

**Migración contenidos televisivos a redes sociales**

**Trabajo de grado para optar al título de comunicadora periodista**

**Valentina Colorado Toro**

**Asesor  
Magíster Jorge Andrés Molina Benítez**

**Unilasallista Corporación Universitaria  
Ciencias Sociales y Educación  
Comunicación y Periodismo  
Caldas-Antioquia  
2023**

## Contenido

Lista de gráficos .....	3
Resumen .....	4
Abstract .....	6
Introducción .....	8
Justificación.....	11
Objetivos .....	13
Objetivo general .....	13
Objetivos específicos .....	13
Marco Teórico .....	14
Periodismo multimedia.....	14
Interactividad.....	16
Periodismo inmersivo.....	18
Metodología.....	21
Resultados .....	23
Generalidades de la organización .....	23
Misión .....	23
Visión.....	23
Valores .....	23
Descripción de la dependencia.....	24
Funciones .....	26
Transmisión .....	26
Publicación .....	28
Matriz DOFA.....	30
Conclusiones .....	32
Recomendaciones .....	34
Referencias .....	35

## Lista de gráficos

Ilustración 1. Matriz DOFA .....	31
----------------------------------	----

## Resumen

Las redes sociales no solo se han convertido en los canales para conectar a las personas con contenido de interés, organizaciones, grupos u otras personas, sino que también se han convertido en medios informativos, gracias a la inmediatez de su funcionamiento y a la amplia capacidad de acceso y difusión de la información.

Teleantioquia Noticias como noticiero regional tiene un equipo encargado de la digitalización de los contenidos que se generan en esta dependencia, con el fin de ampliar y abarcar al público objetivo, se realiza un proceso estratégico donde las noticias que se procesan para el canal de televisión, sean transformadas para el público que se encuentra consumiendo la información desde las redes sociales. Por ello, se encuentra que la participación en redes es parte fundamental del sistema informativo, puesto que integra a los canales más consumidos de la época que no solo permiten que estos se visualicen, sino que se tenga contacto directo con la audiencia, lo que posibilita conocer lenguaje, gustos y percepciones del público. Además, permite ser un espacio de opinión e interacción entre la comunidad.

Entendiendo esto, se gestionan diferentes actividades y roles en el equipo digital del noticiero, planteando diferentes estrategias de contenidos para cada red social y así lograr objetivamente, por medio de una investigación cualitativa, los puntos a mejorar para lograr de manera efectiva impactar y visibilizar las noticias de Teleantioquia en los nuevos medios.

**Palabras clave:** Noticias, transmisiones, comunidad, nuevos medios, región, periodismo digital, contenidos, redes sociales, portal web, alcance, transmisiones, streaming, transmedia, periodistas, publicaciones, opinión, herramientas digitales.

### **Abstract**

Social networks have not only become channels to connect people with content of interest, organizations, groups or other people, but they have also become information media, thanks to the immediacy of their operation and the wide capacity of access and dissemination of information.

Teleantioquia Noticias, as a regional newscast, has a team in charge of the digitization of the contents that are generated in this unit, in order to expand and cover the target audience, a strategic process is carried out where the news that is processed for the television channel, are transformed for the public that is consuming the information from social networks. For this reason, it is found that participation in networks is a fundamental part of the information system, since it integrates the most consumed channels of the time that not only allow them to be viewed, but also have direct contact with the audience, which makes it possible to know language, tastes and perceptions of the public. In addition, it allows it to be a space for opinion and interaction among the community.

Understanding this, different activities and roles are managed in the digital team of the newscast, proposing different content strategies for each social network and thus objectively achieving, through qualitative research, the points to improve in order to effectively impact and make visible the Teleantioquia news in the new media.

**Keywords:** News, transmissions, community, new media, region, digital journalism, content, social networks, web portal, reach, transmissions, streaming, transmedia, journalists, publications, opinion, digital tools.

## Introducción

Actualmente el protagonismo de las redes sociales en la vida del ser humano se ha vuelto casi que indispensable, el consumo de estos canales digitales son una alternativa a encontrar la información que cada persona desee en una misma plataforma, sobre todo contenidos que cada uno considere de valor para el disfrute individual. En el caso de estudio de esta investigación se analiza la transformación del contenido televisivo de un canal regional informativo a diferentes redes sociales en las que este tiene participación, con el fin de entregar las noticias de diferentes formas a los distintos públicos que consumen este sistema informativo.

Teleantioquia fue creado en el año 1985, influye en las redes sociales desde el año 2009, su participación en estas plataformas amplía las posibilidades de entregarle al público la información y ha permitido que sea un sistema multimediático a través de diferentes plataformas permitiendo el desarrollo de la información en las comunidades principalmente antioqueñas.

En este trabajo se estudia el contenido noticioso que se hace para televisión y su adaptabilidad a los nuevos medios mediante las herramientas de las redes sociales y creatividad digital para un contenido orgánico. También se establece la importancia de estos contenidos para promover la marca Teleantioquia y las diferentes culturas antioqueñas que se reflejan en los contenidos informativos.

Es fundamental hacer un acercamiento al papel de las redes sociales hoy en día para entender la importancia de la participación en ellas por parte del sistema informativo

y de la misma manera el desarrollo de los contenidos según las constantes actualizaciones, pues la adaptación a los diferentes formatos que están a la vanguardia es lo que permite que los productos digitales sigan siendo consumidos por los diferentes públicos y no se queden obsoletos frente a las transiciones tecnológicas que vive la sociedad diariamente. Esto también es una forma de vender el contenido y hacer llegar la idea de la manera que se pretende al público objetivo.

Al pensar en la cotidianidad actual, el mundo no concibe su presente sin la tecnología y así mismo sin las redes sociales, pues estas son protagónicas en el desarrollo del ser humano, no solo son la posibilidad de comunicarse con el mundo, la oportunidad de expresar una persona, personaje o producto, sino que también son canales donde el ser humano absorbe conocimiento o contenido que es de su interés, un sistema que nunca se detiene y que a cada minuto tiene millones de publicaciones nuevas que ofrecer.

Los medios de comunicación cumplen un papel protagónico al entregar la información a la comunidad, sobre todo porque se convierten en información de confianza y veraz frente a tantos contenidos que son manipulados solo para tener más tráfico en sus plataformas. Por ello Teleantioquia Noticias considera que es indispensable la participación dinámica en redes sociales.

Todo lo anterior también cuenta con desventajas como lo son la eficacia de los equipos, mantener el orden de las páginas, apoyo por parte de editores, y algunas otras

herramientas que podrían optimizar mejor la creación de contenidos, pero que se hacen difíciles de obtener porque el presupuesto es bajo para esta área del noticiero.

## **Justificación**

Frente a la necesidad de transformar el contenido televisivo a las narrativas transmedia que permitirán ampliar el consumo de la información de Teleantioquia Noticias, se migra los contenidos no solo a Facebook, Twitter e Instagram, sino también a su página web. Para cumplir los objetivos del alcance de cada una de ellas se implementan las herramientas interactivas que ofrece cada uno de estos portales, es decir, se implementa un lenguaje digitalizado a través de las herramientas que ofrece cada red y transformamos la forma de entregarle contenido de acuerdo a la necesidad del público que consuma cada una de las redes.

Los usuarios de cada red tienen un papel protagónico con las noticias publicadas, pues estos portales dan la posibilidad de conocer el público ya que pueden interactuar directamente con el canal, lo que permite entregarles la información que quieren de la forma en que mejor sea consumida, es decir, se permite estudiar el usuario, conocer sus gustos y la forma en que mejor le gusta que le entreguen el contenido por dicho canal.

Para entregar el contenido digital óptimo con el que se quiere lograr los resultados de interacciones esperadas, también es necesario capacitar al periodista tradicional puesto que ellos hacen parte del contenido y cuando se hacen productos digitales con ellos es necesario que no se haga de la misma forma en que se escriben las notas para televisión. Para medios digitales es necesario que la información sea más concisa y no solo por el tiempo de los productos, sino porque lo que busca el público de las redes de Teleantioquia Noticias es brevedad e inmediatez. También es necesario hacer un cambio

en la jerga, implementando comparaciones del hecho con casos virales, un lenguaje más abierto que permita la duda natural del habla del periodista y expresiones corporales que hagan sentir al espectador identificado con el contenido y el formato del mismo.

Para cumplir con estos objetivos se encuentra que algunas herramientas necesarias son limitadas, como por ejemplo el apoyo de editores, la actualización de los equipos de cómputo, optimización de programas de edición, espacios en la planilla de contenidos del canal, acceso a las cuentas de las redes sociales y celulares con la capacidad óptima para editar en ellos mismos y no perder diferentes herramientas que ofrecen las redes.

La migración del contenido es otro de los retos principales, pues se aprovecha la misma información usada para las emisiones, pero debe ser transformada al lenguaje y formato digital, de esto se encarga el equipo de nuevos medios, quienes interpretan la idea del texto obteniendo el objetivo principal y la intención. posteriormente este material se aprovecha para crear contenidos en redes.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Establecer una guía práctica de redes sociales del sistema informativo para estructurar objetivos y pasos a seguir en esta área.

### **Objetivos específicos**

- Determinar el impacto de los contenidos informativos en las redes sociales de Teleantioquia Noticias.
- Identificar los factores de desarrollo del sistema informativo en las redes sociales de Teleantioquia Noticias.
- Analizar la posibilidad de migrar el contenido del sistema informativo de Teleantioquia Noticias a los nuevos medios.

## **Marco Teórico**

### **Periodismo multimedia**

Los medios de comunicación tienen cada uno un propósito de acuerdo a su objetividad, en este caso, la dependencia del noticiero de Teleantioquia tiene como objetivo informar, transmitir y formar opinión pública con los acontecimientos del departamento principalmente. Se hace necesario intervenir en las redes sociales ya que se han convertido en los principales medios de comunicación del mundo digitalizado y con esto, no solo se amplían las posibilidades de llegar al público objetivo, sino que también permite que el noticiero migre a las plataformas digitales que exige el mundo moderno y que son necesarias para la actualización informativa.

Por lo anterior, el periodista tradicional también debe ser consciente de la digitalización de contenidos que se realiza, pues este debe contar con la versatilidad para entregar la información a través de distintos formatos que permiten las redes sociales y con los que el público le gusta interactuar. Con esto, también viene la exigencia de aumentar el contenido, pues la actualización informativa en redes sociales es una de las mayores exigencias del público.

Los periodistas se encuentran asistiendo a un cambio radical al modelo de hacer noticias, donde a simple vista es más rápido comunicar, pero en muchos casos cuando no se tiene la tranquilidad y dominio propio sobre el tema le puede llevar a tener muchos problemas como profesional de la comunicación, esto se debe al nuevo flujo de ideas y contenidos que

diariamente compiten en las grandes cadenas de comunicación que posee el mundo, generando nuevas formas de trabajo, olvidándose del bolígrafo y el cuaderno, y centrándose específicamente en instrumentos tecnológicos que le dan mayor rapidez a la información ya sea esta cultural, deportiva o social. (García, J. C., & Castro, 2018, p. 117)

Las nuevas plataformas tecnológicas, obligan al profesional a cambiar los métodos y abre de manera creativa las posibilidades para entregarle la información al público, retándolos en diversificar los formatos, pero también en generar en menos tiempo, más contenido.

Aunque las redes sociales exigen que la forma de entregar el contenido se diversifique y que la actualización informativa sea constante, es importante para el sistema informativo de Teleantioquia que prevalezca la ética como pilar fundamental para entregar contenido de valor antes que la cantidad de contenidos publicados. Está claro para los periodistas que la inmediatez de las redes sociales no los puede llevar a entregar información falsa, pues las redes de este noticiero también esperan posicionarse por su contenido veraz, transparente e imparcial, antes de posicionarse como los más activos en las plataformas.

En relación con la Ética, en el nuevo panorama de la convergencia, es un requisito transversal, permanente y universal desde cualquier soporte tecnológico de la información, partiendo de que la Ética es una y la misma como la madre, que se aplica a cualquier formato y soporte con las

concreciones adecuadas, que se transforma en deontología profesional en el ejercicio del periodismo y que es indispensable para garantizar la credibilidad de los medios de comunicación ante los ciudadanos. (Encabo, 2021, p.168)

Generar contenidos digitales y de valor a través de la ética se ha convertido en un carácter diferenciador entre las plataformas digitales de otros medios y también genera mayor credibilidad en el público lo que fideliza usuarios en las redes sociales del canal.

Está claro para los profesionales que la inmediatez y la actualización informativa no debe de poner en riesgo en ningún momento el criterio y la ética periodística, pues gracias a estos pilares fundamentales, el público puede contar con sistemas informativos que fomenten la opinión y no manipulen la realidad solo por el afán del consumismo.

### **Interactividad**

Siempre será importante conocer la respuesta del público frente a los contenidos que se le entregan por medio de las redes sociales, esto permite que se pueda evaluar las necesidades del público, sus preferencias, reacciones y conexiones con los contenidos. La interactividad del público con el contenido permite que se evalúen las preferencias de los formatos, cuál de las herramientas de cada red social funciona más. También permite que se cree estratégicamente la parrilla de contenidos para sí ser consciente de los contenidos que se entrega de acuerdo con las preferencias del usuario.

Las posibilidades de selección de contenidos refieren a la capacidad del medio para responder a los requerimientos del usuario y ofrecerle un menú

de contenidos para que el lector pueda elegir. O, para decirlo desde el lado del receptor, son las posibilidades de control que tiene el usuario sobre el proceso de difusión de los contenidos: es decir, en qué medida, puede éste elegir el ritmo y la secuencia de la comunicación. (Rost, 2001, p. 5)

El público de cada red social es diferente, pues cada una de ella tiene formatos y herramientas propias que están diseñadas para suplir diversas necesidades del público. La interactividad permite que medio de comunicación establezca las preferencias de lo usuario lo que posibilita tener una comunicación asertiva entregando en contenido como el usuario mejor lo entiende y lo prefiere. No se trata de cambiar la información para darle al público lo que quiere ver, se trata de poder transformar la información en los formatos en que usuario más lo prefiere, aumentando así la receptividad de la información por parte del público.

Las redes sociales de un canal televisivo abren las puertas y trasforma este medio unidireccional que deja de ser netamente informativo a ser interactivo y por ende deja de ser lineal. Esta es otra de las posibilidades que trae la migración de contenidos televisivos a las redes sociales, pues empieza la interacción con el público donde se disponen espacios de opinión y así el usuario que consume las redes sociales de este noticiero decide con qué interactuar, con qué publicaciones reaccionar o con cuales debatir y generar opinión de acuerdo con lo que quiere consumir.

Más que cualquier otra cosa, la interactividad ofrece actualmente la posibilidad de que las puertas de medios y redacciones se abran hacia adentro y den una voz al público,

al mismo tiempo que generan una oportunidad para que los periodistas escuchen y tomen nota de las opiniones de su audiencia (Bachmann, & Harlow2012).

También posibilita que el periodista, de acuerdo con las interacciones del público, abra un espacio para investigar o ahondar más en diversas denuncias que constantemente realizan los usuarios en diferentes publicaciones.

El entorno digital del noticiero permite que sean los mismos usuarios los que difundan la información y además sean creadores de noticias con la información que dejan saber en las plataformas. La interactividad en las redes sociales ha permitido al público que sea él mismo quien escoja la parte de la información que le interesa y que quiere interpretar.

### **Periodismo inmersivo**

Se ha convertido en todo un reto para los periodistas avanzar al mismo que la tecnología, pues esta va sin freno alguno a desarrollar e innovar en cada aspecto del mundo y las redes sociales son una de las prioridades, así que la forma en que los periodistas también innovan en el contenido es fundamental, más aún cuando se trata de contenidos mayormente visuales, se debe estar al tanto de implementar nuevas herramientas que le deje ver al usuario mejor calidad y más contenido.

Un reto para los periodistas del futuro más próximo. Los profesionales tendrán que aprender a escribir y grabar para que sus historias puedan ser vividas por los ciudadanos. El periodismo inmersivo llevará al espectador al centro de la noticia, lo ubicará en mitad del conflicto elegido, le

proporcionará una visión medida y exacta de los hechos e incluso podrá optar por conocer lugares y momentos que nunca hubiera soñado vivir, y todo gracias a su campo de visión de 360 grados. Pero el periodista no solo deberá adaptar su historia al periodismo inmersivo, también deberá estar expectante ante las posibilidades narrativas que despierta el periodismo dron. (López Hidalgo, 2016)

Está claro que las redes sociales abrieron las posibilidades de que las narrativas se transformaran y que los contenidos se diversificaran, y con ello, el periodista debe aprender de manera creativa a innovar en estrategias para que sea consumida su información, pues no debe quedarse atrás en los métodos de hacer nuevo periodismo, esto le quita las posibilidades de adentrar en el nuevo mundo tecnológico a sus usuarios y al contenido mismo.

Esto permite que “el usuario podrá llegar a sus propias conclusiones no ya basándose solo en sus creencias y prejuicios, sino siendo un testigo más de lo acontecido” (López Hidalgo, 2016). Y frente a la demanda de contenido, a la facilidad de acceso al mismo y a la inmediatez con la que este se difunde, el periodista debe descubrir cómo ser diferenciador para que sea su contenido el consumido por la audiencia.

En los últimos años este tipo de formatos se ha hecho cada vez más frecuente en la producción periodística. Pese a su cualidad de inmersión en el espacio representado, en estos formatos la pantalla actúa como

cuarta pared, marcando una línea física entre su mundo físico y el mundo del relato. (Domínguez-Martín, 2015, p. 415)

El periodismo hoy en día va de la mano con la producción de estos mismos contenidos, pues la forma en que se narran los relatos va muy de la mano con el estilo del periodista, quien debe sumergir al público en la vanguardia del mundo digital al que debe estar sujeto, pues “El periodismo inmersivo es una forma narrativa que busca la inmersión a través de técnicas interactivas y visuales consistentes en fomentar el rol activo del usuario en el relato y una experiencia sensorial de exploración del espacio.” (Domínguez-Martín, 2015, p. 420).

## **Metodología**

Esta investigación es de tipo cualitativa ya que se plantea la importancia de la migración de contenidos de un sistema informativo televisivo a las redes sociales. Se utiliza un diseño fenomenológico porque busca conocer el impacto de los contenidos informativos en las redes sociales, identificar los factores que inciden en el desarrollo de un sistema informativo televisivo y establecer factores claves para una guía práctica en las redes sociales.

El alcance de esta investigación será descriptivo porque busca especificar las funciones y la caracterización de las redes sociales del noticiero de Teleantioquia.

Se realiza la diferenciación de las emisiones para también aprovechar las características individuales de cada formato implementado y de esta manera utilizar el contenido noticioso televisivo para migrarlo a redes sociales.

Como instrumentos se implementó un diagnóstico mediante la matriz DOFA de la cual se deriva un análisis de las falencias y oportunidades de las redes del canal para ser mejorados o potenciados.

Se establecen las funciones del equipo de nuevos medios del sistema informativo, para tener claridad sobre las acciones que deben llevarse a cabo según sea cada emisión, cada noticia, en donde se implementa también la caracterización individual de las redes sociales del canal y así estandarizar el orden del contenido del noticiero.

Lo anterior sucede a partir de la matriz DOFA donde el equipo de nuevos medios del sistema informativo, junto con el equipo de redes del canal, toman la decisión de

implementar una caracterización distintiva por colores en las redes sociales (GRÁFICOS CARACTERIZACIONES DE LAS REDES SOCIALES) según la intención, categoría e importancia de cada noticia. De la misma manera se establece la intención de las publicaciones en las redes sociales, de acuerdo con los resultados que se quiere lograr en cada una de ellas y con la necesidad del público que las caracteriza.

Se realiza la diferenciación de las emisiones para también aprovechar las características individuales de los formatos implementados, de esta manera se utiliza el contenido televisivo para migrarlo a redes sociales y se ve la necesidad de crear una guía práctica con el fin de delegar funciones y tener mejor organización del equipo.

Las caracterizaciones quedaron implementadas en: Instagram, Facebook, Twitter y página web.

Siendo así se realizó un diagnóstico a través de la matriz DOFA, análisis del diagnóstico, mediante observación participante, estandarización de imágenes y funciones y la implementación de una guía práctica.

## Resultados

### Generalidades de la organización

Teleantioquia transforma vidas a través de contenidos significativos y humanistas; informando, educando, entreteniendo y contribuyendo al desarrollo humano y social a través de las pantallas como espacio de interacción pública.

### Misión

Somos la televisión pública regional que inspira, integra y proyecta a los antioqueños mediante la prestación de servicios audiovisuales que contribuyen a la sostenibilidad de la organización y la satisfacción de nuestros clientes, accionistas y colaboradores.

### Visión

Ser una empresa líder en servicios de comunicación audiovisual con capacidad para competir a nivel regional con productos innovadores que satisfagan las necesidades de los clientes.

### Valores

- **Honestidad:** Actúo siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo mis deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.
- **Respeto:** Reconozco, valoro y trato de manera digna a todas las personas, con sus virtudes e individualidad, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.

- **Compromiso:** Soy consciente de la importancia de mi rol como servidor público y estoy en disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que me relaciono en mis labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.
- **Justicia:** Actúo con imparcialidad garantizando los derechos de las personas, con equidad, igualdad y sin discriminación.
- **Diligencia:** Cumplo con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado.

### **Vocación de servicio**

Atiendo de manera respetuosa, especial y natural a los grupos de valor, con disposición constante para dar una oportuna atención a sus requerimientos y trabajos asignados, laborando con pasión y entrega.

### **Descripción de la dependencia**

Teleantioquia Noticias es un noticiero departamental, se transmite a través de la televisión y en plataformas digitales.

El canal cuenta con tres formatos de noticiero diferentes

Consejo de Redacción: Es el que informa en las mañanas de lunes a viernes en horario de 6:00 a.m. a 9:00 a.m. En este formato se realiza un noticiero de opinión, donde los periodistas generan conversaciones entre ellos y comentan sobre diferentes hechos noticiosos que estén ocurriendo.

Este es un espacio para recibir invitados, de acuerdo con los diferentes temas que estén tratando esa mañana. Se promueven los diferentes municipios del departamento con la visita de los alcaldes que tienen un espacio allí para dar a conocer gestiones, logros, fiestas, problemáticas que tenga ese territorio. El espacio está dado en gran parte a la información de servicio, donde se realizan diferentes denuncias ciudadanas. A este noticiero lo componen diferentes secciones como:

*#LaOpinión.* Es un sondeo que realiza en Instagram, Twitter y Facebook durante todo el programa donde se hace una pregunta sobre un tema polémico o actual del momento. Cada 35 minutos se actualizan los resultados y se leen los comentarios de los televidentes.

*#LaCifra:* Este se usa durante la transmisión para dar a conocer datos cuánticos importantes para los televidentes, este puede ser político, económico, cultural, social o ambiental.

*#PersonajedelDía:* los periodistas durante la transmisión eligen personajes que son tendencia o que tienen que ver con el tema del día para contextualizar y entregar datos curiosos o noticiosos sobre los mismos.

*#LaFrase:* Al igual que *#PersonajedelDía* se escoge una frase que es tendencia o que tiene que ver con los temas los cuales se tratarán. Pero en este caso es para generar reflexiones sobre diferentes fenómenos sociales.

Emisión central: Es el noticiero que se realiza todos los días en el horario de 7:00 p.m. a 8:00 p.m. Este noticiero es más formal, netamente informativo donde se comunican principalmente situaciones de orden público que afectan al departamento y a la ciudad de Medellín. Lo componen secciones como:

*Información Internacional:* donde se ofrece un resumen de los sucesos del día más importantes del mundo.

*Información económica:* Se dan a conocer los diferentes indicadores, las alzas y las bajas de los mismos.

Emisión fin de semana: es el noticiero que se realiza el fin de semana en horario de 1:00 p.m. a 2:00 p.m. A diferencia del noticiero de la emisión central, este incluye *Teleantioquia Deportes:* donde se informa con un resumen del deporte internacional, nacional pero principalmente el deporte regional y local.

También se incluye en una de las emisiones la sección *Teleantioquia Arte*, que es un espacio de exposición de artistas, obras literarias, pinturas o esculturas.

## **Funciones**

### **Transmisión**

Transmitir por redes sociales la emisión de noticias en vivo. Todas las emisiones se transmiten por Facebook, Twitter y YouTube.

El proceso de la transmisión empieza encendiendo el transmisor, en este caso se utiliza *Teradek VidiU*, este capta la señal de video sin cables y de allí se enlaza con

Vimeo, el servidor de *streaming* que recibe la señal de video y audio para que estas den salida a las redes sociales por las que se transmiten las emisiones. En cada red social se elige la opción de transmitir en vivo, se marca con los usuarios de los presentadores e invitados, se da verifican las claves de la transmisión con el Vimeo y de allí ya tenemos las redes con la señal saliente de la transmisión directa.

Durante las emisiones de noticias de Fin de Semana y Emisión Central se realiza un minuto a minuto de la transmisión por *Twitter*, compartiendo la leyenda que la acompaña, adjuntando el link de transmisión y una foto alusiva a la noticia en cada trino. En *Facebook* y *YouTube* se interactúa con los comentarios al mismo tiempo de la transmisión.

Durante la emisión de Consejo de Redacción se realiza un minuto a minuto de las entrevistas con los invitados que asisten, enlazando sus perfiles de Twitter con los trinos para ampliar el alcance del público. En *Twitter*, *Facebook* e *historias de Instagram* se interactúa mediante las encuestas de *#LaOpinión*, lo que permite conocer interacción del público en tiempo real.

Para la sección *#Estampasdemitierra* se edita en un diseño cuadrado con la ubicación de la fotografía para compartirla en *Twitter* y en el *feed de Instagram*.

*#DesdelaCalle*: Esta es la sección en que se abre paso al periodista que está en vivo en la calle realizando denuncias ciudadanas, reportes de movilidad o información de interés que suceda a esa hora de la mañana.

## Publicación

Consejo de Redacción: esta emisión se graba y se cortan las entrevistas y los directos que más relevantes que se realizan en *#DesdelaCalle*. Para cada uno de estos se realiza un *copy* creativo con el nombre del invitado, la organización a la que pertenece y un abre bocas del tema que se habló.

Emisión Central y Emisión Fin de Semana: estas emisiones se graban por completo, posteriormente se cortan cada una de las notas para ser cargadas a *YouTube* y a la *página web*, se escribe el *lead* de la noticia, las etiquetas con palabras claves de la misma nota y se asigna a una lista de reproducción. Después de que estén publicadas allí, se debe *trinar* y difundir en *Facebook*, acompañando de un sumario, fotografía alusiva y link directo al video de la noticia cargado anteriormente a *Youtube*.

Para la publicación de las notas se toma una captura de algún plano de la nota que se almacena en una carpeta y se hace un diseño en *Photoshop* con la leyenda de la nota y el logo de Teleantioquia. Esta imagen con diseño se publica como miniatura de *YouTube* y *Twitter*.

La actualización de las redes, principalmente de *Twitter* es fundamental para la vigencia y actualización informativa de los usuarios, es por eso que se debe estar al tanto de los sucesos que ocurran para darlos a conocer. Frente a una circunstancia inesperada, grave o de suma importancia de debe trinar *#ÚltimaHora* o *#AvanceInformativoTA*, estos trinos deben ser con un *copy* conciso y claro sobre la ubicación, hecho que sucede e información oficial que se conozca, se debe hacer de

manera ágil y rápida un diseño para fotografías y video que consta de un banner con el color verde del canal y una frase puntual.

Cuando ocurren hechos comprometedores y graves se publica en el *feed* de Instagram un video con una miniatura en tonalidades rojas, diseño realizado en *Photoshop*, con una imagen de la situación, un video corto y un *copy* con información oficial y precisa.

En Instagram se publican diariamente *#TitularesdeTeleantioquiaNoticias* de la Emisión Central y Emisión Fin de Semana, editados en *Adobe Premiere Pro*, con una portada en tonalidades verdes y una fotografía de la noticia que abre esa emisión el noticiero, diseño realizado en *Photoshop*, la fecha y hora de la emisión. En la descripción se dejan las *leyendas* del primer bloque de noticias.

Para noticias polémicas o virales que ocurren ocasionalmente se utiliza el formato de la *#NoticiaDelDía*, en donde se realiza un diseño en colores azules con fotografía alusiva a la nota editado en *Photoshop* para la portada y en *Premiere Pro* se escala el video de la nota y se le pone el diseño de esta sección.

De lunes a viernes también para esta red social se realizan carruseles informativos sobre temas internacionales, nacionales o departamentales, los cuales tienen el objetivo principal de explicar al público antioqueño, cómo esto les compete, afecta, beneficia o por otra parte desarrolla temas complejos que con este formato se permite ser explicativos. Se implementan textos ilustrativos con palabras simples. Los *carruseles* son hechos en *Photoshop*, las imágenes que se utilizan son de archivo mayormente, llevan

el logo del noticiero y deben llevar una portada que es un mismo diseño para todos los *carruseles*, de esta manera se conserva el orden del perfil.

Se realizaron diseños estandarizados para la publicación de las imágenes, de esta manera darles identidad a las publicaciones del sistema informativo dentro de las redes generales del canal, categorizando el contenido y generando recordación en los seguidores.

### **Matriz DOFA**

Después de analizar diferentes factores internos y externos por medio de la matriz DOFA, se han permitido establecer conclusiones que nos permiten llegar a resultados para mejorar el flujo digital del sistema informativo, también recomendaciones para que la organización pueda tener en cuenta y mejorar para el futuro.

Ilustración 1. Matriz DOFA



## Conclusiones

El sistema informativo de Teleantioquia noticias necesita establecer los pasos a seguir para el manejo de sus redes sociales, pues no está estructurado el manejo de las transmisiones y para la publicación de contenidos. Por eso, se crea una guía práctica para el área digital del noticiero donde están consignados los pasos a seguir para el manejo de los contenidos digitales de las redes sociales del noticiero.

### [GUÍA PRÁCTICA RR.SS TELEANTIOQUIA.pdf](#)

Se desarrollan parámetros fundamentales para migrar el contenido televisivo a las plataformas y los principales factores que se deben desarrollar dentro de ellas, así como se especifican las diferentes secciones y objetividades de cada una de estas para poner en contexto al futuro colaborador con la dependencia y de esta manera cumplir con los objetivos que exigen los usuarios en las plataformas.

Además, se disponen las diferentes funciones que debe hacer el colaborador en el área de digital, teniendo en cuenta principalmente el deber con la actualización informativa en cualquier momento que ocurra la noticia.

Aunque Teleantioquia tiene la posibilidad de migrar el contenido del sistema informativo a los nuevos medios lo limita la falta de recursos y el equipo reducido de trabajo, con respecto a otros sistemas informativos, aunque hubo un buen resultado por parte de la audiencia, se caracterizaron las publicaciones y aumentaron las interacciones, el rendimiento podría ser mayor si se destinaran más recursos a esta área y se permitieran ser más autónomos en la parilla de contenidos.

Se realizaron diseños estandarizados para la publicación de las imágenes, de esta manera darles identidad a las publicaciones del sistema informativo dentro de las redes generales del canal, categorizando el contenido y generando recordación en los seguidores.

### **Recomendaciones**

Para que en el equipo de trabajo haya un mejor rendimiento es necesario contar con equipos adecuados y óptimos, puesto que las condiciones de los equipos que se tienen no son aptas para el trabajo que se realiza. Hace falta material de trabajo como celulares para aprovechar las herramientas de las redes sociales y micrófonos aptos para el formato digital.

Es fundamental que el sistema informativo cuente con más personal, pues la mayor parte del tiempo, los integrantes del equipo deben escoger entre tareas ya que no alcanza el equipo para destinarle tareas a cada uno, esto limita la actualización informativa.

## Referencias

- Bachmann, I., & Harlow, S. (2012). Interactividad y multimedialidad en periódicos latinoamericanos: avances en una transición incompleta.
- Domínguez-Martín, E. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. *Profesional de la información*, 24(4), 413-423.
- Encabo, M. N. (2011). La ética en el periodismo multimedia actual. *Perspectivas de la comunicación*, 4(1), 166-171.
- García, J. C., & Castro, E. C. (2018). Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1), 115-129.
- López Hidalgo, A., & Fernández Barrero, M. Á. (2016). Retos para la consolidación del reportaje inmersivo. Estudio de caso de las experiencias pioneras en España de El Mundo y El País. *Mediatika*, 15, 125-140.
- Rost, A. (2001). Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad?. *Center for Civic journalism*, 2, 1-16.