

Manual de estilo digital para www.lapatria.com

Trabajo de grado para optar al título
de Comunicador y Periodista

Andrés Felipe Ríos Fernández

Asesor

Ángela María Correa Aramburo

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales

Comunicación y Periodismo

Caldas-Antioquia

2015

Tabla de contenido

	pág.
Glosario	3
Resumen	5
Abstrac	6
Introducción	7
Justificación	9
Objetivos	11
Marco teórico	12
Contexto Periódico La Patria	16
Metodología	20
Análisis de resultados	34
Propuesta Manual de estilo digital	38
Recomendaciones	47
Conclusiones	49
Referencias	51
Apéndices	52

Glosario

Hipertexto: “una forma de organizar el texto en ordenadores, que permite enlazar cualquier parte de un texto (o de otro medio) con cualquier otro lugar. (Díaz Noci & Salaverría Aliaga, 2003, pág. 16)

Multimedialidad: Consiste en la capacidad de procesar y difundir mensajes que integran diversos códigos -textuales, visuales y sonoros- y gozan de unidad comunicativa. (Díaz Noci & Salaverría Aliaga, 2003)

Interactividad: Posibilidad de que todos los interlocutores en el proceso comunicativo, o sea, tanto los periodistas como el público interaccionen recíprocamente con el medio y entre sí. (Díaz Noci & Salaverría Aliaga, 2003)

Ciberperiodismo: Especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos. (Díaz Noci & Salaverría Aliaga, 2003, pág. 17)

Redacción: Actividad de construir y crear mensajes, con independencia de cuáles sean los elementos-textuales, visuales y/o sonoros- que los integran. (Díaz Noci & Salaverría Aliaga, 2003, pág. 18)

Usabilidad: La efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un grupo de usuarios específicos puede realizar un conjunto específico de tareas en un ambiente particular.

Palabra que describe facilidad de uso. (Franco Morales, 2008)

Periodismo multimedia: Exige escribir la noticia para la Red, con las correspondientes actualizaciones, y contar las cosas con los medios audiovisuales, compartiendo toda la información. (Díaz Noci & Salaverría Aliaga, 2003, pág. 51)

Tag o etiqueta: Un tag o etiqueta es una palabra asociada a una entrada o post que describe el tema tratado en el mismo para intentar ayudar a clasificar los contenidos.

(CEIDE, Centro de estudios sobre innovación y dinámicas educativas)

Resumen

Este ejercicio académico tiene como finalidad constituirse en una guía para facilitar el proceso de actualización de contenidos y definir las características que orientarán a los periodistas que trabajen en www.lapatria.com. De esta manera se establecerán parámetros básicos en cuanto a redacción, estilo y recomendaciones para la administración de las redes sociales a las que está suscrito el medio..

Este manual servirá de guía, respetando las características propias de los medios digitales, para ofrecer una mejor experiencia de lectura en pantalla al usuario. De igual forma el uso de recursos diferentes al texto permitirá una mayor vinculación en tiempo e interacción de las audiencias con el sitio web, beneficiando el posicionamiento de marca y las estadísticas, circunstancia favorable para la venta de publicidad.

En el apartado sobre el uso de redes sociales, se ofrecerán elementos para su gestión que se constituyen en elementos de apoyo para mantener el diálogo con los seguidores del medio y potenciar el alcance de los contenidos.

Abstrac

The objective of the following Project is to provide a guide that facilitates the updating process of the digital contents and define the characteristics that journalists who work in the web should follow. Through it, a step by step explanation of the tasks the community manager should accomplish will be established, whether it is the journalist, the editor or the practitioner who decides to acquire this role.

This manual intends to demonstrate the difference between the digital and the print in order to create a more interactive web page that allows the reader to identify the medium as a platform that offers a variety of formats in which content can be displayed.

Besides showing the drupal platform's capability of uploading news to the web, through the use of social networks it will be possible to manage the dialogue with the community in a more efficient way, expand the niche in the market of the people who need to establish familiarity with today's informative world and hook contents mainly through Facebook and Twitter in order for the users to increase the visits to the web page.

Introducción

Los retos que implica para un periódico impreso el ingreso a mundo digital ameritan la construcción de un manual de estilo como soporte para entregar una información acorde a los valores y parámetros editoriales de una casa periodística. De acuerdo con Juan Luis Cebrián “La sociedad de la información ofrece una oportunidad extraordinaria pero también un desafío mayor ante el que tenemos que reaccionar activamente. De ahí que deseemos debatir intensamente sobre cómo está desarrollándose nuestra sociedad y cómo puede transformarse en vista de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías o new media”. (Cebrián, 1998, 11).

Con este proceso de convergencia que tendrá en cuenta el manual periodístico para el impreso, como la ideología y las bases éticas, marcará la diferencia para establecer esa línea entre el impreso y lo digital con las oportunidades que tiene la web para ampliar información o contextualizar a las personas que ingresen al sitio por medio de sonido, video y herramientas que permiten al lector ver de otra manera la noticia.

En este mismo sentido, la importancia que han cobrado las redes sociales también es relevante, sino trascendental, cuando se habla de contenidos digitales porque posibilitan la inmediatez, la interacción que les permite a los lectores tener voz dentro del proceso informativo con la retroalimentación y posicionar la marca de la organización como un sitio que ofrece continuamente la actualidad para la región.

Sobre estas bases el presente manual resolverá su principal objetivo, que es ser una guía para que se entregue una información con mayor calidad, a pesar de las premuras que requiere la cotidianidad del periodismo. De esta manera en él se reunirán las normas esenciales de estilo, técnicas de redacción y de postear en las redes.

Justificación

Para Judith A. Tarutz, autora del blog Blog Nisaba, la importancia de un manual de estilo radica en “señalar cuál es el estilo preferido cuando hay más de un criterio correcto, normar estilos y dictar lineamientos para tópicos muy técnicos, e indicar excepciones a las reglas generales con el fin de adaptar el manual a las necesidades particulares” (Tarutz, 2010).

Un sitio web debe ser recordado y administrado de acuerdo con su identidad, de allí la importancia que tiene para cada medio establecer a través de un manual de estilo creado a la medida de sus necesidades, los protocolos y normas para la construcción de sus contenidos. Esta herramienta permite conservar y cuidar la reputación ante sus audiencias. Al estandarizar parámetros para mantener el sitio actualizado, la información jerarquizada y con una estética coherente con la imagen que la empresa quiere proyectar.

El propósito principal que motiva la creación de una sección para el *Manual de Trabajo periodístico* del La Patria que facilite la generación de contenido para la versión digital, es proporcionar a los redactores una herramienta actualizada que, respetando los valores y políticas que dan cuenta de su postura editorial, facilite su participación en el proceso de elaboración de noticias para el sitio web, entendiendo que por su naturaleza estas notas requieren un tratamiento diferente en enfoque, redacción y presentación.

En este sentido, este documento pretende convertirse en una ruta que oriente los procesos de escritura y publicación de los contenidos para el sitio web y para las redes sociales Facebook y Twitter que administra el periódico, buscando con ello garantizar la vigencia y coherencia en el manejo de la marca. Dicha propuesta contendrá, técnicas de redacción y de publicación.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar la sección *Contenidos Digitales* para el *Manual de Trabajo periodístico* del periódico La Patria de Manizales.

Objetivos específicos

1. Identificar las características y funciones de los manuales de estilo periodístico.
2. Identificar las principales características de la escritura para la web.
3. Definir las políticas de administración y elaboración de contenidos para las redes sociales Facebook y Twitter en el periódico digital de La Patria.

Marco Teórico

El cierre de la revista Newsweek en el año 2012, tras ochenta años de publicación, reabrió el debate sobre el fin de los medios impresos ante el auge de los medios digitales. El periodista y docente universitario, Mario Munive, afirma en el blog peruano Clases de Periodismo que:

La prensa de papel no ha muerto, aunque buena parte de ella respira saludable en las orillas del infotainment (...) Ciertamente, vivimos en la era de los algoritmos, de las redes sociales y de la exacerbada personalización de contenidos, pero todo ha sucedido de manera gradual y, al parecer, conviviremos todavía por muchos años con los viejos formatos. (Munive, 2014).

En este sentido se hace necesario que cada uno de ellos medio digital o análogo continúe trabajando en búsqueda de condiciones de calidad coherentes y armónicas con la naturaleza de los formatos. Al respecto los autores Fogel y Patiño en su libro *La Prensa Sin Gutenberg*, en un estudio desarrollado al interior de los sitios web que pretendía identificar "cómo los equipos pasaban por pasaban de colgar en la red textos preparados dentro de las redacciones clásicas al ejercicio de un periodismo propio de Internet".

La adaptación de los medios a estos cambios requiere un direccionamiento que controle los métodos como sustenta Milfri Aída Pérez en su trabajo para el Universal de Caracas:

“En publicaciones periódicas los manuales de estilo, delimitan, regulan y especifican el cómo y cuándo usar distintos elementos que intervienen en su elaboración, así como la política o principios que deben prevalecer en la producción de informaciones, pues estos constituyen ‘la firma’ o ‘sello’ particular de un determinado medio”.

Asimismo, Mario Eguaras argumenta cual es la relevancia de una guía para crear contenidos “Un manual de estilo incrementa el nivel de calidad de las publicaciones, informa y orienta al lector, unifica sistemas y formas expresivas que reditúan en un mayor disfrute la lectura de la publicación”. (Eguaras, 2014). Por lo cual, la aplicación de los lineamientos del manual proporcionarán uniformidad a la noticia y al estilo del puntocom.

Los estudios de *Eyetrack* revelan que los formatos y el modo de lectura en pantalla evolucionaron, modificando la manera de hacer periodismo. Según Jacob Nielsen citado por Guillermo Franco en su texto cómo escribir para la web, estas investigaciones dicen que el modo de lectura es en F:

El nuevo estilo, el estilo Internet, nos exige cambiar estos paradigmas. La información en la pantalla se lee –se ve–, según reseña Franco en este documento, configurando un patrón en F, donde los usuarios solo ven el primer tercio de los titulares, primera frase de los párrafos y de intertítulos cuando exploran la página.

A la izquierda debe ir la palabra más significativa y no necesariamente la primera palabra del sujeto de la frase. En consecuencia, lo que en un medio tradicional se podría anunciar como Guerrillera de las FARC se desmoviliza, en la red hay que anunciarlo como Desmovilizada guerrillera de las FARC.

La nueva sintaxis –que sin duda lo es– acude con menos prevención a la voz pasiva, recupera el recurso de los dos puntos, unifica el uso de cifras para todas las cantidades y en muchos casos, especialmente títulos e intertítulos, prescinde de los artículos”.

Así como hay investigaciones que hablan de la lectura en pantalla, entre ellos el de Joao Canavilhas que reseña en su libro acerca de las cuatro fases de evolución que trajo el periodismo en la web, siendo una escala de mayor calidad a medida que avanza en este derrotero, estas son:.

Facsímile: Reproducción simple de la versión impresa.

Modelo adaptado: Seguir utilizando los mismos contenidos en versiones escritas, pero con un layout (plantilla) para la web.

Modelo digital: Un layout pensado y creado para la web. Además, incorpora hipertexto, comentarios y actualizaciones continuas de noticias.

Modelo multimedia: Las publicaciones sacan el máximo partido de las características del medio, sobre todo en lo que toca a la interactividad y a la oferta de sonido, vídeo, fotografía o ilustraciones y gráficos. En este modelo empiezan a notarse las propiedades de un nuevo lenguaje debido a la integración de diferentes elementos multimedia en el texto (convirtiéndose en hipermedia). (Canavilhas, 2007).

Periódico La Patria

El periódico La Patria fue fundado en Manizales el 20 de junio de 1921 por un grupo de amigos liderados por el señor Francisco José Ocampo Londoño, con el propósito de entregar a la sociedad manizaleña un medio de comunicación a través del cual dar a conocer las ideas políticas del Partido Conservador. (Redacción La Patria, Manual de Trabajo Periodístico, s.f.).

Solo dos años después de su creación tuvo que luchar por su supervivencia tras sufrir un grave incendio que acabó con todas sus instalaciones. Gracias a su espíritu pujante y a su vocación periodística poco tiempo después estuvo de nuevo en circulación.

En 1943 el periódico fue comprado por los señores José Restrepo Restrepo y Gustavo Larrea Córdova. Con la nueva administración, el periódico también tuvo nueva sede, la del centro de Manizales. Allí funcionó por más de medio siglo. Al morir Restrepo Restrepo en 1978, sus hijos heredaron el diario y en la actualidad la propiedad de la empresa permanece en sus descendientes, que ya van por la cuarta generación.

En 1943, Luis José Restrepo Restrepo, uno de sus hijos del fundador, asumió la dirección en medio de la profunda crisis financiera que amenazaba a los periódicos en Colombia. En sus 35 años de gestión Restrepo dio paso a una serie de cambios que permitieron el ingreso de la publicación al Siglo XXI.

Una de las características de este diario regional, la de asumir el rol del cuarto poder dentro de la sociedad denunciando hechos de corrupción y abuso del Estado, desencadenó el atentado en 2002 contra Orlando Sierra Hernández, en ese entonces subdirector.

Pese a esta situación el periódico siguió adelante, logró adquirir en 2006 una nueva sede en el barrio Sáenz, desde donde viene ejerciendo el liderazgo en el departamento de Caldas.

Actualmente Nicolás Restrepo es el director general del diario manizaleño que lleva 93 años informando especialmente a la comunidad caldense, y a toda Colombia.

Misión del periódico

“LA PATRIA, como medio de comunicación, tiene su obligación primaria y fundamental con la comunidad de Manizales, de Caldas, el Eje Cafetero y Colombia en general. Los intereses regionales y locales son el centro de nuestra acción, sin olvidar que hacemos parte del universo”. (Redacción La Patria, Manual de Trabajo Periodístico, s.f, 3).



Ilustración 1. Serie periódico La Patria. Imágenes cortesía

Estructura organizacional

En 2015 la sala de redacción del periódico está conformada por 34 periodistas.

Así: Cuatro editores generales: Alejandro Samper de Q'Hubo, Francisco Arias de Opinión, Fernando Ramírez, editor general y Geovanny Martínez, editor de fin de semana.

También cuenta con tres fotógrafos: Darío Cardona, Martha Monroy y Freddy Arango. Cuenta con los servicios de Soledad Ortiz para realizar la corrección de estilo. El área de diseño se encuentra conformada por 12 profesionales.

Metodología

La Metodología que se abordó en el desarrollo de la propuesta de creación de Manual de Estilo para el periódico www.lapatria.com fue de tipo cualitativo. El propósito fue la identificación de factores culturales y académicos relacionados al desempeño y percepción que el grupo de periodistas de las redacciones análoga y digital del periódico tienen con relación a la producción de contenidos para el sitio web y del manejo y administración de redes sociales.

En sintonía con los planteamientos de Hernández Sampieri citando a Lincoln y Denzin definen la investigación cualitativa como:

"un campo interdisciplinar, transdisciplinar y en muchas ocasiones contradisciplinar. Atraviesa las humanidades, las ciencias sociales y las físicas. La investigación cualitativa es muchas cosas al mismo tiempo. Es multiparadigmática en su enfoque. Los que la practican son sensibles al valor multimetódico. Están sometidos a la perspectiva naturalista y a la comprensión interpretativa de la experiencia humana".

Las técnicas a través de las cuales se recolectaron los datos son:

Entrevista en profundidad	<ul style="list-style-type: none"> • Elizabeth Ramírez Correa
Entrevista estructurada	<ul style="list-style-type: none"> • Margareth Sánchez _ Editora de Unidad Digital • Laura Sánchez Largo – Periodista Unidad Digital • Mariana Alipio – Practicante unidad digital
Sondeo con periodistas del medio impreso	<ul style="list-style-type: none"> • Realizada por 16 periodistas de la redacción impresa del periódico La Patria.
Análisis de Manual de Medios Digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Periódico El Universal de Caracas • Periódico Journalism PortoNet • Periódico La Voz www.lavoz.com.ar y Periódico de Córdoba www.cordoba.net

Entrevista en profundidad

Elizabeth Ramírez Correa se desempeña desde el año 2011 como jefe de la Unidad Digital del periódico La Patria de Manizales. Estudió Ingeniería de Sistemas en la Universidad Autónoma de Manizales, y realizó una especialización en Telecomunicaciones, Ingenierías, TICS. Fue la responsable de liderar el proyecto del sitio web del periódico manizaleño.

¿Cómo y con quiénes inició el puntocom de La Patria?

R/: Estamos hablando del año 1998. Casi todos los sitios se hacían en html. Yo estaba en sistemas, hubo una segunda y una tercera versión. Luego Juan Pablo Gallo, un periodista que trabajó en La Patria mejoró la versión. Cualquier persona que tenga una habilidad técnica hace un sitio web, él era el

responsable, como la figura del web máster. Luego se le encargó a autoedición la tarea de que subiera La Patria, se subía lo esencial aunque durante el día no había nadie que actualizara el sitio. Después contrataron a un periodista con el rol de editor web, él durante el día hacía actualizaciones. Mauricio Díaz hizo un aporte importante con la sección de lector interactivo que fue su tesis de grado en la especialización. Él creó el concepto de lector interactivo pero ya más formal, entonces empezaron a aparecer más recursos, aportes de redacción, más apoyo e interés. Luego llegó Jhon, él estuvo aproximadamente 5 años, ahí ya había un interés especial, un interés entendiendo que esto debía ser más que un sitio presencial informativo, sino que era una oportunidad de negocio.

¿Cómo se empezaron a comercializar los contenidos?

R/: Eso fue hace 6 o 7 años que departamento comercial decía yo voy a vender esa pauta comercial, entonces el Doctor Botero decía súbame esta publicidad de la Licorera de Caldas, no había un servidor de publicidad que administrara esas pautas, ni estándares. Hace más o menos seis años empezamos a tener proveedores más serios y pasamos a una cantidad de versiones. Por ejemplo, hace unos años venían unos peladitos y negociaban con el jefe, él decía eso está barato, entonces lo hacían con todos los problemas de ingeniería, de infraestructura, con hosting compartido. Después de eso, contratamos con Fundación Emtelsa, ellos tenían una unidad de desarrollo con otra empresa local entonces nos hicieron un desarrollo mejor, empezamos a estructurar cosas y a manejar estándares de publicidad, eso fue hace aproximadamente seis años.

Empecé a entender que esto funciona es por tráfico no por otra cosa. De ahí brincamos a hosting y luego contratamos un desarrollador local que aprendió Drupal con nosotros.

¿Por qué decidieron elegir esta plataforma?

R/: Porque es ideal para plataformas de alto tráfico, porque es código abierto y no había plata para invertir. Hace cuatro años habíamos estructurado el portafolio de lapatria.com. Entonces el Doctor Nicolás me dijo preséntele a la junta lo que es la parte web, yo le presenté a la junta porque debía ser un proyecto independiente y porqué debemos trabajar con contenidos directamente. Ustedes deben ser los responsables del aumento del tráfico con las estrategias de retención de los usuarios, y eso es lo que me da la posibilidad de mejores ingresos. La junta aprobó la creación de la unidad, entonces salí de sistemas, le entregué a Jenny y esa transición se demoró seis meses. Hace tres años inició Unidad Digital, incluso, ese término lo utilizan otros. Ahí iniciamos con un presupuesto asignado, tuvimos un cumplimiento de 197%. Ese primer año tuvimos resultados significativos. Tuvimos diseñador, un equipo de trabajo y empezamos a incursionar en redes. Se empezaron a estructurar los otros portales: el de propiedad raíz, el de Nuevo Estadio y algo que ha fortalecido este tema es que hace dos años se creó en Andiaros el comité de internet que es cada tres meses. Lo único que les digo es que nosotros somos los más chiquitos. Yo soy allá como una esponja. El tema es que todos estos periódicos grandes invierten duro. Entonces ¿cómo fue aquí el ejercicio? Un rendimiento

del 197% esto empezó a dar, ahora sí invirtamos, al año siguiente después de que cumplimos el presupuesto, contratamos una persona experta en drupal. El año pasado nos montamos en un servidor brutal de hosting, en este momento nos estamos montando en uno aparentemente mejor, ya hay una conciencia corporativa de la importancia de la infraestructura. Es muy difícil vender pauta cuando el sitio se te cae cada año.

¿Cuánto es el promedio de visitas únicas por mes?

R/: 500.000 mil usuarios únicos por mes, 1.200.000 visitas y 3.700.000 páginas vistas.

¿Qué hitos recuerdas del primer video, primera cámara o primera nota que se subieron a la web?

R/: Hay un sitio que no recuerdo como se llama que tiene los pantallazos de como inició la web.

¿Cuántas veces han rediseñado la página?

R/: Muchas, aproximadamente cada tres años en promedio.

¿Han tenido algún problema legal con el sitio web?

R/: Los problemas han sido del estilo de comentarios de la gente, entonces digamos que uno se libra de la responsabilidad cuando uno tiene la política legal

que dice “que yo me libro de toda responsabilidad legal de los comentarios de terceros”.

¿Han tenido un asesor en redes sociales?

R/: No, nunca.

¿Han tenido una política de escritura para la web?

R/: No, eso es lo que tú debes hacer. En la época de las burbujas de las puntocom UOL y Terra cogieron los medios y les dijeron yo voy a hacer el diseño de los sitios. Entonces Terra hizo los de El Tiempo, El Colombiano y los medios grandes firmando unos contratos millonarios, en cambio UOL cogió a los chiquitos, obviamente todos se quebraron y durante algún tiempo nos dieron una plata importante. La primera era de ellos, era tan feita, era un sitio totalmente estático. El cabezote creo que era con amarillo, periodísticamente hablando no tengo mucho para contarte, mi rol ha sido claramente más comercial.

¿Cómo le gustaría que evolucionaran los contenidos de La Patria digitalmente?

R/: Pues, claramente lo ideal, es una redacción paralela, pero es muy difícil, ya sabemos lo que paso con la Revista Semana, se recortó a 30 personas. Yo me imagino o espero que los periodistas por lo menos sepan poner buenos tags, que tengan buena capacidad de abstracción y le pongan amor a la nota. Uno que lo hace muy bien es Osvaldo, y que entiendan que ahí los están leyendo

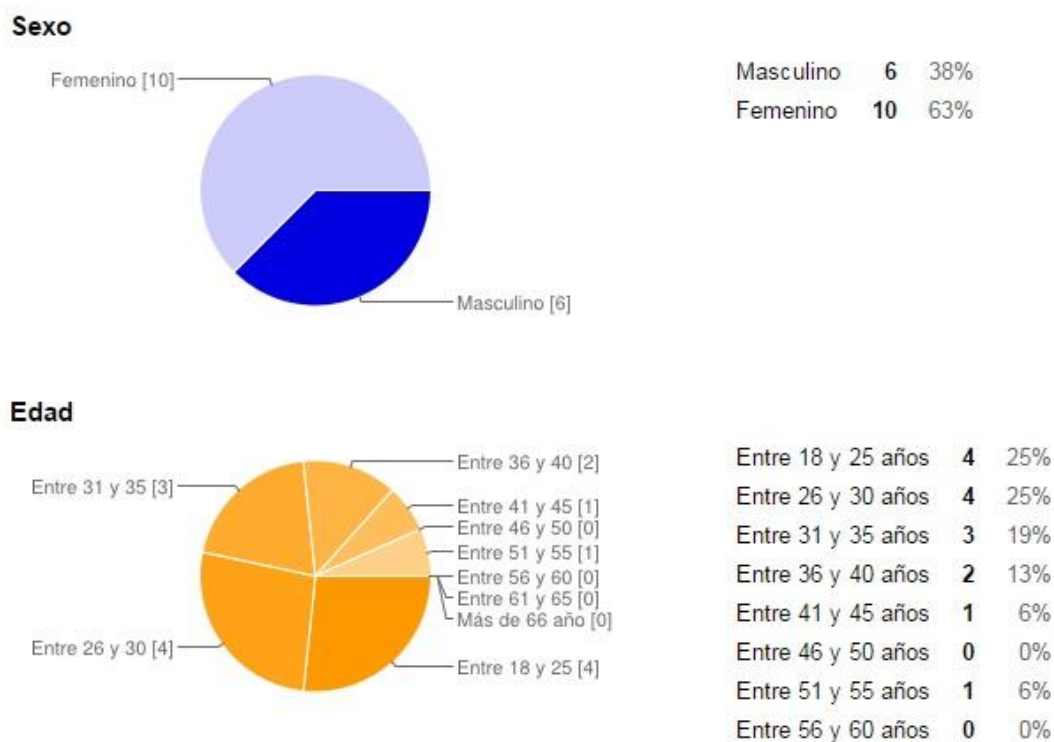
más que en el impreso. A lo que le debemos apuntar ya, es a mejorar la versión de móviles porque ahí estamos teniendo un tráfico de un 30%, hay que meterle plata porque a esa no se le ha invertido, lo que tenemos es que llegaron unas personas que dijeron yo la hacemos y vendemos publicidad y vamos por mitades. En un momento dado cobraban 3.000 o 5.000 dólares. Este año tenemos que sacar un rediseño de La Patria con responsive, aunque no sé si responsive sea el más adecuado porque nos están visitando mucho.

Sondeo con periodistas del medio impreso

Con el objetivo de identificar el grado de reconocimiento y aplicación del Manual de Trabajo Periodístico del periódico La Patria, de Manizales, en el ejercicio de elaboración de contenidos en los miembros de la redacción del diario y sus limitaciones al momento de trabajar para el sitio web del periódico, se aplicó entre un grupo de redactores del periódico impreso (16) un cuestionario compuesto por 13 ítems. (Ver anexo 1)

La prueba que se aplicó a 6 hombres (38%) y 10 mujeres (63%) arrojó los siguientes resultados:

Gráfica 1. Distribución por sexo y rangos de edad.



Los rangos de edad de los redactores del periódico oscilan entre los 18 y los 25 años (24%) y 26 y 30 años (24%). A estos grupos le siguen los redactores con edades entre 31 y 35 años en un porcentaje de 19%. Por edades los grupos minoritarios son, en orden decreciente: Entre 51 y 55 años, el 6% (1); entre 41 y 45 años, el 6%(1), y entre 36 y 40 años, el 13% (2).

Gráfica 2. Tiempo de trabajo en La Patria.

De los siguientes rangos indique, hace cuánto tiempo hace parte de la redacción del periódico La Patria



A la pregunta *De los siguientes rangos indique, hace cuánto tiempo hace parte de la redacción del periódico La Patria*, el sondeo permite visualizar que el grupo mayoritario de periodistas, 4, que representa el 25%, hace parte de la redacción hace menos de un año. El grupo minoritario está representado en 1 periodista (6%), que correspondió para este sondeo a los que llevan vinculados al medio entre 15 y 20 años.

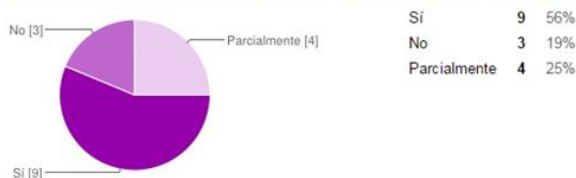
Cabe destacar el segundo mayor grupo por antigüedad conformado por los comunicadores, 3 en total, que están en el rango de *hace más de 2 años pero menos de 5 años*. Le siguen los grupos:

<i>Más de 5 años pero menos de 10 años</i>	2 profesionales	13%
<i>Más de 10 pero menos de 15 años</i>	2 profesionales	13%

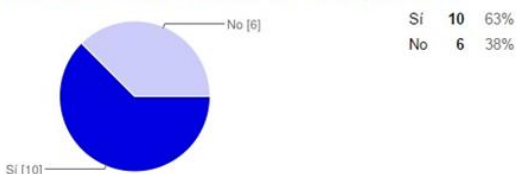
El 70% de la redacción lleva menos de 5 años laborando en La Patria, es una oportunidad para capacitar al personal en escritura para la web.

Gráfica 3. Utilidad del Manual de Trabajo periodístico para la web.

¿Considera que el Manual de Trabajo Periodístico del periódico La Patria es útil al momento de redactar notas para el sitio web?



¿Tiene conocimientos sobre las normas de escritura para la web?



El 56% de los redactores considera útil el *manual de Trabajo Periodístico de La Patria para la web*, aunque solo tenga el modo de uso para Twitter y le falte la titulación, el cuerpo de la noticia y un manejo para redes. En contraposición el 19% del personal no lo considera útil y un 25% está indeciso sobre sus beneficios.

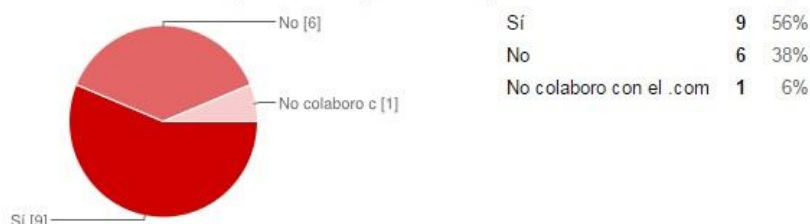
Sobre la pregunta si *Tiene conocimientos para escribir en la web*, la percepción de los periodistas en un 63% es positiva, considera poseer los conocimientos al respecto, mientras que el resto (38%) afirma no estar capacitado para realizarlo.

Gráfica 4. Conocimientos de escritura para la web.

¿Cómo adquirió los conocimientos específicos de las características de la escritura para la web?



¿Al realizar sus colaboraciones para www.lapatria.com aplica las normas de escritura para la web que conoce?

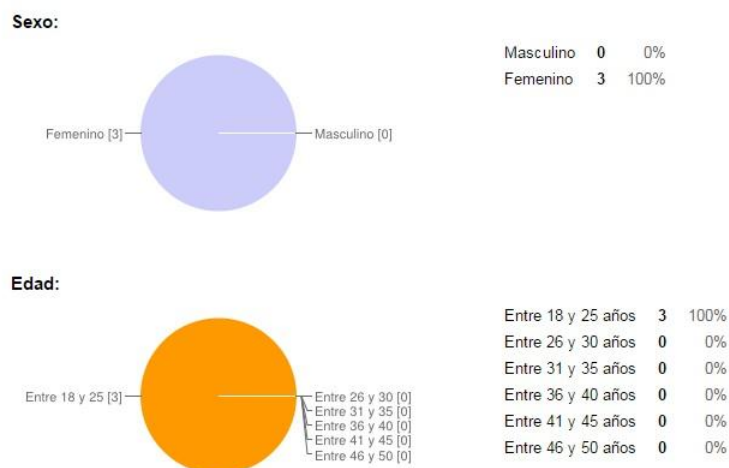


Un 31% de los periodistas reconoce que adquirió sus conocimientos específicos sobre escritura en la web a partir del trabajo en el periódico La Patria. Se destaca además un porcentaje del 19% que afirma haber aprendido fruto del trabajo de convergencia con el punto.com. Un 13% afirma derivar sus conocimientos de la realización de cursos y seminarios.

Debido a que el 69% aprendió a escribir para el puntocom por sus propios medios, advierte que hace falta armonizar criterios para orientar la manera de escribir en el sitio web.

Sondeo a los periodistas de la web

Gráfica 5. Género y rangos de edad de los periodistas de la web.



Los periodistas del puntocom son de género femenino y están en rango de edades entre 18 a 25 años.

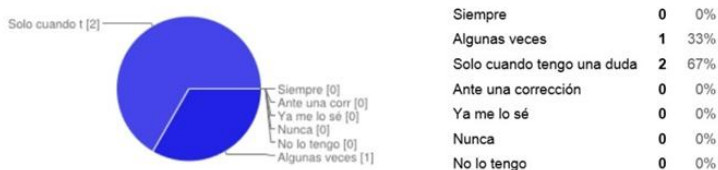
Gráfica 6. Nivel de estudios y tiempo en redacción.



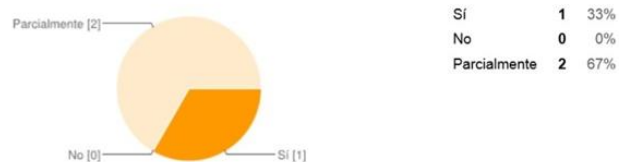
Todas las personas del sitio web son profesionales en Comunicación y/o Periodismo. El profesional con mayor tiempo en el periódico cuenta con una antigüedad de entre dos a cinco años.

Gráfica 7. Redacción y conocimiento del Manual de Trabajo.

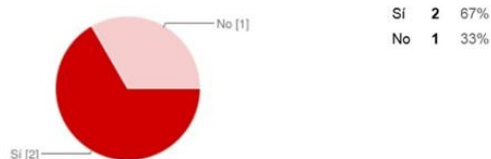
¿Utiliza el Manual de trabajo Periodístico del periódico La Patria al momento de redactar notas para www.lapatria.com?



¿Considera que el Manual de Trabajo Periodístico del periódico La Patria es útil al momento de redactar notas para www.lapatria.com?



¿Durante su formación universitaria recibió conocimientos específicos sobre las normas de escritura para la web?

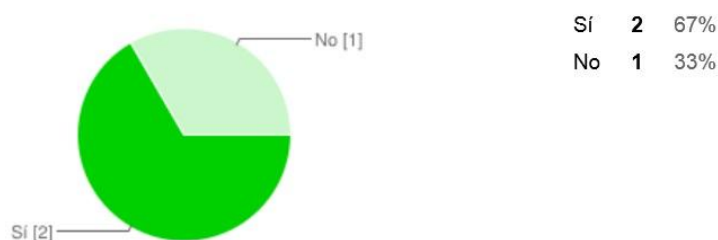


De acuerdo con los resultados puede deducirse que el manual de Trabajo periodístico suele utilizarse esporádicamente. los participantes indican en un 67% que acuden al esta herramienta cuando tienen alguna duda (67%). No hay un criterio determinado para saber si el manual es útil de acuerdo con los comunicadores, debido a que los integrantes de Unidad Digital afirman en su mayoría que es parcialmente necesario.

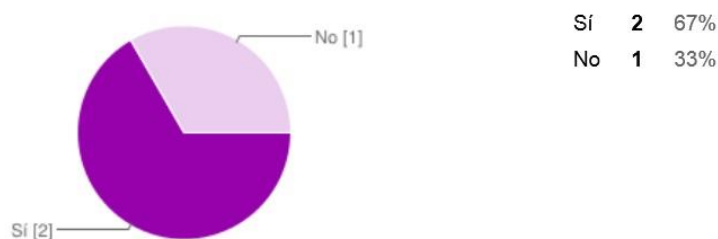
Asimismo, dos de las tres personas que respondieron el sondeo aseguran haber recibido información acerca de la escritura en la web durante su paso por la Universidad.

Gráfica 8. Conocimiento del Manual de estilo y paso por la redacción.

¿Antes de hacer parte de la redacción online trabajó para la redacción impresa del periódico?



¿Conoce el Manual de trabajo periodístico del periódico La Patria?



Dos de tres periodistas pasaron por el impreso antes de ser parte de la web, lo que puede dificultar el proceso de acoplamiento de escritura para entornos digitales.

Análisis de resultados

- Comparadas los ejercicios de recolección de información, se deduce que la rotación de redactores en La Patria es muy alta, tanto para el diario impreso como para el digital. Se establece un promedio 3 años. Este tiempo pone en riesgo el reconocimiento del ejercicio de escritura para el puntocom.
- Tanto los periodistas de la redacción como los de la web aún no están seguros sobre la utilidad que tiene el manual de trabajo periodístico en la web. Teniendo en cuenta que el 56% del impreso lo considera provechoso, mientras que el 63% de la web solo lo considera parcialmente.
- Pese a que la mayoría de periodistas en la redacción son jóvenes que están en el rango de edad entre los 18 y 25 años, por lo cual podrían considerarse nativos digitales, expresión acuñada por Marc Prensky en un ensayo titulado “La muerte del mando y del control”, definiéndolos como “aquellas personas que han crecido con la Red (...) Nacieron en la era digital y son usuarios permanentes de las tecnologías con una habilidad consumada”. Es necesario personas especialistas en periodismo digital.

Ejercicio de comparación entre manuales de estilo de medios digitales

Como parte del trabajo de indagación y recolección de información, metodológicamente también se planteó la revisión del trabajo de otros diarios digitales. Para ello se realizó una lectura comparativa de los manuales de estilo de los diarios digitales El Universal de Caracas, el JornalismoPortoNet y el de La Voz y Córdoba periódicos argentinos que comparten el mismo libro de estilo.

	www.eluniversal.com Universal de Caracas	Www.jpn.up.pt Jornalismo Porto Net	Www.lavoz.com.ar y www.cordoba.net Portales argentinos
Titulación	Evitar poner incisos, comas y puntos en los títulos. Aprovechar el uso de verbos activos, fuertes y directos.	Los títulos de las noticias deben ser breves, claros y directos.	La multi titulación se organiza en función de las condiciones de producción. Mientras que el título que figura en el ahora debe combinar referencialidad y seducción para que no pierda valor informativo, el título que se observa una vez que se navega la noticia debe ser estrictamente referencial, orientado a los motores de búsqueda.
Lead		¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? Los leads no deben exceder más de 25 o 30 palabras.	Los copetes cumplen la función de provocar el interés por seguir leyendo. Deben redactarse en una o dos frases breves, no superior a dos o tres líneas en pantalla.
Cuerpo	Las historias que se cuentan en contenidos multimedia deben observar la estructura de la pirámide invertida o al menos responder a una de las 6 preguntas del periodismo.		La estructura será la de pirámide invertida o trunca.
Hipertexto	Vínculos internos: Los enlaces de esta categoría vinculan a contenido publicado con	Varias noticias de la misma obra debe vincularse entre sí de acuerdo a la	Los enlaces se clasifican en exteriores e interiores. No se recomienda abusar del recurso. Pueden ubicarse en un recuadro al final del texto o ser insertados en la noticia.

	<p>anterioridad en El Universal.</p> <p>Vínculos externos: Los enlaces de este tipo envían a contenido fuera del sitio de El Universal.</p>	<p>estructura del texto. Estas conexiones se deben hacer en el "núcleo" del texto (en cualquier lugar en el segundo párrafo, inclusive) y / o en la columna "Noticias relacionadas".</p>	<p>En ambos casos, al lector se le debe dar una idea clara de por qué se le está sugiriendo que enlace con otra página web.</p>
Fotografía	<p>Sólo se pueden agregar de 1 a 5 fotografías a una nota genérica (escrita). Cuando se posee más de 5 fotografías deben ser agrupadas en una foto galería.</p>	<p>Cuando sea necesario para imágenes externas, debe tenerse en cuenta al final del texto a su fuente y con su enlace.</p>	<p>Pie de imagen. Está compuesto por un título, el contenido y el crédito. En el crédito se designa el autor de la fotografía o el origen de ella.</p>
Video	<p>Cuando la información es más completa al verla y escucharla que al escribirla. Es pertinente utilizar un video en el sitio de El Universal si aporta atractivo visual a la noticia, si la historia que cuenta es por su naturaleza más visual que textual, si aporta a una noticia elementos distintos al texto como: ambiente, gestualidad de los actores, entonación o intencionalidad y movimiento.</p>		<p>Las imágenes en movimiento trasladan al usuario al lugar de los hechos, como la TV.</p> <p>Ej: análisis en video, clips musicales o críticas de espectáculos en video.</p>
Sonido	<p>Hay elementos informativos que sólo pueden ser apreciados a través de sonidos, no es lo mismo escribir en un texto "un gran estruendo</p>		<p>El sonido permite escuchar de modo directo a los protagonistas de la historia, al igual que la radio.</p> <p>Ej: audios de columnistas y enviados especiales, crónicas de audio desde el escenario de la noticia.</p>

	<p>suspendió la rueda de prensa” que escuchar el sonido que interrumpió la rueda de prensa. Al comenzar a grabar un sonido se recomienda decir en voz del periodista o del entrevistado el nombre de las personas que habla, o explicar de forma breve qué es lo que se escuchará a continuación. Por ejemplo: “Análisis del economista José Guerra”.</p>		
Infografía	<p>La infografía es una narración visual, en la que se integran palabras e imágenes para contar una historia comprensible para el usuario a través de la navegación entre los elementos que la componen. -La infografía en El Universal puede ser una narración lineal o no, es decir: puede ofrecer múltiples entradas de información en una misma pantalla.</p>		

Propuesta Manual de estilo digital para lapatria.com

El libro *Cómo escribir para la web* de Guillermo Franco recopila las principales recomendaciones y ejemplos que debe utilizar un periodista cuando titula en el puntocom, mostrando como cambian los títulos del impreso a la plataforma digital.

Titulación

Impreso	Tips	Digital
Dos personas heridas por atentado contra estación de TransMilenio (*) en el sur de Bogotá. (Franco, 93)	Reorganizar el orden de las palabras	2 heridos por bomba incendiaria en Transmilenio
Oficial que participó en rescate de secuestrados sí usó emblema de la Cruz Roja, admitió presidente Uribe (Franco, 97)	Uso de voz pasiva cuando sea necesario	Emblema de la Cruz Roja sí fue usado por oficial que participó en rescate de secuestrados: Uribe
Ante los incumplimientos de San Lorenzo el jugador Tula declaró "soy un trabajador y tengo derecho a reclamar" (Franco, 98)	Uso de los dos puntos	Tula: "Soy un trabajador y tengo derecho a reclamar"
Los Alcaldes de las capitales de Colombia se reunieron por la seguridad	Evitar utilizar artículos al inicio del título	Alcaldes de Colombia reunidos por la seguridad
*Veinte muertos deja atentado con carro bomba en México *El DANE reporta 48.321.405 de colombianos	Manejo de cifras	20 muertos deja atentado con carro bomba en México DANE: Colombia tiene 48 millones 321 mil 405 habitantes
Mañana se realizará la Cumbre de Gobernadores en Cartagena	Evitar referencias temporales en la web	Este jueves (o fecha) se realizará la Cumbre de Gobernadores en Cartagena
La reforma tributaria aumentará el IVA, tendrá una tasa especial aduanera y excluirá la vivienda y los vehículos usados del cobro del IVA.	Enumerar para romper la uniformidad del texto	La reforma tributaria tendrá los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> - Aumento del IVA - Tasa especial aduanera - Exclusión a vivienda y a vehículos usados de cobro del IVA.

Referencias adaptadas del libro *Cómo escribir para la web* de Guillermo Franco.

Video

Según Joao Canavilhas, el vídeo debe utilizarse cuando sea necesario contextualizar el tema de la noticia. También, en situaciones de difícil descripción o cuya explicación exija textos demasiado extensos. En esa misma medida pueden realizarse temas que puedan ser virales o de información adicional que genere curiosidad, entretenimiento o investigación en la presentación audiovisual.

Sonido

“El sonido es un elemento poderoso en el mundo del multimedia porque parece conquistar las emociones y la imaginación de una manera particularmente potente” afirmaron Cotton y Oliver citados por Canavilhas. Las entrevistas que revelan la condición emocional del entrevistado son más dicientes que aquellas que solo se limitan al texto, por eso es recomendable hacer uso del audio en estas ocasiones.

Infografía

Joao Canavilhas condensa en su libro en qué situaciones y textos es necesario apoyarse en infográficos para facilitar la comprensión del lector:

“Las noticias con muchos datos son más comprensibles siempre que estén apoyadas con gráficos. En este caso, los enlaces se hacen mediante los valores, datos o porcentajes referidos en la noticia. De la misma forma, la descripción del funcionamiento de sistemas o mecanismos, la evolución de situaciones o aparatos que se planean en determinado aparato o lugar serán más eficazmente transmitidos cuando

estén apoyados en infográficos”. (João Canavilhas, 2007, pag 216). En este caso solicitar a diseño una infografía acorde para ilustrar los datos que requiere la noticia.

Redes Sociales

Con la incursión de las redes sociales en los medio digitales surge la figura del community manager que según AERCO, asociación española de responsables de comunidades online lo define como:

“Quien se encarga de cuidar y mantener la comunidad de fieles seguidores que la marca atraiga, y ser el nexo de unión entre las necesidades de los mismos y las posibilidades de la empresa. Conocimiento en diversas áreas” o Persona encargada de gestionar la comunicación de las marcas en las redes sociales. Recuperado de Guía community manager de maestros del web (Débora Lambrechts, 2011,7).

La persona que sea parte de Unidad Digital tiene un perfil polifacético porque conoce herramientas digitales, debe hacer reportería y escribir para el puntocom.

“Hoy el Community Manager es un mil oficios. Conoce a las audiencias y sabe conversar con ellas / o escucharlas, sabe de métricas, planifica estrategias con un editor de Social Media, organiza y realiza coberturas en tiempo real, diseña gráficas y crea contenidos virales. Sabe tanto de memes como de apps y de tendencias, que sabe escribir para la web y que sabe planificar contenidos para estratégicamente

cautivar a la audiencia. Este CM está listo para reportear cuando llegue el momento”. Recuperado del Libro Guía básica para periodistas community manager (Sofía Pichiua, 2014, pag 2).

Uno de los principales valores que tiene un CM es escuchar a la audiencia para comprender su comportamiento y ofrecer contenidos de acuerdo con sus gustos:

Un Community Manager modera y genera conversaciones en la red con sus seguidores, fans y usuarios. Debe ser capaz de interpretar tendencias y emociones dentro de la comunidad que gestiona. Utiliza la conversación como un valor de calidad para crear estrategias de promoción, prensa y marketing. Además, debe ser capaz de escuchar, compartir, dinamizar, analizar y mejorar lo que se dice sobre su empresa. Reflexiones, periodismo y redes sociales (Verónica Egui, 2014, pag 60).

Facebook

La Patria Manizales es un fan page que fue creado desde el 2012, actualmente cuenta con 98.086 seguidores y realiza 8 publicaciones diarias, cuatro en la mañana y otras cuatro en la tarde. Los temas que principalmente se postean son: culturales, sociales y temas locales.

Imágenes

- Un post siempre debe estar acompañado de una imagen porque asegura mayor interacción del público.

Extensión del mensaje

- Las publicaciones deben tener 80 o menos caracteres.
- Utilizar preguntas para generar más comentarios.

Ej:

LP La Patria Manizales compartió un enlace.
Publicada por editorweb@lapatria.com [?] · 30 de enero

Aún está por definir quién irá en la otra cara del billete, podría ser Gabriel García Márquez.

¿Qué personaje o lugar de Colombia debería salir en el billete de \$100 mil?

<http://goo.gl/LDuQdb>



Este año empezaría a circular el billete de \$100 mil
www.lapatria.com

En una de sus caras tendrá la figura del expresidente Carlos Lleras Restrepo.

Tiempos de publicación

- Publicar 8 notas al día: Cuatro en la mañana y cuatro en la tarde. Evitar saturar a los lectores.
- Dejar un espacio de aproximadamente una hora en cada post.
- Revisar las estadísticas de la página cada mes y socializarla con los integrantes de Unidad Digital, para conocer los días y las horas con mayor interacción.

Jerarquía

Darle prioridad a los temas de agenda propia y determinar en la mañana cuáles son los temas que más pueden generar interés en las redes. Por ejemplo: temas culturales, deportivos y sociales.

Editar las fotografías agregando texto y más imágenes a través de picmonkey.com o por medio de Photoshop.

1. Contenido

- Crear un listado de hashtags de acuerdo a los temas que mayor interés despiertan en los lectores, como temas de coyuntura.
- Buena redacción, un lenguaje en tercera persona, sin exceso de puntuación y utilizar oraciones cortas.
- Reducir las URLs por medio de goo.gl o bit.ly.
- Utilizar frases para incitar al usuario a leer, como por ejemplo: generar suspenso, entrecomillar la frase más relevante de la nota y generar debate.

- Adjuntar enlaces de notas relacionadas con el tema.

1. Comentarios

- Responder a las preguntas de los usuarios, incluso, sí son críticas sin fundamento.
- Ocultar o eliminar los comentarios vulgares de los usuarios.
- Aprovechar esta red social como oportunidad para conversar con los usuarios y generar nuevos contenidos.

1. Recomendaciones

- Segmentar más la marca que apunta a la actualidad informativa local.
- Pedir disculpas cuando sea necesario por un error técnico o personal con un lenguaje simple y cercano. Lo más pronto posible.

Twitter

@lapatriacom es la cuenta de Twitter creada en octubre de 2009 que cuenta con cerca de 420.224 seguidores y tuitea un mensaje aproximadamente cada media hora.

Hashtags

Mirar la tendencia del momento porque un buen hashtag puede llegar a duplicar la posibilidad de obtener un retuit. Así mismo crecerá el número de personas que verán los contenidos y la posibilidad de aumentar el público.

1) Contenido

- Reescribir los titulares de las noticias que no tengan contexto en los tuits.
Reescribir los titulares de las noticias que no tengan contexto en los tuits.

Ej:



Los maestros son atendidos en 21 centros de salud en #Manizales bit.ly/1znCXAq

- Crear un tuit para cada media hora y programarlos mediante Tweetdeck.
- Nombrar a todas las entidades o personas a las que se aludan en un tuit. Nombrar las entidades o personas a las que se aludan en un tuit. Evitar excederse en los hashtags, solo hasta dos.



Ej:

Cinco horas duró interrogatorio a @OIZuluaga en la @FiscaliaCol <http://bit.ly/1znGUoR>

- Darle favorito a los comentarios pertinentes e informativos que nombren lapatriacom.
- En la mañana y en el mediodía aumenta el tráfico de personas, se vuelve a reactivar en las noches. Utilizar los tuits más relevantes para estos momentos del día.
- Crear varias listas: Los usuarios que más participan, las entidades más importantes de la región, los medios, los Organismos de Socorro y los líderes del país.

Recomendaciones

- Ofrecer capacitaciones permanentes al grupo de periodistas. Además de los conceptos sobre escritura en la web, se deben abordar otras temáticas como son: como métricas, herramientas digitales.
- Modificar el Manual de Estilo Digital cada vez que sea necesario porque continuamente pueden aparecer nuevas técnicas, mejores prácticas o plataformas que cambian la manera de hacer periodismo.
- Convertir el puntocom en un sitio gradualmente más multimedia, promoviendo la reportería en diferentes formatos.
- Vincular al punto como los servicios de un Community manager para manejar las redes sociales de la organización. No dejar esta labor en manos de los practicantes.
- Definir el Perfil del periodista digital que requiere el periódico La Patria y realizar la selección o promoción del personal para el medio digital basado en el perfil..
- Promover a través de pasantías y rotaciones el acercamiento de los periodistas del impreso al medio digital.

- Resaltar entre la redacción las experiencias exitosas en cuanto a aplicación del Manual de estilo se refiere.

Conclusiones

- Internet es una buena oportunidad de negocio para todo medio de comunicación. Para ello , un medio que continuamente está cambiando y que amerita una inversión para potenciarla, adaptándola a unos usuarios que se han vuelto más exigentes y requieren contenidos de calidad en una buena plataforma.

- Las exigencias del mundo digital plantean un gran reto de integralidad a los periodistas. Para responder a las necesidades de hoy los redactores deben estar preparados no solo para trabajar en el ambiente análogo y en el digital , sino para responder a las necesidades y características específicas de diferentes plataformas y formatos.

- Las redes sociales son una oportunidad periodística pues facilitan el conocimiento de las ideas y percepciones de las audiencias, insumo fundamental en procesos de mercadeo y posicionamiento de marca.

- Cada sitio web debe diseñar y promover la creación y actualización permanente de su manual de estilo. Los cambios en formatos y plataformas que propone la era digital invitan a realizar una reflexión permanente al interior de las redacciones sobre cómo abordará el medio estos cambios..

- Los integrantes de Unidad Digital son los principales responsables de promover la escritura para la web y el trabajo de reportería multimedial. La exploración de nuevos formatos y la socialización de experiencias exitosas debe partir del medio digital.

Referencias

- Aroche, Stephanie. Adictos a la comunicación: Guía para periodistas y bloggers independientes (2011).
- Cebrián, Juan Luis. La Red (1998).
- Díaz Noci y Salaverría Aliaga. Manual de Redacción Ciberperiodística (2003).
- Egui, Verónica. Reflexiones, periodismo y redes sociales (2014).
- Franco, Guillermo. Cómo escribir para la web.
- Jean Francoise Fogel y Bruno Patiño. La prensa sin Gutemberg (2007). Punto de lectura, Madrid España.
- Jorge Pérez. Manual de Estilo de La Universidad Pedagógica de Buenos Aires (2011).
- Lambrechts, Débora. Guía community manager de maestros del web (2011).
- Mariana Eguaras. Artículo Manual de estilo: ¿por qué estandarizar y armonizar criterios? (2014).
- Pérez, Milfri Aída. Manual de estilo multimedia para El Universal (2011).
- Pichiua, Sofía. Guía básica para periodistas community manager (2014).
- Tarutz, Judith. ¿Qué es un manual de estilo editorial? (2010) blognisaba.wordpress.com.

Anexos

Anexo 1. Sondeo

Este ejercicio se realiza solo como insumo para la elaboración del Trabajo de Grado en el cumplimiento de requisitos académicos para optar al grado de Comunicador Periodista.

OBJETIVO: Identificar el grado de reconocimiento y aplicación del *Manual de trabajo periodístico* del periódico La Patria de Manizales en el ejercicio de elaboración de contenidos en los miembros de la redacción del diario y sus limitaciones al momento de trabajar para el sitio web del periódico.

Señale la respuesta que más se ajuste a su realidad

Nombre:

Sexo:

- Masculino Femenino

Edad:

- Entre 18 y 20 años Entre 26 y 30 años Entre 31 y 35 años Entre 36 y 40 años
- Entre 41 y 45 años Entre 46 y 50 años Entre 51 y 55 años Entre 56 y 60 años
- Entre 61 y 65 años Más de 66 años

Nivel de estudios

- Adelanta estudios de pregrado Pregrado
- Adelanta estudios de posgrado Posgrado

Escriba el nombre de su pregrado

Escriba el nombre de su posgrado

De los siguientes rangos indique, hace cuánto tiempo hace parte de la redacción del periódico www.lapatria.com

- Menos de 6 meses Entre 6 meses y 1 año
- Más de 1 año pero menos de 2 Más de 2 años pero menos de 5 años
- Más de 5 años pero menos de 10 años Más de 10 años pero menos de 15 años
- Más de 15 años pero menos de 20 años Más de 20 años pero menos de 25 años

¿Antes de hacer parte de la redacción online trabajó para la redacción impresa del periódico?

- Sí No

¿Conoce el *Manual de Trabajo Periodístico* del periódico La Patria?

- Sí No

¿Utiliza el *Manual de Trabajo Periodístico* al momento de redactar notas para www.lapatria.com?

- Siempre Algunas veces Solo cuando tengo una duda Ante una corrección
 Ya me lo sé Nunca No lo tengo

¿Considera que el *Manual de Trabajo Periodístico* del periódico La Patria es útil al momento de redactar notas para el sitio web?

- Sí No
 Parcialmente.

Indique cuáles partes le son
útiles _____

¿Durante su formación universitaria recibió conocimientos específicos sobre las normas de escritura para la web?

- Sí No

¿Qué elementos incluiría en un manual de estilo propio de www.lapatria.com?

Muchas gracias por su participación. Andrés Felipe Ríos Fernández, practicante web.

Anexo 2. Formato entrevista con los periodistas de www.lapatria.com

Este ejercicio se realiza solo como insumo para la elaboración del Trabajo de Grado en el cumplimiento de requisitos académicos para optar al grado de Comunicador Periodista.

OBJETIVO: Identificar el grado de reconocimiento y aplicación del *Manual de trabajo periodístico* del periódico La Patria de Manizales en el ejercicio de elaboración de contenidos en los miembros de la redacción del diario y sus limitaciones al momento de trabajar para el sitio web del periódico.

Señale la respuesta que más se ajuste a su realidad

Nombre:

Sexo:

- Masculino Femenino

Edad:

- Entre 18 y 20 años Entre 26 y 30 años Entre 31 y 35 años Entre 36 y 40 años
 Entre 41 y 45 años Entre 46 y 50 años Entre 51 y 55 años Entre 56 y 60 años
 Entre 61 y 65 años Más de 66 años

Nivel de estudios

- Adelanta estudios de pregrado Pregrado

Escriba el nombre de su pregrado

- Adelanta estudios de posgrado Posgrado

Escriba el nombre de su posgrado

De los siguientes rangos indique, hace cuánto tiempo hace parte de la redacción del periódico www.lapatria.com

- Menos de 6 meses Entre 6 meses y 1 año
 Más de 1 año pero menos de 2 Más de 2 años pero menos de 5 años
 Más de 5 años pero menos de 10 años Más de 10 años pero menos de 15 años
 Más de 15 años pero menos de 20 años Más de 20 años pero menos de 25 años

¿Antes de hacer parte de la redacción online trabajó para la redacción impresa del periódico?

- Sí No

¿Conoce el *Manual de Trabajo Periodístico* del periódico La Patria?

- Sí No

¿Utiliza el *Manual de Trabajo Periodístico* al momento de redactar notas para www.lapatria.com?

- Siempre Algunas veces Solo cuando tengo una duda
- Ante una corrección Ya me lo sé Nunca No lo tengo

¿Considera que el *Manual de Trabajo Periodístico* del periódico La Patria es útil al momento de redactar notas para el sitio web?

- Sí No Parcialmente.

¿Durante su formación universitaria recibió conocimientos específicos sobre las normas de escritura para la web?

- Sí No

¿Cuál considera que es la mayor dificultad que tienen los periodistas del impreso al momento de realizar colaboraciones para www.lapatria.com?

¿Cuáles considera usted que son las razones para que este tipo de dificultades se presenten?

¿Qué elementos incluiría en un manual de estilo propio de www.lapatria.com?

**Muchas gracias por su participación.
Andrés Felipe Ríos Fernández.**