

La fuerza de lo audiovisual en un medio digital y escrito Diario el Colombiano.

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador y Periodista

Andrés Felipe Abello Tabares

**Asesor
Jorge Alonso Sierra Valencia**

**Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Programa de Comunicación y Periodismo
Caldas – Antioquia**

2024

Contenido

Resumen	4
Summary	5
Introducción	6
Reseña de la Compañía	7
Periódico El Colombiano	7
Misión	7
Nuestro Pensamiento	7
Los Inicios	7
Identificación del Problema	9
Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
Justificación	14
Impacto social y económico	15
Marco Teórico	17
Multimedia	18
Canal	18
Streaming	19
Hábitos de Consumo	20
Reportaje Multimedia	20
Edición	21
Musicalización	21
Metodología	23
Funciones de desarrollo y ejecución para las notas multimedia	25
Contenidos y redes	27
Dinámica del Trabajo	29
Conclusiones	33
Recomendaciones	35
Referencias	36

Lista de tablas**Tabla 1 Seguidores de redes sociales de El Colombiano 28**

Resumen

El periodismo digital, se ha convertido en la modalidad más práctica y usada para emitir información, todo gracias a las posibilidades que permite el internet y la aparición de la web 2.0 con sus redes sociales.

La creación desde el año 1912 hasta la actualidad y necesidad de existir como área digital en El Colombiano surgió luego de la experiencia vivida con Salomón, “el teléfono sabio de El Colombiano”, este creó el 22 de septiembre de 1993.

En el periódico El Colombiano, el área digital está compuesta por tres partes, donde un grupo maneja las noticias de la página, otros cubren el manejo de redes sociales y el otro grupo se encarga del área audiovisual.

En el grupo de video del área digital pertenezco al área audiovisual , el trabajo que se realiza en una producción audiovisual, es demasiado complejo, ya que el grupo está constituido por el jefe editor, dos videógrafos y el practicante, el cual se convierte en uno más del grupo, por la falta de más personal.

Summary

Digital journalism has become the most practical and used modality to broadcast information, all thanks to the possibilities allowed by the internet and the appearance of the web 2.0 with its social networks.

The creation from 1912 to the present and the need to exist as a digital area in El Colombiano arose after the experience with Salomón, "the wise telephone of El Colombiano", which he created on September 22, 1993.

In the newspaper El Colombiano, the digital area is composed of three parts, where one group handles the news of the page, others cover the management of social networks and the other group is responsible for the audiovisual area.

In the video group of the digital area I belong to the audiovisual area , the work that is done in an audiovisual production, is too complex, since the group consists of the chief editor, two videographers and the intern, which becomes one more of the group, due to the lack of more staff.

Introducción

Según el ejercicio de formación académica realizada en la Corporación Universitaria Lasallista, el siguiente trabajo se desarrolló en el último semestre de práctica en el periódico El Colombiano. El tercer diario más leído en todo el país, que presta el servicio informativo en los medios digitales y escritos. En el trabajo que se expondrá a continuación se plantea un análisis, adentrándose en el mundo digital sobre el área multimedia.

El trabajo presente tendrá relación con todas las vicisitudes, así como la experiencia personal alrededor de la práctica profesional, en este caso en el mundo de los medios de comunicación. El trabajo desea mostrar una mirada desde el profesional multimedia hasta los niveles de receptividad social, donde influyen los canales para hacer periodismo. También se intenta exponer el poder que tiene el mundo audiovisual de contar historias, su complejidad para realizar una labor original y las oportunidades que le abre al periódico El Colombiano manejar diversas estrategias que serán interpretadas, por la influencia que han tenido en el receptor, con esta manera de informar, y la relación que tiene con el entorno profesional el rol del reportero multimedia.

Reseña de la Compañía

Periódico El Colombiano

Misión

Somos una compañía proveedora de contenidos informativos orientados a mejorar la calidad de vida del individuo y la sociedad. De esta manera conseguimos que las personas comprendan su entorno, evalúen, tomen decisiones, participen, construyan y crezcan en comunidad.

Nuestro Pensamiento

El Colombiano defiende el sistema democrático, la descentralización, los derechos fundamentales de la persona, el pluralismo, la tolerancia, la equidad y la ética basada en la responsabilidad social civil y el fortalecimiento de la justicia.

El Colombiano actúa como legitimador de procesos económicos, sociales y culturales de Antioquia y la nación. Así contribuimos a una mejor y mayor comprensión de los fenómenos de la sociedad y a la búsqueda de solución a nuestros problemas fundamentales.

Los Inicios

Don Francisco de Paula Pérez fundó El Colombiano el 6 de febrero de 1912, con unos claros objetivos que han permanecido vigentes a lo largo de nueve décadas:

- Contribuir al bienestar de la patria y llevar la inteligencia de nuestros compatriotas al aire generador de fervorosos entusiasmos.
- Nuestros conceptos llevarán siempre la sinceridad y el ardimiento de la juventud.
- No habrá sujeción absoluta a determinadas personalidades, ni nos dictarán la orden del día directorios políticos.

- Las columnas de El Colombiano estarán libres para todos, aunque defiendan diversas opiniones.

El fundador del Periódico, con sólo 21 años al momento de iniciar la empresa, buscaba rescatar el nombre y el ideal de un antiguo diario desaparecido durante la Guerra de los Mil Días que pretendía la unidad nacional.

El Periódico fue orientado en su segunda etapa, a partir de 1930, por Julio C. Hernández y Fernando Gómez Martínez, quienes lo proyectaron como diario democrático.

Identificación del Problema

El cambio que han tenido los medios con la aparición del internet y en especial la web 2.0, ha generado el inicio de una mayor interacción entre el periodista y el receptor, además de una necesidad en el instante de conocer de primera mano los hechos de cualquier noticia o información en desarrollo.

Pero dentro de la misma evolución de los medios, la necesidad de hacer presencia en las redes sin importar el tipo de enfoque o medio periodístico, el convertirse en un gestor de contenidos en la web, a la par con el trabajo en el medio de comunicación de preferencia, sea televisión, radio, revistas o prensa escrita, logra un posicionamiento del medio en un mundo cada vez más digital y globalizado.

En la prensa escrita, la posibilidad de hacer también periodismo digital como recurso a los sucesos en el momento mismo del hecho, genera un servicio más inmediato frente a sus seguidores, ya que dentro del periódico se realizan las notas para cada día, logrando a través de su página web y sus redes sociales, emitir e informar al instante

Para Gillmor un azeado en periodismo participativo y gran aportante en el uso de los medios digitales; la evolución de la web, ha permitido crear una manera de hacer periodismo, donde el lector no solo cumple el papel de recibir la información, sino que le permite ser generador de contenidos, al poder manifestar y expresar sus ideales en la web o dentro de los comentarios de una noticia. (pág. 70)

"La web inicial era relativamente estática, y estaba diseñada prácticamente sólo para la lectura. La mayor parte de nosotros sencillamente se descargaba textos e imágenes de sitios

remotos que eran actualizados periódicamente con nuevos textos e imágenes." (Tettay de Fex, 2007, p. 12)

Gillmor, rescata la importancia de la evolución de la web. Donde la interacción que se logra permite que la información no sea a través de un texto, sino con la ayuda de herramientas multimedia, que permite un mejor entendimiento de la noticia y una mayor apropiación del tema.

El Colombiano, tuvo su primera experiencia de interacción con su público a través de la aplicación Salomón, "El teléfono sabio de El Colombiano", la cual nació el 22 de septiembre de 1993, donde los usuarios tenían la posibilidad de consultar sobre una cantidad de temas del día y de interés personal y colectivo. Salomón funcionaba por línea telefónica la cual era el 2838383 y de inmediato se conectaban con el mejor mecanismo interactivo de un medio en la época de los 90's.

Juan José García Villegas, quién fue docente de la CUL y actual comunicador de EPM, se encargó de dirigir el área de Salomón, con un grupo de periodistas, donde se destaca Rubén Tangarife, quién continúa trabajando en el área digital del periódico y Ángela María Correa, actual Jefe de Programa de Comunicación y Periodismo en la CUL. Ellos junto a otro grupo de periodistas que iniciaron con este proyecto interactivo, se les considera como pioneros del periodismo digital en el país. (Guallar, Rovira, Ruíz, 2010, p 7).

Dentro de las posibilidades que brinda el periodismo digital, se destacan las herramientas multimedia como el video, el cual logra ser un gran complemento para una nota en la web o en ocasiones se convierte en la manera preferida para conocer la noticia, en un público que cada vez se convierte más visual.

En el diario El Colombiano, el área audiovisual, hace parte del grupo de periodistas de la versión online del periódico, el cual cada vez viene creciendo en la producción de contenidos y generando mayor cantidad de reproducciones del canal, lo que ha demostrado un avance significativo en el consumo de los usuarios de los contenidos producidos en el área. De manera total son 700 empleados los que integran todas las dependencias de este medio.

Ese aumento significativo del canal; ha demostrado la fuerza que ha originado su labor profesional y los productos realizados; generando crecimiento en los seguidores de El Colombiano en la web y sus redes sociales.

Hoy en día el área digital del periódico El Colombiano, está dividida en tres departamentos, todos dirigidos por una macro editora digital que hace parte de la mesa central de El Colombiano. Los tres departamentos del área son Redes e interacción, Radar y Video.

Redes e interacción se encarga del manejo de las redes sociales del periódico, modificando las cuentas en las principales redes como Twitter, Facebook e Instagram. Recientemente esta área recibió un premio en periodismo digital, por un trabajo periodístico que vienen realizando a través de Twitter, que la han llamado la Twittercrónica. Redes está compuesto en su planta física por un editor, dos periodistas y un practicante. Este grupo se encarga de publicar las noticias que se están desarrollando en el sitio web, a través de las diferentes redes sociales del periódico, con el fin de compartirlas e cada red y llegarle a cada usuario que busca las noticias no directamente en la página oficial del periódico, sino a través de las redes sociales, además del seguimiento a las noticias y contacto directo con los lectores y suscriptores, para observar la aceptación y críticas por parte de los receptores y usuarios de las páginas del periódico.

Radar, es el grupo periodístico de elcolombiano.com, ellos son los periodistas de la edición web. Dentro de sus funciones, se encuentra generar notas propias como equipo de trabajo, sin depender demasiado de las noticias del impreso, aunque también se encargan de ubicar las noticias que son publicadas en la edición física del periódico, y las ubican en el lugar indicado del sitio web. Ellos se encargan de ordenar la estructura del home del portal, definiendo por categorías y columnas los temas y subtemas de mayor relevancia en el día y al instante. El equipo de trabajo está compuesto por un editor y un grupo de ocho periodistas.

El área de Video se encarga de realizar las noticias audiovisuales, todos los registros en videos, además de estar pendiente a material de agencias internacionales para estar supliendo el canal con noticias que no son del contexto local. El área está compuesta por un editor, dos videógrafos y un practicante.

Objetivos

Objetivo General

Comprender la fuerza e importancia que produce una hipermedia en una noticia publicada en un medio escrito, físico y digital, caso El Colombiano.

Objetivos Específicos

- Demostrar la importancia que tiene una herramienta audiovisual, a la hora de contar una historia o una noticia, en una publicación web del periódico El Colombiano.
- Afianzar las fortalezas de rapidez e inmediatez que se tiene para hacer periodismo en la web, a través de diferentes plataformas.
- Desarrollar habilidades en lenguaje audiovisual, a la hora de producir notas periodísticas que impacten al público.
- Comprender los conceptos claves a la hora de producir un video, reconociendo la importancia de los testimonios y planos de apoyo.

Justificación

El periódico El Colombiano, lleva más de 100 años informando a toda la comunidad antioqueña y nacional ["El Colombiano", n.d.] . Se ha mantenido como uno de los diarios más vendidos en el país ["El Colombiano", n.d.] , y hoy en día cuenta con su versión web, donde trata algunas noticias del impreso, además de permitir una actualización constante de lo que sucede a cada instante en cualquier parte del mundo ["El Colombiano", n.d.].

Al ser parte de esa versión web, a través de la realización de videos gracias a la interconexión de las redes por medio del Internet, se logra mostrar una noticia más completa, donde el lector no solo lee la información de los hechos, sino que tiene la posibilidad de observar la noticia a través de un producto audiovisual, logrando una mayor veracidad y efectividad en la información que el usuario recibe ["El Colombiano", n.d.].

Conociendo la importancia de la difusión en los medios multimedia de este medio, en dónde la calidad del contenido debe ser destacado por los hechos, dónde pretende ser perdurable en información ["El Colombiano", n.d.]. Logrando así por medio del producto audiovisual, buscando llegar al público con un estilo fresco y original ["El Colombiano", n.d.].

Para el docente Javier Díaz Noci, el Nuevo Periodismo Electrónico en la época de 1994 suponía “la redefinición del mensaje periodístico tradicional como producto interactivo y multimedia” (Noci, 1992), lo que demuestra la importancia del cambio de los periódicos y su incursión en el mundo digital.

Van cerca de 20 años, donde el posicionamiento de los diferentes diarios a nivel mundial en el periodismo electrónico ha crecido, generando mayores herramientas dentro de sus plataformas web ["El Colombiano", n.d.].

Para la española Bárbara Yuste y el ecuatoriano Pablo Escandón, en su ensayo sobre el conflicto colombiano “El multimedia marca la pauta informativa” (Yuste & Escandón, 2008), hacen memoria de algunos momentos históricos dentro del conflicto armado que ha vivido el país. Donde analizaron cada actualización de los medios digitales sobre algunos hechos en particular, destacando el concepto de multimedia como la característica esencial de los medios en internet, donde a través de diferentes herramientas, permiten que el usuario tenga la capacidad de participar en el proceso de comunicación del medio a través de diversas herramientas y con ayudas elementales en la web como el hipertexto.

Con mi experiencia en realización de productos audiovisuales, he fortalecido mis capacidades en el área, logrando mejorar el manejo de cámara, elegir la búsqueda de planos exactos, manejo de tiempos, edición de videos, uso adecuado realizando vídeos con mayor calidad y mejor precisión a la hora de entregar una noticia. Así como el de ser parte, de diferentes temáticas que desean involucrar y despertar el interés de la sociedad en red, en el lenguaje audiovisual ["El Colombiano", n.d.].

Impacto social y económico

El impacto que se genera en los visitantes de la página web de El Colombiano, con los vídeos que se realizan en el área audiovisual, es muy positivo, ya que permite al usuario, tener una mayor amplitud de la noticia, más aún cuando son desde el lugar de los hechos y se muestran lugares o acontecimientos que se están describiendo en un texto ["El Colombiano", n.d.].

Además el vídeo permite publicar las entrevistas de los implicados en la nota, lo que permite una mayor veracidad y confiabilidad en el sustento de la nota, por parte de las fuentes de la noticia ["El Colombiano", n.d.].

Un impacto económico para el periódico ingresa por una pauta inicial que sale en cada producto audiovisual, donde el usuario observa una promo antes de ver el vídeo, permitiéndole observar toda la publicidad o si no lo desea, puede pasar a la nota al pasar transcurrir 15 segundos, lo que le da seguridad al proveedor que su producto y su marca va a ser vista inicialmente antes de abrir la nota audiovisual ["El Colombiano", n.d.].

Marco Teórico

“La información al igual que la publicidad posee, una acción sensorial aplastante predominante sobre lo cognoscitivo” (Reig, 1998, p.1). Lo que demuestra la importancia en lo sensorial y las emociones que una información puede generar en su receptor, generando un mayor impacto en un hecho noticioso contado por un diario, cuando se tiene el acceso y la posibilidad de las herramientas multimedia y envolver al lector a través de fotos, imágenes y en mayor medida cuando hay un registro y producto audiovisual.

Esa fuerza que contiene un producto audiovisual ha fortalecido las diferentes noticias y especiales que se realizan dentro de la web, ya que con la llegada del hipertexto y las herramientas multimedia, la información que se le brinda al lector a través de un portal web, cuenta con las posibilidades de generar una mayor aceptación y una lectura más eficiente al salirse del contexto lineal que presenta una noticia en un periódico impreso.

Aunque pareciese que el video en la multimedia no fuese más que una forma de relatar de manera visual un acontecimiento, se puede ver que hoy en día hay nuevas técnicas y usos, y herramientas como los drones unos pequeños aparatos con control en donde se introduce la cámara y esta se puede desplazar con la ayuda del aparato por el aire, están cogiendo auge en el modo de visualizar un espacio en el ámbito multimedia.

En el periódico El Colombiano se están haciendo capacitaciones para que el videógrafo, emplee de una mejor manera este instrumento ahora parte de la labor multimedia ["El Colombiano", n.d.].

Multimedia

En el contexto de los medios de comunicación, tener a la audiencia interesada a través del área multimedia es una tarea ardua para el periodista.

Es entendida la multimedia como “La definición más básica que se puede aportar alude a la capacidad del soporte digital –antes ningún otro lo permitía- para integrar en un mismo mensaje distintos formatos como texto, imagen, vídeo y sonido” (Smith, 2023, p. x).

En la multimedia están inmersos todas las maneras de hacer periodismo en cuanto a las manifestaciones de lenguaje en la entrevista, sonidos que ambientan los contextos del hecho o noticia, imágenes fijas y en movimiento que aumentan la expresividad y llegan a la connotación de fuerza, porque hace visible a que llegue el mensaje, con una idea clara de informar o comunicar.

Canal

Hoy día los medios de comunicación, así como las empresas, tienen canales. En el área multimedia, el canal es fundamental para complementar el ejercicio de reportería. En el periódico El Colombiano, hay varios programas, así como transmisiones en directo que, como practicante, realicé e hice parte (González, 2020). Cada uno de los videos que se realizan dentro del periódico se suben al canal multimedia del portal web, donde permanecen en una galería. La cual, por el problema de peso, no permite que los videos estén en la galería por más de 15 días, lo que se convierte en una debilidad del canal en cuanto a la permanencia del video. El cual, para

volver a tener acceso, se debe hacer a través de un buscador web, siempre y cuando la persona sepa el nombre del video (González, 2020). Son varios programas emitidos en el canal, los cuales son de interés y también se montan en vivo en la página del periódico. Los canales digitales vienen de la evolución de la televisión, donde surgió la necesidad de la transmisión a Internet, por medio de las corrientes de datos que proporciona la red informática (González, 2020).

Siendo así El Colombiano en el área multimedia, su propio productor de contenido con aliados muy importantes a la hora de realizarlos, como lo son el equipo de audio y video, puesto que cuenta con cámaras las cuales permiten hacer un trabajo de nivel muy profesional, donde en la actualidad se tiene en el área dos cámaras Panasonic (González, 2020).

Streaming

La importancia del vivo y en directo, así como de la inmediatez de la noticia, la cercanía que como área digital pretende generar El Colombiano, por medio de la transmisión del audio y video en internet, implica de manera exclusiva tener una forma útil para transmitir un evento que esté ocurriendo en el momento. Los requisitos técnicos, así como la posibilidad de llevar a cabo estas emisiones, los tiene la página del periódico (Yuste & Escandón Montenegro, 2012).

El principal programa que tiene una emisión semanal durante los lunes a las 11:00 am es el streaming de Línea de gol, el cual es un programa deportivo presentado por parte del equipo de trabajo del área de deportes del periódico, donde en un espacio alrededor de 50 minutos, se tratan todos los temas correspondientes a la fecha de cada jornada del torneo de fútbol profesional colombiano, actualmente conocido como la Liga Águila.

También hay otros espacios en el set de televisión, como son las entrevistas a diferentes tipos de invitados, donde llegan por invitación de los periodistas de las diferentes secciones, donde tendencias es un área que lleva muchos personajes para ser entrevistados y compartir preguntas con el público a través de las redes sociales.

Hábitos de Consumo

El énfasis de lo audiovisual se ve reflejado en los hábitos de consumo, a través de los procesos investigativos que se realizan, cada día en el área multimedia en conjunto con la digital, las noticias más vistas en las redes, en una escala del uno al tres. Y la mayoría de veces el área multimedia se encuentra presente en este escalafón por los vídeos. Según Jenkins (2006), esta tendencia resalta la importancia de la convergencia de medios y su impacto en la cultura contemporánea. Una de las filosofías que se puede apreciar en El Colombiano para llegar a los hábitos de consumo del receptor, es que buscan diferenciar con su forma de relatar y mantener “enamorado” al espectador con nuevas estrategias de contar y que se sienta cercano al lente.

Reportaje Multimedia

La diferencia con el reportaje tradicional está más catalogada con los medios tradicionales (prensa-radio-televisión). Se puede decir que anteriormente los contenidos eran más de tipo informativo, ahora la competencia entre los medios de comunicación es abordar la noticia como una historia y darle un toque diferenciador en donde genere una mayor interacción. Según la Lic. Liliam Marrero Santana, "Si bien el reportaje multimedia puede mantener rasgos formales y de contenido del reportaje tradicional, el nuevo lenguaje periodístico supone la reconfiguración de algunos de estos rasgos y la introducción de otros elementos de carácter novedoso en su tratamiento" (Santana, 2008, p. 40).

Edición

La evolución de los formatos digitales hoy en día facilita más las cosas al periodista desde los instrumentos y las posibilidades para grabar en donde no es impedimento la condición de luz, ni del clima. Para la hipermedia se han construido programas que desde la experiencia propia necesitan un estudio profundo, por su sin número de funciones. El uso como el desarrollo del programa usado para la edición llamado Adobe Premiere. Una de las limitantes para esta profesión es que si no se es ágil y rápido en la edición, los resultados del profesional afectarán el ritmo laboral. Este programa es muy completo y dentro de la práctica se puede observar que se debe seguir estudiando. Según Hernández (2015), la utilización de herramientas digitales como Adobe Premiere ha transformado la forma en que los periodistas editan y presentan sus historias, exigiendo una constante actualización y aprendizaje por parte de los profesionales.

Musicalización

La música es parte importante y fundamental del área multimedia, intensifica las historias y las realza. Para Ana María Sedeño era el mismo análisis, cuándo decía que: "El elemento expresivo musical contiene una sólida función estructural, con un fuerte carácter de oposición a la visión tradicional de mero papel de aditamento o suplemento del material visual" (Sedeño, 2010, p. 23).

Es decir que la música se convierte en el soporte de lo que se relata. Hay que saber elegir la música porque también genera una pauta de comunicación. La música proyecta a su vez emociones, y no todos los sonidos son para las historias. A veces se busca con estas: suspenso, calma, ambiente, entre otros. Gracias a la tecnología hoy en día hay bancos de música libre, y en

El Colombiano para escoger la musicalización se selecciona de una base de datos llamada ccmixer.com, donde se busca la canción indicada para cada video, en ocasiones se convierte en un trabajo largo, con el fin de dar con la pista indicada, para que, a través de los golpes musicales de la pista, se pueda hacer una excelente edición. Nicolás Cook profesor de investigación en música de la universidad de Southampton, Inglaterra ha hecho análisis sobre los clásicos del sonido y la relación que tiene con las imágenes. Es por eso que ha sido reconocida su teoría sobre lo unidireccional de la imagen y la música, en dónde resalta la influencia de la globalización con sus conceptos.

Uno de estos es: "La forma de entender lo multimedia ha estado muy influenciada por la forma de ver ópera, oír música, discursos jerarquizados históricamente. Estos son modelos estructurales de los que es imposible o difícil escapar a la hora de analizar el multimedia" (Valdellos, 2004, p. 15).

Metodología

El rol que he desempeñado a lo largo de la práctica dentro del equipo audiovisual tiene mucha importancia y responsabilidad dentro de la generación de contenidos en la red, ya que dentro del grupo de trabajo como practicante he tenido una participación activa y en ocasiones me he encargado del 100% de una nota audiovisual.

El papel del practicante dentro de esa producción consiste en llegar al punto de la noticia para buscar las fuentes para las entrevistas, además de realizar las imágenes de apoyo para luego pintar el video en la edición. De esto la encuesta sobre periodismo de Internet en Latinoamérica realizada por Guillermo Franco y Julio Cesar Méndez, hablan sobre la rutina del periodista digital y es muy diferente a lo que se cree: “El periodista del futuro, debe poseer una serie de actitudes concretas, éstas son: tener una perspectiva multimedia, valorar las Nuevas Tecnologías y conocer el manejo y funcionamiento de los programas de edición, de texto y retoque fotográfico” (Fex, 2007, p. 60).

Cuando se vive la experiencia de estar en el lugar de los hechos, también se debe de ir pensando de inmediato en el foco de la noticia, ya que, dentro del equipo audiovisual del periódico, hay una tendencia por tener un estilo para los videos, donde no se trata de contar la información de una manera simple y netamente informativa, como la pueden utilizar la mayoría de medios de televisión. Sino que se trata de encontrar un estilo diferente, donde se busca que la historia la narran los personajes de ella misma, evitando en lo posible la utilización de la voz en off.

Pero cuando se realiza la voz en off, en el oficio del periodismo digital el proceso normal cuando son temas de noticias en desarrollo consiste en llegar al área multimedia y descargar el material, luego entre mis funciones observó las entrevistas eligiendo de tres a cuatro fulls, para estructurar la nota. Al tenerlos seleccionados, se da el orden a la nota y se comienza a escribir la noticia, donde es muy importante el título y el lead, que son los textos que acompañan al video, además de la importancia de un buen título para atraer al lector y de generar fuerza y posicionamiento en los buscadores de la red. Al escribir la nota, como practicante me revisan el área, para corregir algunos y detalles y luego se graba mi voz para utilizarla en la nota. Ya con la voz en off lista y grabada, comienza toda la parte de edición, donde realmente se ve enfocado una parte de aprendizaje personal y de crecimiento profesional desde el primer día de formación. Donde realmente he visto mucho mi crecimiento desde que llegué el primer día al periódico hasta ahora es en el programa de edición, ya que había algunas herramientas del Adobe Premier que no conocía, en especial ayudas para arreglar el color de las imágenes, ajustes del sonido y otros efectos que ayudan en mejorar la calidad y disminuye tiempos al editar.

De la mano de la académica Caridad García enfoca los aspectos importantes del comunicador digital: periodista polivalente haciendo hincapié en lo anterior, cuando afirma: “Se trata de un profesional que, como producto de su formación académica, debe ser capaz de trabajar en la construcción de inteligencias colectivas” (Fex, 2007, p. 70).

Funciones de desarrollo y ejecución para las notas multimedia

Para terminar un video y organizar toda la parte de edición, se complementa con las especificaciones comunes, que son: las cortinillas de entrada y de salida, de El Colombiano, los créditos y agradecimientos y luego de haber renderizado el video en la bandeja de premier, llega el momento de exportarlo en buena calidad.

Al tener ya el vídeo exportado y en formato .mp4, el siguiente paso es subir el video a la plataforma web que se utiliza en el periódico y es a través del programa Brightcove , el cual es una plataforma de alojamiento para videos, que permite generar códigos para ubicar el producto dentro de una página web.

Con el video en Brightcove, sigue el proceso de subir el video al canal multimedia del periódico, algunas veces hay videos que no solo se ubica en el canal, sino también como video de columna derecha, que es una categoría para el video más importante del momento, el cual no solo aparece en el canal sino en el home central de la página web al lado derecho. Es importante reconocer y tener familiaridad con el manejo de estas plataformas ya que en Internet la responsabilidad social del periodista es mucho más sobresaliente, en dónde no hay espacios para errores por su rápido Feedback.

El producto audiovisual, se sube a un sistema llamado Millenium Editor, el cual es el programa que el periódico tiene para el desarrollar las diferentes notas periodísticas, tanto en Q'hubo, como en las revistas de El Colombiano. También en la web hay videos que se relacionan a las notas del mismo tema. Estas funciones las he estado realizando como practicante, también las hace un periodista de la web o uno del periódico impreso.

En la página se da la ubicación al video, dicho programa es la plataforma que maneja todo el periódico. En esta se sube todo lo que va para la web, así como las ediciones impresas. Lo que permite también crear los tags del video, para darle posicionamiento en la web a través del SEO.

Dentro de un análisis personal de medios impresos y su presencia en la web, he observado que aparte de El Tiempo que tiene su propio canal de televisión, El Colombiano tiene un nivel muy alto en la producción de video además de las vistas de los mismos.

Una de las herramientas que tiene el Multimedia Brightcove, es la sección analytics, la cual deja ver la cantidad de reproducciones de los videos, en lo cual se observa un crecimiento de más del doble de reproducciones, en los mismos meses del 2014 a los que lleva en este 2015.

El análisis muestra que esta tendencia de crecimiento se ha mantenido constante a lo largo del año 2015. Esto sugiere que las acciones implementadas siguen generando interacción sostenida con el contenido multimedia alojado en la plataforma Brightcove.

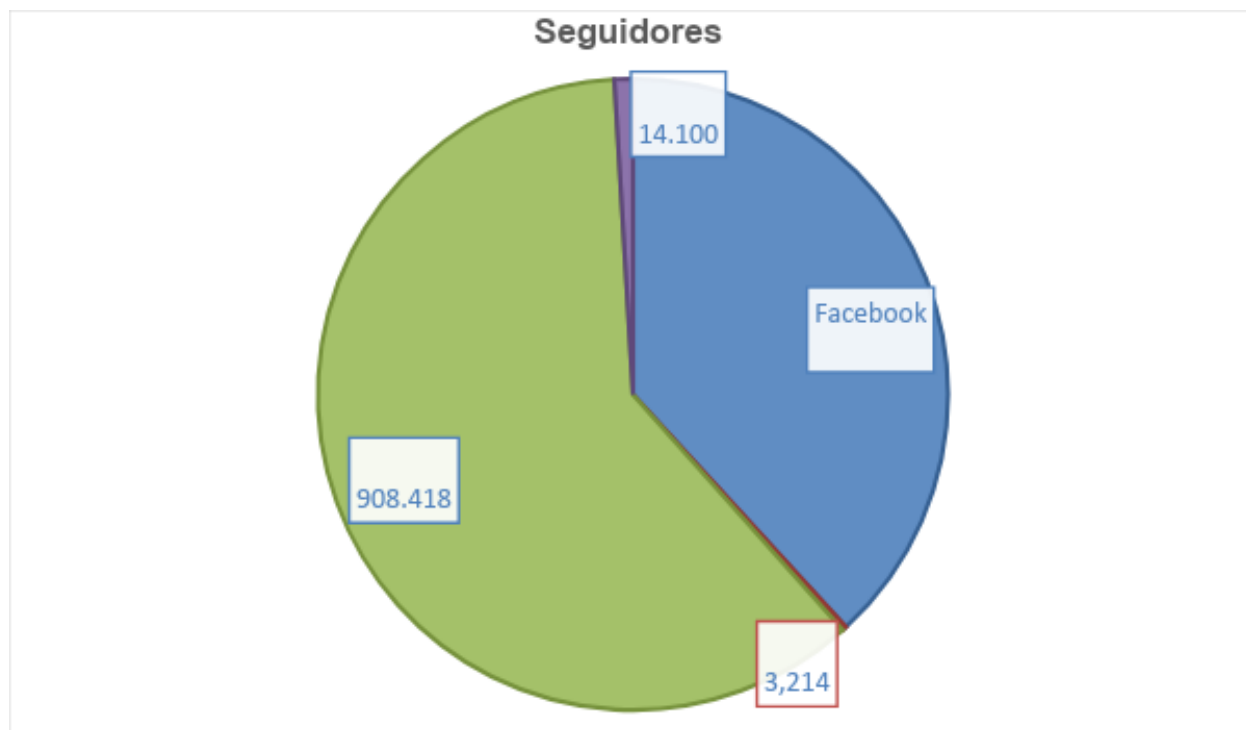
Estos hallazgos indican un uso efectivo de los contenidos, los formatos, la creatividad audiovisual y el storytelling, para aumentar la interacción y el compromiso con el contenido de video. El análisis de métricas, especialmente el crecimiento exponencial en las reproducciones respalda la conclusión de que las estrategias implementadas están generando un impacto positivo en la audiencia y están contribuyendo al logro de los objetivos planteados.

Lo cual quedó demostrado en el mes de marzo del presente año, donde se logró llegar a casi las 700.000 reproducciones de los videos del canal.

Sin embargo, hay muchos videos propios del área que generan muchas visualizaciones, igualmente se cuenta con acceso a cuentas de agencias internacionales como AFP y EFE, lo cual permite tener entrada a videos de eventos internacionales que despiertan el interés general, como el atentado a la revista francesa y algunos accidentes aéreos en el mundo.

Contenidos y redes

Entre los contenidos y las redes, en la anterior tabla se puede visualizar la importancia en cuanto a los seguidores y las cantidades respectivas en estas, sobre las cantidades de receptores. En el área multimedia se debe tener en cuenta estos aspectos, pues las redes sociales piden algunas configuraciones y procesos que muchas veces son cambiadas por los creadores y son informadas a los productores de contenido de nuestra área y ellos deben de estar verificando que todos los enlaces de las noticias, videos, e imágenes correspondan y funcionen en todas las plataformas. Tanto en los computadores como en los Smartphone.

Tabla 1 Seguidores de redes sociales de El Colombiano

Fuente: Elaboración propia

Dinámica del Trabajo

En cuanto a las dinámicas relacionadas con el desarrollo de los géneros periodísticos, y los lenguajes de estos, por último, haré una relación entre los procesos, así como su proximidad en detalle, describiendo cómo he trabajado en el medio de El Colombiano y los asuntos relacionados desde lo escrito y lo digital.

El ambiente laboral, así como la dinámica de equipo de trabajo en el periódico El Colombiano ha sido en la práctica muy satisfactoria, puesto que se prestó para el crecimiento en experiencia laboral, tanto como personal de la mano de los profesionales, que en toda la práctica estuvieron abiertos para compartir su conocimiento.

El ambiente de trabajo implica una responsabilidad entre colegas, porque te están dando unas guías de trabajo y a medida que te involucras con el ritmo del periódico te van delegando responsabilidades, entre las básicas: el manejo de equipos, el cuidado de los equipos, la calidad de la grabación. Algunas entre intermedias e importantes son: el tratamiento de las notas periodísticas, la redacción y ortografía, la destreza en la edición, la capacidad de solucionar imprevistos, trabajo de campo e investigativo, el dominio de los hechos que son noticia, y seguir el lenguaje que lleva este medio de comunicación.

“Seguir con los lenguajes y los códigos que identifican a El Colombiano es una tarea extenuante, porque la exigencia y la perfección pasan por cada una de las notas, y por estar apegado a los estándares de calidad para ser los mejores productores de información en el país se debe hacer todo con mucha precisión.” (Fex, J. P., 2007)

Entre los géneros y subgéneros periodísticos que se trabajan en El Colombiano en la parte escrita y digital, la diferencia es cómo se tratan las noticias y el tiempo de publicación porque el medio digital busca ser muy inmediato, en cambio el medio escrito se redacta un día antes aunque se espera hasta el último momento por si se debe cambiar el tema principal que encabeza el impreso, hay algunos hechos que necesitan constante actualización y seguimiento, que no son posibles hacerlo en el medio escrito.

Hay algunas secciones que son propias del impreso, pero hay temas de investigación que se buscan ampliar más y estos se montan a periódico digital. Por otro lado, en el área audiovisual, se deben proponer temas de interés o historias diferentes de las ya se encuentran propuestas en los dos medios, aunque algunas veces éstas vienen acompañadas de crónicas o noticias que muchas veces las hace el periodista en este caso yo como practicante, otras cuando el tema es de investigación se acompaña por otro periodista de la digital que amplía más la nota. Otras veces hay eventos que necesitan de soporte y de mayor difusión se apoya con el video a parte de la noticia en el medio digital.

En torno a las idas en El Colombiano todos los profesionales estamos al tanto del avance de los productos escritos y digitales, respetando las dependencias, sin embargo, hay un conocimiento general de todo lo que está ocurriendo en el periódico en materia de trabajo. Se puede destacar los excelentes flujos de comunicación para la propia empresa que se quiere mostrar generando los mayores niveles de lectores, espectadores, de los dos medios que entre la empresa no compiten, sino que se complementan.

Los flujos de comunicación son muy buenos entre los jefes y los encargados de cada área, porque se le da demasiada importancia al consejo de redacción. Entre los canales de comunicación, se encuentra que el periodista que hace parte del grupo de trabajo del periódico tiene su propio correo electrónico en donde puede estar en contacto con las fuentes y se pone también en las notas audiovisuales.

Entre los roles que desempeña cada profesional siempre hay una convergencia de funciones, como practicante nunca fui tratado con menos capacidades, al contrario, siempre desempeñé una labor profesional con resultados tan importantes como los de todos los que hacen parte del área multimedia.

Entre las rutinas que como practicante me adapté, fueron: viajes a pueblos, ruedas de prensa, cubrimiento de eventos en vivo, cobertura de hechos noticiosos fuera y dentro de la ciudad, disponibilidad de horario de tiempo completo incluyendo sábados y domingos, capacidad de proponer temáticas, actividad de reportaje investigativo. Todo el trabajo que realicé siempre debía tener la supervisión y la aprobación de los jefes del área y acatar los ajustes que según ellos eran convenientes para las notas.

La fuerza de lo audiovisual se muestra desde sus profesionales, hasta en la forma en que el mismo periodista debe enfrentar los desafíos diarios, para demostrar como su capacidad para hacer noticia posiciona el mundo digital y como complementa los otros modelos de comunicación. Y que en la fuerza de lo audiovisual va en las aptitudes del profesional en la parte creativa, actual y

cercana en donde debe jugar un papel activo para que se llegue a transmitir de manera impactante sin perder el contexto.

Conclusiones

El profesional encargado del área multimedia, debe ser una persona que esté en capacidades de adaptarse al entorno laboral e investigativo. En dónde sepa comprender la fuerza de lo audiovisual para desear adentrarse a las diversas formas de periodismo, en donde transforme las ideas audiovisuales de las historias en aportes trascendentales que atraigan y le den cercanía al público.

En cuanto a la práctica, El Colombiano le da la oportunidad al aprendiz de ajustar el perfil profesional y sobre todo aprender. En donde lo más importante es tener claro el impacto, la responsabilidad y la diversificación de funciones que realiza el reportero multimedia, encontrarse con la vivencia en los medios de comunicación ha sido mi mayor logro. En el área multimedia mejore mis habilidades para manejar el programa Adobe Premiere, me siento preparado para asumir diferentes tareas en el ámbito audiovisual, y de encargarme de llevarlas a cabo.

El periódico debe seguir creciendo en el área multimedia, teniendo siempre diversas temáticas alejadas de los hechos noticiosos actuales y retomando historias que despierten el interés de la audiencia, usando como medio las redes sociales para fortalecerlas de manera simultánea y hacer crecer las que no tienen el mayor peso de seguidores con los productos audiovisuales que ya se ha hecho. Si no fuera por las plataformas digitales y el ejercicio de publicar en las redes con la inmediatez que se hace, seguramente El Colombiano no tendría tantas visualizaciones en sus videos. Gran parte del éxito se debe a la productividad que como profesionales mostramos, por el

conocimiento amplio que se debe tener con las herramientas ya mencionadas, que hacen que todo funcione de manera óptima.

El lenguaje audiovisual sólo se desarrolla con la capacitación constante y la pasión, que en este caso como profesional adquirí para adaptarse a las dinámicas de trabajo, a los significados visuales, sonoros, auditivos que mezclan las múltiples temáticas, en donde como profesional se debe analizar el hecho noticioso o la historia.

El contacto con los diversos espacios en los que hice parte me ayudó a formar experiencia al abordar las entrevistas y los testimonios, para poner en práctica los conocimientos adquiridos en mi formación académica, con ayuda del direccionamiento del equipo del área multimedia. Aprendí a reconocer la importancia de la musicalización, así como de los tiempos que se deben tener en edición de los planos para hacer más dinámica y estructurada la nota. Tuve un valioso aporte con las temáticas porque todas fueron distintas y se convirtieron en un campo para conocer más mi carrera y mejorar como profesional y sentí mi evolución.

Recomendaciones

Considero que la Corporación Universitaria Lasallista al haberme dado la oportunidad en dos ocasiones ser el monitor de televisión contribuyó a mi elección de énfasis, que es en el área audiovisual, porque al cubrir eventos en la universidad, tener la oportunidad de realizar asesorías, compartir lo que conocía me ayudaron a encontrar mi enfoque como profesional.

De manera personal considero que la universidad debería de desarrollar más las habilidades o profundizar en las materias los conocimientos sobre los programas como Adobe Premiere, en donde gran parte de lo que conocía fue por deseo personal de aprender y tuve dificultades al principio en la práctica, porque tenía un dominio básico y lo ideal era que tuviera más habilidades en la herramienta, que fui adquiriendo, pero por asesoría de algunos de los compañeros del área audiovisual. La universidad debería de tener más en cuenta la línea de énfasis de cada estudiante y así profundizar más en cada una.

La universidad contribuyó de manera positiva, con la formación excelente en redacción de noticias, con la posibilidad de tener los laboratorios de radio y televisión ya que, gracias a esto, tuve la oportunidad en toda la carrera de mejorar mi dicción para en las prácticas aplicar los ejercicios para el uso de mi voz, en algunas notas periodísticas.

Referencias

Cook, N. (2004). *Analyzing Musical Multimedia*. Oxford University Press.

Autor: Cook, Nicholas

(Año de publicación): 2004

Título: *Analysing Musical Multimedia*

Editor: Oxford University Press

Marín, C. (2006). *Periodismo audiovisual: información, entretenimiento y tecnologías multimedia*.
Barcelona.

Autor: Marín, Carles

(Año de publicación): 2006

Título: *Periodismo audiovisual: información, entretenimiento y tecnologías multimedia*

Lugar de publicación: Barcelona

Marrero, L. (Año). *El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual: acercamiento a sus rasgos formales y de contenido*. Recuperado de URL

Autor: Marrero, Liliam

(Año de publicación): Año

Título: El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual: acercamiento a sus rasgos formales y de contenido

URL: http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html

(Título). Periodismo Electrónico. Recuperado de URL

Título: Periodismo Electrónico

URL: http://www.academia.edu/4933261/Periodismo_Electr%C3%B3nico

Tettay de Fex, J. P. (2007). El Comunicador digital El periodista polivalente 20070101. Revista Folios: Universidad de Antioquia.

Autor: Tettay de Fex, Juan Pablo

(Año de publicación): 2007

Título: El Comunicador digital El periodista polivalente 20070101

Revista: Folios: Universidad de Antioquia

Yuste, B., & Escandón Montenegro, P. A. El conflicto colombiano: El multimedia marca la pauta informativa. Ensayo.

Autores: Yuste, Bárbara; Escandón Montenegro, Pablo Andrés

Título: El conflicto colombiano: El multimedia marca la pauta informativa

Tipo de publicación: Ensayo