

**MANUAL DE MANEJO Y ESTILO DEL PORTAL WEB
WWW.HORA13NOTICIAS.TV**

DANIEL SANTIAGO PALACIO PORRAS

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS-ANTIOQUIA
2012**

**MANUAL DE MANEJO Y ESTILO DEL PORTAL WEB
WWW.HORA13NOTICIAS.TV**

DANIEL SANTIAGO PALACIO PORRAS

Trabajo de grados para optar al título de Comunicador y Periodista

ASESOR

DIEGO ALONSO SÁNCHEZ SÁNCHEZ

MAGISTER EN EDUCACIÓN

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS-ANTIOQUIA
2012**

CONTENIDO

3.1 OBJETIVO GENERAL.....	11
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
4.PLANTEAMIENTO.....	12
5.MARCOTEÓRICO	13
5.1 LA INTERNET.....	13
5.2 SITIO WEB	15
5.3 GESTIÓN DE CONTENIDOS.....	15
5.4 COMMUNITY MANAGER.....	16
5.5 MANUAL DE ESTILO	17
5.6 PERIODISMO DIGITAL Y WEBNOTICIA.....	18
5.6.1 Periodismo Digital:	18
5.6.2 Webnoticias.....	18
5.7 REDES SOCIALES	19
6. FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER.....	21
6.1 FACEBOOK:.....	21
6.2 TWITTER:.....	22
6.2.1 Escuchar a los usuarios y darles respuesta:	23
6.2.2 Replicar el contenido de la página	23
6.3 YOUTUBE.....	24
6.3.1 Título:	25
6.3.2 Descripción:.....	25
6.3.3 Etiquetas:.....	25
7. GESTOR DE CONTENIDOS.....	27

7.1 WORDPRESS:.....	27
7.1.1 El video:	29
7.1.2 El texto:	30
7.1.3 Las imágenes:.....	31
7.1.4 Etiquetas:.....	31
8. CONCLUSIONES	32
9. RECOMENDACIONES.....	33
BIBLIOGRAFÍA	34

LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: SITIO WEB ACTUAL	27
ILUSTRACIÓN 2: ESTRUCTURA DE LA NOTICIA	29
ILUSTRACIÓN 3: INSERTAR VÍDEO	30
ILUSTRACIÓN 4: INSERTAR TEXTO	30
ILUSTRACIÓN 5: INSERTAR IMAGEN	31

LISTA DE TABLAS

TABLA 1: CRECIMIENTO EN LAS REDES SOCIALES	24
TABLA 2: CRECIMIENTO DE LA PÁGINA DE INTERNET	26

RESUMEN

El presente trabajo presenta ante la empresa Quanta Telecomunicaciones y la Corporación Universitaria Lasallista una propuesta de manual de estilo para el sitio Web de su programada informativo Hora 13 Noticias, además de establecer unas pautas para el manejo adecuado del mismo desde la parte funcional y un manual de funciones y tareas para la persona que ocupe el puesto de editor Web y Community Manager.

Un sitio dinámico y que permita la participación directa de los periodistas como los autores de sus propias notas para internet y la de los usuarios que tienen la posibilidad de comentar, compartir y sugerir contenido es un espacio propicio para que uno de los medios de comunicación más reconocidos en Antioquia abarque más público y tenga una relación más cercana con ellos.

Este sitio web sufrió varias transformaciones en el proceso de encontrar una plataforma y un diseño idóneos que permitieran la automatización de las funciones y, de esta manera, facilitara la operatividad para realizar los procesos de manera más rápida.

El manual está enfocado en orientar la administración del sitio web y las redes sociales llevando a cabo la tarea de informar a los ciudadanos sobre lo que pasa en el mundo, en el país y, sobre todo, en su región, dejando en claro que se trata del sitio Web de un noticiero y no el de un magazín o un programa de opinión.

El manual toma como punto de partida el manual de estilo actual elaborado para el informativo de televisión y tiene como referencia una nutrida cibergrafía sobre la redacción de noticias para Internet, las labores del Community Manager, la Web 2.0 y la gestión de contenidos.

ABSTRACT

This paper presents to the company Quanta Telecomunicaciones and Corporación Universitaria Lasallista for a proposed Manual of Style Web site for your news program News Hour 13, and sets guidelines for the proper management of it from the functional part and a manual functions and tasks for the person occupying the position of Web editor and Community Manager.

A dynamic site that allows direct participation of journalists and authors of their own notes and the internet users who have the opportunity to comment, share and suggest content is a space for one of the mainstream media recognized in Antioquia cover more people and have a closer relationship with them.

This web site underwent several changes in the process of finding a suitable design platform that enables the automation of functions and thus facilitate the operation to make the process faster.

The manual focuses on guiding the management of website and social networks carrying out the task of informing citizens about what is happening in the world, the country and especially in their region, making it clear that this is the site a news website and not a magazine or a talk show.

The manual takes as its starting point the current style manual prepared for the television news and has a large reference bibliography on news writing for the Internet, the work of the Community Manager, Web 2.0 and content management.

INTRODUCCIÓN

El mundo de hoy experimenta un cambio radical en materia de comunicaciones y el periodismo no se escapa a esa realidad. Los medios de comunicación tradicionales, que antes se limitaban a ser eso solamente, han tenido que migrar a la red como consecuencia de las posibilidades que ésta ofrece en materia informativa y de las exigencias de los nuevos públicos digitales que hoy quieren participar de la información. Ya no es suficiente con un periódico impreso o un noticiero de televisión, ahora no sólo los públicos piden que todo eso esté en la red, sino que las nuevas tecnologías permiten hacerlo de una manera fácil y rápida.

Se trata de nuevas circunstancias informativas que exigen un pensamiento nuevo y diferente dentro de las organizaciones periodísticas para sobrevivir y prosperar en este nuevo panorama de medios. "Este pensamiento innovador podría venir de la misma gente inteligente y dedicada que ha tenido éxito ejerciendo el periodismo desde antes de que Internet cambiara el juego"¹.

Las redes sociales han dado un vuelco al entorno digital, permitiéndole a las personas tener presencia en la red, una personalidad virtual que tiene voz, que puede oír y que quiere opinar sobre lo que pasa en su entorno. El trabajo del periodista puede verse entonces amenazado por estas nuevas plataformas en las que todo el mundo informa y en donde si bien puede existir gran cantidad de información poco relevante, también un solo Tweet puede desatar una noticia de carácter mundial.

Se propone un manual de estilo, manejo y funciones con el fin de aprovechar de la mejor manera el portal Web y las redes sociales, ya que puede otorgarle muchos beneficios a la organización tales como el posicionamiento del noticiero en la virtualidad. Además, se trata de un medio de comunicación sumamente efectivo a la hora de comunicar e informar a la comunidad.

La realización de este manual recoge y complementa el proceso realizado durante seis meses como practicante a cargo de la administración del sitio Web y las redes sociales del informativo Hora 13 Noticias de la empresa Quanta Telecomunicaciones, y que hace parte de los requisitos exigidos por parte de la Corporación Universitaria Lasallista para obtener el título profesional.

¹ LADRA, Antonio. Periodismo online. Manual de estilo digital. [en línea]. <http://antonio-ladra.lacoctelera.net/post/2007/12/20/periodismo-online-manual-estilo-digital> [Citado el 14 de octubre de 2011].

2. JUSTIFICACIÓN

Un sitio web es un medio de comunicación en el cual se integran todos los formatos multimedia posibles, desde solo texto hasta aplicaciones interactivas, pero un mal movimiento dentro de la administración del sitio puede causar un daño que afecte la estética y/o la funcionalidad del mismo. Es por eso que se hace necesario una guía que explique cada uno de los procesos y de las funciones que se deben llevar a cabo para que el sitio permanezca actualizado, estable y conserve una identidad.

Para cualquier medio de comunicación es indispensable un manual de estilo que marce la ruta que deben seguir quienes realizan los contenidos para él en todos sus procesos y que, ante todo, genere una identidad que permita hacerse una imagen de lo que es el medio. Con este manual de estilo, dedicado solamente al manejo y la administración del sitio web y de las redes sociales, se establece un punto de partida con el cual se asegura el crecimiento y la permanencia de Hora 13 Noticias en la Web.

La comunicación digital es el énfasis al que le apunta el programa de Comunicación y Periodismo de la Corporación Universitaria Lasallista, es por eso que nos han preparado especialmente en ese tema con materias como Periodismo Digital y Comunicación Digital, además de materia que complementan este tema desde el diseño y el tratamiento audiovisual. La administración del sitio web y de las redes sociales exige demostrar al máximo los conocimientos adquiridos en temas como el social media, la narrativas transmediáticas, las comunidades virtuales, la Web 2.0 y demás tópicos afines al tema digital, además del manejo técnico de programas, plataformas y soportes que permiten la eficiencia en los campos trabajados. La preparación en áreas conceptuales desde las teorías de comunicación y de la imagen, y el desarrollo a través de los cursos de periodismo, permiten tener una visión integra en el panorama laboral brindando una fundamentación para apoyarse en los temas específicos que requiere la práctica.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un manual de procesos y estilo para el manejo adecuado de www.hora13noticias.tv

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los procesos necesarios para el manejo adecuado del sitio web.
- Definir el estilo de redacción para las noticias para el sitio web.
- Definir formatos, tamaños y extensiones para las imágenes, videos y aplicaciones del sitio.
- Establecer las funciones y tareas del Community Manager

4.PLANTEAMIENTO

Quanta telecomunicaciones es la empresa encargada de realizar el informativo televisivo regional Hora 13 Noticias, programa que lleva al aire 18 años en los cuales se ha consolidado como el noticiero regional más visto en Antioquia y el país. El noticiero apenas hace algunos años incursionó en el área digital, primero con la apertura de su portal web www.hora13noticias.tv y, posteriormente, con la integración a las redes sociales Youtube, Facebook y Twitter.

Al incursionar en las redes, se crea un nuevo campo de trabajo que es necesario atender, tanto desde la administración del sitio web, como desde la atención y mantenimiento de las redes sociales, pues sería poco asertivo que los portales en la red de un noticiero permanecieran desactualizados por mucho tiempo. Estas nuevas actividades exigen la presencia permanente de una persona actualizando y respondiendo a los usuarios que, más allá de solo acceder a la información, usan los medios virtuales para comunicarse con el medio.

Actualmente, no existe dentro de la organización ningún tipo de políticas ni guías para el correcto manejo de todos los campos de trabajo de Hora 13 Noticias en la red., por lo cual no ha se ha logrado consolidar en este espacio.

5.MARCOTEÓRICO

5.1 LA INTERNET

Lo que comenzó como un experimento de carácter militar en Estados Unidos y que luego pasó al ámbito educativo es ahora quizás la infraestructura de comunicación más importante del mundo, sobrepasando la infraestructura telefónica y dando paso a una avanzada tecnología celular. “La Internet, pues, es una gigantesca red de redes, en la que no manda nadie y que interconecta varios millones de ordenadores de todo el mundo. Sus usuarios (varios millones de personas) pueden enviar y recibir mensajes, consultar bases de datos remotas desde su despacho o su casa, acceder a grandes cantidades de información multimedia (textos, sonido, imágenes, fragmentos de video, conjuntos estructurados de datos, etc.) y, en general, relacionarse entre sí instantáneamente formando una comunidad virtual.”²

Es entonces necesario dar un repaso a la historia de esta gigantesca red de redes que evoluciona cada día.

“Se ha dicho que la guerra ha contribuido a desarrollar invenciones que luego resultaron útiles para la Humanidad. En el caso de la Guerra Fría (el periodo de tensiones entre Estados Unidos y el bloque soviético que siguió a la 2ª Guerra Mundial) es bastante cierto. Recordemos la situación: las dos superpotencias participaban en la escalada atómica. Al tiempo, la carrera espacial no podía esconder, bajo sus llamadas a la aventura, el interés estratégico de la ocupación del espacio. En toda guerra la información es vital, y precisamente el origen de Internet fue la necesidad de un sistema de comunicaciones que sobreviviera a un conflicto.

La solución era una red compuesta por ordenadores en la que todos los nodos (o intersecciones) tuvieran la misma importancia, de tal forma que la desaparición de uno de ellos no afectara al tráfico: cada nodo de la red decidiría qué ruta seguirían los datos que llegaran a él. Por último, los datos se dividirían en "paquetes", que podrían seguir distintas rutas, pero que deberían reunirse en el punto de destino.

² GRUPO DE NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN APLICADAS A LA EDUCACIÓN. La Internet: posibilidades. [en línea]. < <http://nti.uji.es/docs/nti/impiva.html> > [Citado el 01 de octubre de 2011]

A principio de los años 60, la idea flotaba entre diversas instituciones americanas, como el Massachusetts Institute of Technology y la corporación RAND. Leonard Kleinrock del MIT publicó en julio de 1961 el primer trabajo sobre "conmutación de paquetes" (la tecnología que permitía dividir los datos y que recorrieran rutas distintas). El Pentágono, a través de su Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA en sus siglas inglesas) financió la puesta en marcha de una prueba práctica. En 1969, el año que el hombre llegó a la Luna, se abrió el primer nodo de la red ARPANET, en la Universidad de California en Los Ángeles.

La historia podía haber quedado reducida tan sólo a una cuestión de ingenieros de telecomunicación y militares, pero por medio había gente interesada en otras cosas. El segundo nodo fue el del Stanford Research Institute (SRI), donde trabajaba Douglas Engelbart en un proyecto sobre "Ampliación del intelecto humano". Engelbart había inventado el ratón para ordenador un lustro antes, y se preocupaba por el trabajo en colaboración a través del hipertexto. No era un visionario aislado: en el MIT, J.C.R. Licklider ya discutía en 1962 su concepto de "Red Galáctica": un conjunto de ordenadores interconectados para dar acceso a almacenes de datos..."³

Más de un millón de servidores ya estaban conectados en red en 1992, entonces, se creó la Internet Society, la "autoridad" de la red, un lugar donde se discutían los protocolos que haría posible la comunicación. En 1993 aparece Mosaic como el primer navegador de WWW que se hizo reconocido gracias a la popularización de los computadores personales (PC); había llegado el momento de "Navegar en la web". El primer ciberbanco se abre en 1994 y en 1997 ya hay más de 13 millones de servidores conectados a la red. A partir de entonces las estadísticas se complican como consecuencia del acelerado crecimiento de la red.

En Europa la historia era muy distinta a la que se vivía en Estados Unidos. El primer prototipo de lo que pretendía ser una red se construyó en 1968 en el Laboratorio Nacional de Física del Reino Unido, y sólo hasta en 1994 deciden unirse al protocolo desarrollado ya WWW. SíSpain se creó como la primera red de habla en español en 1994 gracias a la gestión del entonces embajador de España en Canadá, José Luis Pardos.

³ MILLÁN, José Antonio. Breve historia de la Internet: El fruto caliente de La Guerra Fría. [en línea] <<http://jamillan.com/histoint.htm>> [citado el 02 de octubre de 2011]

5.2 SITIO WEB

Si la Internet es la base y la Web 2.0 es la forma, el sitio Web es el donde, pues allí es donde todo toma forma y permite a los usuarios visualizar y participar activamente.

“Un sitio web es un conjunto organizado y coherente de páginas web (generalmente archivos en formato html, php, cgi, etc.) y objetos (gráficos, animaciones, sonidos, etc.). Su temática puede ser muy variada. A través de un sitio web podemos ofrecer, informar, publicitar o vender contenidos, productos y servicios al resto del mundo. Para que un sitio web pueda ser visitado por otras personas es necesario que se encuentre alojado en un servidor. Se trata de una computadora conectada a la World Wide Web con espacio en disco y conectividad suficiente para albergar sitios y servirlos al resto de la comunidad de usuarios de Internet a través de direcciones IP o nombres de dominio.”⁴

5.3 GESTIÓN DE CONTENIDOS

Un sitio Web debe ser bien administrado para lograr ser asertivo en lo que desea comunicar y dejar ver a sus usuarios, es por eso que la gestión de los contenidos a publicarse en éste es tan importante, ya que es lo que realmente hace que el sitio sea exitoso o no.

“La llamada gestión de contenidos proviene del término en inglés Content Management (CM), que es una expresión de reciente aparición aunque no sin cierta ambigüedad. Se asocia a un nuevo método para el diseño y desarrollo de portales Web que conlleva:

- La inclusión de elementos digitales de diferentes tipos (textuales, gráficos y sonoros).
- El desarrollo de forma cooperativa y descentralizada.
- El paso de un modelo estático a otro mucho más dinámico.
- La reutilización de los contenidos.

Este concepto se asocia también con los nuevos enfoques de la Intranet, donde el mayor peso recae en los aspectos

⁴ VE MULTIMEDIOS. ¿Qué es un sitio Web? [en línea]. <
http://www.vemultimedios.org/espanol/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=3> [citado el 02 de octubre de 2011]

relacionados con la identificación de recursos de información internos y externos, su valoración, gestión y tratamiento eficiente. A esto se le une la necesidad de utilizar tecnologías de la información y sistemas informáticos para el almacenamiento y distribución de información de naturaleza textual.”⁵

Es importante tener en cuenta que

“por un lado, los servicios de información y documentación accesibles por Internet, más concretamente mediante servidores Web, aumentan de una forma exponencial. La lógica evolución del Web, desde hace más de 10 años, ha generado la sustitución de páginas y documentos estáticos por documentos generados dinámicamente. Y por otro lado, se transita progresivamente de un concepto de publicación de páginas Web, bastante simple en su origen, a esquemas más complejos y diferenciados, fundamentados en procedimientos y técnicas basados en la gestión de información.

Por lo cual, se ha hecho necesario la formulación de bases teórico-prácticas en las que se combinen las técnicas clásicas de gestión de información en las organizaciones con las características propias del medio ambiente digital.”⁶

5.4 COMMUNITY MANAGER

“La explosión de los medios sociales en Internet, como herramientas de comunicación entre personas, ha traído consigo el interés de las empresas por los mismos. Dentro de las estrategias «sociales», cobra fuerza el perfil del Community Manager (CM), una figura que encuentra sus raíces en el «gestor o moderador de comunidades online», y que comienza a perfilarse como una función corporativa, independientemente de que la organización posea una comunidad online «propietaria» o no. Existen pues principalmente dos tipos de Community Managers: el gestor de comunidades online «ad-hoc» y el gestor de la comunidad de la marca. El primero más veterano y el segundo creciendo

⁵ CARABALLO PÉREZ, Yetter. Contribuciones cortas: La gestión de contenidos en portales Web. En: Acimed [Base de datos en línea] Vol.15 No 3(2007) 9p. [citado el 02 de octubre de 2011] Disponible en EBSCO HOST Research database

⁶ *Ibíd*em

al mismo tiempo que se populariza el uso de blogs, plataformas de microblogging como Twitter o redes sociales como Facebook.”⁷

5.5 MANUAL DE ESTILO

El manual de estilo es un mapa de navegación definido por el mismo medio para establecer pautas y acuerdos sobre las responsabilidades, tratamientos, el uso indicado de la palabra y sobre los aspectos de forma que deben llevar los productos realizados por el medio (video, texto, audio, fotografías). Este documento también contiene los lineamientos éticos a los que se deben acoger quienes hagan parte de la compañía, con el fin de crear y mantener una identidad que permita proyectar la imagen deseada.

“En cuanto a lo ético, se señala cuál debe ser el comportamiento de un profesional de prensa y cómo abordar el tratamiento de las fuentes informativas. En cuanto a lo estético, se marcan los elementos gráficos de la página y cómo deben emplearse. También se establecen normas de estilo de redacción, que fijan la extensión de oraciones, párrafos y notas; criterios de titulación y el tipo de lenguaje que se prefiere (llano, complejo, directo, literario). Este conjunto de acuerdos plasmados en el manual de estilo busca conseguir la uniformidad del producto gráfico (...)

(...) con respecto a la escritura digital. Por tratarse de un campo en el que los errores llevan la delantera, considero de suma utilidad que los medios digitales elaboren manuales que guíen la vorágine comunicacional que no cesa de publicarse y republicarse. Estamos en tiempos en los que la velocidad gana protagonismo, lo que genera que en la Internet se lean escritos con muchos errores, lo que atenta contra la calidad de los productos. Sería preferible que la noticia salga unos minutos más tarde, pero con un excelente uso del idioma; ahora, si esto uera “imposible”, invito a que se lean y elaboren manuales que permitan pulir dudas.”⁸

⁷ GALLEGO, José Antonio, y otros. Community Manager, Como las empresas están organizándose para crear y hacer crecer sus comunidades. (2010) 22p. [citado el 15 de noviembre de 2011] Disponible en <https://dl-web.dropbox.com/get/Pr%C3%A1cticas/community-manager.pdf?w=91e83881>

⁸ BOLDRINI, Agustina. Corrección de estilo, ¿Qué es un manual de estilo? (2009) [citado el 15 de noviembre de 2011] Disponible en <http://www.correcciondeestilo.com.ar/2009/06/%C2%BFque-es-un-manual-de-estilo/>

5.6 PERIODISMO DIGITAL Y WEBNOTICIA

La incursión de la internet en todos los ámbitos sociales han hecho que la labor periodística se replantee de cara a un nuevo medio, con nuevos consumidores y nuevas expectativas frente a como desee informarse. Se plantean entonces dos nuevos términos que buscan definir la labor informativa en los medios electrónicos: periodismo digital y web noticia.

5.6.1 Periodismo Digital:

"Un primer grupo que se preocupa exclusivamente por la producción: el periodismo digital. Tomando como referencia lo que dice Negroponte (2000), ser digital supone la aparición de contenidos totalmente nuevos, de nuevos profesionales y, además, de modelos económicos novedosos y proveedores locales de información y entretenimiento. En realidad, actualmente casi todos los medios están produciendo sus contenidos en un entorno digital, ya que utilizan ordenadores para escribir y editar. Por lo tanto, podemos decir que en todos los medios actuales se hace periodismo digital, y aunque que haya nuevos contenidos y profesionales, su esencia es, básicamente, la misma. Son, en realidad, viejos contenidos con vestidos nuevos. Dentro de estos medios que utilizan varias tecnologías digitales, están los que usan diferentes contenidos mediáticos, como la televisión y los periódicos, por lo que el periodismo multimedia se hace también en varios medios."⁹

5.6.2 Webnoticias

"Este lenguaje, como se verá más adelante, está condicionado por tres características de la Web: la hipertextualidad, es decir, la capacidad de hacer conexiones entre nodos de información a través de enlaces; la multimedialidad, entendida como la posibilidad de que esos nodos de información sean de características tan diferentes como texto, vídeo o audio; y la interactividad, es decir, la capacidad del usuario para interactuar con el contenido. La utilización simultánea de los tres factores en una noticia web abre la oportunidad absolutamente única de que cada usuario pueda hacer una lectura personal de la información

⁹ CANAVILHAS, João. Webnoticias: Propuesta de un modelo periodístico para la WWW. Livros LabCom, Brasil (2007) 269p.

disponible, navegando de nodo en nodo de información: a esta capacidad de fragmentar de forma casi infinita la información en zonas de interés le llamamos personalización de contenidos, una de las promesas del webperiodismo que sitúa la Web como un medio de comunicación de masas que es, simultáneamente, un medio póstmassmediático, en el sentido en que puede fruirse de forma individual y única, situando la relación entre usuarios y contenidos en una esfera más privada y emocional."¹⁰

5.7 REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido desde su aparición en los sitios de internet en los que más pasan tiempo los usuarios y en los cuales convergen y se comparten contenidos de otros sitios de la red, es por eso que es importante hacer presencia en estos ámbitos ya que es allí en donde se encuentran los usuarios.

“La noción de red social, por lo tanto, está vinculada a la estructura donde un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo. Dichas relaciones pueden ser amistosas, sexuales, comerciales o de otra índole. Por ejemplo: “La red social del pueblo funcionó a la perfección para canalizar la solidaridad con las víctimas de la inundación”, “La familia es la base de cualquier red social”.

El concepto, de todas formas, se ha actualizado en los últimos años para señalar a un tipo de sitio de Internet que favorece la creación de comunidades virtuales. Estos sitios web son servicios que permiten desarrollar redes según los intereses de los usuarios, compartiendo fotografías, videos e información en general.

La red social más popular de la actualidad es Facebook, que cuenta con más de 600 millones de usuarios que intercambian mensajes y archivos informáticos. Otras redes sociales son MySpace y Hi5.

Es posible encontrar redes sociales en Internet que se especializan en ciertos sectores o que apuntan a captar a un

¹⁰ **Ibid**

grupo específico de usuarios. LinkedIn, por ejemplo, reúne a profesionales e intenta fomentar los negocios y la movilidad laboral.¹¹

¹¹ Definición de red social. Definición.de . [citado el 15 de noviembre de 2011] Disponible en <http://definicion.de/red-social/>

6. FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER

El *community manager* y *administrador del sitio web* de Hora 13 Noticias es la persona encargada del mantenimiento de las redes sociales y de hacer cumplir con el objetivo para el cual se ha dispuesto cada una de ellas, haciendo que la comunidad crea realmente en la presencia del medio en la red y se generen vínculos de confianza. Es labor del **CM** ser los oídos y la voz del medio en la virtualidad, debe recoger todos los comentarios de los usuarios e interpretarlos de tal manera que puedan ser expuestos ante las demás personas de la empresa, dependiendo del tema que traten. Por ejemplo, un usuario reporta el abandono de rutas por parte del transporte público debido a amenazas a los transportadores. Esta información debe ser valorada por el **CM** para posteriormente ser trasladada al periodista más afín a este tipo de temas. Además, cada una de las personas que hacen uso de las redes para hacer llegar información al medio desea recibir una respuesta en confirmación de que su queja, solicitud o información fue atendida; es por eso que, basados en respuestas prediseñadas para cada caso y que se modifican según lo amerite, se responderá a cada uno de esos usuarios.

Al tener usos diferentes, cada red tiene usuarios distintos y es importante diferenciar el tratamiento que se le da a este grupo de personas dependiendo de la red. No es lo mismo responder a un usuario de Twitter por medio de un mensaje directo de tan solo 140 caracteres, que hacerlo para un usuario de Facebook en un mensaje mucho más extenso. Lo que sí debe de quedar claro es que en todos los casos se debe responder a través de mensajes directos privados y solo en ocasiones se usará la mención de Twitter como mecanismo de respuesta.

6.1 FACEBOOK:

Es sin duda alguna la red social con mayor número de usuarios en el mundo y que en Colombia cuenta con 14'917.020 de ellos (Agosto 2011), los cuales han encontrado en esta plataforma la mejor forma de acceder a la información de su interés, ya sean los estados de ánimo de sus amigos y conocidos, las fotos de la última fiesta universitaria o las noticias más importantes del departamento. Es el usuario quien decide a quiénes o qué monitorea cada que ingresa a la página inicial de su cuenta. Aunque sea el usuario quien da el primer paso al elegir "Me gusta" en nuestra página, es obligación brindarle la información que él espera y por lo cual decidió dar clic en el botón del pulgar arriba.

En el caso concreto de Hora 13 Noticias, Facebook es utilizado como enlace a los sitios donde se publican las noticias, ya sean la página oficial del noticiero www.hora13noticias.tv, los videos subidos a Youtube o las imágenes subidas vía Twitter. Así, además de ofrecerle a los usuarios la oportunidad de acceder a la noticias, se les deja abierto el espacio para que expresen sus opiniones y discutan entre la comunidad.

Debido a que Hora 13 Noticias cuenta con un perfil de usuario en Facebook, los usuarios hacen uso de los mensajes privados (Inbox) para enviar su información, éste además es el medio idóneo para responderles, incluso si el usuario ha dejado el mensaje en el muro.

El muro siempre estará habilitado para que los usuarios puedan dejar allí sus comentarios, sin embargo, hay que monitorear constantemente estas publicaciones ya que muchas de ellas no obedecen a criterios de información que puedan ser útiles para los demás usuarios de la red. Son ejemplos las campañas políticas, las ventas de productos y hechos aislados o poco relevantes. Estos comentarios deben ser eliminados para evitar la confusión de los otros usuarios, después de eliminarlos es pertinente enviar un mensaje privado al usuario que realizó la publicación explicándole por qué ésta fue eliminada y pidiéndole cordialmente que evite hacerlo de nuevo.

Una práctica muy común entre los usuarios de Facebook que buscan promocionar un producto, servicio o propaganda política es el de etiquetar el perfil de Hora 13 Noticias en imágenes y videos en los cuales no tiene que ver el medio, estas etiquetas deben ser eliminadas para evitar confusiones y que parezca que es Hora 13 el que está promocionando algún producto.

Nosotros, al igual que los otros casi 15 millones de usuarios en Colombia, tenemos que atender a dinámicas propias de la red, en las cuales prima, “no hagas a los demás lo que no quieres que te hagan”. Por ello, se debe evitar publicar cualquier tipo de información en otros perfiles y etiquetar a otras personas en fotos o videos no importa si éstos aparecen en ellos.

6.2 TWITTER:

Es la red de microbloggin más popular del mundo; valiéndose de tan solo 140 caracteres Twitter ha dado un giro al mundo. Las revoluciones ocurridas en el 2011 en el Medio Oriente fueron gestadas a través de esta red social. El movimiento de "Los indignados" y la ocupación a The Wall Stree son también una prueba fehaciente de que algo tan aparentemente sencillo ha revolucionado el planeta.

En la actualidad la @Hora13Noticias, perteneciente al informativo Hora 13 Noticias, cuenta con 8.300 seguidores, cifra que aun no es muy relevante teniendo en cuenta la popularidad del noticiero en otros ámbitos, Sin embargo, la cuenta ha tenido un ascenso progresivo desde julio del 2011 cuando solo contaba con 2.100 suscriptores.

Siguiendo cuentas de otros noticieros como Caracol Noticias, Noticias RCN o Teleantioquia Noticias, ‘estos suelen usarlas como medio para interactuar con sus televidentes, haciéndoles preguntas o encuestas acerca de los temas tratados en el noticiero. La cuenta de Hora 13 Noticias, por ahora, se enfoca solo en dos

tareas: escuchar a los usuarios y darles respuesta, y replicar el contenido de la página.

6.2.1 Escuchar a los usuarios y darles respuesta:

Twitter es ahora una efectiva herramienta de comunicación, por medio de una mención o de un mensaje directo usted está seguro de que su mensaje ha sido enviado, la tarea para quien está al otro lado es asegurarle que el mensaje ha sido recibido y leído, y esto se logra por medio de una respuesta.

El hecho de ser la cuenta de un noticiero hace que a diario las personas quieran enviar denuncias, peticiones o preguntas para que sean resueltas. Muchas de estas respuestas no son del conocimiento del Community Manager a cargo de la cuenta, pero es su responsabilidad buscar la forma más acertada de resolver la duda del usuario.

Todo mensaje enviado por un seguidor debe ser respondido así sea con un sencillo "Gracias por vernos, gracias por seguirnos o gracias por leernos", y en aquellas ocasiones en que la respuesta no sea posible brindarla en tan solo 140 caracteres, solicitar una dirección de correo electrónico para enviar la información.

El criterio periodístico de quién está a cargo de la cuenta debe ayudarle a evaluar qué de la información que llega a través de la red social merece ser expuesta ante los periodistas para ser tratada en el noticiero.

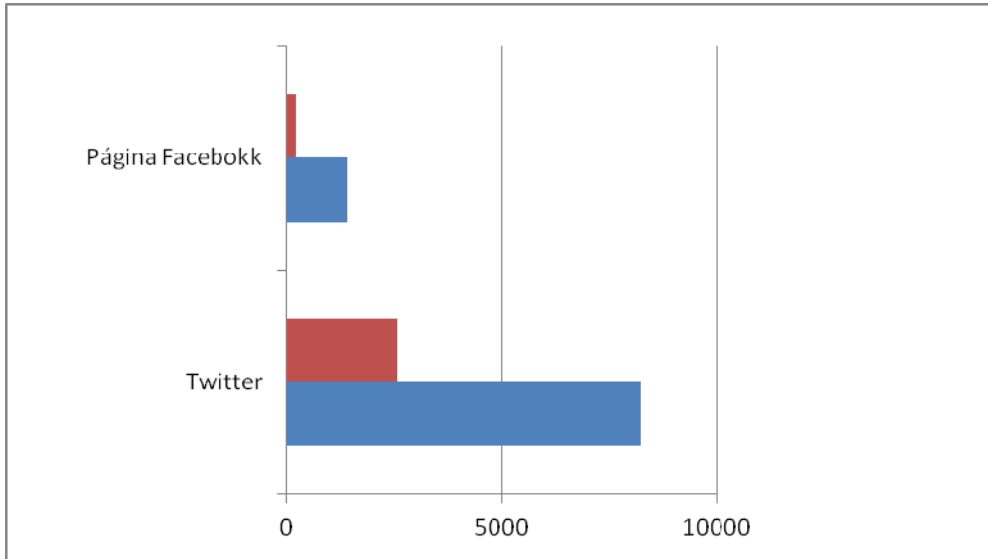
6.2.2 Replicar el contenido de la página

Como un trabajo de posicionamiento del portal web, Twitter es uno de los principales repicadores de las noticias que están publicadas en www.hora13noticias.tv. Con un mensaje atractivo y el enlace al sitio, se busca que los seguidores ingresen atraídos por una información y aprovechen la estancia en el portal para informarse sobre más noticias.

Se debe de intentar en lo posible tratar en Twitter solo temas de los cuales se ha publicado en el portal, de tal manera que si es necesario que algún seguidor requiera de más información sobre el tema, vaya directamente al sitio del noticiero y no a otros.

Las opiniones generadas a partir de una nota publicada en Twitter con la mención @Hora13Noticias y el número de Retweets son un indicador de que es una nota de interés para determinado grupo de seguidores y es recomendable volver a publicarla en distintos horarios del día.

Tabla 1: Crecimiento en las Redes Sociales



Redes Sociales	Twitter	Página Facebookk
Usuarios Actuales	8230	1415
Usuario Julio 2011	2552	225

6.3 YOUTUBE

Es la red social de vídeos más importante del mundo en la que cada usuario tiene la posibilidad de subir sus propios vídeos y compartirlos con el resto del mundo.

YouTube es la nueva ventana para los productos audiovisuales, que ya no se limitan solo a las pantallas de televisión y ahora están disponibles todo el tiempo a tan solo una búsqueda de distancia. Los distintos medios audiovisuales han buscado la manera de adaptarse y llevar su contenido a esta plataforma en la que sin duda alguna también los ven.

Hora 13 Noticias cuenta con un canal en Youtube el cual es utilizado exclusivamente para alojar diariamente las notas más importantes emitidas en el noticiero para televisión. Aunque el ideal es que todas las notas estuvieran alojadas en el sitio, esto requiere un músculo tecnológico y humano con el cual aun no cuenta la compañía.

Deben subirse entonces al canal de Youtube los titulares de cada día, las noticias del primer bloque, por lo menos tres noticias de la sección deportiva, la nota económica y la sección de El Postre. Además, deben publicarse las notas que van

bajo el rótulo de alguna sección como, Cámara Atenta, Comidilla Política o Pensando en TIC, las cuales normalmente no tienen una periodicidad establecida.

Las notas se suben independientes, empezando desde el IN que hace el presentador hasta el final de la narración hecha por el periodista. Estos vídeos son a la vez el suministro para la publicación de la nota en la página de Internet y bajo ninguna circunstancia pueden ser eliminados, ya que esto acarrearía un error en la publicación de la página.

Con el fin de que las personas pueden acceder directamente desde el buscador de YouTube a los videos subidos por Hora 13 Noticias, éstos deben de ser bien titulados y etiquetados. El título debe corresponder a lo que se trate la noticias, además, si el espacio otorgado por YouTube lo permite, debe decir al final Hora 13 Noticias. En la descripción debe aparecer de nuevo el título de la noticias, la fecha en que fue emitida y terminar en información de Hora 13 Noticias.

Finalmente, en el espacio de etiquetas deben colocarse las palabras claves por las cuales las personas buscarían esta noticias, éstas pueden ser desglosadas del título o del contenido de la noticia. Sumado a esto debe aparecer Hora 13 Noticias, Teleantioquia y Antioquia ya que son las palabras cuales por las cual las personas buscan al noticiero en específico.

Ejemplo:

6.3.1 Título:

Choque de carros en la Autopista Norte deja 2 personas muertas - Hora 13 Noticias.

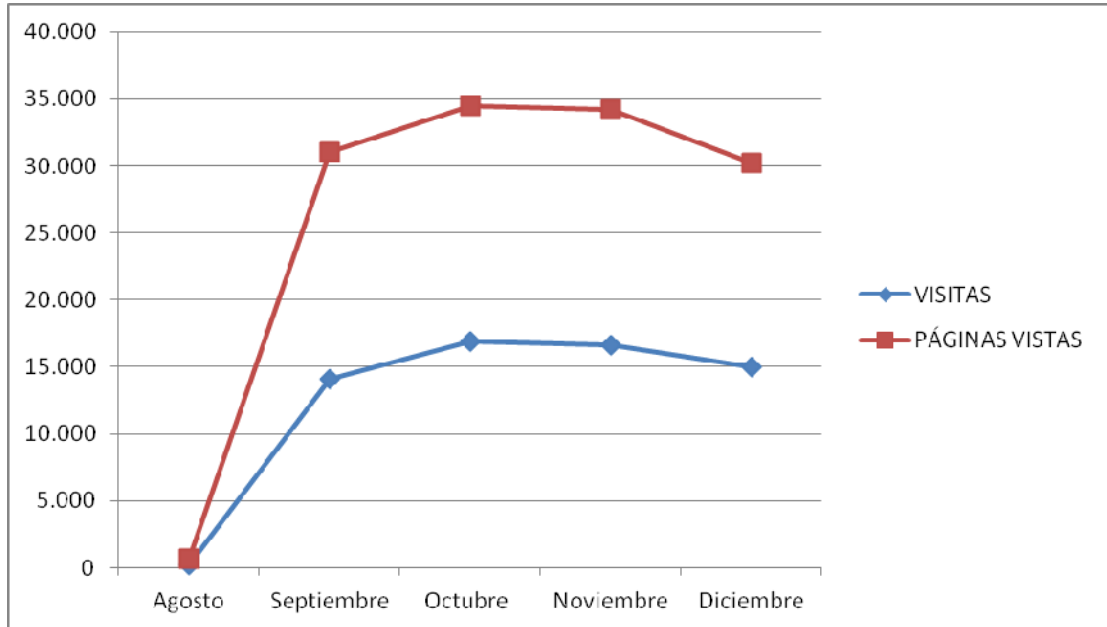
6.3.2 Descripción:

Choque de carros en la Autopista Norte deja 2 personas muertas - Enero 20 de 2012 - Información de Hora 13 Noticias

6.3.3 Etiquetas:

Choque de carros, Autopista Norte, Muertos, Medellín, Accidentes Tránsito, Enero 20 de 2012, Hora 13 Noticias, Teleantioquia, Antioquia.

Tabla 2: Crecimiento de la página de Internet



MES	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
VISITAS	218	14.099	16.862	16.617	15.020	62.816
PÁGINAS VISTAS	637	31.000	34.451	34.179	30.187	130.454

7. GESTOR DE CONTENIDOS

7.1 WORDPRESS:

Aunque inicialmente surgió como un servicio de blogs, actualmente Wordpress es uno de los administradores de contenido más populares del mundo, posición que ha conseguido gracias a su constante actualización, sencilla usabilidad, posibilidad de instalar múltiples funcionalidades y la posibilidad de modificar las plantillas y crear diseños propios.

El portal de Hora 13 Noticias está soportado bajo la plataforma de Wordpress. Después de varios años de trabajar con el sistema Joomla se decidió migrar hacia una nueva plataforma ya que ésta era demasiada robusta y técnica para las necesidades que se tenían en el noticiero. Entonces, se optó por empezar de nuevo con un sitio básico pero bien alimentado en donde a diario fuera posible publicar las noticias más importantes del día emitidas en el noticiero.

Entradas RSS

13 HORAS NOTICIAS Cubrimiento **Total** **Paute Aquí**

Inicio Generales Económicas Deportes Política El Postre Turismo Emprendiendo Tecnología Cámara Atenta

Auditaría encontró 180.000 niños matriculados que no existen

Escrito por communitymanager / Categoría Generales « 1 2 3 4 5 »

Me gusta +1 0 Twitter 3

Las sillas vacías de algunas instituciones del país fueron ocupadas el año pasado por miles de supuestos estudiantes En Antioquia, este hecho se habría presentado en al menos dos localidades. El tema es objeto de investigación porque, al parecer, en 16 entidades

ÚLTIMAS NOTICIAS

- 16:37 » Gobernador rechaza ataque de encapuchados en la U de A
- 16:30 » Las Farc asesinaron a tres civiles el corregimiento Chontadural de Mutatá
- 16:18 » Auditaría encontró 180.000 niños matriculados que no existen
- 16:13 » Por suspensión de Sayco, otras entidades recaudarán derechos de autor

DOLAR

T.R.M:	1.821.86
Compra en la Calle:	1.600.00
Venta en la Calle:	1.750.00
Compra Casas de Cambio:	1.860.00
Venta Casas de Cambio:	1.910.00
Euro:	2.344.53
IGBC:	13.554.60

Ilustración 1: Sitio Web Actual

www.hora13noticias.tv es actualizada todos los días inmediatamente termina el noticiero; en el portal se publican las noticias más relevantes emitidas en el noticiero, distribuidas en nueve categorías dependiendo del espacio que ocupen en el noticiero.

- **General:** Noticias de orden público, educación, salud y demás temas afines (Temas sin categoría definida)
- **Económicas:** Noticias de las secciones Económicas y Por su bolsillo, además todas aquellas notas con énfasis económico.
- **Deportes:** Noticias de la sección de deportes de Hora 13.
- **Política:** Notas de la sección La comidilla Política y demás noticias que traten temas afines al acontecer político.
- **El Postre:** Sección El Postre de Hora 13 Noticias, se publica en solo bloque.
- **Turismo:** Notas de la sección de Turismo y demás noticias que traten temas afines a los viajes, destinos y turistas.
- **Emprendiendo:** Notas de la sección Emprendiendo
- **Tecnología:** Notas de la sección Pensando en TIC y demás noticias relacionadas con temas tecnológicos.
- **Cámara Atenta:** Notas de la sección Cámara Atenta.

Gobernador rechaza ataque de encapuchados en la U de A

Escrito por carmenalfonsoque | Categoría: General | 19/07/2017

Me gusta | +7 | 0 | I Twitter

Gobernador rechaza atac



Sergio Fajardo Valderrán 13

Para el presidente del consejo superior de la Universidad de Antioquia, la quema de los torniquetes es una manifestación más de quienes a través de actos violentos pretenden mantener sometida a toda una comunidad universitaria.

Según el gobernador, quien escogió como puntal de su programa Antioquia la más educada a la Universidad de Antioquia, el tratamiento de los problemas universitarios no pueden ser si el esmad entra o no al campus

La quema de estos equipos se presenta precisamente cuando la Universidad enfrenta momentos claves como la terminación del segundo semestre del año pasado, la discusión de reforma a la educación superior y la elección de un nuevo rector.



Título de la noticia

Vídeo de la noticia

Texto de la noticia

Imagen de la noticia

Ilustración 2: Estructura de la noticia

Actualmente, la plataforma de Wordpress cuenta con algunos plugins instalados que permiten insertar vídeos alojados en Youtube por medio del código de la URL, imágenes y texto enriquecido. Teniendo en cuenta lo anterior, la estructura de la publicación de la noticia de la página en la siguiente: Video, texto de la noticia e imagen de la noticia.

7.1.1 El video:

Este es recortado de la emisión del noticiero, debe empezar con la presentación de la noticia y va hasta el final de la nota. Si pertenece a alguna sección se debe

tomar desde la cortina de la misma. Posteriormente, es alojado en Youtube para ser publicado en la noticia completa en la página.

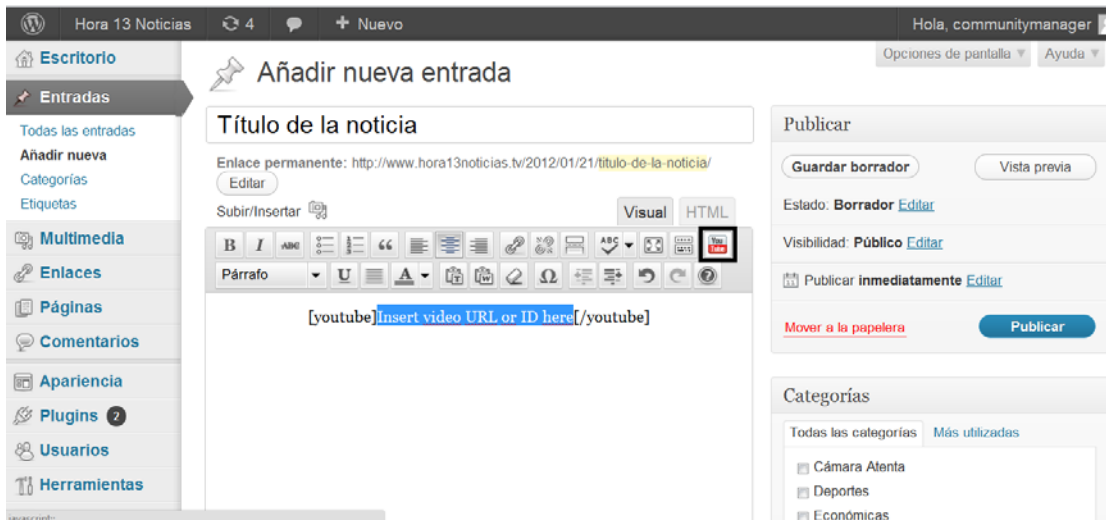


Ilustración 3: Insertar vídeo

7.1.2 El texto:

Éste debe ser suministrado por el periodista, quien por su cuenta propia de colaborador debe subir la nota a la plataforma para que quede en mano del administrador del sitio agregar el vídeo y la imagen. Sólo si la noticia es de vital importancia para el sitio, el administrador se verá en la tarea de redactarla para la web, de lo contrario la noticia no será publicada.

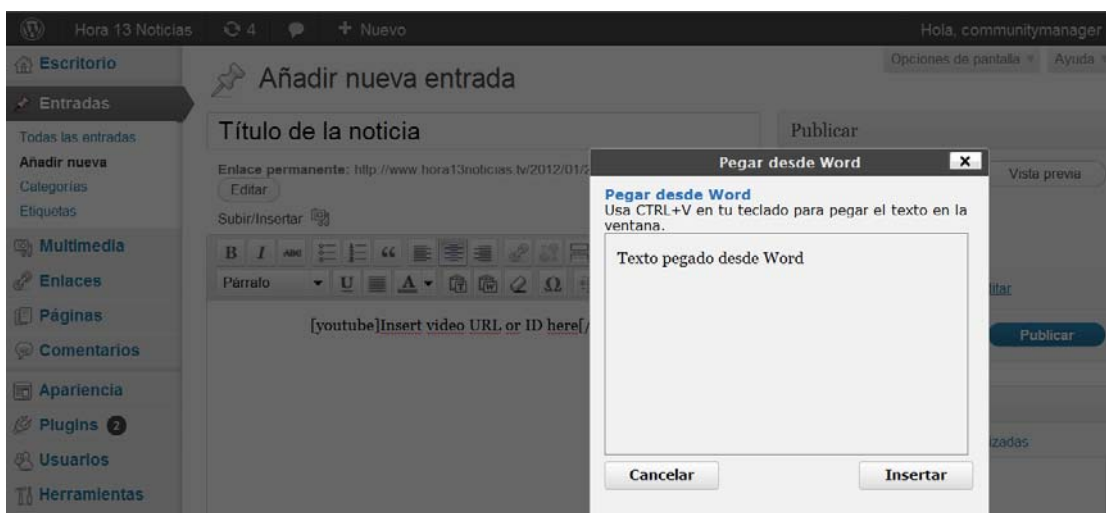


Ilustración 4: Insertar texto

7.1.3 Las imágenes:

Estas son pantallazos estriados de los titulares por el editor encargado de montarlos para el noticiero. Éstas son facilitadas al administrador web para que las agregue a la publicación.



Ilustración 5: Insertar imagen

7.1.4 Etiquetas:

Con el fin de facilitar la búsqueda a quienes indaguen por una noticia específica del noticiero o para aparecer en los resultado de aquellos que buscan noticias que se encuentran en nuestro sitio, se debe de realizar un trabajo de etiquetamiento teniendo en cuenta las palabras clave de la noticias y las palabras clave del sitio en general. Estas últimas son

Noticias Hora 13, Hora 13 Noticias, Noticiero Hora 13, Hora 13 Teleantioquia, Noticiero de Teleantioquia, Noticiero de Antioquia.

8. CONCLUSIONES

- La Internet es todo un medio de comunicación en donde sabiendo utilizar las herramientas que nos brindan, se puede potenciar la imagen y el mensaje del noticiero a los públicos que ya conocen Hora 13 Noticias y que lo siguen; además, cautivar nuevo público que después de conocer la propuesta del noticiero en la red lo siga a través del televisor.
- Las redes sociales han cambiado la manera de interacción de un medio con sus públicos: Los televidentes, ahora convertidos en cibernautas y los que solo siguen a Hora 13 por medio de la virtualidad, tienen voz y es el noticiero el que debe darles el voto para que estas personas se sientan más cercanas e identificadas con el noticiero.
- Facebook, Twitter y Youtube son las redes sociales más utilizadas por los portales de noticias en Internet para interactuar con sus seguidores. El crecimiento que ha tenido la página de Internet en los últimos meses se debe a la publicación de los artículos por medio de las distintas redes.
- Wordpress, el administrador de contenidos facilita a los periodistas y al administrador la publicación de las distintas noticias, esto permite que a medida que se vaya tomando la cultura de actualizar más ligero la página se irá logrando más inmediatez en el medio

9. RECOMENDACIONES

- Éste es sólo un manual en el cual se partió de cero y está escrito bajo la experiencia de haber dirigido las redes sociales y la página de internet por 6 meses. Se trata sólo de un punto de partida para realizar lo básico y de esta manera no desatender la presencia en la web del noticiero; sin embargo, en este ámbito digital todo es posible y eso obliga a que cada día se deba tratar de innovar con nuevas maneras de interacción con los usuarios y haciéndoles cada vez más útil el sitio.
- Un sitio web y las redes sociales de un noticiero que ya cuenta con un prestigio en la ciudadanía son la cara en la virtualidad. Por ello, día a día deben permanecer de la mejor manera y para lograrlo es necesario que sean administrados por el personal idóneo con el apoyo de equipos tecnológicos que permitan realizar la labor de una óptima manera. Es decir, para que un proceso como éstos permanezca firme y mejore cada día más, es necesario invertirle dinero.
- La persona a cargo de toda la presencia en la web del noticiero Hora 13 Noticias debe ser alguien dedicado únicamente a hacer que tanto las redes sociales como el sitio sean cada vez más populares en la red, con el fin de conseguir más seguidores, fans o visitas.
- La estrategia web debe ser planteada por expertos que den las pautas al administrador para realizar el trabajo diario de mantener actualizada a las personas que deciden de alguna manera ver Hora 13 Noticias, no necesariamente por televisión.

BIBLIOGRAFÍA

BOLDRINI, Agustina. Corrección de estilo, ¿Qué es un manual de estilo? (2009) [en línea] <<http://www.correcciondeestilo.com.ar/2009/06/%C2%BFque-es-un-manual-de-estilo/>> [citado el 15 de noviembre de 2011]

CARABALLO PÉREZ, Yetter. Contribuciones cortas: La gestión de contenidos en portales Web. En: Acimed [Base de datos en línea] Vol.15 No 3(2007) 9p. [Citado el 02 de octubre de 2011] Disponible en EBSCO HOST Research database.

GALLEGO, José Antonio y otros. Community Manager. Cómo las empresas están organizándose para crear y hacer crecer sus comunidades. (2010) 22p. [en línea] <<http://www.maestrosdelweb.com/images/2010/04/community-manager.pdf>> [Citado el 15 de noviembre de 2011]

GRUPO DE NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN APLICADAS A LA EDUCACIÓN. La Internet: posibilidades. [en línea]. <<http://nti.uji.es/docs/nti/impiva.html>> [Citado el 01 de octubre de 2011]

LADRA, Antonio. Periodismo online. Manual de estilo digital. [En línea]. <http://antonio-ladra.lacoctelera.net/post/2007/12/20/periodismo-online-manual-estilo-digital> [Citado el 14 de octubre de 2011].

MILLÁN, José Antonio. Breve historia de la Internet: El fruto caliente de La Guerra Fría. [en línea] < <http://jamillan.com/histoint.htm>> [citado el 02 de octubre de 2011].

VE MULTIMEDIOS. ¿Qué es un sitio Web? [En línea]. <http://www.vemultimedios.org/espanol/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=3> [citado el 02 de octubre de 2011]

CANAVILHAS, João. Webnoticias: Propuesta de un modelo periodístico para la WWW. Livros LabCom, Brasil (2007) 269p.

Definición de red social. Definición.de .] [en línea] <<http://definicion.de/red-social/>> [citado el 15 de noviembre de 2011]