiten las páginas y conozcan de qué se tratan. Se desea llegar a más lectores por medio de los artículos que tienen contenido multimedia, el inconveniente es que en el diario para estas revistas no hay un presupuesto establecido, aunque son las que generan ingresos gracias a sus pautas, a estas no se les brinda la importancia necesaria en cuando a su propia pauta publicitaria.	La periodicidad se puede definir dependiendo la cantidad de recursos financieros que se puedan conseguir para pautar. Se podría pensar en la publicidad en redes sociales y plataformas online o los más utilizados, los Banner.	Cuarta semana del tercer mes.	Capacitador Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	CPA (Costo Por Acción, Costo Por Adquisición, Costo Por Compra) el precio normal son \$50 cada vez que alguien indaga sobre su producto. CPC (Costo Por Clic) El anunciante paga por cada clic en sus anuncios. Los clics tienen un amplio rango de precios comenzando desde \$0,01 a más de \$10 por clic. CPM (Costo Por Mil, es decir, costo por mil impresiones) El anunciante paga por cada mil impresiones. Este modelo	Medición de los artículos, sitios web o redes sociales una vez se empiecen a pautar.	Llevar registro de los alcances de las publicaciones con contenido multimedia para ver sus alcances orgánicos.
--	---	------------	--	--	-------------------------------	---	---	--	--

Tabla 6, continuación

Capacitaciones SEO	Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	Presencial.	El SEO se centra en los resultados de búsqueda orgánicos, es decir, lo que no son pagados.	2 capacitaciones por semana	Las dos primeras semanas del cuarto mes.	Capacitador Periodistas del área de Nuevos Proyectos.	es uno de los más populares entre los medianos y grandes publicistas. Los anunciantes no tienen que preocuparse de clics fraudulentos como en el modelo de CPC. Por ejemplo, en este modelo, a un precio de \$5 CPM, 10000 visitantes al mes, con un promedio de 5 visitas, el publicista ganará \$250. \$20.000 para refrigerios. Las capacitaciones se realizan en las instalaciones del periódico.	Empezar a utilizar el SEO en sus publicaciones.	Medir la visibilidad con la utilización del SEO.
--------------------	---	-------------	--	-----------------------------	--	---	---	---	--

3.1.3. Tercer objetivo: Establecer los contenidos y el material multimedia digital, para el fortalecimiento de la interacción con los lectores

3.1.3.1. Actividad 1: Elaborar contenido multimedia con las herramientas digitales para las plataformas web de las revistas.

Contenidos como test, imágenes interactivas, vídeos explicativos, infografías horizontales y verticales se empezaron a crear para acompañar los artículos que se hacían para los portales web de las revistas.

Los contenidos creados para los sitios web de las revistas se publican por medio de códigos embebidos, que significa incrustar o insertar un contenido elaborado en un lenguaje de programación en otro lenguaje diferente, es decir, cuando se crea un test, una imagen interactiva o cualquier otro recurso multimedia lo ideal es que este quede incrustado en el sitio web, y no que para verlo o hacerlo salgan del portal.

Todo esto es posible porque estos portales utilizan el lenguaje HTML, que es un estándar que sirve de referencia para la elaboración de páginas web en sus diferentes versiones. Este lenguaje se basa en el desarrollo en la referencia. Para añadir un elemento externo a la página (imágenes vídeos, script, entre otros), este no se debe incrustar directamente en el código de la página, sino que hace una referencia a la ubicación de dicho elemento por medio del texto.

Aunque es un proceso lento, en el que se debe explicar cada una de las ventajas de la realización del material multimedia a los jefes directos y como este permite que las personas interactúen más con el producto, el resultado final satisface.

La primera creación que se hizo fue en Playbuzz, un test que fue publicado en la página de la revista Novias. Se elaboró como un elemento de prueba, pero se creó un contenido agradable y

se decide publicar. Este tipo de contenidos se utilizan cuando los temas son básicos y no se desea hacer un texto monótono.

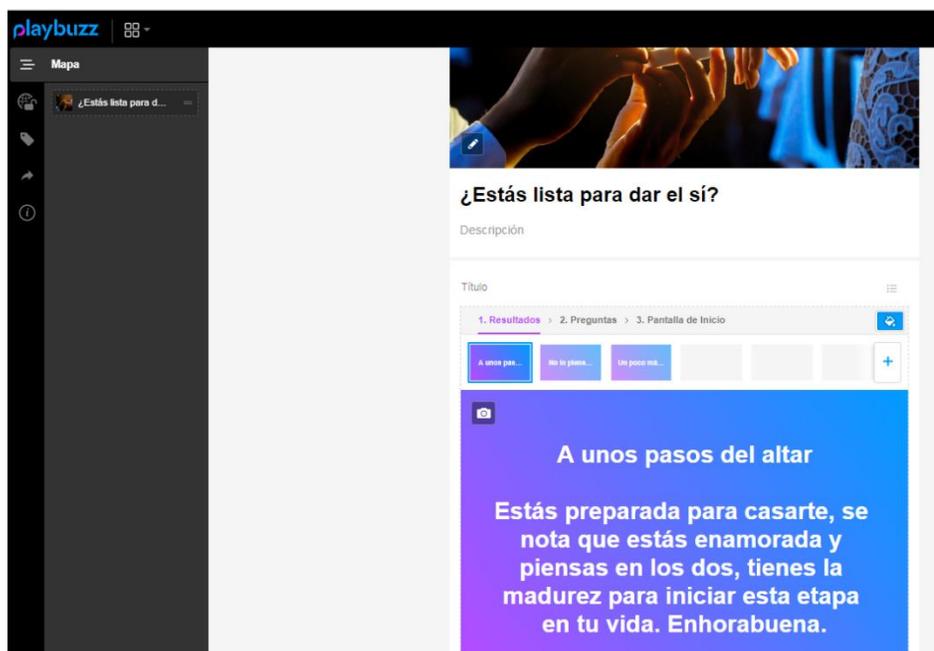


Figura 41: Creación del test para la revista Novias en Playbuzz

Fuente: Pasante.

La herramienta con la que más se trabajó fue Genially, gracias a su amplio portafolio se pudo crear contenido para las dos revistas.

Una de las primeras creaciones que se hizo fue la siguiente imagen interactiva sobre los estilos de buqué y qué significado tiene cada uno. Trabajar en Genially es fácil, es una herramienta cómoda y adecuada para trabajar temas de las dos revistas.

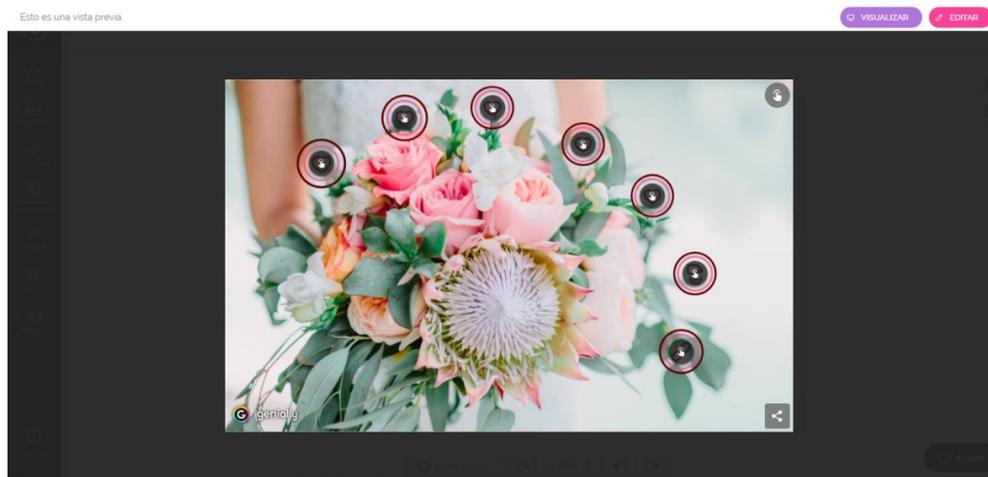


Figura 42: Imagen interactiva creada en Genially.com.
Fuente: Pasante.

La siguiente infografía fue creada también en Genially pero fue uno de los productos que no se publicó porque la página impresa del cliente Colplatino fue cancelada, entonces por ende el producto también fue cancelado.

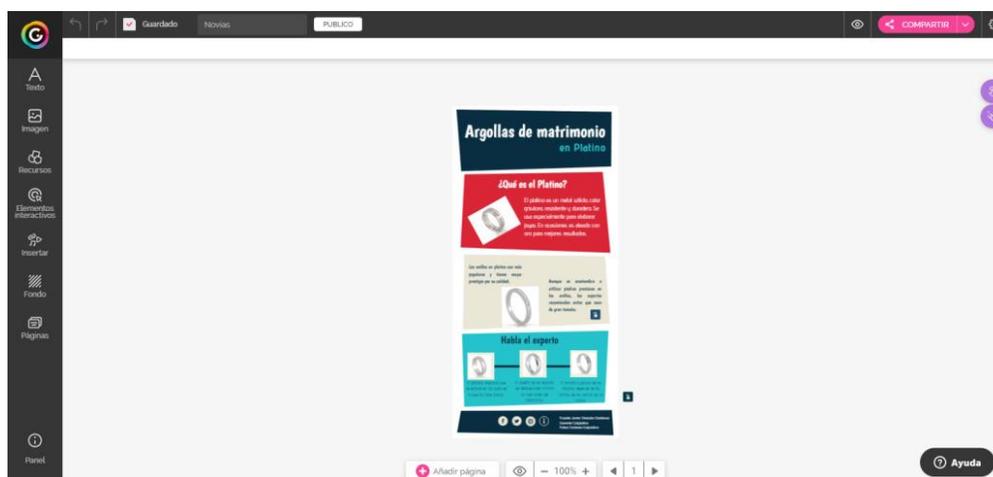


Figura 43: Infografía de anillos elaborados en platino. La publicación no se realizó.
Fuente: Pasante.

Para la revista Novias se creó la siguiente imagen interactiva sobre el alquiler de los vestidos y el traje para los novios. Este fue un tema reciclado de la primera edición impresa de 2019 que no circuló por falta de pautantes.

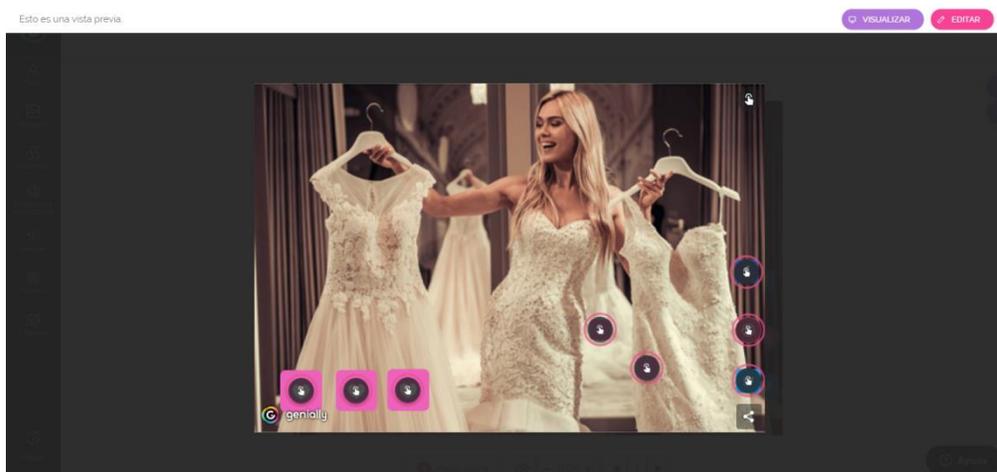


Figura 44: Imagen interactiva sobre el alquiler de vestidos creada en Genially.
Fuente: Pasante.

En Piktochart se elaboró esta infografía sobre las flores y los usos adecuados dependiendo el lugar donde se desee realizar la boda. Este artículo fue reciclado de los temas de la revista Novias que no circuló.

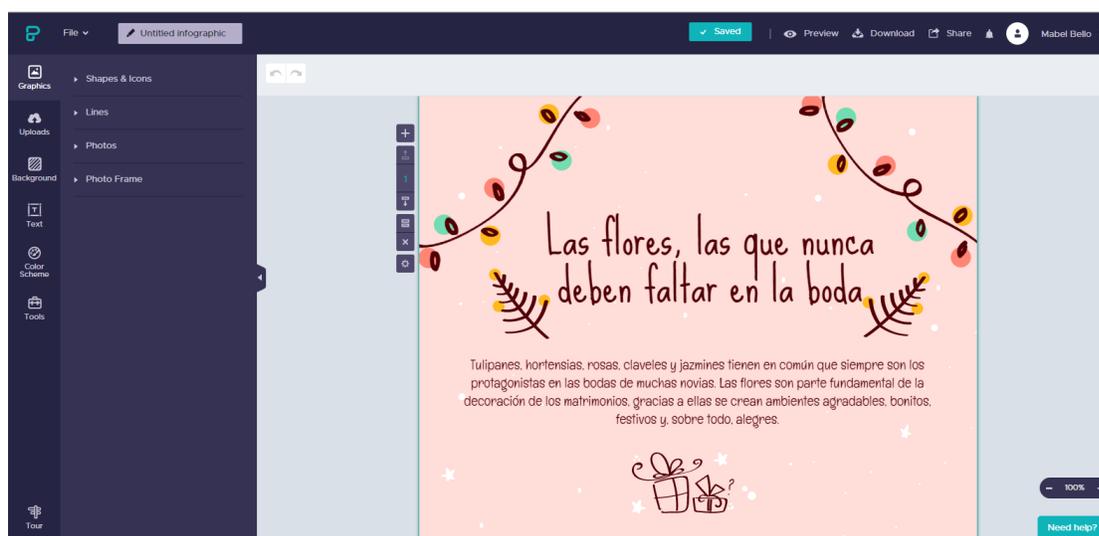


Figura 45: Elaboración de una infografía en la herramienta digital Piktochart.
Fuente: Pasante.

Para Cocinarte se utilizaron las herramientas Piktochart y Genially, además, se hizo uso del banco de imágenes de Canva. Se realizó un vídeo en Video Scribe pero mucho antes de iniciar el proceso de creación de contenido.

Esta receta interactiva se hizo en la herramienta Genially que fue una de las que más opciones brindaron para la creación de contenido. Las dos revistas se vieron beneficiadas gracias a su amplio contenido de herramientas.



Figura 46: Elaboración de una infografía en la herramienta digital Piktochart.
Fuente: Pasante.

Canva se utilizó como banco de imágenes para poder tener fotografías sobre los temas sin derecho de autor. Vanguardia tiene un banco de imágenes, pero las diferentes áreas tienen un límite de estas por día, lo que dificulta y hace demorado el proceso cuando se necesita contenido.

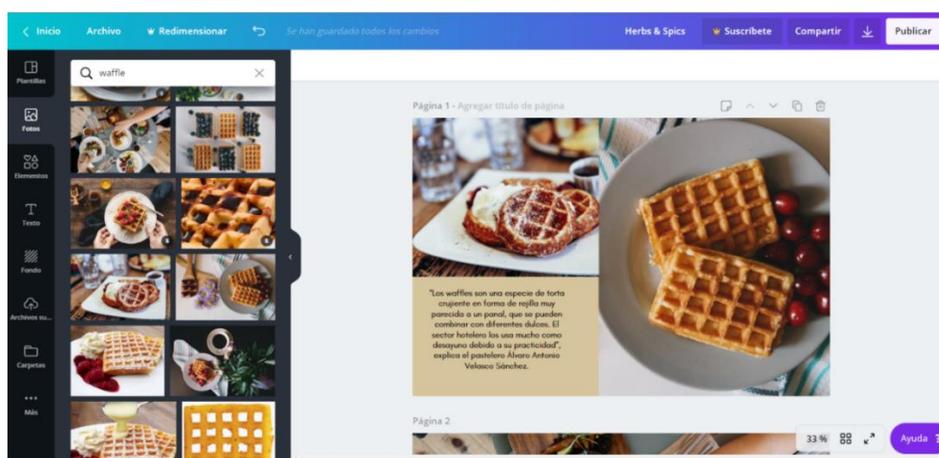


Figura 47: Infografía elaborada en la herramienta digital Canva.
Fuente: Pasante.

El siguiente contenido fue elaborado en la herramienta Piktochart. Que tiene una amplia galería de plantillas adecuadas para los temas.

Sus gráficos son muy buenos, ofrece la ventaja de descargar los contenidos, publicarlos por enlaces o códigos embebidos.



Figura 48: Infografía elaborada en la herramienta digital Piktochart.

Fuente: Pasante.

Esta infografía sobre el tamal, una de las comidas típicas de Santander, fue elaborada en Genially pero no fue publicada porque no se elaboró a tiempo el texto y decidió no publicarse.

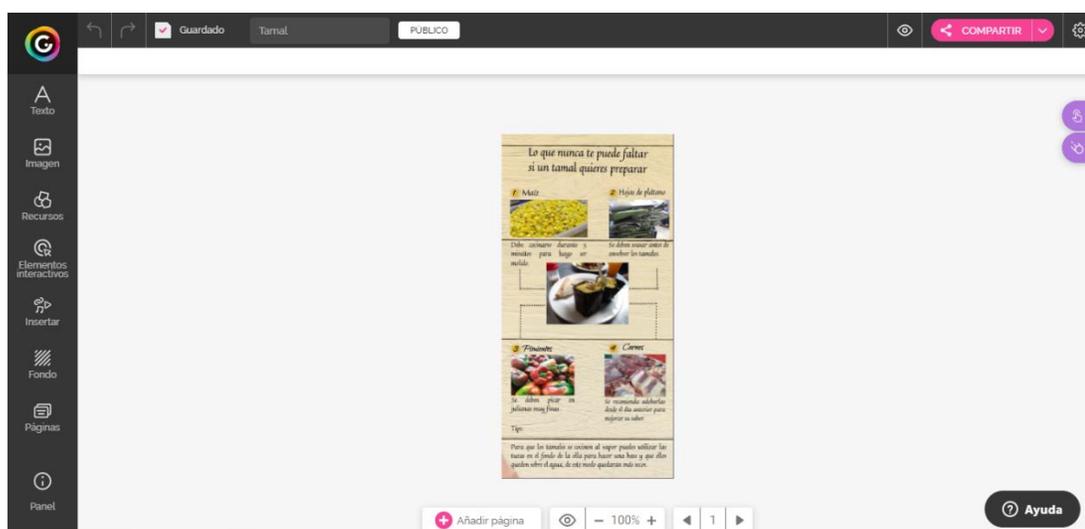


Figura 48: Infografía elaborada en la herramienta digital Genially.

Fuente: Pasante.

Las herramientas seleccionadas fueron las más usadas durante la pasantía. Su variedad de plantillas, diseños y opciones para la creación de material como infografías, imágenes interactivas, presentaciones didácticas facilitaron en gran medida las creaciones de contenido para las revistas.

3.1.3.2. Actividad 2: Publicar los contenidos elaborados en los portales web.

Una vez se empiezan a crear estas piezas multimediales con las herramientas digitales se proceden a publicar luego de la aprobación de la editora de que es la jefe directa.

Las publicaciones se iniciaron en la segunda semana de abril y se debía publicar una cada quince días, tanto de Cocinarte como Novias. El área de redacción se quedó sin Community Manager lo que implicó que este tipo de contenidos multimedia se dejaran de publicar por un lapso de tres semanas.

Las siguientes publicaciones fueron las que se realizaron en las páginas de Novias y los dos sitios web de Cocinarte.

La primera publicación que se hizo con contenido multimedia en la revista Novias fue el test que se elaboró en Playbuzz. Este se creó cuando se estaban probando las herramientas, a la coordinadora de pasantías le agradó mucho, así que decidió realizar algunos ajustes y se publicó.

Este artículo lo puede encontrar en: <https://bit.ly/2QVWOpi>



Figura 50: segundo artículo realizado con los parámetros expuestos para crear contenido para la web de Novias.

Fuente: Pasante.

El viernes 12 de abril de 2019 se hizo la primera publicación en la sección Cocinarte de Vanguardia, no tenía como tal una imagen interactiva, infografía u otros recursos multimedia conocidos, pero se empezó a titular con ayuda del área de la web del periódico. Se inició a publicar con las respectivas etiquetas y a utilizar adecuadamente los hipervínculos que permitieran generar visita a otros artículos o páginas.

Esta publicación la pueden encontrar en: <https://bit.ly/2WSbGdz>

f t i y

Q 1-2 Clasificados

Vanguardia Cocinarte

Inicio Bucaramanga Santander Deportes Judicial Colombia Mundo Política Economía Opinión Entretenimiento Tecnología Vanguardia TV

viernes 12 de abril de 2019 - 10:00 AM

El pescado, un plato de diversos sabores y preparaciones

Asado, frito, sudado, en sopa, en ceviche, al horno o ahumado son algunas de las preparaciones del pescado. Ya sea de mar, de río o de criadero su particular sabor deleita a quienes encuentran en cada plato de pescado la mejor opción del menú, con gran demanda cada Semana Santa.



Publicidad

Visita nuestro apartamento modelo ubicado en la
Calle 31 N° 34-08 (diagonal al Parque del Agua)

Le puede interesar



Figura 51: segundo artículo realizado con los parámetros expuestos para crear contenido para la web en la sección Cocinarte.

Fuente: Pasante.

Este artículo sobre los waffles fue publicado el 26 de abril. Está compuesto por un título que fue aceptado por la sección de Vanguardia. Tiene una receta interactiva que lleva a las redes sociales de la revista. Cuenta con hipervínculos a la página de la revista Cocinarte y tienen etiquetas con referencia la tema y la ubicación.

El artículo lo puede encontrar en: <https://bit.ly/2ZfwYj6>

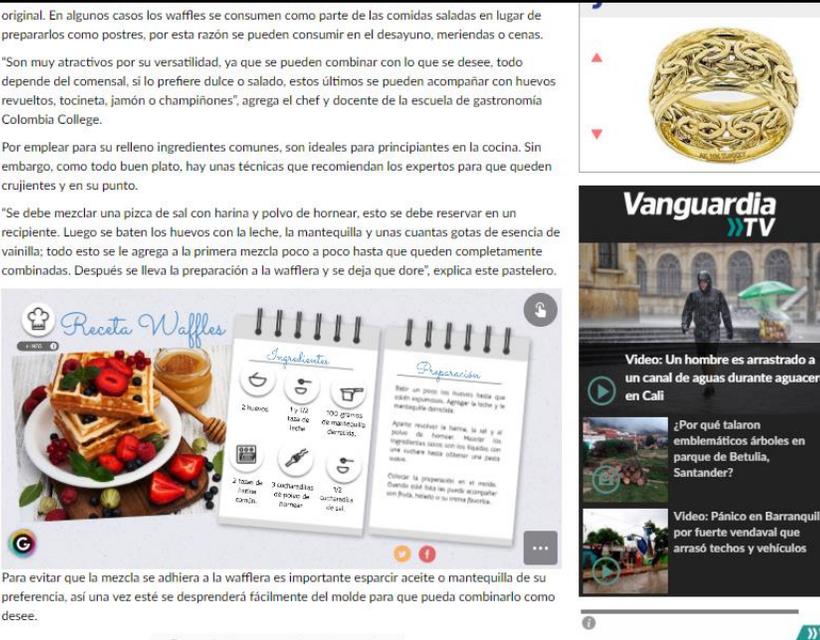
Vanguardia Bucaramanga Santander Deportes Judicial Colombia Mundo Política Economía Opinión Entretenimiento Tecnología Clasificados

original. En algunos casos los waffles se consumen como parte de las comidas saladas en lugar de prepararlos como postres, por esta razón se pueden consumir en el desayuno, meriendas o cenas.

"Son muy atractivos por su versatilidad, ya que se pueden combinar con lo que se desee, todo depende del comensal, si lo prefiere dulce o salado, estos últimos se pueden acompañar con huevos revueltos, tocineta, jamón o champiñones", agrega el chef y docente de la escuela de gastronomía Colombia College.

Por emplear para su relleno ingredientes comunes, son ideales para principiantes en la cocina. Sin embargo, como todo buen plato, hay unas técnicas que recomiendan los expertos para que queden crujientes y en su punto.

"Se debe mezclar una pizca de sal con harina y polvo de hornear, esto se debe reservar en un recipiente. Luego se baten los huevos con la leche, la mantequilla y unas cuantas gotas de esencia de vainilla; todo esto se le agrega a la primera mezcla poco a poco hasta que queden completamente combinadas. Después se lleva la preparación a la wafflera y se deja que dore", explica este pastelero.



Receta Waffles

Ingredientes

- 2 huevos
- 1 y 1/2 taza de leche
- 100 gramos de mantequilla derretida
- 2 tazas de harina común
- 3 cucharadas de polvo de hornear
- 1/2 cucharadita de sal

Preparación

Beatir con unas dos huevos hasta que están espumosos, agregar la leche y la mantequilla derretida.

Apartir mezclar la harina, la sal y el polvo de hornear. Mezclar los ingredientes secos con un batidor con una velocidad hasta obtener una mezcla suelta.

Combinar la preparación en un molde. Cuando está lista se puede acompañar con fruta, miel o su crema favorita.

Para evitar que la mezcla se adhiera a la wafflera es importante esparcir aceite o mantequilla de su preferencia, así una vez esté se desprenderá fácilmente del molde para que pueda combinarlo como desee.

Google ha cerrado el anuncio

Figura 52: tercer artículo realizado con los parámetros expuestos para crear contenido para la web en la sección Cocinar.te.

Fuente: Pasante.

En Novias no se publicó contenido multimedia en un lapso porque se estaban escribiendo los artículos para la revista impresa que circulaba en junio, pero esta al final no se pudo producir porque no se vendió la pauta. Así que los temas que se habían escrito se utilizaron par al web.

Esta publicación se hace con una imagen interactiva sobre las ventajas del alquiler de vestidos para los novios en la boda. Fue un tema reciclado. El título fue aceptado por la coordinadora de pasantías y la web del diario.

El artículo lo puede encontrar en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2Zhcy95>



Figura 53: tercer artículo realizado con los parámetros expuestos para crear contenido para la web de Novias.

Fuente: Pasante.

El siguiente artículo se publicó sin infografía o imagen multimedia porque en estos momentos no se contaba con la Community Manager, entonces el jefe directo decidió que se hicieran artículos con los parámetros expuestos, pero no con el contenido multimedia hasta que no estuviera la profesional en redes.

Este artículo que se publicó en la sección Cocinarte de Vanguardia el 10 de mayo de 2019 en: <https://bit.ly/2QYWNRf>

The screenshot shows the top navigation bar of the Vanguardia website with social media icons and a search bar. The main header features the Vanguardia logo and the 'CocinarTE' section. Below the header is a date and time stamp: 'viernes 10 de mayo de 2019 - 10:00 AM'. The article title is 'Entre los sabores y colores de la gastronomía turca'. The introductory text reads: 'A miles de kilómetros de su origen, en Bucaramanga se degusta una de las gastronomías más llena de aromas, colores e ingredientes. Turquía, además de atraer a los turistas por su contraste entre oriente y occidente y sus destinos vibrantes, es llamativa por su intensa y variada gastronomía, que hoy hace parte de la mesa de muchos comensales en la ciudad.' The main image is a close-up of a Turkish sandwich filled with vegetables and meat. To the right is an advertisement for 'sumas' with the text 'un proyecto: sumas proyecto con vida'. Below the main image is a pink sidebar with the heading 'Le puede interesar' and two video thumbnails: 'Video: Un hombre es arrastrado a un canal de aguas durante aguacero en Cali' and 'Video: Pánico en Barranquilla por fuerte vendaval que arrasó techos y vehículos'.

Figura 54: cuarto artículo realizado con los parámetros expuestos para crear contenido para la web en la sección CocinarTE.

Fuente: Pasante.

De la semana del 13 al 17 de mayo no se realizó publicación de Novias porque se estaba trabajando en una de las separatas por los 100 años de Vanguardia.

La semana siguiente se elaboró un artículo para CocinarTE sobre el sancocho que se publicó el texto en la sección CocinarTE de Vanguardia y se creó una infografía que fue publicada en CocinarTE.co

El artículo creado para la revista fue sobre el sancocho, uno de los platos de la cocina colombiana más representativos. Esta publicación tiene un título claro que explica al lector el tema a tratar. Tiene hipervínculos que llevan directamente a la página de CocinarTE.co y cuenta con etiquetas referentes al tema.

Este artículo lo puede leer completo en: <https://bit.ly/2I1oaay>

f t i g

1-2 Clasificados

Vanguardia Cocinarte

Inicio Bucaramanga Santander Deportes Judicial Colombia Mundo Política Economía Opinión Entretenimiento Tecnología Vanguardia TV

viernes 24 de mayo de 2019 - 11:30 AM

El sancocho, un plato con los sabores de cada región de Colombia

Nadie puede resistir el aroma de un sancocho recién hecho, a esos sabores tan típicos de la cocina colombiana que combinan ingredientes dependiendo la región donde se prepare. Cabe resaltar que el sancocho tiene sus orígenes en un plato de la gastronomía española llamado la olla podrida.



Sancocho de Castilla
Gettyimages / VANGUARDIA

Publicidad

Visita nuestro apartamento modelo ubicado en la
Calle 31 N° 34-08 (diagonal al Parque del Agua)

Le puede interesar

Tres regiones de Colombia en alerta por lluvias

¿Aumentará el desorden en calles y parques de

Figura 55: quinto artículo realizado con los parámetros expuestos para crear contenido para la web en la sección Cocinarte.

Fuente: Pasante.

La siguiente publicación fue hecha en Cocinarte.co y es una infografía que se realizó partiendo del texto principal sobre el sancocho. Puede leerla completa en:

<https://bit.ly/2XxVJqc>

El sancocho, el plato con los sabores de Colombia



Figura 56: Infografía realizada para Cocinarte.co sobre el sancocho.
Fuente: Pasante.

El último artículo realizado dentro del tiempo estipulado para la realización de proyecto de pasantía durante la estancia en Vanguardia fue una infografía sobre el uso adecuado de las flores para la boda.

Fue un tema que se escribió para la revista impresa, pero por causas ya mencionadas no circuló. Se publicó el 30 de mayo de 2019.

Puede leer completo este artículo en: <https://bit.ly/2WXWxHC>

Revista **Novias**

Preparativos ▾ Tendencias ▾ Estilos ▾ Variedades ▾ Revista Virtual

¿QUÉ FLORES USAR EN EL MATRIMONIO?

May 30, 2019 | Tendencias, Variedades | 0 | ★★★★★

Las flores que nunca deben faltar en la boda

Tulipanes, hortensias, rosas, claveles y jazmines tienen en común que siempre son protagonistas en las bodas. Las flores son parte fundamental de la decoración de los matrimonios, gracias a ellas se crean ambientes románticos, llenos de magia y, sobre todo, evocadores del amor de la pareja.

Talk to a **FRAMECAD** Expert today ▶

FRAMECAD
The way the world constructs

BUSCAR ...

OTROS ARTÍCULOS

Famosos creativos a la hora de pedir matrimonio
Tendencias, Variedades

Elegancia y confort para una boda

Figura 57: Infografía realizada para *Novias* sobre las flores adecuadas para la boda con asesorías de dos wedding Planner.

Fuente: Pasante.

Cabe precisar que todos los artículos que se publicaron en estos sitios web fueron revisados con anterioridad por la Editora de Contenido y los integrantes del área web del diario para que se publicara contenido de calidad.

Así llegamos al final de las publicaciones creadas con las herramientas multimedia y publicadas de forma adecuada con los parámetros expuestos en la estrategia de Comunicación Digital.

Así mismo, una vez llega la Community Manager a la dependencia de Publicidad y al área de Nuevos Proyectos se empiezan a elaborar contenidos para sus redes sociales que generen tráfico a los sitios web de las revistas.

Con el anterior Community Manager no se pudo trabajar directamente y únicamente se elaboraba una publicación donde se referenciaba el tema y se ponía el enlace directo a la revista en mención, ya fuera Cocinarte o Novias.

Por ejemplo, la siguiente imagen es una de las publicaciones que elaboraba inicialmente:

The image shows a Facebook post from the page 'Revista Cocinarte'. The post is titled 'Revista Cocinarte está con Maíz Pelao.' and was published by Jorge Quintero on February 21st in Bucaramanga. The text of the post mentions a recipe for 'Cuatro platos con raíces puras y sabor santandereano con el #MaízPelao' and includes a link to a Vanguardia.com article. The post features a video thumbnail showing a dish being prepared in a pan. To the right of the post is a 'Rendimiento de tu publicación' (Performance of your post) section with the following data:

Rendimiento de tu publicación		
754 Personas alcanzadas		
203 Reproducciones de video de 3 segundos		
14 Reacciones, comentarios y veces que se compartió		
6 Me gusta	6 En publicación	0 En contenido compartido
1 Me encanta	1 En publicación	0 En contenido compartido
3 Comentarios	3 En publicación	0 En contenido compartido
4 Veces que se compartió	4 En publicación	0 En contenido compartido
50 Clics en publicaciones		
8 Clics para reproducir	2 Clics en el enlace	40 Clics de otro tipo

Below the performance section, there is a 'COMENTARIOS NEGATIVOS' (Negative Comments) section which is currently empty. At the bottom of the post, there is a summary of engagement: 754 Personas alcanzadas, 64 Interacciones, and a 'Promocionar publicación' button.

Figura 58. Publicaciones iniciales de la red social de Cocinarte.

Fuente: Pasante.

Como se puede ver en la imagen las publicaciones únicamente se hacían invitando a que fueran al sitio web y ya, no se elaboraba material para las redes sociales precisamente. Así mismo ocurría en las otras redes sociales y en la revista Novias.

The image shows a Facebook post from 'Revista Novias' published by Jorge Quintero on February 8th. The post features a photograph of a bride in a white lace dress holding a bouquet, with other guests in formal attire in the background. To the right of the post is a 'Rendimiento de tu publicación' (Post Performance) sidebar. The sidebar shows 693 people reached, 0 likes, 0 comments, and 0 shares. It also indicates 2 clicks on the post, 2 photo views, and 0 clicks on the link. Under 'COMENTARIOS NEGATIVOS' (Negative Comments), there are 0 hidden posts, 0 hidden all posts, 0 reported as spam, and 0 'I don't like this page' reactions.

Figura 59. Publicaciones iniciales de la revista Novias.
Fuente: Pasante.

En las redes sociales de la revista Novias ocurría exactamente lo mismo. Quizás era una falta de comunicación entre la editora de Contenido, quién desde hace varios meses atrás quería implementar algo diferente en las redes sociales que atrajera más público. Por esta razón el contenido en redes sociales era muy básico y en ocasiones no generaba tráfico en el sitio web.

A continuación, se muestran las publicaciones que en coordinación con la nueva Community Manager se empezaron a hacer para las redes sociales de las revistas. Iniciaremos con Cocinarte.

Revista Cocinarte
 Publicado por Alejandra Gualdrón
 Acevedo · 12 de mayo a las 10:30 · 🌐

De nuestras madres hemos aprendido que cuando convertimos al amor en el principal ingrediente de nuestras vidas todo sabe mucho mejor. ¡Gracias por todas tus enseñanzas, mamá! ❤️

En Revista Cocinarte nos unimos a la Revista 500 Empresas Generadoras para desearte un feliz #DíaDeLaMadre. 🥰

"Una buena madre vale por cien maestros".
George Herbert

Rendimiento de tu publicación

408 Personas alcanzadas

6 Me gusta, comentarios y veces que se compartió 📊

6 Me gusta	6 En publicación	0 En contenido compartido
0 Comentarios	0 En publicación	0 En contenido compartido
0 Veces que se compartió	0 En publicación	0 En contenido compartido

0 Clics en publicaciones

0 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace 📌	0 Clics de otro tipo 📌
-----------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Reportar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

Figura 60. Publicación en la revista Cocinarte en conmemoración del día de las madres.

Fuente: Pasante.

La idea inicial con este cambio de contenido para la web era que las redes sociales únicamente no fueran un espacio en el que se alojaran publicaciones muy planas sobre los artículos que se escribían. Por esta razón, una de las propuestas hechas fue la de crear contenido para las redes sociales resaltando fechas especiales del año, como por ejemplo el día de la madre, con las que se busca generar tráfico en el portal pero que a la vez las personas tengan algo diferente en sus redes sociales que los motive a ir al sitio web de la revista.

Aparte de tener presente las fechas especiales se empezó a trabajar diferente a la hora de recomendar o invitar a leer un artículo. Por ejemplo, en la siguiente publicación realizada para Facebook de la comida turca, que fue texto de Cocinarte se creó una pieza gráfica diferente, más llamativa, que habla del tema en específico e invita a leer el texto pero de forma indirecta.



Figura 61. Gif realizado para la red social de Cocinarte sobre la comida turca.
Fuente: pasante.

De este modo las redes sociales de la revista Cocinarte empezó a mostrar de forma diferente los artículos y las invitaciones al sitio web, de manera que las personas que leyeran el contenido de las redes sociales no fueran a encontrar lo mismo publicada en el portal. La intención inicial de hacer todo de esta manera era que más personas tuvieran la oportunidad de ver un contenido agradable y diferente.

En Novias en empezó a hacer lo mismo, a crear un contenido diferente para sus redes sociales, que creara expectativa por el artículo que se encuentra en el portal y que tuvieran contenido diferente en sus redes sociales.

Revista Novias
Publicado por Alejandra Gualdrón Acevedo [?] · 12 de mayo a las 10:00 · 🌐

A lo largo de la vida crecemos esperando el gran día para encontrar el amor, sin darnos cuenta que éste está junto a nosotros desde el momento en que nacemos. Gracias por tu incondicionalidad, mamá. ❤️
De parte de la Revista Novias y de la Revista 500 Empresas Generadoras te decimos: ¡Feliz #DíaDeLaMadre!

Revista Novias
"Los brazos de una madre son más reconfortantes que los de cualquier otra persona".
Diana de Gales

Rendimiento de tu publicación

169 Personas alcanzadas

2 Me gusta, comentarios y veces que se compartió ⓘ

2 Me gusta	2 En publicación	0 En contenido compartido
0 Comentarios	0 En publicación	0 En contenido compartido
0 Veces que se compartió	0 En publicación	0 En contenido compartido

2 Clics en publicaciones

0 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace ⓘ	2 Clics de otro tipo ⓘ
--------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Reportar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

Figura 62. Publicación en la revista Novias.

Fuente: Pasante.

Para el día de las madres se laboró una pieza en la que se felicitaba y se enviaba un mensaje especial a todas las madres seguidoras de la revista Novias. La intención con este tipo de publicaciones es que las redes sociales no sean tan simples, por así decirlo, sino que por medio de estos contenidos los lectores vean que se elabora un trabajo especial para ellos.

Por ejemplo, en la siguiente publicación hecha en la cuenta de Twitter de la revista Novias se habla del alquiler de vestidos de novias, que es una de las tendencias en la actualidad.

Se invita a leer el artículo, pero se hace de forma sutil y llamativa, a pesar que Twitter no es su red social fuerte se está buscando la manera de mejorar en ese aspecto y tratar de buscar opciones diferentes.



Figura 63. *Publicación de la revista Novias en Twitter.*
Fuente: *Pasante.*

Para que las revistas empiecen a tener una mayor visibilidad se debe trabajar en equipo, tanto en redes sociales, publicaciones, área comercial y el periódico en general. Son productos que generan ingresos a la empresa y se debe tratar de mejorar su usabilidad para que estos al paso del tiempo se vuelvan más rentables.

3.1.3.3. Actividad 3: Crear un manual del uso adecuado de las herramientas digitales para futuros pasantes en la dependencia.

El manual se elaboró mostrando los productos, sus ventajas, las herramientas que ofrecen y los beneficios para cada una de las revistas. En este trabajo se aloja el contenido que se encontrará de forma digital con un diseño propio y que además será entregado a Vanguardia, específicamente al área de nuevos proyectos para que quede como un documento

independiente al medio de comunicación y que además sirva de apoyo para futuros pasantes o practicante.

Se realizó una explicación detallada de las herramientas para que sea fácil utilizarlas. De igual manera, estas plataformas son básicas y sencillas de utilizar, y sus resultados finales son sorprendentes.

Aquí se anexará el manual, lo que lleva como contenido y al finalizar en apéndices estará adjunto la guía, que también estará publicada en Issuu, el servicio en línea que permite la visualización de documentos.

Por el momento se encuentra el contenido, en el manual digital estará explicado con sus respectivas imágenes e instrucciones para iniciarse rápidamente en estas plataformas digitales que benefician a los medios en la era digital.

Manual de uso

HERRAMIENTAS

adecuadas para la creación de contenido
multimedia para las revistas Novias y
Cocinarte de Vanguardia

Revista
Novias



Vanguardia

Revista
COCINarte



Es un editor y sirve para editar imágenes crear postales e infografías. Se encuentra en las categorías de educación, empresa y uso personal. Es una herramienta orgánica. Se pueden crear diseños, portada de libros, redes sociales, poster, banner, logos y tarjetas. Se inicia sesión con el correo electrónico.

No es una herramienta de retoque fotográfico, sino de composición de imágenes para comunicar algo: un cartel, una imagen para canales sociales, un logotipo o un folleto, entre otros. Es una herramienta online, accesible desde dispositivos con navegadores completos.

Canva es una herramienta de diseño gráfico con una interfaz atractiva y fácil de usar para cualquier persona, un sitio web con diversas funcionalidades en la que puedes diseñar y compartir cualquier contenido con tus compañeros y clientes.

- Consta de muchas plantillas gratuitas y tiene una interfaz muy intuitiva y sencilla de utilizar que puedes usar para crear tus diseños gráficos.
- También tienes disponible una versión “pro” con más plantillas a tu disposición.
- Puedes descargar Canva en formato de aplicación gratuita para iPad y cuenta con un plugin para Wordpress que integra la aplicación con tu blog.





¿Qué ofrece Canva?

Después de la presentación inicial de 23 segundos con las funciones principales, tendrás acceso a tu perfil en Canva y te podrás poner manos a la obra con tus diseños.

El plan gratuito incluye:

Opción a dos carpetas para organizar los diseños

Diseños colaborativos: hasta 10 miembros por equipo

1 GB de almacenamiento para fotos y diseños terminados

Acceso a más de 8.000 plantillas

Opción de subir tus propias imágenes

Puedes comprar fotos, si quieres, por 1\$ cada una.

No incluye:

Carpetas ilimitadas para sus diseños

Opción a guardar imágenes con fondo transparente

Invitar a un máximo de 50 miembros al equipo

Almacenamiento ilimitado de fotos y activos

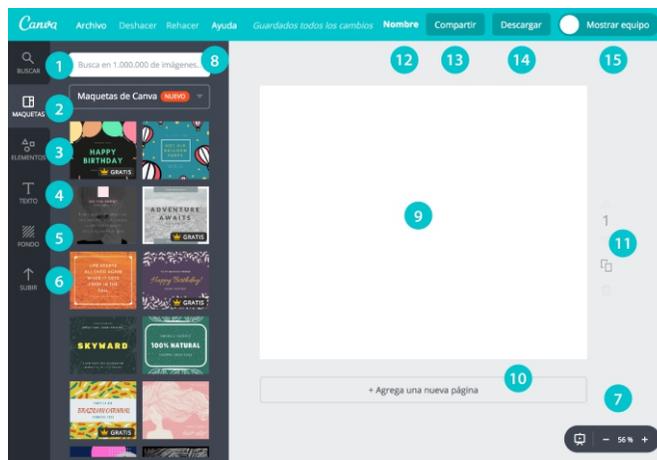
Opción a cambiar el tamaño de sus diseños una vez creados

Puedes subir fuentes personalizadas

Puedes guardar un conjunto de paletas de colores

Sistema de búsqueda de fotos mejorado

Plataforma de ayuda y apoyo de diseñadores.



¿Cómo funciona el menú de Canva?

Manejarte en Canva sólo te llevará un par de días como mucho. Una vez elegida la plantilla o después de seleccionar un tamaño personalizado, llegarás a esta segunda pantalla con un lienzo en blanco en el centro para diseñar y cinco botones a tu izquierda para ir añadiendo elementos gráficos que son:

1. Buscar

Este botón te sirve para encontrar iconos, dibujos y cualquier elemento visual que necesites. Es intuitivo y puedes ir desplegando las opciones dentro de categoría: marcos, formas, iconos, fotos, ilustraciones, gráficos y líneas.

2. Maquetas

El segundo botón será casi siempre tu punto de inicio. Es muy útil porque en él encuentras diseños creados que pueden inspirarte y modelos optimizados para ese tamaño. Si eliges uno gratuito lo puedes editar a tu gusto.

3. Texto

Esta función te permite añadir texto. Tienes 3 tamaños establecidos, pero después puedes aumentar o disminuir tanto como necesites.

4. Fondos

Este botón te permite poner un fondo original a tu diseño. Hay muchas texturas gratuitas y también tienes la opción de personalizar el color siempre que quieras con la paleta o introduciendo el código de cada color.



Archivos subidos

Este último apartado del lateral izquierdo puede ser tu mejor aliado porque te permite cargar las fotos que quieras desde un archivo o fuente externa. También puedes subir fotos desde Facebook (si logeas desde la red) o desde Drive.

Canva.com ofrece gran variedad de plantillas, pero no las necesarias para lo que se debe crear en Novias y Cocinarte. Sin embargo, cuenta con el plus de tener un gran banco de imágenes gratuitas que puedes descargar. Por esta razón es importante tenerla en cuenta, porque son buenas imágenes, sin derechos de autor y de buena calidad.

Aunque se puede utilizar para crear material y contenido para las revistas no es que sea el programa más adecuado. Se recomienda utilizar su banco de imágenes, que es una de sus más grandes ventajas y por la cual se escogió como herramienta.



PIKTOCHART

Picture the Difference

INFOGRAFÍAS GRATUITAS

Es una herramienta en línea que permite crear infografías gratuitamente. Esta ofrece plantillas predefinidas en las cuales es posible agregar y dar formato al texto (tamaño, tipo, color, alineación, etc.), agregar contenidos multimedia como imágenes y videos, entre otras posibilidades, para que el creador de la infografía pueda ordenar la presentación de su tema.

Para lograr mejores resultados, se recomienda usar Piktochart en las últimas versiones de Chrome o Firefox. Tanto Safari como Internet Explorer detienen Javascripts necesarios para el uso de Piktochart, dificultando su uso correcto. Utilizar el browser correcto significa también una navegación más ágil y resultados más eficientes.

Se puede ingresar con Facebook o Google. Permite elegir el tipo de recurso que se utilizará (infografía, presentación o póster) sus plantillas son modificables.

¿Qué hace diferente a Piktochart?

Los resultados visuales dependen de la selección de íconos, tipografías e imágenes.

Se pueden agregar GIFs a las presentaciones. Una ventaja que, como amantes de los GIFs, nos hace muy felices.

La magia de la infografía reside en poder transmitir mucha información, pero ahorrando tiempo de lectura para tus lectores. ¡No desperdicias ese poder!

¿Qué necesitas para crear tu diseño?

Para crear tu infografía en Piktochart necesitas una cuenta. Esa parte es fácil. Es gratis y registrarte solo tomará unos segundos. Luego de iniciar sesión en Piktochart debes ir a la página de plantillas y escoger una.

Allí están todas las plantillas que te ayudarán a comenzar. Hemos hecho que el proceso de selección sea más fácil para ti:

Mira los cientos de plantillas. Las hemos dividido en categorías –Infografías, Reportes, Afiches, y Presentaciones –solo busca una que te inspire (o que sea adecuada para tu trabajo).

Si buscas una idea o tema en particular (como “deportes” o “historia”), puedes usar el buscador. Una vez que encuentres una que te guste, haz click en “Preview” para verla en detalle. Después de esto solo debes empezar a diseñar.

Una vez que hayas escogido una plantilla, haz click en “create” para comenzar a crear. Cuando llegues al editor, podrás modificar el contenido escrito haciendo doble click en el cuadro de texto. Usa las herramientas de color y fuente para lograr que el texto transmita tu estilo.

Hablando de estilo, puedes usar nuestra herramienta Text Frame para crear texto y títulos con visuales diseñadas por nuestro equipo. Es súper fácil, y los resultados son increíbles.





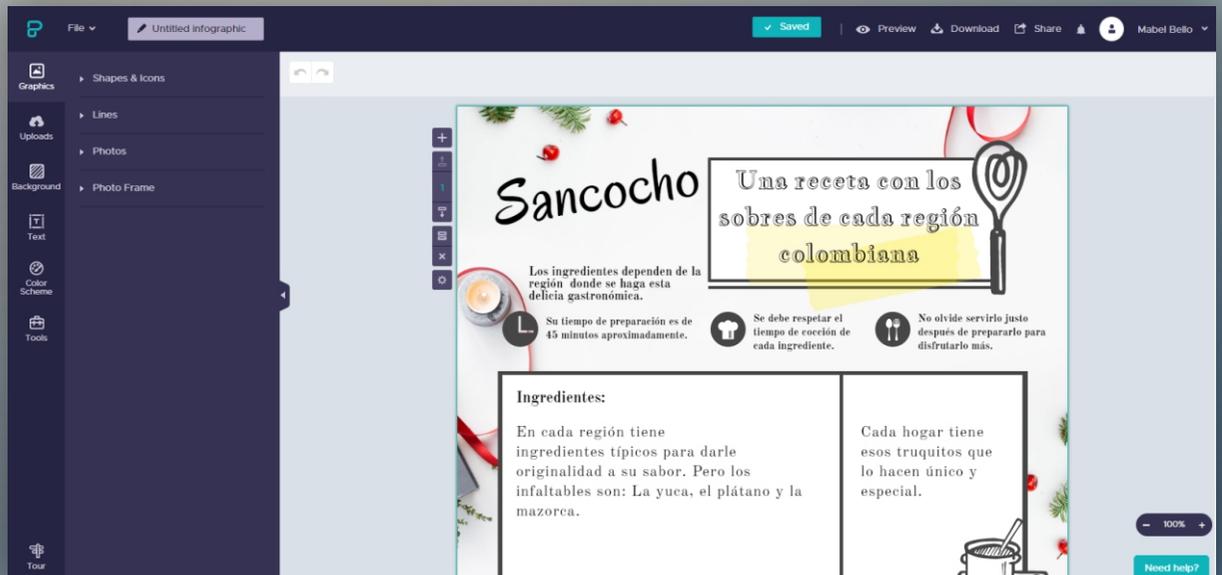
Después solo debes compartir tus creaciones puedes descargar el trabajo como una imagen y publicarla en línea, compartirla por email, o compartirlo en redes sociales.

Mira el resultado final en la página de salida al copiar y pegar la dirección URL cuando publiques en la web. Una vez que la hayas compartido, tú y tu audiencia podrán disfrutar de tu Piktochart en Modo de Presentación.

Novias y Cocinarte

Esta herramienta es muy completa, sus plantillas son recomendables tanto para Cocinarte como para Novias. Su versión gratuita es muy completa.

Esta herramienta se utilizó en ocasiones, las plantillas son muy variadas y para temas de la revista Novias sirvió mucho. Es recomendada precisamente para ella. Además, es una de las herramientas más fáciles de utilizar.





genially

Permite crear diversidad de recursos, su plataforma es interactiva. Se puede iniciar sesión con Facebook o Google. Se pueden hacer infografías verticales u horizontales, presentaciones e imágenes interactivas, entre otros recursos.

¿Para qué puedo utilizar Genial.ly?

Genially es una herramienta web que permite diseñar contenidos interactivos para compartir en la red. En ella se pueden crear recursos digitales como infografías, posters, currículum, unidades didácticas, tarjetas, presentaciones, entre otros, de forma sencilla, creativa y dinámica. Esta herramienta cuenta con una versión libre y otra paga. Puede usarse en computadores y dispositivos móviles.

Se pueden crear pósters, presentaciones, líneas cronológicas, documentos, mapas temáticos, postales e infografías.

¡Lo bueno!

Lo bueno que tiene Genially es que ofrece plantillas prediseñadas a las cuales solo tenemos que modificar la información que queramos. Su usabilidad es muy buena, casi todo se hace arrastrando y soltando. Además, puedes personalizar cómodamente

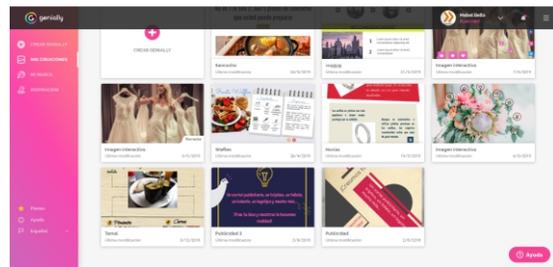
cada una de las plantillas.

Dentro del plan gratuito podrás crear tantas imágenes como quieras, acceder a un sinfín de recursos (fondos, ilustraciones, iconos) y sin límite de visualizaciones. Todo lo que aparece en este tutorial se puede hacer con la versión gratuita de la herramienta.

Otra ventaja que le veo a la herramienta es que se puede descargar el material una vez terminado (aunque pierde algunas funciones) por si acaso nos quedamos sin Internet o por si queremos tenerlo accesible.

¿Qué plantillas usar?

¡Plantillas de todo tipo! Además, tienes la posibilidad de aplicar filtros para ver solo las que te interesen. Verás la opción en la parte superior, justo encima de las plantillas. Puedes filtrarlas por temas. Las herramientas de interactividad fácil de usar y agregar. Por último, puedes hacer clic en el botón de arriba a la derecha, que pone “Listo”. Verás las opciones de presentar, compartir o descargar. Y ya tendrás lista tu creación.





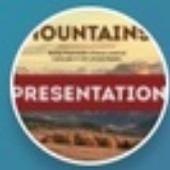
#newgenially

<https://www.genially.ly/Panel>

Inspiration My Resources

Genially

★ UPGRADE Learn ▾ agos.araldi@gmail.com



Presentation



Interactive Designs



Infographic



Interactive Image

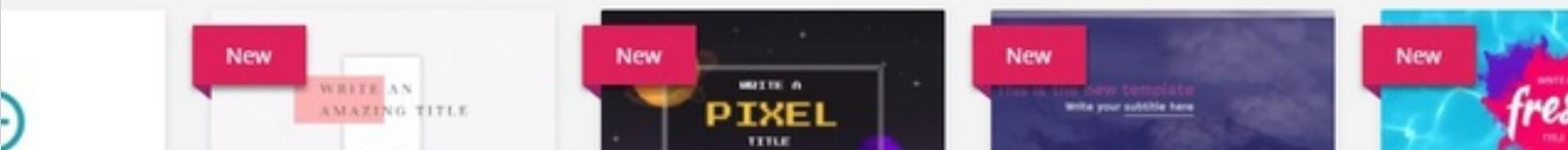


Map



Edu Resources

All Newest Professional Educational Generic





Realiza vídeos a través de animaciones. Es una especie de gran página en blanco en la que por medio de herramientas propias de la misma puedes crear vídeos, también permite adjuntar fotografías y demás. Se crea una cuenta y se instala en el pc.

Es una aplicación o herramienta web que te permite crear presentaciones animadas que luego podrás exportar en tu ordenador o compartir en la red.

¿Qué hacer?

Insertar texto. La aplicación cuenta con más de 100 tipos de fuentes. También te permite exportar las fuentes que quieras directamente desde tu ordenador. Todas las fuentes pueden personalizarse.

Insertar imagen. Hay un banco de imágenes gratuito y otro de pago. El banco de imágenes gratuito es más que suficiente para crear las presentaciones animadas que desees.

Música. Hay un banco con más de 200 canciones gratuitas que puedes insertar en tu presentación.

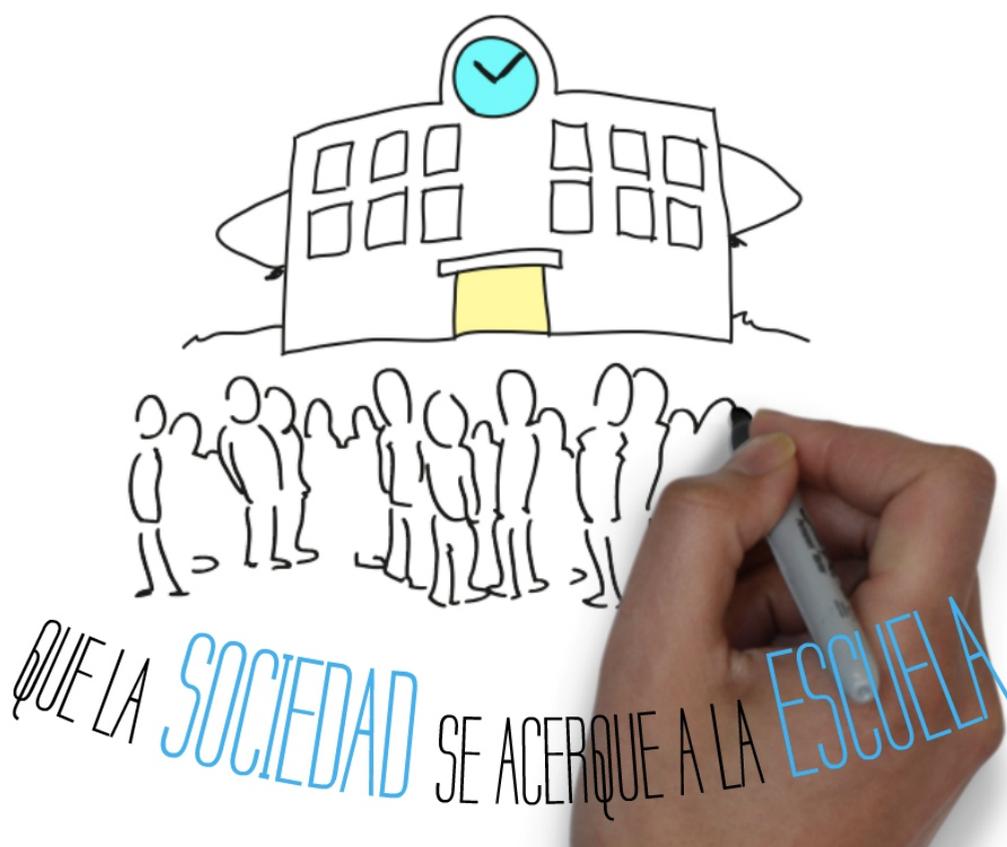
Grabación de voz. Además de la música, la aplicación te permite grabar tu propia voz mientras creas tu presentación animada.



Gráficos. Puedes crear los gráficos que desees insertando filas y columnas.

Entre muchas otras opciones para crear una presentación en vídeo atractiva al público. Durante la pasantía no se creó contenido para las revistas, pero sí se realizaron presentaciones de prueba en las que se comprobó que es muy buena herramienta. Se recomienda más para Cocinarte porque hay gran variedad de opciones que van muy bien con los artículos que se escriben para la misma. Es muy recomendable.





¿Cuáles son las prestaciones de VideoScribe?

VideoScribe te permite las siguientes funcionalidades:

Insertar texto. La aplicación cuenta con más de 100 tipos de fuentes. También te permite exportar las fuentes que quieras directamente desde tu ordenador. Todas las fuentes pueden personalizarse (color, negrita, sombreado).

Insertar imagen. Hay un banco de imágenes gratuito y otro de pago. El banco de imágenes gratuito es más que suficiente para crear las presentaciones animadas que desees. Es el que uso para mis presentaciones animadas. También puedes subir las imágenes que quieras en diferentes formatos como PNG o JPG.

Música. Hay un banco con más de 200 canciones

gratuitas que puedes insertar en tu presentación. También puedes añadir cualquier audio que quieras en formato MP3 (recuerda respetar los derechos de autor, sobre todo si tienes la intención de publicar tus presentaciones animadas en tu canal de youtube).

Grabación de voz. Además de la música, la aplicación te permite grabar tu propia voz mientras creas tu presentación animada. Esta opción da mucha credibilidad a tu material, sobre todo si creas materiales para tus alumnos, ya que ellos pueden reconocer perfectamente tu voz.

Gráficos. Puedes crear los gráficos que desees insertando filas y columnas.

Fondo de pantalla. Puedes elegir el color que desees. También hay diferentes tipos de texturas.

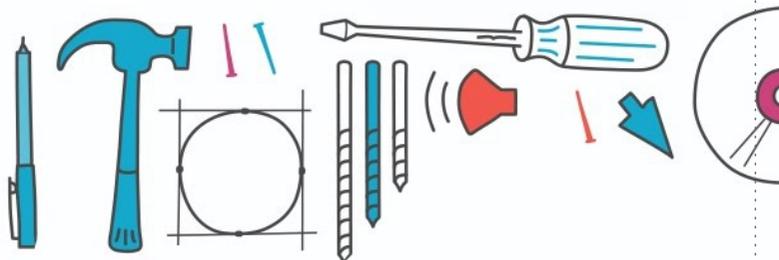
Mano que escribe. Posiblemente es el efecto más característico de la aplicación. Puedes elegir entre decenas de manos o bolígrafos. También existe la opción de usar la mano en distintos desplazamientos. ¡Incluso puedes personalizar la tuya propia!

Zoom al final de la presentación. La aplicación tiene la posibilidad de hacer un zoom total al final de la presentación para ver toda la presentación en una sola imagen. Es muy recomendable para ver el resultado final y reforzar algunos detalles que hayan podido pasar de largo.

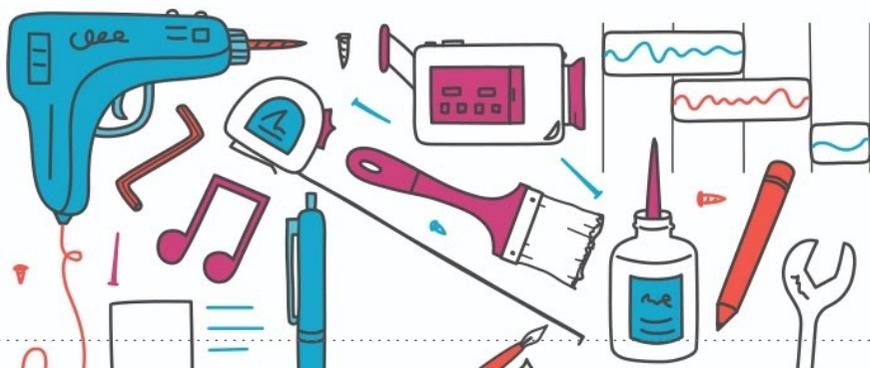
Reproducción. Puedes reproducir la presentación animada desde el principio o desde el fotograma que desees.

Exportación. Hay varias opciones de exportación: puedes guardar tu presentación animada en tu ordenador, en la nube o en un documento en PDF.

El resultado final de esta herramienta es muy satisfactorio, su variedad y amplias opciones para insertar multimedia son espectaculares



BASICS AND EXPORTING A VIDEO



playbuzz



The Playbuzz logo is displayed in a white, lowercase, sans-serif font against a dark blue background. The background image shows a person's hands and arms in a dimly lit setting, possibly a studio or office.

Permite crear historias a través de herramientas digitales. Se puede iniciar sesión con Google Facebook. Se pueden hacer vídeos, tarjetas, encuestas, listas y trivialidad.

¿Qué es?

Es una plataforma social de entretenimiento en el que los usuarios tienen una relevancia importante, ya que no sólo podrán interactuar con los contenidos disponibles en la misma, ya que también serán quienes en cierta medida generen parte de esos contenidos.

¿Quiénes pueden utilizar PlayBuzz?

Esta plataforma de publicación en línea está hecha para editores, agencias de marcas y creadores de contenido individuales para crear contenido en formatos interactivos,

como encuestas, cuestionarios, listas, fragmentos de video, presentaciones de diapositivas y cuentas atrás. El contenido generado por Playbuzz generalmente se asocia con medios virales, que pueden compartirse a través de redes sociales o incrustarse en otros sitios de la web.

¿Qué pretende hacer esta herramienta?

La web PlayBuzz pretende aprovechar el enorme tirón tanto de las listas como de otros formatos similares, como las encuestas o los cuestionarios. Así, ofrece a usuarios, editores, bloggers y marcas una herramienta gratuita para crear y publicar en la web de manera muy sencilla este tipo de contenido.

A screenshot of the Playbuzz website interface. The top navigation bar includes the Playbuzz logo, menu items like 'OFERTAS', 'ÚLTIMAS HISTORIAS', and 'SOBRE NOSOTROS', and a search bar. A 'CREAR' button is visible on the right. The main content area features a large headline 'Tu historia. Desarrollado por' and a sub-headline 'Playbuzz te permite crear, distribuir y monetizar historias interactivas.' Below this are three links: 'Anunciantes', 'Editores', and 'Creadores'. The background shows a laptop displaying a Playbuzz story interface with various media elements. At the bottom, a row of logos for various partner brands is displayed, including Universal, Unilever, American Express, HuffPost, CNBC, Bravo, TIME, VH1, MailOnline, Ford, Sky Sports, The Telegraph, The CW, Food, Sports Illustrated, and BBC.

Las principales editoriales y marcas del

¡La imaginación es tu límite!

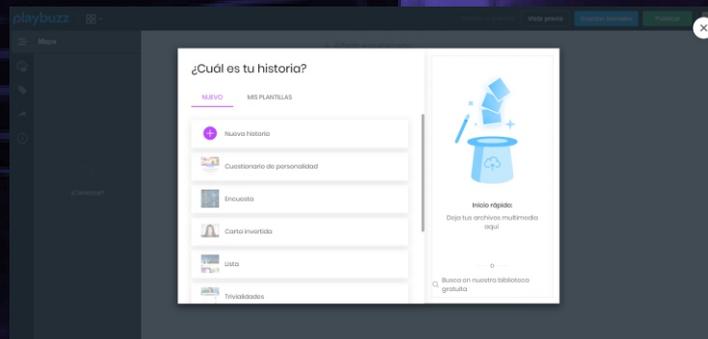
Para crear un listado, un cuestionario o una encuesta debemos darnos de alta en PlayBuzz y acceder a la plataforma de creación, disponible en playbuzz.com/create.

Una vez creado el nuevo contenido, se puede incrustar en nuestra web utilizando el código que nos proporciona PlayBuzz o mediante el correspondiente plugin de WordPress. Podemos hacer que este contenido sea privado –que esté disponible únicamente en nuestra web- o público y, por tanto, utilizable por cualquier otra página web.

Las revistas Novias y Cocinarte fueron creadas en la plataforma WordPress, así que funcionan perfecto cada una de estas herramientas.

La guía con su respectivo diseño e imágenes explicativas está publicada en la plataforma de Issuu.

playbuzz



Vanguardia

Capítulo 4: Diagnóstico final

Vanguardia es un medio de comunicación que ha estado presente en Santander por 100 años. Nació con el objetivo de informar, mostrar la información veraz y precisa a sus lectores, pero con el avance tecnológico también llegó la era de actualizarse y formarse como un periódico que tuviera contenido para cada tipo de lector, es por eso que encontramos que ahora este periódico además de ser un importante agente noticioso en la región también le apuesta a la información cultural, artística y propagandística.

Cada periodista tiene una labor diferente, la sala de redacción está llena de noticias de actualidad pero se une con la farándula que muestra hechos importantes de este sector, al mismo tiempo encontramos a quienes crean las páginas de cuidados para la casa y las familias o quienes escriben aquellos truquitos tan necesarios para los padres de familia, y también están los que encantan y muestran versiones totalmente diferentes de hechos conmocionan no solo a la región y al país con sus documentales o crónica que de fondo llevan días enteros de trabajo de campo e investigación. Así mismo sucede con las revistas Novias y Cocinarte que fueron creadas para un público que pedía artículo de este tipo.

Son revistas pensadas para las novias y novios que buscan orientación de expertos para un día muy importante, y en su portal además de encontrar consejos y demás pueden encontrar material que además de enseñarles cómo resolver ciertas situaciones también los entretienen.

Cocinarte al contrario está pensado para aquellos que aman la cocina y aman leer sobre gastronomía para aprender y poder compartir con quienes deseen recetas y nuevas experiencias en sus paladares. Entonces estos espacios fueron creados precisamente para eso,

para que todos hicieran parte de una casa periodística que piensa en todos y que día a día busca la manera de mejorar y de mostrar sus mejores resultados para Santander.

Al finalizar el trabajo realizado en las revistas Novias y Cocinarte de Vanguardia las métricas finales de sus redes sociales son las siguientes:

A la última semana del mes de mayo de 2019 las estadísticas en la página de Facebook de Cocinarte están así: se sumaron 1.813 fans nuevos durante la estancia en Vanguardia. Y 45 nuevos fans en el último mes. Se realizaron 5 publicaciones de las cuales hubo un total de 27 reacciones en la red social.



Figura 64: Métrica final de la red social Facebook de Cocinarte.
Fuente: Alejandra Gualdrón.

Esta publicación es una de las que se realizó en el último mes en la cuenta de Instagram y tuvo la siguiente interacción con el público.



Figura 65: *Publicación de la cuenta de Instagram de Cocinarte.*
Fuente: *Alejandra Gualdrón.*

La siguiente imagen es la métrica del último mes de la cuenta de Twitter de Cocinarte en el que con las nuevas publicaciones tuvo un aumento de visitas, reacciones e impresiones. Además de generar visitas al enlace de las publicaciones.



Figura 66: Métrica de la cuenta de Twitter de Cocinarte.
Fuente: Alejandra Gualdrón.

Según las estadísticas de visita a la página de Cocinarte.co brindadas por Daniela Puentes encargada del monitoreo de las páginas de Vanguardia la revista digital tuvo durante el último mes las siguientes cifras:

Tabla 7: Cifras finales de las visitas a la página de Cocinarte.co

Abril-mayo 2019	
Páginas Vistas	117.780
Usuarios Únicos	74.551
Tiempo	0:51

Fuente: Daniela Puentes.

En novias las cifras en sus redes sociales a la última semana de mayo de 2019 aumentaron también.

Sus fans aumentaron, no al nivel de Cocinarte pero se consiguieron que más personas se unieran y conocieran los contenidos que se realizan en esta revista. Como se dijo, se hicieron menos publicaciones Novias porque por un tiempo no hubo Community Manager.

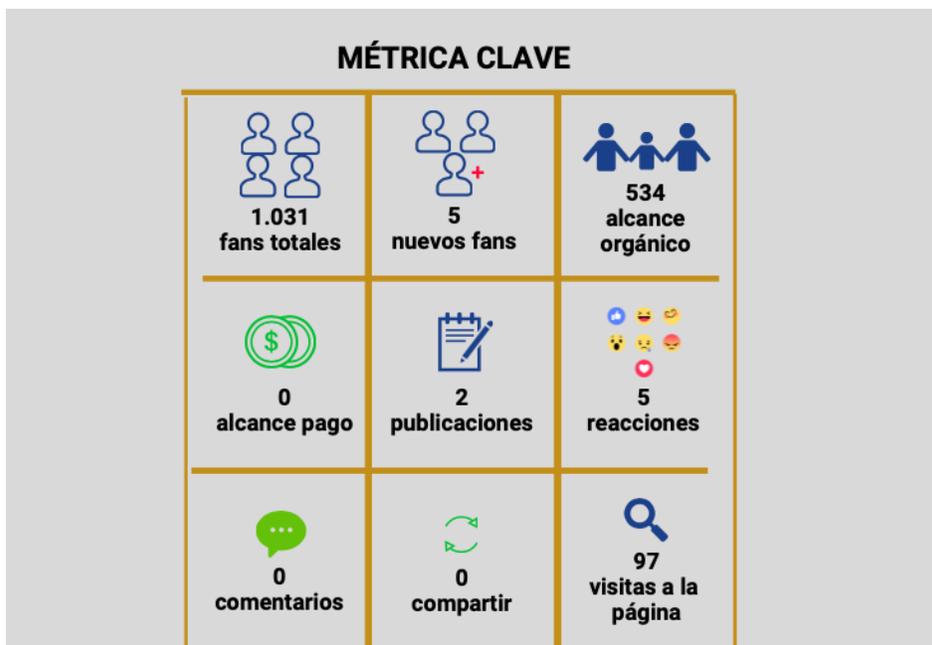


Figura 67: Métrica de la cuenta de Facebook de Novias.

Fuente: Alejandra Gualdrón.

En la cuenta de Twitter de Novias, aunque no se movió mucho esta red se consiguió visitas a los enlaces de las publicaciones realizadas y nuevos seguidores. El trabajo mancomunado entre las áreas permitirá un buen desarrollo futuro de las revistas tanto impresas como digitales.



Figura 68: Métrica de la cuenta de Twitter de Novias.

Fuente: Alejandra Gualdrón.

Así mismo en las visitas presentadas por las métricas de la página de Novias.com se evidenció la interacción de los lectores de la revista.

Tabla 8: Cifras finales de las visitas a la página de Novias.com

Abril-mayo 2019	
Páginas Vistas	21.713
Usuarios Únicos	10.790
Tiempo	1:06

Fuente: Daniela Puentes

Sus editores y directores están comprometidos con su trabajo, se muestran empeñados en siempre dar lo mejor de sí mismos porque saben que de esta manera podrán mejorar lo que hoy tienen.

Cocinate y Novias son dos proyectos pensados para ese público que busca entretenerse con otra cara del periódico. Vanguardia en cada una de sus secciones crea material para un público en específico que pide este tipo de contenido y que sigue trabajando para lograr satisfacer a sus lectores.

Capítulo 5: Conclusiones

Vanguardia está en un proceso de transición a la era digital, busca llegar a la mayor cantidad de público posible por medio de las nuevas tecnologías, avanza a pasos agigantados gracias al buen equipo que tiene. Desde su directora hasta los editores de contenido trabajan hombro a hombro para que la empresa siga adelante.

Las bajas en las ventas de publicidad afectan al periódico, por eso están haciendo una reingeniería y empiezan a preparar a sus asesores para que no se enfoquen únicamente en la parte impresa sino para que vendan también publicidad en la web, volver un aliado al internet y todas las herramientas que esta ofrece.

Las revistas Novias y Cocinarte no solo en su versión impresa sino en la digital deben aprender a navegar en el mar de las tecnologías, volverlas sus aliadas para que sobrevivan a los cambios, el periodismo digital se apodera de los medios, es hora aprovechar las herramientas que ofrece para mejorar y prosperar día a día. El contenido de estas revistas es interesante y lo solicita un público en específico por eso es tan importante mostrarles a las personas nuevas opciones para que consuman este tipo de productos.

Capítulo 6: Recomendaciones

Vanguardia este año cumple un siglo de informar la región de Santander. Nació con un propósito, pero con el paso del tiempo adoptó un periodismo independiente y veraz.

Implementó la creación de otros espacios como los de entretenimiento porque en su paso a la modernidad comprendió que todas las personas de diferentes edades buscan algo que leer.

Quisieron mostrar un periodismo serio pero que llega y suple las necesidades de información de cada persona. Se recomienda seguir con el proceso de las herramientas digitales en las revistas Novias y Cocinarte, y ojalá otras dependencias adoptaron estas herramientas para que los productos cada vez sean más interactivos.

La inmediatez va más allá de ser los primeros. Las tecnologías brindan todo tipo de opciones para avanzar a su paso, todo depende de cómo los medios las adoptan y las implementan.

Las empresas buscan que una persona supla varios trabajos a la vez, por eso las universidades están en la constante búsqueda de formar estudiantes integrales en sus profesiones. Las tecnologías brindan un plus para competir en el mercado laboral.

Cabe precisar que como recomendación final tanto para el área de nuevos proyectos como para los contenidos en general de la empresa Galvis Ramírez y Cia, se recomienda la utilización del SEO en los contenidos, que es el Posicionamiento en los Motores de Búsqueda. Es decir, es la forma ideal de generar tráfico a los sitios web, porque los contenidos además de ser buenos deben ser visibles en la web.

El SEO se concentra en los resultados de búsqueda orgánicos, en otras palabras, todos aquellos que no son pagos.

Esta disciplina por así decirlo es muy importante para los contenidos en la web que no son pagos y que son buenos. El SEO hace útil la página o sitio web, tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda, este es necesario para ayudar a dichos motores de búsqueda para entender sobre qué trata cada página y si es o no útil para lo usuarios.

Iniciar con esta herramienta permitirá que los contenidos publicados para las dos revistas y para el medio en general sean más visibles, y puedan generar mucho más tráfico en sus sitios web oficiales que es lo que se desea.

Referencias

Casco López, J., & Aguirre Gamboa, P. (2015). Jóvenes, gadgets y redes sociales. *EntreTextos* , 12.

Alonso, J. (2008). El sitio web como unidad básica de información y comunicación.

Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos . *Revista Científica de Información y Comunicación*, 22.

Constitución Política de Colombia . (1991). Artículo 20. *Artículo 20*. Colombia .

Constitución Política de Colombia . (1991). *constitucioncolombia.com*. Recuperado el 20 de mayo de 2019, de *constitucioncolombia.com*:

<http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-75>

Constitución Política de Colombia . (1991). *constitucioncolombia.com*. Recuperado el 20 de mayo de 2019, de *constitucioncolombia.com*:

<http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-73>

ES desing. (18 de Febrero de 2018). *El concepto de comunicación digital en la actualidad*.

Recuperado el 02 de Mayo de 2019, de Es desing Escuela Superior de Diseño de Barcelona: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/el-concepto-de-comunicacion-digital-en-la-actualidad>

Forero, G. A. (Diciembre de 2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. . Bogotá, Cundinamarca , Colombia .

Nicuesa, M. (2014). *ABC*. Recuperado el 02 de Mayo de 2019, de ABC:

www.definicionabc.com/social/interaccion.php

RAE. (2018). *Real Academia Española* . Recuperado el 02 de Mayo de 2019, de Real Academia Española : <https://dle.rae.es/?id=WOsvFFF>

Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. (2018). *Estrategias de aprendizaje colegio de Colciencia y Humanidades* . Recuperado el Mayo de 10 de 2019, de Estrategias de aprendizaje colegio de Colciencia y Humanidades :

<http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC>

Zamora, M. A. (junio de 2014). Repositorio de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo .
Internet. Hidalgo , México .

Apéndices

Apéndice A. Entrevista con Amparo Forero Jiménez y Paola Bohórquez Reyes.



Fuente: Pasante.

Apéndice B. Formato de las preguntas elaboradas para la entrevista.

11/02/2019

Nombre de los entrevistados: _____

Empresa: _____

Objetivo de la entrevista:

La entrevista realiza con la finalidad de recopilar información necesaria para la elaboración del diagnóstico de las revistas Novias y Cocinarte para las que se desarrollarán material multimedia. Se espera recolectar toda la información existente con esta entrevista con las dos profesionales que hacen parte de la dependencia de Nuevos Proyectos a la cual están asignadas dichas revistas.

Preguntas:

1. ¿Hace cuánto se crea la revista novias?
2. ¿Hace cuánto se crea la revista Cocinarte?
3. ¿Qué temas se tocan en las revistas?
4. ¿Cuándo se decide crear el portal web de las revistas?
5. ¿Cómo fue la transición de novias a la web?
6. ¿Cuáles son las debilidades que consideran que tienen las revistas?
7. ¿Cuáles son las fortalezas de las revistas?
8. ¿Cuál es la proyección que se tiene de las revistas?

Entrevista semiestructurada realizada a la editora de Contenido y a la periodista de Vanguardia.

Fuente: Pasante.

Apéndice C. Entrevista transcrita

Tabla 7, entrevista

Entrevista a Amparo Forero editora de Contenido y Paola Reyes periodista.		
Preguntas	Entrevistado	Respuesta
¿Hace cuánto se crean las revistas?	Amparo Forero	La revista Novias es un producto de Vanguardia, el diario de Santander, y se crea hace 15 años, circulando dos veces al año.
	Paola Reyes	La revista Cocinarte como tal se crea hace cinco años, también pertenece a la casa editorial de Vanguardia de Bucaramanaga, Santander.
¿Qué temas se tratan en las revistas?	Amparo Forero	La revista Novias pues toca los temas que eminentemente tienen que ver con el matrimonio, todos los preparativos de una boda, el ánimo de la revista es que sea una guía de tendencia para los futuros esposos. Entonces si hablamos de los temas serían, tarjetas, calzados, el menú, el sitio donde se hace la boda, las argollas, donde se celebra la luna de miel, el ponqué, y sobre cada uno de estos temas se marca la moda que esté en su momento, para que realmente sea una guía para una novia, y finalmente haga el matrimonio como siempre lo ha querido.
	Paola Reyes	En cuanto a Cocinarte se tratan temas como tal de gastronomía, de tendencias de que cocina que están a la vanguardia, se muestran historias de algunos personajes influyentes en el tema culinario, platos típicos de la región, platos internacionales, digamos que toda la oferta gastronómica y culinaria de Santander. Así como el tema de bebidas, licores, jugos, de todas las tendencias como tal que se manejan en el ámbito gastronómico, se enfoca en Santander por la oferta que hay de restaurantes y de sitios gastronómicos, pero también se muestra la tendencia mundial que se está manejando en cuanto al tema culinario.

Tabla 7, continuación

¿Cuándo se decide crearles portal web?

Amparo Forero

El portal de novias creería que puede llevar unos cinco años pero como muchos portales nacieron ahí por hacerlos, pero realmente el portal activo podría llevar unos tres años, activo que es, que se le hace información editorial, después de los textos cambiamos un poco a contenido multimedia en colaboración con nuestros colegas practicantes, al portal web también se sube el contenido de la revista, y pues nace por las necesidades que ha marcado el mercado.

Paola Reyes

En cuanto a cocinarte fue hace alrededor de tres o cuatro años, no estoy segura, nace también con la revista, digamos también que es como la unión entre el papel y el tema digital, porque razón Cocinarte se creó así, porque los contenidos en la página web de cocinarte se enfocaron como tal en vídeos de recetas que son las mismas que se plasman en la revista impresa. Entonces digamos que va de la mano tanto en papel como el tema digital. De igual manera, en la revista Novias como en la revista Cocinarte en la página web se suben contenidos editoriales, los contenidos de la revista y se va alimentando semanalmente sobre tendencias culinarias, así como videos y contenidos multimedia.

Amparo Forero

La revista Cocinarte siempre ha ido un poquito más adelante que la revista Novias en la plataforma digital, que tiene incluso contenidos propios, creo que es la única revista que hasta tuvo videos de todas las recetas que generaba unos costos especiales, e incluso ha tenido una única persona al frente que son nuestros colegas practicantes generando solo contenido para la plataforma digital, además de la página esto va ligado a las

Tabla 7, continuación

¿Cómo fue ese paso a la web?	Amparo Forero	<p>redes sociales. Amabas tienen redes sociales en Instagram, Twitter y Facebook. Cocinarte ha tenido más movimiento en estas plataformas. Vimos esa necesidad, pero hemos sido muy tímidos la verdad, no hemos podido llegar al momento, o potencializarla comercialmente. Porque hay revistas en el mercado digital con mucha fuerza, seguramente ha habido algo que no nos ha permitido lanzarla al estrellato, entonces seguimos trabajando en eso. Esperamos que ahora que llega un experto en el tema de audiencia, haga un estudio especial y que nos digan que hacer, porque sabemos que tenemos que apuntar mucho más a estas plataformas digitales.</p>
¿Cuáles son las debilidades de las revistas?	Paola Reyes	<p>Pues en estos momentos creería yo que es como el tema de audiencia, porque digamos que no conocemos muy bien público al que se está dirigiendo como tal el producto. Como lo decía Amparo, ya están trabajando y hay un equipo como tal conformado para dirigirnos hacia la audiencia de estos productos, entonces de ahí digamos que ellos nos darían las pautas para que el producto se nivelara o estuviera un estándar. Que resurgiera, pero más que una debilidad yo creo que es como un tema más de como de reingeniería, porque finalmente si se tomara como una debilidad el producto se hubiera extinto.</p>
	Amparo Forero	<p>Sobre debilidad yo creería que, aunque llegó el personaje debería haber acción. Creo que debería haber una estrategia clara de quienes trabajamos ya sea en torno a las ventas o a los contenidos. Tenemos personas hábiles en cada campo, pero necesitamos a alguien que articule cada una de las capacidades. Entonces yo siempre hablo de que no hay una estrategia clara de hacia dónde debemos andar, no hay un norte, hay desconocimiento de todo este mundo</p>

Tabla 7, continuación

¿Cuáles son las fortalezas de la revista?	Amparo Forero	digital. Hay muchas personas con mucha experiencia, pero de la era impresa, que preferimos seguir vendiendo avisos impresos que digital, sabemos que hay que escribir diferente para lo digital, como lo decía Paola, hay desconocimiento de la audiencia. Uno, creería que son productos arropados con una gran sombrilla que es la compañía Galvis Ramírez y Cía. Es muy diferente presentarme de forma particular, a que llegue el sello de Vanguardia.
	Paola Reyes	Nuestros productos tienen el respaldo de una gran casa editorial, de igual manera, este mismo respaldo da una tranquilidad al lector, porque si por algo se ha caracterizado la casa editorial es por eso. Entregar contenido de calidad, los productos también son realizados por profesionales idóneos, y digamos que también hemos cobijado a nuestros productos aparte del sello de Vanguardia, también con el tema digital, y hemos buscado evolución y una reingeniería. Entonces, digamos que esa es una de las grandes fortalezas.
	Amparo Forero	El hecho de ser un producto elaborado por Galvis Ramírez y Cía., también lo distribuye esta misma compañía, lo que asegura impacto en ciertos nichos y audiencias del mercado. Qué lo podemos reforzar y hacer mejor es cierto, y en la parte digital pues ya contamos con profesionales que se encarga del movimiento de contenidos.
	Paola Reyes	Otra de las fortalezas como tal son las piezas multimedia con las que se apoyan los productos y que no se quedan solamente en la revista, que circula dos veces al año, sino que digamos que tienen otros productos derivados de las mismas revistas. Y así no pierden vigencia, es decir, cocinarte tiene una

Tabla 7, continuación

¿Cuál es la proyección que se tiene con las revistas?	Paola Reyes	sección que va cada quince días, entonces ahí hay una periodicidad. En cuanto a la proyección con el equipo de audiencias, el equipo editorial y de ventas la idea es que nuestras revistas se posicionen a nivel Santander como referencia. Y fortalecer el tema digital como tal. Que el papel y lo digital sean una alianza más que un valor añadido.
---	--------------------	--

Fuente: Pasante.

Apéndice D. Link de la guía publicada en Issuu:

https://issuu.com/mabelbello63/docs/manual_de_uso_herramientas_digitales