

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**ANÁLISIS DE LA INMEDIATEZ EN LA CONFECCIÓN
DE LAS NOTICIAS NACIONALES QUE BRINDA EL
MEDIO DIGITAL CRHOY, DURANTE EL PERIODO DE
ABRIL A JUNIO DE 2017**

ALEJANDRO SÁNCHEZ CAMPOS

SAN JOSÉ, AGOSTO, 2017

Contenido

Tribunal examinador	2
Código de ética.....	3
Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Revisión filológica	9
Declaración Jurada	10
Tablas	15
Figuras	16
Resumen Ejecutivo.....	17
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	18
Planteamiento del problema.....	19
Objetivo general	23
Objetivos específicos.....	23
Justificación.....	23
Antecedentes	25
Proyecciones.....	30
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	32
Teorías de la comunicación ante las nuevas tecnologías	32
Teoría del determinismo tecnológico	33
Evolución de la Web 2.0	34
Periodismo Digital.....	36
Características del Periodismo Digital	36
Adaptabilidad.	37
Interactividad.....	37
Hipertextualidad.	38
Experiencia de Usuario.	39
El Comunicador en la era digital.....	40
Los Medios Digitales	41
La Inmediatez en los Medios Digitales	44
Credibilidad en los Públicos del Periodismo Digital	46

Trato de la información.....	47
Titulares.....	48
Los nuevos géneros en el periodismo.....	48
Estructura de la noticia digital.....	53
Search Engine Optimization (SEO) en los medios digitales.....	56
Lenguaje Inclusivo.....	57
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	60
Enfoque.....	60
Diseño.....	61
Método.....	62
Muestra de la Investigación.....	62
Variables o Unidades de Análisis.....	63
Instrumentos.....	70
Entrevistas de profundidad.....	70
Entrevistas.....	70
Análisis de contenido.....	71
Sondeos de Opinión.....	71
Proceso de recolección de datos.....	72
Sujetos y fuentes.....	73
Referente Institucional.....	74
Método de Análisis.....	76
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	77
Unidad de análisis 1: Determinar las técnicas periodísticas aplicadas en el periodismo digital....	85
El nacimiento de Periodismo Explicativo.....	86
La influencia del SEO en el trato de la información digital.....	87
Estructura de la información digital.....	88
Labor del periodista en la era digital.....	90
El lenguaje periodístico digital.....	92
La investigación y verificación de contenidos.....	92
La Interactividad en las noticias digitales.....	93
La segmentación de los públicos.....	94

La importancia de un manual de estilo digital.....	95
Tabla 7: Puntos de vista en común entre los entrevistados sobre los elementos más importantes que impactan el trato de las noticias digitales.....	99
Unidad de análisis 2: Comparar la influencia de la inmediatez de las publicaciones nacionales con el tipo de contenido más recurrente del medio CRHOY en su sitio web.....	101
Análisis de Contenido abril 2017 (Ver Apéndice 7).....	104
Macroestructura del mes de abril de 2017.....	104
Categoría de Datos Generales.....	104
Categoría de Forma.....	105
Categoría de Análisis de Forma.....	112
Microestructura del Mes de abril de 2017.....	116
Categoría de Fondo.....	116
Análisis comparativo entre las 5 secciones de mes de abril del año 2017.....	122
Estructura:.....	122
Profundidad:.....	124
Objetividad:.....	125
Análisis de Contenido mayo 2017 (Ver Apéndice 8).....	126
Macro estructura del mes de mayo de 2017.....	126
Categoría de Datos Generales.....	126
Categoría de Forma.....	127
Categoría de Análisis de Forma.....	135
Microestructura del Mes de mayo de 2017.....	139
Categoría de Fondo.....	139
Análisis comparativo entre las 5 secciones de mes de mayo del año 2017.....	145
Estructura:.....	145
Profundidad:.....	146
Objetividad:.....	147
Unidad de análisis 3: Identificar la percepción del público meta en la divulgación del contenido noticioso de CRHoy.com.....	148
Las secciones más importantes para los usuarios.....	149
El nivel de satisfacción del usuario.....	150
Aspectos que podría mejorar el medio en su trato informativo.....	151

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	153
Conclusiones	153
Recomendaciones.....	157
CAPÍTULO VI PROPUESTA: MANUAL DE PERIODISMO DIGITAL	160
Referencias	171
APÉNDICES	176
Apéndice 1: Entrevista con Kattia Bermúdez	176
Apéndice 2: Entrevista con David Castillo	178
Apéndice 3: Entrevista con Pablo Fonseca	181
Apéndice 4: Entrevista con Cristian Cambronero.....	185
Apéndice 5: Entrevista con Guillermo Fernández	188
Apéndice 6: Entrevista con Víctor Barrantes	191
Apéndice 7: Noticias del mes de abril 2017.....	194
Apéndice 8: Noticias del mes de mayo 2017	197
Apéndice 9: Cuestionario aplicado en el Sondeo de Opinión.....	200
Apéndice 10: Propuesta Manual de estilo de Periodismo Digital	203

Tablas

Tabla 1: Diferentes taxonomías de géneros periodísticos en los medios digitales.....	49
Tabla 2: Diferentes taxonomías de géneros periodísticos en los medios digitales.....	50
Tabla 3: Ejemplos de formas de lenguaje inclusivo, según Rojas (2015).....	58
Tabla 4: Variables o Unidades de análisis.....	66
Tabla 5: Perfil de especialistas consultados para las entrevistas de profundidad.....	77
Tabla 6: Unidades de Análisis y Categorías.....	83
Tabla 7: Puntos de vista en común entre los entrevistados sobre los elementos más importantes que impactan el trato de las noticias digitales	99
Tabla 8: Datos Generales	104
Tabla 9: Forma I Elementos Primarios.....	105
Tabla 10: Forma II Elementos Secundarios	110
Tabla 11: Análisis de Forma I Tipo de Periodismo.....	112
Tabla 12: Análisis de Forma II Relación de Elementos e Información.....	114
Tabla 13: Análisis de Fondo I Acontecimientos	116
Tabla 14: Análisis de Fondo II Fuentes Consultadas	120
Tabla 15: Datos Generales	126
Tabla 16: Forma I Elementos Primarios.....	127
Tabla 17: Forma II Elementos Secundarios	133
Tabla 18: Análisis de Forma I Tipo de Periodismo.....	135
Tabla 19: Análisis de Forma II Relación de Elementos e Información.....	137
Tabla 20: Análisis de Fondo I Acontecimientos	139
Tabla 21: Análisis de Fondo II Fuentes Consultadas	143

Figuras

Figura 1: Secciones más recurrentes por los usuarios de CRHOY	149
Figura 2: Nivel de satisfacción de los usuarios de CRHOY hacia su trato informativo	150
Figura 3: Aspectos que mejorarían los usuarios en el trato informativo de CRHOY	151

Resumen Ejecutivo

A través de esta investigación se pretende analizar la influencia de la inmediatez en la confección de las noticias nacionales que brinda la generación de información del periódico digital CRHOY, durante el periodo de abril a junio de 2017 mediante la aplicación de métodos cualitativos.

En el primer capítulo se abordará la introducción de la presente investigación, así como los objetivos general y específicos que servirán de base para el presente estudio. A la vez, se incluirá la justificación, antecedentes y proyecciones de la misma.

En el segundo capítulo, definido como marco teórico, se encontrarán datos importantes acerca de los conceptos y teorías que complementan esta investigación, y servirán como sustento para obtener los resultados de esta tesis.

En el tercer capítulo o Marco Metodológico se incluirán aspectos como el enfoque, diseño, muestra de investigación, variables, unidades de análisis y sus categorías, los instrumentos a utilizar y sus características, además, del proceso de recolección de datos.

En el cuarto capítulo, Análisis de Resultados, se mostrará el análisis de cada variable mencionada, así como los datos obtenidos de los resultados de esta investigación mediante tres métodos distintos para así asegurar la rigurosidad y cobertura de este estudio.

Concluido el estudio, en el capítulo cinco, se detallarán las conclusiones y recomendaciones y en el sexto capítulo se incluirá la confección de un manual de estilo enfocado en las prácticas y recomendaciones establecidas en la presente investigación.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

El Internet y el desarrollo de las tecnologías digitales han creado nuevas oportunidades para el periodismo, ahora las noticias se pueden actualizar más rápido que antes, pero la gran velocidad que permiten estas disciplinas, puede abordar consecuencias en la labor periodística.

La era digital presenta grandes desafíos para el oficio del periodismo, el consumo masivo de la información crea una disputa entre la rapidez en la difusión de noticias como un valor positivo y como enemigo de los contenidos de calidad, profundidad, contraste y verificación de las fuentes de las investigaciones.

Desde lo impreso a lo digital, la evolución de los medios ha facilitado un crecimiento exponencial en los patrones de prensa y la libertad en la elección de las personas como públicos de distintos medios. Los medios de comunicación dejaron de ser meros portadores de información, pero lo más importante es que esta evolución ha redefinido el papel de los periodistas.

Ahora el periodismo es visto como una conversación horizontal, en vez de un monólogo vertical. Sin embargo, cuando las personas aceptan los nuevos métodos de comunicación, también se enfrentan a un reto grave, como la credibilidad en el periodismo digital.

Actualmente, los medios digitales publican información creando redes de visitas constantes en sus sitios web, en muchos casos divulgando contenido 24 horas al día, de esta forma generan un impacto en la credibilidad y percepción de los públicos que utilizan internet como uno de sus principales canales de información.

La presente investigación aborda la temática de la inmediatez en la confección de las noticias nacionales que brinda la generación de información del periódico digital CRHOY.

Planteamiento del problema

¿Puede la inmediatez en la confección de las noticias digitales brindar información necesaria y rigurosa en un medio de comunicación como CRHOY?

En la siguiente investigación se realizó un análisis sobre los medios digitales en Costa Rica, tomando como referencia al medio de comunicación CRHOY, para conocer las circunstancias de la inmediatez en la generación del contenido que publican.

Para obtener los resultados esperados, se consultó a distintos expertos sobre medios digitales y periodismo digital, para conocer las prácticas más adecuadas que deben realizar los periodistas que son parte de este tipo de medios de comunicación, evaluando sus experiencias, conocimientos y procedimientos en la redacción de las noticias digitales.

De acuerdo a Evoca (2012):

“la inmediatez (...) es algo legítimo e incluso deseable, pero no debería convertirse en su principal objetivo, a costa de empobrecer su producto, que es la información periodística. Las prisas excesivas conducen casi siempre a errores que minan el único capital con el que cuenta el periodismo para su supervivencia: su credibilidad y la confianza que genera entre sus usuarios.” (p. 15).

La inmediatez en un medio digital, objeto de estudio en la siguiente tesis, se entiende como el fenómeno de todo aquel contenido que presenta una divulgación masiva y de gran brevedad, con habilidades que involucran las tecnologías de información y comunicación, también engloba todas las prácticas que realizan los periodistas en un medio de comunicación digital, como es el resultado de CRHOY, en su apartado de últimas noticias CRHOY (2017) en su sitio web publica información cada 10 minutos aproximadamente.

En la presente investigación se realizó una comparación por medio de un análisis de contenido en el trato de la información que brindan los periodistas de CRHOY, para investigar las secciones nacionales más visitadas con las circunstancias de la inmediatez en los apartados noticiosos.

El estudio se abordó durante los meses de abril a junio del 2017, para la realización de las diferentes entrevistas de profundidad a expertos como periodistas y profesionales en tecnologías de la información y comunicación (TICS) para medios digitales.

A la vez, se realizó una búsqueda de fuentes bibliográficas exhaustiva, durante los meses de la investigación, de aquellas noticias nacionales que aporten aspectos fundamentales para determinar la afectación del periodismo digital y las recomendaciones sobre la utilización en la rigurosidad de contenido.

Asimismo, Evoca (2012) indica que “el papel primordial de los medios ya no debería aspirar a ser siempre ‘los primeros’ en contar absolutamente todo lo que sucede, sino ser los primeros en contarlo mejor.” (p. 15).

Es importante tener en cuenta que, la transparencia, la profundidad y la creatividad definen el futuro del periodismo. A medida en que las personas son cada vez más conscientes de que viven en un mundo más interactivo por los medios digitales, se da una mayor tendencia hacia la innovación, la conciencia cultural y la cooperación que es de gran valor en el ámbito periodístico.

Los sitios web permiten que las personas puedan expresar sus opiniones sobre los temas que se publican, generando una comunicación más efectiva y cambiando el panorama de los medios tradicionales.

Con el beneficio del internet en la práctica constante de la divulgación de contenido, ahora los periodistas pueden llegar a una gran cantidad de públicos en sus portales web, publicando información desde cualquier parte con sus dispositivos.

De acuerdo a Salaverría (2016): “La presencia de un periodista experimentado busca dar peso editorial a los proyectos y evitar errores. La inmediatez de las plataformas on line y la inexperiencia de las redacciones on line generan dificultades.” (p. 89).

El periodismo digital es una práctica nueva que está creciendo e innovando con el tiempo y los profesionales experimentados deben adaptarse sin dejar a un lado las prácticas profesionales del periodismo, así como a los nuevos “periodistas digitales”; sin embargo, el priorizar la rapidez al momento de seleccionar las noticias puede afectar distintos elementos esenciales para la generación de información rigurosa.

En el siguiente estudio se buscó resaltar las observaciones de varios autores sobre el tema de la inmediatez en el periodismo digital y su impacto en las vidas de los ciudadanos. Así, Rodríguez (2008), indica que la labor del periodista:

“consiste básicamente en elaborar noticias de hechos de actualidad o comentarios de esos hechos que respondan a una clara utilidad y evidente interés (que no curiosidad) general o público, debidamente explicados e interpretados con veracidad, imparcialidad y honestidad profesional, y trasladados al público con rapidez sin que por ello se vea mermada su calidad.” (p. 33).

Actualmente, el periodista cumple una relevante función social dado que no se limita a ser un mero difusor de información, sino que actúa como intérprete de los sucesos, esto lo posiciona en una situación donde la responsabilidad es parte de su oficio, así como el contenido que divulga, lo que requiere profundidad y calidad en la redacción periodística.

La claridad y la redacción de las palabras son muy importantes porque pueden generar percepciones en los acontecimientos actuales, debido a lo anterior es importante prevalezcan las prácticas profesionales y la investigación en cada una de las noticias que se publican.

Finalizando el estudio se confeccionó un manual de estilo con un enfoque digital para los medios de comunicación digitales y las futuras generaciones de periodistas, de esta forma se realizó

las mejores recomendaciones sobre las prácticas de redacción, tecnológicas, de profundidad, análisis, investigación y verificación del contenido que se publica a diario en los medios digitales.

Objetivo general

Analizar la inmediatez en la confección de las noticias nacionales que brinda la generación de información del periódico digital CRHOY, durante el periodo de abril a junio de 2017.

Objetivos específicos

- Determinar las técnicas periodísticas aplicadas en el periodismo digital.
- Comparar la influencia de la inmediatez de las publicaciones nacionales con el tipo de contenido más recurrente del medio CRHOY en su sitio web.
- Identificar la percepción del público meta en la divulgación del contenido noticioso de CRHOY.com.
- Elaborar un manual de estilo con las mejores prácticas del periodismo digital que sirvan como guía a los periodistas y estudiantes en el ámbito de la comunicación digital.

Justificación

La presente investigación se motiva en formar un nicho de conocimiento; mediante el cual se evidencie la utilización del periodismo digital por parte de los medios escritos y cómo actualmente la generación de su contenido ha sido impactada por los medios digitales, ya sea por el nacimiento de nuevos medios digitales o su incorporación en la sociedad costarricense.

Es importante analizar las herramientas del futuro, que cada vez evolucionan de forma más rápida. El periodismo digital es de gran utilidad para las nuevas generaciones de comunicadores. Actualmente los usuarios están más conectados que antes y, resulta extraño si alguien no posee un teléfono inteligente.

Además, es fundamental que el periodista actual conozca las habilidades para trabajar en un medio digital y conocer los instrumentos necesarios para realizar una labor de mayor calidad, así como los métodos publicitarios en internet y de analítica de datos fundamentales para la evolución del periodismo.

Esta investigación tiene como motivo principal determinar los efectos de la inmediatez, resultado de la práctica de los medios digitales en su labor informativa y cómo esto presenta una afectación social en Costa Rica. De esta forma se demuestra a los futuros profesionales la labor correcta del periodismo en cuanto a calidad y contenido de la información divulgada en los medios digitales.

Este trabajo también se realiza con la finalidad de indagar sobre los distintos métodos con los que se aplica el periodismo digital en CRHOY. Lo anterior, con el fin de que se logre aportar las recomendaciones necesarias en la misión informática de la comunicación digital.

Se escoge este medio de comunicación después de investigar el ranking (Alexa.com, 2017), que posiciona al medio digital como el primero con más audiencia y el segundo sitio web más visitado después de Google.com, siendo el mismo como el más apropiado para realizar una investigación sobre periodismo digital en Costa Rica.

Además, el siguiente estudio busca resultados innovadores en la redacción de noticias en medios digitales, los cuales presentan características, géneros y procedimientos distintos a los medios tradicionales.

Las recomendaciones y la propuesta para la confección de un manual de estilo enfocado al periodismo digital, podrá ser utilizado por distintos medios digitales para optimizar la claridad y profundidad de su contenido, mejorando así la percepción de las personas que recurran a los medios de comunicación digitales.

Por medios de la propuesta, los mismos periodistas podrán prepararse para el futuro con estas recomendaciones donde la tecnología cada vez se convierte más en una dependencia importante en toda área laboral y educativa.

Antecedentes

Los antecedentes inician con un recuento histórico sobre el periodismo digital desde sus inicios en el mundo hasta su nacimiento en Costa Rica, lo cual tiene una relación directa con la temática que se está investigando.

Sobre el periodismo digital

La industria de los medios de comunicación siempre se ha adaptado para satisfacer las necesidades cambiantes de sus anunciantes, así como implementar nuevas tecnologías a sus servicios y productos; debido a esto es importante tener una referencia sobre los comienzos del periodismo digital, por sus aportes en la generación de contenido y su incorporación en la sociedad.

Salaverría (2005), hace mención de lo que es el periodismo digital: “Es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos. Esta nueva área del periodismo tiene que ver directamente con el desarrollo de las nuevas tecnologías.” (p. 21).

La era digital ha involucrado un número extraordinario de avances en la economía, política y en el comportamiento de la sociedad moderna. Asimismo, con la llegada del periodismo digital las tendencias han cambiado de curso para adaptarse a prácticas meramente participativas en un entorno de redes y conexiones más inteligentes.

De acuerdo a Carrillo (2015):

” Internet se define como un sistema descentralizado de redes de comunicación que se encuentran interconectadas y que utilizan la familia de protocolos TCP/IP para garantizar que las redes físicas que lo componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Originalmente se trata de un proyecto desarrollado por la academia y el sistema de defensa de los Estados Unidos. El primer sistema fue conocido como Arpanet y nació el 21 de noviembre de 1969.” (p. 03).

Internet es una de las fuentes más importantes para conocer los acontecimientos que ocurren cada día; se creó en sus inicios como una herramienta que de una u otra forma modificó el comportamiento de la sociedad. Ahora es indispensable y cada día son más personas las que forman parte de su evolución en el mundo.

Investigaciones Internacionales

Rost (2006), plantea que, con la renovación tecnológica, el periodista asumió nuevas responsabilidades, como corrección y ajuste de textos, diagramación y acceso a los datos. Determina que estos cambios tecnológicos hicieron el salto hacia el nuevo periódico digital a mediados de los 90 de forma prácticamente simultánea en casi todo el mundo. (p.89).

El periodista asumió un nuevo rol a causa de las tecnologías de información y comunicación, así se empezó a crear un nuevo paradigma y nueva era para el periodismo, esto es importante mencionarlo porque indica los inicios del periodismo digital.

Rost (2006), indica que las empresas editoras de periódicos fueron las primeras en experimentar colocando noticias en las redes y fue hasta 1992 que el diario The Chicago Tribune lanzó el Chicago Online, una edición integral a través de AOL que permitía acceder a noticias, avisos clasificados, enviar mensajes al medio y hacer tele compras. (p.89).

Así comenzaron a desarrollarse las tecnologías en los medios de comunicación, un hecho importante que aborda la presente investigación, la cual busca informar sobre los aspectos interactivos y visuales que permiten generar más elementos informativos en los periódicos online.

La docente e investigadora Navarro (2000) expone en su análisis que el primer medio de comunicación en crear una edición íntegra digital fue el San José Mercury News en 1994 como Mercury Center que ofrecía servicios comerciales como los anuncios clasificados. Un año después indica que ya había más de 120 diarios de Estados Unidos con alguna presencia en la red, o con planes para tenerla de manera inminente. (p. 3).

Las noticias digitales comenzaron a crecer rápidamente, en especial en Estados Unidos; esto indica que los mismos comenzaron a obtener una presencia más importante en el mundo y así las personas empezaron a adaptarse a la era digital.

Según Rost (2006):

“De acuerdo a la UNESCO en agosto de 1996 había más de 1.500 periódicos y revistas disponibles en línea, de los cuales 1.400 utilizaban la World Wide Web. De éstos, 765 eran estadounidenses (de los cuales casi 400 eran periódicos) a los que hay que añadir 123 títulos canadienses. Europa tenía en ese momento alrededor de 300 medios en línea.” (p. 90).

Los periódicos online emprendieron nuevos retos con el paso del tiempo, los medios de comunicación comenzaron a estudiar nuevas técnicas, roles y habilidades que debían tener los periodistas si deseaban adecuarse en un medio digital, pero eso fue solo el comienzo, lo cual es importante porque señala un crecimiento importante durante los inicios del periodismo digital en el planeta.

Rost (2006), también explica que “(...) a fines de 1996, los medios tradicionales más influyentes del mundo ya tenían su espacio en la Web, mientras se abrían lugar otros que no tenían preexistencia off line. Sólo habían pasado tres años desde que se habían inaugurado los primeros sitios periodísticos.” (p. 90).

Así fue como los medios con más lectores comenzaron a ser parte del mundo digital, porque vieron la oportunidad de obtener más espacios informativos y con el paso de los años la presencia de otros medios online creció rápidamente, lo cual es fundamental para la presente investigación que analiza a los medios online como algo ya establecido y que presenta una importancia muy significativa en la era de la comunicación contemporánea.

Investigaciones Nacionales

En el caso de Costa Rica, Salaverría (2016), menciona que La Nación Digital lanzó su primera edición en 1995, dos años después de que Costa Rica se conectara a Internet, el periódico La Nación inició sus primeros intentos por tener presencia en la red. Fue Manuel Quesada, ingeniero en informática del Departamento de Usuarios Finales, quien por iniciativa propia intentó cargar en la web una versión del periódico impreso. Con 45.000 usuarios diarios a la edición digital, de lunes a viernes, y también 25.000 los sábados y domingos. (p. 102).

Lo anterior explica el nacimiento del periodismo digital en Costa Rica, la presente investigación analiza los medios digitales y la confección de sus noticias. Este antecedente explica cómo se inició la generación de usuarios en los periódicos online.

Asimismo, Salaverría (2016) narra que “(...) no pasó mucho tiempo antes de que otros periódicos siguieran los pasos de La Nación. The Tico Times, un periódico semanal en inglés dirigido sobre todo a turistas, y el Semanario Universidad, periódico semanal publicado por la Universidad de Costa Rica, fueron los primeros seguidores. Cada uno de ellos lanzó un sitio web básico en 1995.” (p. 104).

Luego otros medios se adaptaron a los cambios digitales, diferenciándose de aquellos que seguían con un enfoque tradicional.

Barrantes. (2010) realizó un análisis sobre los comienzos digitales en los medios costarricenses: “El periódico La Nación que, aunque para febrero de 1998 ya utilizaban herramientas como envío de correos electrónicos a lectores para anunciar noticias de última hora, enlaces, foros, conferencias en línea, chats, audio y video, todavía no usaba al 100 por ciento la interactividad y los textos seguían siendo una copia al carbón del (medio) impreso.” (p. 9).

Los recursos interactivos y de multimedia empezaron a impactar en la recepción de las noticias mediante un cambio radical de la información.

Barrantes. (2010), señala que La Nación y el semanario El Financiero eran los medios que más explotaban los recursos de multimedia y de interactividad. Estos medios actualmente disponen en sus versiones en línea de foros de discusión, comentarios de los lectores, blogs, envío de artículos a un amigo, ofrecen lectura hipertextual y enlaces a múltiples redes sociales. (p. 9).

La hipertextualidad presentó distintos retos, así como los elementos interactivos, que hicieron al usuario un protagonista de la información.

Además, Barrantes (2010), también menciona La Extra, la Prensa Libre y la República, las cuales han logrado cambios importantes; ofreciendo varias posibilidades de interactividad con sus usuarios: chats, blogs, comentarios a las noticias, sección de consultas, encuestas, conexión a redes sociales y noticias de última hora. (p. 10).

Así, las oportunidades interactivas crecieron con el tiempo y plantearon actividades nuevas para los consumidores.

Por su parte Durán (2011), busca como objetivo la convergencia de los periódicos impresos a la divulgación digital, toma en cuenta que la mayoría de los lectores ingresan a la página web del medio de comunicación La Nación, en comparación con los usuarios que compran el periódico impreso (pp. 16-104).

El nacimiento de la era digital empezó a opacar a los medios impresos y los usuarios preferían la inmediatez que estos presentaban.

Sin embargo, Vargas (2014), formula como objetivo general analizar la utilización de redes sociales como fuente informativa. Menciona en las conclusiones que un medio debe generar siempre credibilidad en su lector, ante esto es importante la investigación y verificación de los datos que se originen por los medios digitales, para proporcionar información verídica. (p. 85).

Actualmente, el salto de la tecnología ha creado un nuevo comportamiento para la sociedad, pues es más fácil para muchas personas recurrir a las noticias desde sus dispositivos en consecuencia los periódicos dejaron de ser la fuente principal de los lectores.

Ahora los perfiles de los profesionales se transformaron para adecuarse al nuevo fenómeno digital de la comunicación; sin embargo, los medios corren el riesgo de efectuar prácticas inmediatas, debido a la gran cantidad de contenido que se extiende por internet, los periodistas recurren a estas para facilitar su trabajo.

Proyecciones

Con la presente investigación, se pretende determinar el impacto que ocasiona la inmediatez en el contenido divulgado por los periodistas y el trato brindado de la información por parte de los medios digitales.

Además, con esta investigación se busca contribuir, mediante la confección de un manual de estilo, la generación de contenido de calidad y de profundidad abordado desde las mejores prácticas periodísticas.

En las conclusiones de este estudio, se realizarán recomendaciones basadas en los datos obtenidos por el público meta, declaraciones de expertos y el análisis comparativo de las noticias nacionales más visitadas por la audiencia del medio CRHOY.

Concluido el estudio, se identificará la inmediatez en la información divulgada por los medios digitales en Costa Rica, tomando también como referencia a los usuarios que acuden al medio CRHOY, así como a su percepción mediante sondeos de opinión y las recomendaciones de expertos sobre las técnicas aplicadas que deben tener los periodistas en el periodismo digital.

Esta investigación busca analizar el trato de la información por parte de CRHOY, también el impacto del periodismo en la actualidad y hacia dónde se dirige con la evolución de los medios digitales en Costa Rica.

De esta forma se brindará un panorama amplio sobre la influencia de la inmediatez en el contenido digital y su impacto en los contenidos noticiosos y mediante la realización de un manual de estilo, se buscará contribuir con la innovación, calidad, profundidad de la información divulgada con la implementación de un mejor análisis investigativo, de contraste y verificación de datos por parte de las futuras generaciones que deseen incursionar en el periodismo digital.

Con respecto a las limitaciones de la presente investigación se contactó al medio digital CRHOY para obtener una visión más amplia de las operaciones que realizan mediante entrevistas a periodistas, editores, diseñadores y directores; sin embargo, Silvia Ulloa, directora del medio de comunicación informó el día 18 de mayo de 2017 mediante correo electrónico que la misma era la única vocera encargada de brindar esta información, pero no aceptó una entrevista de profundidad a su persona, como tampoco a ningún trabajador de la empresa.

Otra limitación que se encontró en el transcurso de esta investigación fue la necesidad de un objeto de medición en el análisis de contenido realizado, con el fin de conocer el uso de las estrategias SEO y de brevedad en los apartados periodísticos, por este motivo se utilizó el método de Van Dick, porque es una forma robusta y clara de analizar el discurso de los apartados noticiosos.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

El Marco de Referencia de esta investigación se realizará con el fin de conocer conceptos que se han aplicado hasta el momento sobre el periodismo digital. De esta forma se obtendrá una mejor base que se podrá aplicar de acuerdo a los objetivos de la presente investigación.

Teorías de la comunicación ante las nuevas tecnologías

Con la aparición de Internet y las tecnologías digitales, los modelos de la comunicación han evolucionado para adaptarse a los nuevos cambios que afectan a los públicos de los medios informativos, que con el paso del tiempo su percepción hacia la información divulgada se volvió más crítica y masiva.

Las teorías comunicativas tienen como objetivo explicar el funcionamiento de los medios informativos para conocer sus implicaciones en la sociedad actual y así obtener un panorama más amplio de cómo funcionan las interacciones entre el receptor (prensa) y el emisor (consumidor).

Según Vico (2011):

“La llegada de la digitalización (...) ha supuesto un nuevo cambio teórico que tiene además la característica principal de dejar completamente obsoletas categorías tradicionales del estudio de la comunicación. Por ejemplo, ya no podemos seguir hablando de medios de comunicación de masas unidireccionales y masivos, categoría que parecía inamovible hace pocos decenios.” (p. 84).

Debido al desarrollo tecnológico ahora las teorías clásicas de la comunicación se difuminaron por consecuencia de las interacciones unidireccionales entre la prensa y el usuario, principalmente en los medios digitales.

Actualmente, es muy importante definir el comportamiento de los usuarios que utilizan las nuevas tecnologías a diario, ya que están involucrados en una evolución constante que cambia la

forma en la cual se comunican; los sitios web crearon nuevos paradigmas que abrieron el camino a interrelaciones masivas de información en la red.

Vico (2011), señala que “El conocimiento intuitivo o de usabilidad, el autoaprendizaje, la iniciativa personal de búsqueda, creación, dinamización del mensaje por los seres humanos, nos llevan a reclamar nuevas versiones del concepto de mensaje.” (p. 91).

Las teorías de la comunicación anteriormente tomaban como referencia a públicos como simples audiencias, sin ningún poder sobre la generación contenida, ni la habilidad de argumentar lo escrito en una noticia, por medio de la búsqueda de la información y la crítica constructiva.

Como menciona Vico (2011), hace pocos milenios la comunicación era completamente unidireccional, los públicos eran vistos como audiencias que no tenían ni voz ni voto sobre la información que divulgaban constantemente y esto generaba un impedimento de una democracia más participativa entre los emisores y receptores. (p. 91).

Estos eran aspectos que no se podían analizar porque los usuarios presentaban una participación nula, ahora con las tecnologías digitales e Internet, es necesario nuevos modelos que se adecuen al estudio de los usuarios como públicos, no como audiencias.

Teoría del determinismo tecnológico

De acuerdo a Pérez (2006), en la sociedad actual, las personas creen que la tecnología es capaz, prácticamente por sí misma, de incidir de manera positiva en el desarrollo social y económico de un contexto particular. (p. 03).

El determinismo tecnológico es una teoría que estudia una evolución en proceso, que involucra a la ciudadanía a utilizar las tecnologías para informarse constantemente de forma rápida y oportuna.

Asimismo, Pérez (2006) explica que el determinismo tecnológico analiza la brecha digital, como uno de los efectos sociales que deben desaparecer y que se deben incorporar tecnologías para labores significativos y específicos, como por ejemplo las computadoras en librerías. (p. 03).

Esto es importante en el análisis de esta investigación ya que la teoría propone un modelo donde las tecnologías deben brindar una palanca para favorecer a la sociedad y facilitar la forma en que las personas obtienen información mediante el uso de las mismas tecnologías.

De acuerdo al Grupo Banco Mundial (2016), Costa Rica tiene la tasa más alta de acceso a internet con un 58% de la población, mientras países vecinos como Nicaragua y Guatemala exponen las cifras más bajas (5,9% y 4,5%, respectivamente). (p. 02).

Esto quiere decir que Costa Rica es uno de los países con más oportunidades en América Latina para evolucionar tecnológicamente por medio de internet. Esta teoría supone que el uso de las tecnologías se convierte cada vez más en una necesidad social y las personas comienzan a depender significativamente de estas en sus vidas.

La siguiente investigación también busca analizar si el uso de las tecnologías actuales puede efectuar algún cambio en el trato de la información periodística. Internet puede ser una necesidad, pero debido a la evolución constante de las tecnologías de información y comunicación es transcendental determinar si las mismas se utilizan responsablemente por parte de CRHOY.

Evolución de la Web 2.0

La evolución tecnológica presentó un nuevo paradigma para los medios impresos, ahora las noticias se actualizan en poco tiempo y las personas han tenido que adaptarse a la nueva era de la comunicación digital. Este tema comprende muchos panoramas por analizar y estudiar debido a su actualidad y su importancia en el periodismo contemporáneo.

Briggs (2007) revela que el término Web 2.0 “(...) se refiere a sitios Web que obtienen al menos parte de su valor a través de las acciones de los usuarios, con frecuencia el concepto es

comparado y contrastado con la ‘Web 1.0’, un término adaptado que describe la teoría y las limitaciones bajo las cuales mucha de la Web actual fue construida.” (p. 36).

La vieja Internet, o los primeros pasos de la Web fueron fundados bajo la premisa de crear una interconexión de usuarios desde las diferentes partes del mundo. Ambos términos mencionados en el párrafo anterior indican una evolución, por un lado, la Web 1.0 fue el comienzo, creada bajo limitaciones y se traduce en sitios web completamente estáticos, mientras que la Web 2.0 transformó los sitios web en herramientas dinámicas donde se podían tomar acciones, como blogs, redes sociales y ahora las aplicaciones Web.

Briggs (2007), menciona que “(...) Los lectores ya no son los receptores pasivos de nuestros mensajes. Ellos crean, comparten y comentan. Y desean hacerlo también en los sitios Web noticiosos.” (p. 44).

Con la evolución de la Web, los lectores tuvieron la oportunidad de ser partícipes de lo que se publica en los sitios de medios informativos, por lo que ahora los comunicadores se enfrentan a este nuevo ámbito, lo que exige una renovación constante de sus habilidades en áreas tecnológicas, para poder adaptarse a las nuevas exigencias laborales, principalmente en la generación de las noticias y su actualización en el menor tiempo posible.

Según Briggs (2007), “(...) la creciente adopción de la tecnología de comunicación móvil no solo cambia la forma en que las audiencias reciben las noticias, sino que también abre nuevas formas para generarlas.” (p. 52).

Los dispositivos móviles plantearon un cambio radical en la divulgación de contenido y en la captación de los públicos, presentando efectos cambiantes en el trato de la información, como las implicaciones en cuanto a la inmediatez del contenido, para satisfacer la gran demanda de información por parte de las personas. Es así como esta investigación pretende determinar la participación de las personas en este tipo de comunicación.

Periodismo Digital

Para el siguiente estudio se podrá conocer las operaciones que realiza un medio digital en la redacción de sus notas informativas, por medio del análisis y la observación se crearán recomendaciones que promoverán los resultados más oportunos para el periodismo digital basado en el trato informativo de un medio como CRHOY

Salaverría (2016) plantea que el periodismo digital está en constante evolución, dando apenas sus primeros pasos en el mundo: “Si el ciber periodismo, periodismo digital o como quiera que lo llamemos es una modalidad del periodismo todavía en construcción, es lógico que la investigación en torno a esa variante apenas haya dado en estas dos décadas sus primeros pasos.” (p. 16).

Con la evolución de los dispositivos portátiles, como los teléfonos inteligentes, las tabletas y las computadoras, la facilidad para informarse, ha dado un gran avance sobre la forma en que las personas buscan información, la cual es inmediata, cualquier persona puede leer una noticia cada minuto, sin necesidad de esperar por una publicación, como lo presentan los medios tradicionales.

Características del Periodismo Digital

Martínez (2012) señala que el internet podrá servir para que los periodistas se aprovechen de los siguientes recursos: “a) capacidad para enviar sus contenidos al mundo, b) ofrecer una lectura de información escrita, gráfica y audiovisual, c) actualizar sus informaciones al minuto, d) interactividad para ampliar sus vínculos y contactos, y e) disponer servicios informativos a la carta.” (p. 02).

Es por esto que en el periodismo digital emergieron distintos retos que ampliaron el espectro de las labores periodísticas con respecto al trato de la información. Ahora, el tener que aprovecharse de los recursos técnicos es indispensable para un profesional completo en el área de la comunicación.

Adaptabilidad.

Entre las características más importantes, Martínez (2012) describe la adaptabilidad de los medios de comunicación como forma fundamental para conocer a los públicos:

“Los nuevos medios se verán obligados a ajustarse a gustos, intereses y saberes de las personas (...) cualquier persona interesada en temas sobre cine, libros de comunicación y todo lo relativo a novela policíaca, puede solicitar o inscribirse exclusivamente en portales o *blogs* que ofrecen tal tipo de contenidos, y recibirlos en su propio correo electrónico.” (p. 03).

La comunicación es más especializada y las personas se pueden adaptar a sus propios intereses de manera más eficiente; además, las bases de datos y los procesos de suscripción generan una fiabilidad de la información más frecuente.

Martínez (2012), señala que ahora los medios deberán realizar una segmentación más rigurosa de los públicos para conocer sus intereses y necesidades, esto es muy importante porque así los encargados de prensa podrán guiarse de una mejor manera para crear un contenido más personalizado a los intereses de los consumidores. “(p. 03).

Lo anterior involucra un tema esencial para el desarrollo de la presente investigación, ya que se analizó a los públicos en forma objetiva y cuál es el contenido relacionado con sus criterios como lectores, por ejemplo, si un medio de comunicación realiza periodismo breve o profundo depende mucho de las personas a las que desea informar.

Interactividad.

De acuerdo a Martínez (2012) “La interactividad es la capacidad de entablar contacto, mediante la tecnología, entre emisor y receptor al grado de intercambiar papeles. Puede haber un emisor receptivo, replicante, opinador. Con ello existe la posibilidad de retroalimentación.” (p. 03).

Como se menciona anteriormente, la interactividad es una de las características fundamentales para conocer la percepción de los públicos e incrementar la participación de los mismos, por medio de un proceso de comunicación más ágil y novedoso.

Sin embargo, Raimondo (2012) explica lo siguiente:

“La interactividad es definida de muy distintas maneras y ha sido ubicada en el altar del ideal al que debe arribar todo periódico digital, pero paralelamente se ha convertido en un término “saco” (...) los periódicos “en línea” no son lo suficientemente interactivos, no utilizan todas las potencialidades que les suministra Internet.” (p. 64).

Para la realización de un sitio web se puede recurrir por medio de hipertextos y multimedia a mejores prácticas de interacción, asimismo, se debe realizar un análisis riguroso de las capacidades de los públicos; lo anterior es muy importante porque expone la interactividad como uno de los aspectos más importantes de los medios de comunicación, pero que al mismo tiempo es difícil de alcanzar de forma efectiva.

La interactividad es una variante que se analizó en las noticias publicadas por CRHOY y cómo es la comunicación del medio de comunicación con sus audiencias en los espacios interactivos de cada noticia.

Hipertextualidad.

Martínez (2012) explica la hipertextualidad como “la capacidad de conectar apoyo informativo, o sea, entablar enlaces a fuentes o textos o sitios colaterales al material que se está presentando. Pero también es la capacidad para vincular imágenes, sonidos, video y gráficos, lo cual permite ofrecer trabajos periodísticos contextualizados para el mundo global.” (p. 03)

La hipertextualidad en el periodismo es fundamental para establecer los vínculos necesarios para la rigurosidad de la información; además, con las prácticas multimedia la comunicación dejó

de depender solamente del texto, se transformó en contenido creativo y visual que permite explicar los mensajes de una forma más simplificada o fácil de comprender.

La presente investigación analiza la hipertextualidad en la confección de las noticias nacionales del medio CRHOY, para conocer sus elementos atractivos para su audiencia y cómo estos hipervínculos permiten que el mismo contenido presente un mejor entendimiento de lo que se quiere transmitir en la información divulgada.

Experiencia de Usuario.

Otro punto elemental es la experiencia de usuario (UX). De acuerdo a Nielsen (2000) este método comprueba la efectividad a la hora de interactuar con un sitio web, desde aspectos como seguridad, optimización en la carga del sitio y en los buscadores, como también la usabilidad o la capacidad para realizar un proceso en un sitio web de forma cómoda, analizando el impacto y percepción de los usuarios. (p. 17).

Nielsen (2000), explica que se deben utilizar títulos que definan la noticia, intertítulos, palabras clave y destacadas para dividir las ideas. Los textos deben estar escritos de forma concreta y breve. Se debe empezar casi por una conclusión y narrando el hecho como tal. (p. 17).

La inmediatez es uno de los aspectos elementales del periodismo digital, la forma en que el periodista debe captar a los usuarios se debe adecuar a las prácticas de la simplicidad, como se menciona en el párrafo anterior, los temas que se cubren en una noticia deben ser breves y los títulos descriptivos.

Asimismo, la experiencia de usuario es un aspecto fundamental en la confección del manual de estilo como propuesta final de la presente investigación y en cómo el contenido noticioso debe estructurarse en la confección de las noticias en el periodismo digital.

Por otra parte, se analizó al público meta de CRHOY para conocer las percepciones de estos sobre la información que publican en su sitio web.

El Comunicador en la era digital

El Periodista Digital es aquel encargado de producir el contenido digital que va a ser divulgado en el sitio web correspondiente, se distingue del periodista tradicional porque incorpora nuevas destrezas y habilidades enfocadas a la tecnología desde herramientas indispensables para facilitar el flujo del trabajo hasta conocimientos informáticos y de diseño que antes no eran necesarias para producir información.

De acuerdo a Salaverría (2016):

“las aptitudes propias del periodista profesional de la comunicación —formación humanista, criterio, olfato periodístico, ética— se suman la creatividad, mente abierta, dedicarle tiempo al nuevo formato, curiosidad, probar y equivocarse mucho, manejo del lenguaje escrito y audiovisual, capacidad para aprender y reinventarse, proactividad, capacidad de innovación y de trabajo en equipo, así como multidisciplinariedad, interés en conocer a su audiencia y en segmentar la información.” (p 323).

El periodista digital es multifacético, autodidacta y tecnológico, así como se menciona en el párrafo anterior, actualmente existen muchas formas de hacer periodismo; sin embargo, existen otras que no cambian como la innovación y la proactividad, que hacen del periodista un comunicador con más capacidad para generar contenido riguroso y de profundidad.

El periodista ahora es multimedia, se adecua a la necesidad de informar con diferentes métodos digitales, no solo por medio del periodismo escrito, también de forma gráfica y adecuando su labor para las personas que van a obtener un impacto en su percepción como públicos.

La siguiente investigación busca conocer el trato de la información por parte de los “comunicadores digitales”, su forma de redactar e innovar son acciones que se deben analizar para alcanzar los objetivos del siguiente estudio.

Los Medios Digitales

Hoy, las nuevas tecnologías ya están absorbiendo a algunos lectores tradicionales de periódicos a través de plataformas digitales y los usuarios tienen la facilidad de acceder en todo momento y desde cualquier lugar en su teléfono, computadora o inclusive en su tableta.

El periodismo digital no solo ha cambiado el paradigma informativo, de acuerdo a Canga (2000):

“el periodismo ha experimentado sucesivos cambios a lo largo de su historia. Cambios que afectan a la profesión y a los profesionales. Y todos estos cambios casi siempre vienen marcados por los avances tecnológicos. Es la tecnología la que marca, en muchos casos, los ciclos evolutivos de determinados avances y la que acorta la duración de los mismos cada vez a mayor velocidad.” (párr. 01).

El verdadero valor actual de las noticias se encuentra en la disposición de los usuarios para entender, analizar y corroborar lo que el periodista ilustra en sus escritos, pero las poblaciones de información son cada vez más rápidas, por ejemplo, las actualizaciones de contenido son acciones que abundan en los medios digitales, las personas pueden obtener información oportuna, pero esto también genera una práctica que afecta a su percepción como públicos.

Canga (2000), establece que la velocidad de la información es cada vez mayor y los cambios que se han generado a partir de este progreso tecnológico ha cambiado el panorama de cómo el periodista realiza su labor, lo que ha generado nuevos medios de comunicación. (párr. 08).

Es importante señalar que los nuevos agentes de comunicación han creado una nueva forma de producción novedosa, pero la comunicación en los medios digitales requiere una planificación más rápida y masiva. El papel del periodista sigue siendo el mismo, pero su labor se modificó para adaptar las nuevas prácticas a la información, aunque no hay que dejar de lado la responsabilidad periodística.

Con la llegada de Internet, el contenido y la distribución masiva de información está provocando no sólo retos competitivos en la formación de nuevos profesionales, también problemas en cuanto a la utilización de Internet que antes era escaso y ahora es abundante y en su mayoría gratuito. La instantaneidad ahora se establece como un trato normal de la información, con la actualización constante de contenidos ahora los modelos de la comunicación se centran en obtener una respuesta más rápida y mejor contralada.

Sin embargo, el desarrollo tecnológico no sólo ha impactado en la comunicación, sino que, ha sido fundamental para su mejora continua. Camus (2002), explica elementos importantes que identifican la forma en la que el periodista en medios digitales debe realizar su labor:

Lo primero es la información, y explica que ahora el periodista debe trabajar por medios multimedia como: textos, gráficas, audios, videos, animaciones, para su sitio web. Luego sigue el hipertexto, que está ligado a los enlaces externos e internos de la propuesta o noticia al sitio web. (p. 03).

El hipertexto es el vínculo entre todos los elementos interactivos en el periodismo digital, se determina que los géneros digitales funcionan bajo enlaces de contenido que hacen que la información surja de manera instantánea, lo siguiente es importante debido a que el funcionamiento de los medios digitales debe ser interactivo para funcionar.

A la vez Camus (2002), determina la acción, que en muchos casos el usuario puede crear contenido con métodos proporcionados por el sitio web. (p. 03).

De esta forma, el periodista crea un proceso eficaz que evidencia un vínculo entre el usuario y el impacto de su investigación, así se genera una respuesta eficaz, en muchos casos la misma interactividad hace que el usuario sienta más libertad a la hora de evidenciar su participación en la comunicación, que claramente es una pieza fundamental en una sociedad participativa.

Una nueva “ecología de medios” ha emergido por esta etapa de transición, como lo identifica Raimundo (2012), expresa que “(...) Para las empresas de medios tradicionales (...) los

ingresos siguen proviniendo sustancialmente de la prensa papel, aunque se evidencia un constante crecimiento del medio online debido, sobre todo, a la difusión de Internet y los nuevos hábitos de consumos culturales.” (p. 52).

Estos nuevos hábitos han creado una transformación en la participación de las personas y su interactividad con la información en un sitio web, Raimundo (2012) distingue dos sectores de los diarios digitales donde interviene el lector:

Por un lado, explica los espacios de intervención del lector como:

“aquellos sectores del diario que de algún modo se encuentran “intervenidos” o “penetrados” por la actividad del lector, a partir de algún tipo de acción por él ejecutada que ha dejado una huella en la interfaz del periódico (con excepción de la producción de enunciados).” (p. 117).

Con respecto al párrafo anterior, la interactividad de los medios digitales permite una mejor comunicación, los espacios de intervención son aquellos proporcionados por el medio para generar una acción específica con la utilización de aspectos visuales y dinámicos, como formularios comentarios o encuestas que generan una respuesta del público.

Por otra parte, Raimundo (2012), describe los espacios de participación del lector:

“aquellos espacios del diario donde el lector puede manifestarse discursivamente produciendo enunciados: las cartas de lectores, los foros de discusión, los blogs, los comentarios de lectores a las noticias, los espacios relacionados con redes sociales, las entrevistas en línea, las páginas de periodismo ciudadano, las páginas de perfil de usuario, entre otros.” (p. 117).

El impacto que genera estas interacciones es fundamental en el análisis del comportamiento de los públicos o usuarios de los medios digitales debido a que los periodistas generan contenido

estratégicamente para alcanzar una mejor participación e intervención, y así estudiar las respuestas de los públicos.

La Inmediatez en los Medios Digitales

El paradigma principal que aborda esta investigación es la inmediatez que es el resultado de una necesidad actual en la generación y divulgación de contenido en los medios digitales. Actualmente, los medios se han vuelto más masivos que hace 20 años cuando apenas las tecnologías se estaban volviendo una necesidad cotidiana y el Internet un vínculo para conectar a las personas.

Salaverría (2016) menciona que la inmediatez no debería condicionar la credibilidad de los contenidos y cita una explicación fundamental de la expresidenta del Overseas Press Club en Puerto Rico, Milly Méndez:

“Sabemos que nos exigen inmediatez, pero eso no debe ser excusa para descuidar las reglas básicas y la ética en el periodismo. Uno debe ser responsable, porque jugamos un rol social muy importante. No puedes disparar una noticia sin haber corroborado las fuentes. Si no estás seguro, no lances nada a Internet o a las redes sociales, porque eso se vuelve viral. Una vez lanzada la información, es muy difícil retirarla. Hay que ser cautelosos y no dejarnos llevar por el furor del momento y la presión de ser primeros.” (p. 353).

Este aspecto expresa todas aquellas prácticas que no deberían ser ajenas al periodismo, aunque el paradigma del uso del mismo se ha transformado por las redacciones digitales, aspectos como corroborar las fuentes o la responsabilidad de los comunicadores como informadores sociales siempre debe prevalecer.

Por otro lado, en Costa Rica existen distintos medios digitales como CRHOY, que es el objetivo de estudio para la presente investigación, como El Mundo CR, La Prensa Libre, El País CR, entre otros, Salaverría (2016) los describe de la siguiente manera:

“Los medios periodísticos en Costa Rica se encuentran en un fuerte proceso de reconfiguración tendente a combinar la experiencia de años de los profesionales en comunicación con los nuevos nichos de trabajo en diseño web y programación, para crear así en el usuario una nueva experiencia de consumo que se ajuste a sus expectativas y necesidades. Habrá que esperar aún algún tiempo para conocer cómo se reformula el paradigma existente.” (p. 110).

Un punto indispensable es que los medios digitales en Costa Rica aún evolucionan y, por ende, es importante que se realicen estudios como el presente para conocer el panorama de la comunicación digital y cuáles son los procesos que se realizan en los medios especialmente digitales para ofrecer información valiosa a las futuras generaciones de periodistas que cada vez se encuentran con la necesidad de adaptarse en un mercado donde la tecnología se convierte en una necesidad laboral.

De esta forma Carrillo (2015), manifiesta conclusiones importantes en el quehacer periodístico tomando en cuenta el impacto de los medios digitales en los periodistas y en los públicos:

“El periodista, junto con sus espacios tradicionales de ejercicio profesional, enfrenta el reto de “adaptarse o desaparecer” Este proceso implica partir en busca de nuevos lenguajes y el dominio de nuevas herramientas tecnológicas. La actualización del trabajo puede ocurrir tanto en espacios académicos como en el día a día del ejercicio profesional.” (p. 16).

Si bien, actualmente Internet es una herramienta, de comunicación multimedática e interactiva, los sitios web son los portales para crear esos vínculos, pero la instantaneidad es un factor que creó nuevos retos para el periodismo, el cambio fue brusco y los periodistas tradicionales se tuvieron que acoplar a las nuevas tecnologías.

Carrillo (2015), explica que “El papel del periodista sigue siendo cubrir las necesidades informativas de éstas, pero atendiendo a la realidad que le exige adaptarse a las dinámicas interactivas en el consumo, producción y distribución de la información.” (p. 16).

Es importante que los periodistas se adapten al consumismo actual y a la dependencia tecnológica con responsabilidad, esta investigación busca verificar que las prácticas del periodismo en los medios digitales sean objetivas, profundas y claras y busquen la innovación constante de sus contenidos.

Credibilidad en los Públicos del Periodismo Digital

Así como se mencionó anteriormente, la inmediatez incide en la credibilidad de los contenidos informativos, en el presente estudio se pretende además identificar la recepción de los públicos sobre el impacto de la información masiva, que con la evolución de las tecnologías digitales se vuelve más inmediata como el tipo de contenido que divulgan los periodistas.

Camus (2002), establece que “Actualmente la reflexión sobre la credibilidad nos lleva sin remedio a pensar en la otra parte del problema: cómo asegurar que los contenidos de la red responden a una mínima ética. Es decir, cómo garantizar la privacidad, el control y evitar el abuso sobre los datos que circulan por la red.” (p. 04).

La credibilidad en los medios digitales puede ser difícil de comprobar debido a la magnitud de la información que se publica, además de los métodos investigativos actuales que involucren a Internet como una fuente de información.

Otro punto muy importante que expresa Camus (2002) es que “en los medios on line que no tienen vínculos con la prensa establecida, cualquiera puede proclamarse periodista y difundir una noticia, falsa o verdadera, sin que existan filtros de veracidad o calidad.” (p. 04).

El desarrollo e innovación en las tecnologías ha cambiado el ejercicio profesional de los comunicadores como también ha transformado la realidad de sus labores como profesionales, reduciendo el afán por generar información sugerente y relevante para las personas, en muchos casos atentando por el esfuerzo de ofrecer noticias con contenido exhaustivo y proporcionado.

Por otro lado, Carrillo (2015), en las conclusiones de su investigación indica que “Ser periodista digital no implica abandonar los principios y las prácticas del periodismo y ejercer el oficio a través del monitor de una computadora. El periodista del siglo XXI atiende la realidad y vive de ella.” (p. 17).

Lo anterior evidencia cómo pueden actuar los periodistas al desvincular sus investigaciones con la realidad misma y crear modelos comerciales antes de palancas para el desarrollo social por medio de las tecnologías e Internet, sin dejar de lado los principios éticos del periodismo.

La siguiente investigación realizará un análisis de 100 personas mediante un sondeo de opinión, aspectos como la percepción de los públicos meta de CRHOY son fundamentales para conocer la credibilidad de la información que publican.

Trato de la información

El trato de la información periodística es el pilar de esta investigación, los elementos digitales que involucran las redacciones actuales como las efectuadas por el medio digital CRHOY han cambiado su enfoque para adaptarse a un panorama más inmediato y oportuno.

De acuerdo a Navarro (2016) los elementos de las noticias digitales son el “Titular, lead, hipertextualidad, contenido, formato de consulta, opciones de compartir por redes sociales, interactividad, contacto con el autor, información del autor, ubicación, niveles de consulta, audio, video, imagen, pies de fotografía, infografía fija, infografía animada, infografía con sonidos, vínculos con otros contenidos.” (p. 05).

El periodismo digital es cada vez más variado en cuanto a la utilización de elementos tecnológicos que facilitan la interactividad, las experiencias, y todo bajo una hipertextualidad que recorre las noticias para brindarle al lector un panorama más amplio y fácil de consultar, por eso es importante explicar algunos elementos que son fundamentales para la creación de un manual de estilo digital, como se pretende en la siguiente investigación.

Titulares

Muchos de los elementos mencionados anteriormente no cambian como los utilizados por la prensa tradicional de los periódicos de papel; sin embargo, la forma de utilizarlos se ha transformado para captar la atención del lector de forma más rápida. Así lo relata Navarro (2016), quien menciona que los titulares “son más simples. Se exige una sintaxis adecuada, y de su estructura correcta depende una fácil y rápida consulta.” (p. 07).

En el periodismo, los titulares siempre cumplen la función de brindarle una entrada a la nota, captando la atención del lector y mostrándole en pocas palabras de qué trata la noticia, es importante que se tome en cuenta cuáles características debe tener un titular en una nota digital.

Navarro (2016), también menciona que no existe un tamaño común de los titulares. Cada medio ha escogido su propio estilo y que en la mayoría de los medios de comunicación, no se incorporan antetítulos principalmente para no desubicar al lector.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que los antetítulos brindan más información sobre los acontecimientos como entrada a la información que se relata después, esto es fundamental para conocer cuáles son las metodologías que utilizan los medios de comunicación digitales y que a veces pueden sacrificar elementos para fortalecer la interacción del usuario con su portal o sitio web.

Los nuevos géneros en el periodismo

Entre los nuevos géneros del periodismo digital se encuentran algunos elementos mencionados anteriormente, así lo expone Culossi (2015), en un cuadro sobre los descubrimientos de distintos investigadores en periodismo digital (p. 268):

Tabla 1: Diferentes taxonomías de géneros periodísticos en los medios digitales

Armentia <i>et al.</i> (2000)	Díaz Noci (2001)	Edo (2003)	Alcalá- Santaella (2004)
Noticia: corta, de última hora	Noticia	Noticia	Crónica: de urgencia, simultánea
Géneros de opinión	Reportaje	Reportaje hipermedia,	Foro de discusión
Entrevista online	Infografía digital	Entrevista online	Debate
Chat	Entrevista	Chat	Entrevista online
Debate	Géneros de opinión	Géneros de opinión	Gráficos en Flash
	Novelas por entrega	Infografía interactiva	Encuesta

Nota: Colussi, J. (2015)

Tabla 2: Diferentes taxonomías de géneros periodísticos en los medios digitales

Salaverría (2005); Salaverría y Cores (2005)	Larrondo (2008)	Seixas (2009)
Noticia	Noticia	Noticia
Infográficos interactivos	Infografía digital	Reportaje Dossier
Reportaje: multimedia, dossier documental.	Reportaje: actualidad, especial, dossier.	Entrevista tradicional y en audio
Crónica: en directo, última hora, <i>weblog</i>	Crónica	Infografía animada
Entrevista	Entrevista: en línea, interacción con personalidades, interacción entre usuarios	Géneros de opinión
Foro	Foro o debate	Comentarios (equivale a las cartas al director)
Charla	Charla virtual (chat)	Foro
Encuesta	Encuesta	Chat

Editorial	Blog	
Columna	Géneros de opinión: tradicionales, debate en red	
Suelto		
Cartas al director		
Crítica y reseña		
Viñeta o tira cómica		

Nota: Colussi, J. (2015)

Las tablas anteriores proponen un esquema amplio sobre los géneros periodísticos derivados de las investigaciones que se han realizado y que en la actualidad utilizan los periodistas en el ámbito de la comunicación digital. A la vez, se pueden visualizar los elementos que han cambiado con el tiempo como por ejemplo el uso de infografías, entrevistas online y los elementos interactivos como chats, que ahora presentan una gran influencia en el trato de la información digital.

Los géneros ciberperiodísticos, término acuñado por Salaverría (2005), “se caracterizan por amalgamar dos lenguajes periodísticos previos: el redaccional de la prensa impresa y el audiovisual de la radio y la televisión. De su combinación surge una nueva forma de expresión periodística: el lenguaje multimedia.” (p. 142).

Los géneros en el periodismo digital son elementos más interactivos y recurrentes en las tecnologías digitales, que son fundamentales para el siguiente estudio, el cual busca adaptar estas características en un manual de estilo digital que podrá ser utilizado por los medios de comunicación y las futuras generaciones.

De acuerdo a Pérez y Tejedor (2014), los principales géneros que tienden a la imparcialidad son (p. 56-57):

Noticia: Género básico informativo caracterizado por la narración y la descripción con escasa profundidad y extensión.

Reportaje informativo: Información profunda y amplia donde la amplitud de fuentes es un elemento esencial.

Entrevista: Se trata de un género que puede ser abordado de múltiples formas y cuyo desarrollo en los cibermedios ha sido muy destacable.

Los principales géneros que tienden a la parcialidad son:

Reportaje de análisis: Género interpretativo o también podría considerarse mixto en el que los principales objetivos son la contextualización y la explicación de los hechos.

Crónica: Género interpretativo, pero con una base informativa en el que se halla de forma explícita la existencia de un narrador/observador. Aborda siempre los hechos.

Perfil: Es un género mixto que, como la crónica, implica la existencia de un narrador. Siempre versa sobre personas.

Columnas, editoriales y sueltos: La diferencia entre ellos sería que en las editoriales y, en ocasiones, en los sueltos, no se identifica el autor, por ser la opinión institucional del medio. Es el género argumentativo clásico por excelencia.

Críticas y reseñas: Podría tratarse de un formato similar a la crónica. Sin embargo, se diferencia en que no trata necesariamente sobre hechos y en que no es un género informativo en modo alguno, sino que es puramente argumentativo.

Opinión gráfica: Ya sea por medio de viñetas o fotografías, la opinión está muy presente en la red en formato gráfico, razón por la que se dedicará un capítulo a esta cuestión.

Foros, chats, encuestas, entrevistas de los lectores y cartas: En realidad, no se trata de géneros periodísticos, pero se estima interesante su estudio para su uso, así como los modos de comportarse en estos contextos.

Los nuevos géneros que plantean las investigaciones, se utilizarán en el manual de estilo que se realizará en la propuesta final de la siguiente tesis, de esta forma se conocerán las nuevas formas de realizar periodismo digital y sus recomendaciones.

Estructura de la noticia digital

De acuerdo a Rick (1998) lo siguiente es necesario para la confección de un texto informativo digital:

- 1) Primero es importante definir el enfoque que debe tener una noticia para conocer cuál estructura es necesaria.
- 2) Luego se recopila todo el material como por ejemplo si estamos en un medio dedicado a elementos multimedia (radio, prensa, televisión), podemos reunir textos, imágenes, gráficos, sonidos, entre otros, incluso encargar otros elementos a nuestros informáticos.
- 3) Lo siguiente es realizar una planificación que acumule todos los elementos icónicos, sonoros, multimedia y textuales, para elaborar los guiones de los audiovisuales. Sin embargo, se debe tomar en cuenta siempre la inmediatez y la efectividad de la información.

- 4) Después es importante escribir el titular, vendiendo el texto, para atraer al lector.
- 5) Es importante escribir un resumen de veinte líneas, porque ayuda a conocer mejor el enfoque y delimitarlo para estructurar la información de una mejor manera. De esta forma se puede escribir un párrafo explicando la afectación de la noticia hacia los lectores, lo que permitirá que se puedan identificar los elementos multimedia e interactivos que el usuario pueda percibir para comprender mejor la información.
- 6) Se pueden establecer contenidos basados en las siguientes preguntas y observaciones:
 - ¿Qué es lo que queremos que la gente recuerde de esta información?
 - ¿Cuáles son los puntos clave que queremos destacar?
 - ¿Cuál es la mejor manera de que nuestra información sea útil al público?
 - ¿Qué otros recursos necesitamos incluir para ayudar al público a comprender la información de forma tan completa y rica como desee?
 - La posibilidad de crear un sentido de comunidad mediante foros, grupos de discusión, servicios, etc.
 - Tener en cuenta los aspectos éticos y morales en juego.
- 7) Luego se reconstruye y analiza el discurso.
- 8) Es necesario redactar un guión que incluya el número de páginas web, imágenes incrustadas, estructura de la información y enlaces entre las partes, etc.
- 9) Escribir el texto. (p. 285).

Lo anterior es importante para conocer cuál es el proceso que según los expertos en periodismo digital es el correcto para realizar una noticia, así como se menciona, el enfoque es fundamental a la hora de elegir los temas, debido a que se podrá conocer dónde se posiciona cada parte de la información.

Además, incluir un lead o resumen es significativo para brindarle al lector una entrada de la información noticiosa, así como elementos interactivos y realizar las preguntas necesarias para brindar la información más rigurosa al público del medio de comunicación, aspectos indispensables para la redacción de una noticia digital.

Algunos puntos importantes y más modernos del periodismo digital los expresa Salaverría (2014) en su interpretación sobre el libro de Pérez et al (2014):

Salaverría (2014) plantea que cuando se elabora contenido para la web se debe coordinar el texto, la imagen y sonido, de forma que se pueda expresar el mensaje de distintas formas. (párr. 04).

Por otro lado, es importante suprimir los enlaces si no son necesarios, para que el texto no termine recargado sino enriquecido por aquellos que aporten algo a la profundidad de la información; además, debe tomarse como prioridad el tiempo y la paciencia del lector.

Al enlazar es importante hacerlo con los demás autores que hablen sobre un mismo tema, al hacerlo con los enlaces del mismo autor hará que el mismo parezca egocéntrico, cicatero y engreído y hará que otros no lo enlacen.

A su vez, el periodista debe atribuir las ideas planteadas en investigaciones o notas a los autores, Salaverría (2014) dice que “Aristóteles no tenía blog ni perfil de Facebook ni siquiera una humilde cuenta en Twitter. Pero si empleas sus ideas —o las de cualquier otra persona—, lo correcto es que se las atribuyas.” (párr. 08).

Otros aspectos importantes que plantea Salaverría (2014) son especificar el formato de los documentos de enlaces y aprovechar la escritura estructurada, el primero busca tratar de confundir al lector, si es un archivo de tipo pdf o un enlace a otro sitio web y el segundo trata de establecer una estructura ordenada para que el lector pueda entender mejor el mensaje, como si se estuviera contando una historia. (párr. 07).

Lo anterior aporta recomendaciones fundamentales para la confección de un manual de estilo digital, donde se explican las mejores prácticas periodísticas para escribir en la web, como respetar los derechos de autor, tomar como prioridad el tiempo del lector y estructurar la información de forma ordenada y correcta.

Search Engine Optimization (SEO) en los medios digitales

De acuerdo a Pérez et al (2014):

“El objetivo del SEO es alcanzar un buen posicionamiento en los buscadores y hay dos factores que lo definen: la posición en la página de resultados y la popularidad de la búsqueda. Dicho de otra forma, de nada sirve aparecer el primero en relación a una combinación de palabras que no busca nadie ya que normalmente esto equivale a cero visitas y, como hemos dicho antes, el flujo de usuarios es el maná de las publicaciones.” (p. 241).

Este término ha presentado mucha relevancia en los contenidos digitales, principalmente en medios de comunicación, debido a que se actualizan constantemente, de esta forma los mismos recurren a estrategias para que sus contenidos obtengan la mejor posición en las primeras páginas de los buscadores.

Pérez et al (2014), plantean que “al día de hoy los periodistas digitales deben escribir no solo para agrandar a los lectores humanos sino también para ganarse la atención y el cariño de los

algoritmos de los motores de búsqueda y así aparecer en una buena posición en la página de resultados.” (p. 240).

Actualmente, el contenido digital es poco productivo si no presenta una exposición en los buscadores, los periodistas que realizan noticias en internet exhiben nuevas formas de realizar periodismo, principalmente en la confección de elementos interactivos, estructuras y géneros.

Por otro lado, Pérez et al (2014) indican que los factores *On-page* “se definen a partir del contenido de la página y se centran, fundamentalmente en determinar la temática tratada que posteriormente se relaciona con las palabras que los usuarios utilizan en sus búsquedas (...) en relación a las palabras clave.” (p. 248).

En el siguiente estudio el posicionamiento web (SEO) es uno de los temas más significativos que se investigará debido al impacto que presenta en el trato de la información periodística en internet. Se analizarán los factores *On-page*, como se indican se relacionan con el estudio de las estrategias de contenido que deben realizar los periodistas en un medio digital para posicionarlo correctamente.

Con el impacto del SEO, también se busca conocer el equilibrio que tienen las publicaciones entre la generación de audiencia y la confección de contenido y cuáles estrategias digitales se deben realizar para mantener la profundidad de las noticias, pero evitando que se realicen contenidos poco visibles para los buscadores.

Lenguaje Inclusivo

Para confeccionar un manual de estilo digital como se pretende en el siguiente estudio, se deben incluir aspectos inclusivos que fortalecen la ética profesional y los valores en cuanto a la transmisión de las redacciones.

La forma de interpretar las palabras en el proceso de la comunicación debe ser utilizado de manera muy cuidadosa en el periodismo Rojas (2015), plantea que “el lenguaje (...) influye en nuestra percepción del ambiente circundante, de la realidad y contribuye a modelar nuestra visión del mundo.” (p. 05).

Es importante que, a la hora de confeccionar un manual de estilo, en sus recomendaciones sobre el lenguaje utilizado se pretenda conocer los usos éticos de lenguaje y que no se busque la representación de un grupo, ya que de esta forma se tiende a generalizar la información y esta práctica puede ser recurrente en las redacciones de un medio.

Un ejemplo importante lo relata, Rojas (2015): “los sustantivos de género masculino se emplean no solo para referirse a individuos de ese sexo, sino, también, para designar a todo el conjunto de individuos, en “contextos apropiados.” (p. 15).

Las prácticas no inclusivas tienden a brindarle la representación total a un género en específico, principalmente a hombres y esto se ha convertido en un aspecto cultural, lo que puede influenciar en la forma de describir a las personas o fuentes por parte de los periodistas.

Tabla 3: Ejemplos de formas de lenguaje inclusivo, según Rojas (2015)

No inclusivo	Inclusivo
Los hombres	Los seres humanos o La humanidad
Los jóvenes	Las generaciones más jóvenes o La Juventud
Los mayores	Las (personas) mayores
Los niños	La infancia o La niñez
Los habitantes	La población
Los costarricenses	El pueblo costarricense La población costarricense

Los ciudadanos	La ciudadanía
Los descendientes	La descendencia
Los trabajadores	El personal
Los profesores	El profesorado
Los alumnos	El alumnado
Las señoras de la limpieza	El personal de limpieza
Los votantes	El electorado
Los amigos	Las amistades
El asesor, la asesora, los asesores	La asesoría
El tutor, la tutora, los tutores	La tutoría
El jefe, la jefa, los jefes	La jefatura
El director, la directora, los directores	La dirección
El coordinador, la coordinadora, los coordinadores	La coordinación
El redactor, la redactora, los redactores	La redacción
El orientador, la orientadora, los orientadores	La orientación
El magistrado, la magistrada, los magistrados	La magistratura
El presidente, la presidenta, los presidentes	La presidencia
El gerente, la gerente, los gerentes	La gerencia

Nota: Elaboración Propia

La tabla anterior es una representación del uso debido del lenguaje, mediante una comparación que describe la utilización inclusiva del lenguaje en los medios de comunicación para no generalizar el contexto de las fuentes o personas que se involucren en los hechos que se mencionan.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Los métodos que se utilizarán en el siguiente trabajo de investigación se plantearán de acuerdo a los objetivos que se desean lograr para obtener los resultados deseados. La metodología que se utilizará comprenderá un análisis basado en procedimientos que propicien resultados ordenados y coherentes.

Enfoque

El enfoque de la investigación es la base que plantea el investigador para brindar una mejor comprensión de los procedimientos que se utilizarán para abordar las distintas variables del proyecto. Por lo tanto, en este tema se explica el tipo de estudio que se desea proceder con el fin de elaborar la hipótesis planteada.

Esta investigación se clasifica como cualitativa, ya que cumple con las siguientes características, según Hernández, Fernández, y Baptista (2014):

“El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia los fenómenos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorgan).” (p. 09).

El presente estudio comienza con el planteamiento de la hipótesis sobre la inmediatez y el impacto de este fenómeno recurrente en la generación de contenido noticioso en los medios digitales.

De acuerdo a Hernández et al (2014) también señala que este enfoque engloba una perspectiva flexible y profunda:

“(…) la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad.” (p. 16).

El enfoque cualitativo logra un análisis riguroso y flexible para esta investigación, además se pueden llevar a cabo resultados basados en el comportamiento de los procesos en el ambiente donde se realizan las noticias, ampliando las posibilidades en cuanto a información y profundidad.

Diseño

La presente investigación comienza como exploratoria porque no se conoce en un principio el impacto de la inmediatez en el trato informativo, en la credibilidad de su público objetivo, y en la generación de contenido noticioso. Según Hernández et al (2010): “se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (p. 85).

Durante el análisis del estudio se buscó recabar datos cualitativos mediante un trabajo de campo donde se abordaron entrevistas de profundidad a expertos en el ámbito de la información digital. Luego se examinó el trato de la información para así visualizar la influencia que genera la inmediatez en la divulgación de noticias digitales del medio de comunicación CRHOY y en el público objetivo mediante sondeos de opinión.

Además, es un estudio descriptivo porque cumple con lo siguiente establecido por Hernández et al (2010): “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p. 85).

Se considera descriptiva porque permite analizar las características de un público determinado, en este caso por CRHOY, donde se busca someter este grupo a un sondeo de opinión para estudiar su percepción en los apartados noticiosos. También a la inmediatez y los periodistas.

Método

Según Ruiz (2006) “(...) El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.” (p. 128).

La presente investigación utilizará el método analítico porque busca estudiar y examinar las causas, la naturaleza y los efectos de la inmediatez en el trato de la información mediante la utilización de herramientas científicas que se realizan a partir de la indagación y el análisis. Por medio de este tipo de estudio se podrá determinar las partes de la información recolectada para generar resultados más confiables.

Muestra de la Investigación

Tipo de Muestra

Para el siguiente estudio se procedió a utilizar el tipo de muestreo no probabilístico, para las poblaciones analizadas, ya que presenta las siguientes características según Hernández et al (2014): “las muestras no probabilísticas o dirigidas son de gran valor, pues logran obtener los casos (personas, objetos, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos.” (p. 189).

El medio de comunicación CRHOY, es el medio digital con más audiencia y relevancia en el país, por esto fue esencial como ejemplo específico para analizar el trato de la información en un medio especialmente digital en Costa Rica.

Población

Se contó con un período de quince días para la realización de 100 sondeos de opinión por medio de la aplicación web [surveymonkey.com](https://www.surveymonkey.com), se seleccionaron elementos importantes para esta investigación como su rango de edad en los públicos, su educación y percepciones sobre el trato de la información del medio de comunicación.

Selección de los elementos muestrales

La investigación se desarrolló en torno a la información y el alcance periodístico del medio digital CRHOY, ubicado en la provincia de San José. Por su parte, la población engloba a personas en el rango de edad de los 25 a 34 años, que de acuerdo a su Mediakit (2016) es su público objetivo principal. (p. 04).

Asimismo, también se visualizó a su público objetivo secundario establecido por su Mediakit (2016), que engloba a personas de 35-44 años de edad, para obtener resultados más amplios y profundos sobre el impacto de la inmediatez en este segmento. (p. 04).

Se analizaron personas provenientes de la Gran Área Metropolitana considerándose como personas con un mejor acceso a las tecnologías.

Variables o Unidades de Análisis

Hernández et al (2010), definen variable como “una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse.” (p.93).

Primera Variable

Técnicas periodísticas.

- **Definición Conceptual:** Las técnicas periodísticas aplicadas por parte de los periodistas en un medio digital.
- **Definición Operacional:** Técnicas, innovación, profundidad, inmediatez, procedimientos, trato informativo, estrategias digitales, SEO, seguimiento, cobertura, dirección, interactividad, géneros, profundidad, redacción, estructura, verificación, contraste, fuentes, profundidad, investigación, segmentación, públicos, audiencias, métricas, ética, equilibrio, contenido, periodismo digital.
- **Definición Instrumental:** Entrevista de profundidad a 8 expertos como Guillermo Fernández, ex director de CRHoy, Kattía Bermúdez, Editora digital de La Nación, Carlos Cordero, periodista de la sección de tecnología de El Financiero, David Castillo Robinson, ex periodista de CRHoy y Grupo Nación, Luis Manuel Madrigal, Encargado de la cobertura de política en El Mundo CR, Pablo Fonseca, Periodista y Editor SEO de Grupo Nación, Víctor Barrantes Calderón, Académico y Cristian Cambronero, Periodista, Bloggero y actual Gerente de BigWebNoise.

Segunda Variable

Influencia de la inmediatez y el tipo de contenido.

- **Definición Conceptual:** Comparación entre la influencia de la inmediatez y el tipo de contenido de las divulgaciones noticiosas nacionales de CRHOY.
- **Definición Operacional:** Forma, fondo, enfoque, elementos, géneros, lenguaje, imágenes, tipo de periodismo, relación texto-imagen, acontecimientos, contexto, especificación, causas, consecuencias, temas, subtemas, fuentes, comentarios, *fairness*, citas, opiniones, análisis comparativo.

- **Definición Instrumental:** Análisis de contenido comparativo de las noticias más visitados por el público de CRHOY.

Tercera Variable

Percepción del público meta de CRHOY.

- **Definición Conceptual:** La percepción de su público meta por la divulgación de contenido en su sitio web.
- **Definición Operacional:** Percepción, credibilidad, profundidad, actualización, rigurosidad, retroalimentación, extensión, innovación, contraste, verificación, claridad, fuentes, enfoques, noticias nacionales, uso de imágenes.
- **Definición Instrumental:** Sondeos de opinión a 100 personas pertenecientes al público meta de CRHOY.

Cuarta Variable

Confección de un manual de estilo digital

- **Definición Conceptual:** Elaboración de un manual de estilo para mejorar los procesos de redacción de las noticias digitales.
- **Definición Operacional:** Conceptos, normas, noticias, contenido, planificación, estrategias, habilidades, conocimientos, palabras clave, ética, estructura, características, elementos, enlaces, url's, optimización, *on-page*, SEO, usabilidad, interactividad, visualidad, ortografía, lenguaje, estilo, herramientas, CMS, aplicaciones, web, métricas.

- **Definición Instrumental:** Sondeos de opinión, entrevistas de profundidad, análisis de contenido, revisión bibliográfica.

Tabla 4: Variables o Unidades de análisis.

Objetivo	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Definición Instrumental
Determinar las técnicas periodísticas innovadoras para el periodismo digital.	Técnicas periodísticas.	Las técnicas periodísticas aplicadas por parte de los periodistas en un medio digital.	Técnicas, innovación, profundidad, inmediatez, procedimientos, trato informativo, estrategias digitales, SEO, seguimiento, cobertura, dirección, interactividad, géneros, profundidad, redacción, estructura, verificación, contraste, fuentes, profundidad, investigación, segmentación, públicos, audiencias, métricas, ética,	Entrevista de profundidad a 8 expertos como Guillermo Fernández, ex director de CRHOY, Katia Bermúdez, Editora digital de La Nación, Carlos Cordero, periodista de la sección de tecnología de El Financiero, David Castillo Robinson, ex periodista de CRHOY y Grupo Nación, Luis Manuel Madrigal, Encargado de

			equilibrio, hits, contenido, periodismo digital.	la cobertura de política en El Mundo CR, Pablo Fonseca, Periodista y Editor SEO de Grupo Nación, Víctor Barrantes Calderón, Académico y Cristian Cambroner, Periodista, Bloggero y actual Gerente de BigWebNoise.
Comparar la inmediatez de las publicaciones nacionales con el tipo de contenido del medio CRHOY en su sitio web.	Influencia de la inmediatez y el tipo de contenido.	Comparación entre la influencia de la inmediatez y el tipo de contenido de las divulgaciones noticiosas nacionales de CRHOY.	Forma, fondo, enfoque, elementos, género, lenguaje, imágenes, tipo de periodismo, relación texto-imagen, acontecimientos, contexto, especificación,	Análisis de contenido comparativo de las noticias más visitadas por el público de CRHOY

			causas, consecuencias, temas, subtemas, fuentes, comentarios, <i>fairness</i> , citas, opiniones, análisis comparativo.	
Identificar la percepción del público meta en la divulgación del contenido noticioso de CRHOY.com.	Percepción del público meta de CRHOY.	La percepción de su público objetivo por la divulgación de contenido en su sitio web.	Percepción, credibilidad, profundidad, actualización, rigurosidad, retroalimentación, extensión, innovación, contraste, verificación, claridad, fuentes, enfoques, noticias nacionales, uso de imágenes.	Sondeos de opinión a 100 personas pertenecientes al público meta de CRHOY.

Elaborar un manual de estilo con las mejores prácticas del periodismo digital que sirva como guía a los periodistas y estudiantes en el ámbito de la comunicación digital.	Confección de un manual de estilo digital.	Elaboración de un manual de estilo para mejorar los procesos de redacción de las noticias digitales.	Conceptos, normas, noticias, contenido, planificación, estrategias, habilidades, conocimientos, palabras clave, ética, estructura, características, elementos, enlaces, urls, optimización, <i>on-page</i> , SEO, usabilidad, interactividad, visualidad, ortografía, lenguaje, estilo, herramientas, CMS, aplicaciones, web, métricas.	Sondeos de opinión a 100 personas pertenecientes al público meta de CRHOY, Entrevista de profundidad a 8 expertos en periodismo digital, Análisis de contenido de 20 noticias de CRHOY, y Revisión bibliográfica.

Nota: Elaboración Propia

Instrumentos

Según Hernández et al (2014) “(...) Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente.” (p. 199).

Por medio de un instrumento, se obtuvo información utilizando métodos científicos que brindan mayor validez hacia las conclusiones de la investigación. En el siguiente estudio se utilizarán los siguientes instrumentos que serán indispensables para alcanzar los resultados esperados:

Entrevistas de profundidad

De acuerdo a Barrantes (2000), la entrevista de profundidad “(...) Es una especie de conversación entre iguales, y no un intercambio formal de preguntas y respuestas. El investigador es el principal instrumento de la investigación, y no un protocolo o formulario de entrevista.” (p. 208).

Entrevistas.

Se realizarán entrevistas de profundidad a Guillermo Fernández, ex director de CRHOY, Kattía Bermúdez, Editora digital de La Nación, Carlos Cordero, periodista de la sección tecnología de El Financiero, David Castillo Robinson, ex periodista de CRHOY y Grupo Nación, Luis Manuel Madrigal, Encargado de la cobertura de política en El Mundo CR, Pablo Fonseca, Periodista y Editor SEO de Grupo Nación, Víctor Barrantes Calderón, Periodista de Campus UNA y Cristian Cambroner, de la agencia BigWebNoise.

De esta forma se pudo conocer el trato de la información que se debe aplicar en la confección de las noticias nacionales en el periodismo digital, debido a que el mismo presenta aspectos que aún están evolucionando.

Análisis de contenido

Con respecto al análisis de los datos cualitativos Hernández et al (2014) plantean que “en el proceso cuantitativo primero se recolectan todos los datos y luego se analizan, mientras que en la investigación cualitativa no es así, sino que la recolección y el análisis ocurren prácticamente en paralelo.” (p. 418).

Para esta investigación, se estableció un período determinado de dos meses, para un análisis exhaustivo de las noticias en CRHOY.com, de abril y mayo del 2017 con el fin de efectuar un análisis comparativo entre las noticias más visitadas por los públicos del medio de comunicación.

Asimismo, se contabilizaron 5 secciones y solamente se recolectaron noticias nacionales, Sucesos, Deportes, Entretenimiento, Política y Economía, debido a que presentan la mayor cantidad de visitantes, según Crhoy.com (2017). A la vez, se recolectaron 10 noticias por cada mes, 2 noticias por cada una de las secciones y en total comprenden 20 noticias analizadas.

Sondeos de Opinión

Hernández et al (2014), plantea que los sondeos o encuestas de opinión “(...) son consideradas por diversos autores como un diseño o método (...) Generalmente utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos (entrevistas en persona, por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo, etc.” (p. 160).

Por medio de los sondeos de opinión al público objetivo del medio de comunicación CRHOY, que engloba a personas de 25 a 34 años y de 35 a 44 como el público que más visita su sitio web según (Media kit, 2017) se podrá generar un panorama más amplio de las implicaciones de la información divulgada por el medio de comunicación con su público meta.

En los sondeos de opinión se realizaron preguntas cerradas durante el mes de mayo de 2017 a estudiantes o profesionales considerándose como personas con un criterio más amplio sobre las tecnologías y su utilización. De esta forma se elaboró un cuestionario para conocer la percepción

de los públicos meta por las publicaciones digitales de CRHOY en el trato de las noticias nacionales.

Proceso de recolección de datos

En la recolección de datos de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010) “Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada uno.” (p. 396).

El proceso de recolección de información es fundamental para construir las bases que formarán esta investigación, obteniendo los datos necesarios mediante los instrumentos mencionados anteriormente y consultando a los expertos, documentos y herramientas que serán el pilar de este estudio.

A continuación, se llevó a cabo un estudio de datos mediante el análisis de las técnicas aplicadas en el periodismo digital, luego por un análisis comparativo del contenido en su sitio web que es fundamental para conocer la importancia de los contenidos noticioso por parte del medio de comunicación.

Se realizarán entrevistas de profundidad a Guillermo Fernández, ex director de CRHOY, Kattía Bermúdez, Editora digital de La Nación, Carlos Cordero, periodista de la sección tecnología de El Financiero, David Castillo Robinson, ex periodista de CRHOY y Grupo Nación, Luis Manuel Madrigal, Encargado de la cobertura de política en El Mundo CR, Pablo Fonseca, Periodista y Editor SEO de Grupo Nación, Víctor Barrantes Calderón, Periodista de Campus UNA y Cristian Cambroner, de la agencia BigWebNoise

Por medio de entrevista de profundidad se recolectó información importante para conocer cómo debe ser el trato de la información en un medio digital y cuáles técnicas son relevantes para fortalecer la rigurosidad del contenido que publican, también se estudió el tipo de contenido de las noticias y sus elementos para conocer la relevancia que le brinda el medio de comunicación a su

información, por último sus implicaciones en las personas que reciben esa información por medio de sondeos de opinión, de esta forma generaron resultados más concretos sobre el impacto de la inmediatez en su contenido noticioso.

Obteniendo los datos anteriores, se realizó un manual de estilo enfocado en el periodismo digital para modificar el proceso de generación de contenido mediante un trato más profundo y riguroso de la información por parte de los periodistas, evitando errores en las publicaciones y así mejorar la percepción que tienen aquellos que leen el contenido de CRHOY en su sitio web.

Sujetos y fuentes

Se realizarán entrevistas de profundidad a Guillermo Fernández, ex director de CRHOY, quien brindó aportes sobre el periodismo que utilizan los medios digitales como CRHOY en la confección de las noticias nacionales.

Kattía Bermúdez, Editora digital de La Nación, quien aportó detalles sobre la profundidad de las noticias, arquitectura de la información y el trato informativo en los medios digitales.

A Carlos Cordero, periodista de la sección tecnología de El Financiero, quien brindó un enfoque riguroso sobre la cobertura de las noticias digitales y aspectos que se podrían mejorar.

David Castillo Robinson, ex periodista de CRHOY y Grupo Nación, planteó recomendaciones sobre los aspectos interactivos, de SEO y de la cobertura periodística que deben llevar a cabo los medios digitales en su labor informativa.

Luis Manuel Madrigal, Encargado de la cobertura de política en El Mundo CR, brindó más aportes sobre la cobertura noticiosa y las consecuencias de la inmediatez.

Pablo Fonseca, Periodista y Editor SEO de Grupo Nación, explicó aspectos de SEO importantes en la confección de las noticias digitales y cómo afectan la estructura informativa.

Víctor Barrantes Calderón, experto en periodismo digital y periodista del periódico universitario Campus sobre la interactividad y los aspectos éticos que debe realizar el periodista en su labor informativa.

Cristian Cambroner, quien planteó un enfoque distinto sobre las técnicas periodísticas en la web, el lenguaje utilizado por los públicos y la segmentación de estos.

También se consultará a personas que podrían ser parte de su público objetivo mediante sondeos de opinión para así conocer qué implicaciones ha generado el periodismo digital en sus vidas y cuáles son las percepciones que tienen con respecto al contenido digital que realizan los periodistas de CRHOY, así como sus opiniones sobre la labor periodística del medio.

Asimismo, se realizaron consultas de investigaciones nacionales e internacionales, libros, principalmente sobre periodismo digital y las nuevas tecnologías, tesis acerca de las implicaciones de las noticias digitales en el contenido de las noticias y además se llevaron a cabo análisis de noticias del medio de comunicación CRHOY en su sitio web.

Referente Institucional

De acuerdo al sitio web CRHOY.com (2017), CRHOY es una empresa costarricense ubicada en Sabana Sur en el Cantón de San José. Es un medio de comunicación especialmente digital, esto quiere decir que sus publicaciones sólo se encuentran en Internet divulgadas en su sitio web CRHOY.com. (párr. 02).

Según Vargas (2014) “(...) La historia es relativamente corta pues el medio es muy joven, la empresa se fundó a finales de 2011 y empezó a operar desde el 10 de enero de 2012, de manera digital.” (p. 14).

CRHOY.com es uno de los medios digitales mejor posicionados en el mercado de la comunicación costarricense, y actualmente uno de los más visitados en el país, así lo afirma su

Mediakit (2017). Se posiciona como el segundo por debajo de Google.com con respecto a los usuarios del país.” (p. 02).

De acuerdo a su sitio web CRHOY.com (2017), el medio se define como: “Somos un medio de comunicación digital que cuenta con un equipo de profesionales encargados de informar las 41 últimas noticias nacionales e internacionales en tiempo real, las 24 horas, los 7 días de la semana.” (párr. 01).

Misión de CRHOY: “Ser la fuente de información clara y objetiva para todas aquellas personas que necesitan y desean estar informadas en tiempo real, donde sea que se encuentren.” (p. 13).

Visión de CRHOY: “CRHOY es el medio de comunicación donde todo periodista desea trabajar y donde toda persona bien informada busca el detalle de los eventos nacionales e internacionales más importantes.” (p. 13).

Valores de CRHOY: “Ética, responsabilidad, eficiencia, compromiso, trabajo en equipo, veracidad y objetividad.” (p. 13).

En el sitio web CRHOY.com (2017) el medio presenta 8 secciones que abarcan temas nacionales e internacionales, con una cobertura muy amplia en cuanto a su contenido. (p. 01).

Las secciones del medio informativo son las siguientes:

Nacionales: Este apartado cubre temas específicamente del país como Clima, Educación, Gobierno, Política, Salud, Sucesos, Transporte y Servicios.

Deportes: La sección de deportes informa sobre Fútbol, Atletismo, Baloncesto, Tenis, Motores, Natación, Ciclismo, Surf, Voleibol y Otros.

Entretenimiento: Esta sección cubre temas como Arte, Cine, Cultura, Curiosidades, Farándula, La Diva, Moda y Tendencias.

Tecnología: Aquí se pueden observar temáticas como Ciencia, Internet, Novedades y Redes Sociales.

Economía: Finanzas y Negocios son los apartados de esta sección.

Opinión: En este apartado se pueden apreciar Columnas, Especialistas, Lector Opina y Aclaraciones.

Mundo: Las noticias internacionales se encuentran en esta sección y engloban temas como Economía, Política, Sucesos, Salud y Deportes.

Humor: Esta sección busca hacer reír a los usuarios principalmente mediante contenidos gráficos.
(p. 01)

Método de Análisis

Para la presente investigación se utilizará el paradigma naturalista relacionado con el enfoque cualitativo que de acuerdo a Barrantes (2014): “denominado también naturalista-humanista o interpretativo y, según los pensadores que lo han analizado a fondo, su interés se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social.” (pág. 82).

Se analizarán acciones y percepciones, desde el trato de la información por parte de los periodistas hasta la percepción de los públicos, para recabar los instrumentos que serán la base investigativa de la confección del manual de estilo, propuesta del presente estudio.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el siguiente capítulo se realizará una construcción teórica de los resultados obtenidos con los instrumentos aplicados mediante el enfoque seleccionado para esta investigación. El estudio comprenderá las categorías aplicadas en cada entrevista y el aporte de los entrevistados sobre las técnicas innovadoras en el periodismo digital, un análisis comparativo de las implicaciones de la inmediatez y las secciones más visitadas en CRHOY, como también los resultados de los sondeos de opinión en cuanto a la percepción del público sobre la información divulgada en el medio de comunicación.

En la siguiente tabla se detalla el perfil de cada uno de los entrevistados y el aporte de cada uno para obtener los resultados de esta investigación:

Tabla 5: Perfil de especialistas consultados para las entrevistas de profundidad

Nombre	Seudónimo	Perfil académico	Aportes
Pablo Fonseca	Fonseca	Actualmente es editor SEO y encargado de análisis web de contenidos editoriales de Grupo Nación, trabajo con el que se pretende, por ejemplo, optimizar el posicionamiento de los sitios del Grupo Nación en los motores de búsqueda y dar una retroalimentación continua que ayude a comprender mejor las audiencias y sus	Pablo realizó aportes y recomendaciones sobre los elementos SEO y cómo esto ha impactado en el trato informativo de las noticias digitales, además de las estrategias, procedimientos y funciones que debe realizar un editor para que la información tenga una mejor visibilidad en los buscadores, pero sin

		necesidades informativas.	sacrificar el trato periodístico de las noticias.
Kattia Bermúdez	Bermúdez	Actualmente trabaja Es profesora de periodismo en la Universidad de Costa Rica y trabaja como editora web en Grupo Nación. Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica, donde ha ejercido como docente transmitiendo sus conocimientos a las nuevas generaciones, Además, tiene experiencia en radio, revistas y semanarios; por ejemplo, se desempeñó como editora de Economía, Política y Finanzas del semanario El Financiero.	Kattia explicó aspectos clave sobre el papel del periodista contemporáneo en el trato de la información y cómo los modelos actuales de negocios afectan y se diferencian para efectuar la información digital, además de técnicas clave y características que deben presentar los periodistas para crear contenido en la web de la forma más eficiente.
Víctor Barrantes	Barrantes	Víctor es un Periodista de la Universidad Nacional de Costa	Víctor brindó aportes significativos en el trato informativo y en

		<p>Rica (UNA), posee una formación como Historiador y Periodista y estudios en el extranjero en Gestión de la Comunicación, además se ha desempeñado como editor y periodista en el periódico Campus de la UNA, el primero en una universidad en ser digital, también ha realizado investigaciones sobre periodismo digital.</p>	<p>la interactividad actual de la información digital, además de elementos clave para equilibrar el trato informativo.</p>
<p>Cristian Cambronero</p>	<p>Cambronero</p>	<p>Cristian posee más de 15 años de experiencia en creatividad y producción de contenidos digitales. Actualmente es socio co-fundador y Gerente de Estrategia de la agencia de publicidad y estrategia digital BigWebNoise, desde donde está al frente de las estrategias</p>	<p>Cristian presentó fases de contenido que deben realizarse antes de la elaboración de cada nota y cómo se equilibra el trato informativo con las técnicas que utilizan los periodistas actualmente para generar audiencia en un medio de comunicación digital.</p>

		<p>digitales de marcas, entidades públicas y ONGs, con objetivos comerciales o de incidencia. En 2012 recibió junto a su equipo en BigWebNoise el Access Facebook Innovation Prize, por el uso de la tecnología para la defensa de los Derechos Humanos.</p>	
David Castillo	Castillo	<p>David labora en la Agencia Digital ComDigital realizando soluciones digitales, laboró como Editor web de Puro Deporte en La Nación, Periodista y Community Manager, también como periodista en CRHOY. Cursó su Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Internacional de las Américas. Cuenta con</p>	<p>David aportó elementos clave sobre la generación de audiencia, interactividad y cobertura de la información periodística en medios digitales, además de aspectos como la importancia de los derechos de autor y la verificación de contenido en internet.</p>

		<p>cursos en community management.</p> <p>Además, fue profesor en la UACA y la UIA.</p>	
Luis Guillermo Fernández	Fernández	<p>Guillermo Fernández es un profesional en Comunicación con una amplia trayectoria en el campo laboral, que ha ocupado puestos como asesor, director general de Web y director de Revistas de Editora Panamá América; director general de Deportes de Repretel; director general de División de Telenoticias de Canal 7 y director fundador y creador de Siete Días, Televisora de Costa Rica; director fundador del diario Al Día, coordinador general de Redacción en La Nación y jefe del Equipo de Investigación Periodística de La</p>	<p>Luis Guillermo aportó formas en las cuales los periodistas deben escribir información de forma correcta, además de elementos sobre el periodismo explicativo y los procedimientos que han cambiado en cuanto a la investigación, cobertura y verificación del contenido digital en internet.</p>

		Nación; entre muchos otros.	
Carlos Cordero	Cordero	Carlos es Periodista de El Financiero y gestiona el blog La Ley de Murphy. Fue periodista del semanario El Financiero durante 10 años, editor de revistas de tecnología y telecomunicaciones, y Premio de Periodismo en Ciencia y Tecnología 2003-2004.	Carlos aportó características sobre el periodista contemporáneo, su rol en el periodismo actual, la interactividad, investigación y formas de realizar periodismo correctamente.
Luis Manuel Madrigal	Madrigal	Luis es Periodista desde 2010. Encargado de la cobertura de la Asamblea Legislativa y Casa Presidencial. Estudia y explica los proyectos de Ley, los fallos de la Sala Constitucional y el Tribunal Supremo de Elecciones con sus implicaciones. Corresponsal de	Luis al igual que David aportó más información sobre el trato informativo en el periodismo digital y la cobertura, con respecto a la investigación correcta que deben realizar los periodistas en un medio digital.

		<p>Wikinoticias en Costa Rica. Excolaborador de la agencia Xinhua y EIPaís.cr. Fundador de la plataforma Wikisismos y el proyecto BarradePrensa.com. Estudiante de Geología en la Universidad de Costa Rica y de Periodismo en la Universidad Latina de Costa Rica.</p>	
--	--	---	--

Nota: Elaboración Propia

En la siguiente tabla se analizarán las categorías de las unidades de análisis que servirán de base para formar los resultados obtenidos en los elementos investigativos que se realizaron.

Tabla 6: Unidades de Análisis y Categorías

Unidad de Análisis	Categorías
Determinar las técnicas periodísticas aplicadas en el periodismo digital.	<ul style="list-style-type: none"> • El nacimiento del Periodismo Explicativo • La influencia del SEO en el trato de la información digital • Estructura de la información digital • Labor del periodista en la era digital • El lenguaje periodístico digital

	<ul style="list-style-type: none"> • La investigación y verificación de contenidos • La Interactividad en las noticias digitales. • La segmentación de los públicos • La importancia de un manual de estilo digital <p>Puntos de vista en común entre los entrevistados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inmediatez • Profundidad
<p>Comparar la inmediatez de las publicaciones nacionales con el tipo de contenido más recurrente del medio CRHOY en su sitio web.</p>	<p>Macroestructura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datos Generales • Forma • Análisis de Forma <p>Microestructura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondo <p>Análisis Comparativo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura • Profundidad • Objetividad • Interactividad
<p>Identificar la percepción del público meta en la divulgación del contenido noticioso de CRHOY.com.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las secciones más importantes para los usuarios • El nivel de satisfacción del usuario • Aspectos que podría mejorar el medio en su trato informativo
<p>Elaborar un manual de estilo con las mejores prácticas del periodismo digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SEO y Trato de la información • Técnicas de redacción digital

<p>que sirva como guía a los futuros medios y estudiantes en el ámbito de la comunicación digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de contenido • Estructura de la información digital • Elementos importantes en las noticias digitales • El lenguaje inclusivo en el periodismo digital • Usabilidad e interactividad
--	---

Nota: Elaboración Propia

Unidad de análisis 1: Determinar las técnicas periodísticas aplicadas en el periodismo digital.

En esta primera unidad de análisis se utilizan las opiniones de los expertos derivadas de 8 entrevistas de profundidad realizadas para conocer las técnicas periodísticas aplicadas en el periodismo digital. Finalizando se realizará una comparación entre los puntos de vista en común entre los entrevistados, sobre los elementos más importantes en el trato de la información digital derivados de la presente investigación. En esta unidad de análisis se seleccionaron las siguientes categorías:

- El nacimiento del Periodismo Explicativo.
- La influencia del SEO en el trato de la información digital
- Estructura de la información digital
- Labor del periodista en la era digital
- El lenguaje periodístico digital
- La investigación y verificación de contenidos
- La Interactividad en las noticias digitales.
- La segmentación de los públicos
- La importancia de un manual de estilo digital

Los puntos de vista en común entre los entrevistados sobre los elementos más importantes que impactan el trato de las noticias digitales:

- Inmediatez
- Profundidad

El nacimiento de Periodismo Explicativo.

En esta categoría se analizó el nacimiento del Periodismo explicativo en el periodismo digital, de acuerdo a (Fernández, entrevista) el periodismo explicativo es el modelo actual que realizan muchos medios digitales, el cual consiste en realizar notas más comprensibles para las audiencias.

(Fernández, entrevista) menciona el New York Times, uno de los medios de comunicación más populares de Estados Unidos, para el 2020 presenta proyecciones de enfocarse más en la web que en el material impreso, menciona que durante los últimos años el material impreso ha sido uno de sus fuertes, ya que es un medio de comunicación que publica periodismo interpretativo o de profundidad, pero su nuevo enfoque se basará en un periodismo más explicativo.

Este fenómeno explica el tipo de redacción utilizado por muchos medios digitales en su aspiración por generar audiencias de forma masiva, con contenidos fáciles de leer, de interpretar, pero escueto en cuanto a técnicas periodística, las cuales le brindan profundidad y objetividad a la información que se divulga en los medios.

Además, (Fernández, entrevista) plantea que ahora los medios de comunicación producen información explicativa de forma que los periodistas pueden durar poco tiempo para divulgar el contenido noticioso y esto perjudica la labor periodística de profundidad en la web.

Este fenómeno produce un cambio significativo en la labor periodística, de acuerdo a (Fernández, entrevista), los periodistas que laboran en un medio digital ya no tienen tiempo suficiente para investigar un tema a profundidad, consultar las fuentes necesarias para generar una

noticia rigurosa y crear un equilibrio en la información o incluso investigar subtemas para generar contenidos con enfoques más amplios.

(Barrantes, entrevista), indica que “(...) veces no se trata de ser el primero, sino de ser el que brinda una información más interpretada, más clara y eso es lo que al final el usuario o lector quiere, alguien que le resuma, que no le cuente un cuento muy largo de lo que pasó, sino que le diga en cinco líneas qué pasó.”

La influencia del SEO en el trato de la información digital

En este capítulo se analizará el uso del SEO (*Search Engine Optimization*), que significa el posicionamiento web en los motores de búsqueda en las noticias digitales, el cual actualmente ha permitido generar audiencias en los medios de forma espontánea por medio de la realización de estrategias de contenido que simplifican su estructura, su redacción y la cobertura de sus necesidades como noticia.

(Bermúdez, entrevista) explica que es importante estar seguro de los conceptos de SEO (*Search Engine Optimization*), “aprender más de palabras clave, de cómo funciona Google, entender esa lógica y ese mundo que no es fácil, y hay herramientas que permiten experimentar, entonces se puede comprobar en el minuto, entender cómo funcionan los algoritmos, y ahí también puedes tener un manual de SEO con los procedimientos.”

Generalmente, la utilización de herramientas que faciliten el flujo de trabajo, las técnicas que van más allá de las labores periodísticas y se centran más en procedimientos que serán interpretados por los buscadores, son elementos clave en la confección de las noticias digitales, por lo que (Bermúdez, entrevista) plantea la necesidad de un manual SEO con los procedimientos clave para la confección de las informaciones en la web.

A su vez, (Fonseca, entrevista) menciona que, en cuanto a la estructura informativa, ya no es necesario utilizar bajadas y muchos verbos, debido a que el algoritmo de los buscadores como Google, le brinda más prioridad al título, a las palabras clave que se repiten dentro de cada noticia

y al primer párrafo, que debe decir lo apropiado para informar correctamente lo que brinda el cuerpo del contenido.

De esta forma, para posicionar los contenidos en Google, la estructura de la información cambia las técnicas periodísticas que se han utilizado desde hace muchos años en el material impreso, de forma que ahora en muchas noticias se puede observar que la prioridad de los elementos amigables con los buscadores son los más importantes.

Estructura de la información digital

(Fonseca, entrevista) explica que se debe brindar “muchísima atención al título, al url, al pie de foto, al primer párrafo o al resumen que tengo dependiendo al CMS (Sistema de Gestor de Contenido) que se esté usando, en segundo lugar, los hipervínculos externos e internos.”

En cuanto a las bajadas (Fonseca, entrevista) sugiere:

“(…) a nivel de estilo web nosotros borramos las bajadas porque eso es una herencia del papel, a mí me interesa que cuando la gente vea un título que dice que Luis Guillermo Solís le pidió la renuncia al ministro del MOPT (Ministerio de Obras Públicas y Transportes) y le pongo dos bajadas con una parte de la información y un pretítulo con otra parte de la información en esas tres oraciones la gente ya quedó perfectamente informada.”

De acuerdo a (Fonseca, entrevista), no todo el material pasa por el editor SEO, pero se seleccionan algunas noticias, dependiendo a su controversia y en cuanto a los procedimientos no existe una relación entre el editor SEO y la editora Web, para la planificación de cada información, él planifica los cambios de url que se realizan para divulgar el contenido, pero el cambio de optimización se hace cuando el contenido ya está publicado en el sitio web.

No todas las noticias pasan por el editor SEO, debido a la cantidad de información, sólo las más importantes o aquellas que podrían generar más audiencia, en cuanto a la labor del editor SEO

como Fonseca, la planificación de estas se realiza luego de que las notas se divulguen en el sitio web del medio digital y antes de su divulgación dependen de un manual SEO que resulta indispensable para cada periodista que redacta la información en la web.

En el caso de la utilización de hipervínculos (Castillo, entrevista) plantea que, por un asunto de SEO, Google recompensa a los que colocan hipervínculos porque posiciona los sitios web de una mejor manera en los buscadores y también permite que la información sea más amplia. Menciona que lo importante es utilizar los hipervínculos correctos y no solo usar los propios porque por un asunto de SEO, también es fundamental usar algunos externos porque entonces eso va a hacer que se visualice mejor en los buscadores.

Los hipervínculos son aspectos interactivos que transformaron la forma de visualizar las noticias, ahora no se redactan todos los aspectos de una nota como ocurría en el material impreso, además, como lo menciona (Castillo, entrevista) resultan indispensables a la hora de generar audiencias debido a la optimización del posicionamiento en los buscadores como Google.

En el caso del número de hipervínculo de una noticia, (Fonseca, entrevista) menciona lo siguiente:

“Probablemente más de cuatro en una noticia, incluso en una noticia muy grande más de cuatro es mucho, y en una nota pequeña de 3 ó 4 párrafos 1 ó 2 hipervínculos, pero igual aquí (La Nación) las notas no se quedan de tres párrafos, tres es sólo el comienzo de la noticia, entonces va a tener así para una nota muy básica 4 ó 5 párrafos, entonces hay unos dos "leas" están bien.”

Por otra parte, (Fonseca, entrevista) explica que los títulos deben ser más robustos y deben presentar más información, con más palabras clave, menciona que al principio los periodistas no entendían:

“(…) los periodistas (..) están acostumbrados a buscar sinónimos porque en el texto no pueden estar poniendo lo mismo, por una cuestión de estilo, pero también hay que aprender, tuvimos que aprender que en la web todo es completamente diferente, yo puedo cambiar el título con presidente o mandatario, pero está mal, el título del artículo debe decir Luis Guillermo Solís.”

Para (Fonseca, entrevista), los sinónimos no son indispensables a la hora de generar noticias porque puede afectar el posicionamiento de estas en la web, como menciona en el ejemplo anterior es indispensable utilizar la misma palabra constantemente en una sola noticia.

Por su parte, (Cambroner, entrevista) explica que en cuanto a las palabras clave que se utilizan “no debe haber un límite, pero sí creo que es una consideración indispensable, el periodismo tiene que entender que está hablando para las grandes audiencias o sea unas no humanas (buscadores) y otras humanas (lectores), los textos que se suben a la web tienen que ser digeribles, entendibles, comprensibles y tener valor para las personas que lo van a leer.”

Un aspecto importante es que las claves no deben afectar la redacción, el periodista debe planear su información principalmente para ser interpretada por los públicos que deseen leer el contenido y no sólo por los buscadores, ya que esto puede generar una mejor credibilidad y confianza en la información que se publica.

Labor del periodista en la era digital

Para (Castillo, entrevista) “(…) el periodista tiene que estar conectado principalmente, eso es lo inicial, porque la información puede ocurrir o divulgarse en cualquier momento y la noticia la puede ir enriqueciendo, o sea que tenga inmediatez no significa que después yo no complemente la información.”

Utilizar redes sociales, herramientas para optimizar el flujo de la información y aspectos interactivos son necesarios para generar noticias, así como se menciona anteriormente, el periodista

debe estar conectado para estar atento de todo lo que ocurre en el momento porque el periodismo digital es inmediato.

(Castillo, entrevista) indica que “(...) otro aspecto interesante también que tenemos que hacer, es que, por ejemplo, si se hace una entrevista con el presidente de la República, en el video no voy a poner las mismas preguntas que ya le hice en papel, más bien no brindo un valor agregado.”

Es importante que el periodista presente un valor innovador o distinto a la web, esto quiere decir que es posible mostrar el mismo enfoque, pero de forma diferente, adaptado a los usuarios de internet y a las nuevas tecnologías.

Asimismo, en la labor periodística (Castillo, entrevista) menciona “(...) que debe tener conocimientos básicos, como te digo no va a ser el especialista, pero debe tener conocimientos básicos en diseño gráfico, video, manejo de audio, tiene que saber de qué debe ser multitasking (multitareas)”

(Bermúdez, entrevista) coincide con (Castillo, entrevista) comentando lo siguiente:

“(...) se deben aprender otras habilidades desde el punto de vista estadístico, aprender muy bien cómo se entienden los números y la visualización de esos números, cómo darle a entender a las personas sobre esa base de datos y luego viene la socialización de todo esto simplificando todo para ser entendido por los demás. Puedo tener una visualización muy buena, pero si el contenido es pobre, es pobre el trabajo en total.”

Para (Bermúdez, entrevista) el periodista también tiene que conocer aspectos básicos de programación o entender bien la labor del ingeniero, “(...) para entender la lógica de cómo funciona el *back-end*, porque es importante esto, vos podes decir quiero esta visualización, pero le preguntas ¿verdad que esto puede estar para mañana? entonces el diseñador y el programador pueden durar un mes sin que el periodista lo llegue a entender.”

El lenguaje periodístico digital

(Fernández, entrevista) explica que “del 100% de la población juvenil el 98 se informa por el celular y del total de la población donde sumamos personas de 60 o más años hacen eso, algunos sólo se informan por internet y otros se informan por la televisión.”

Para (Fernández, entrevista) el lenguaje periodístico se adapta a los cambios de la tecnología, de forma que los periodistas ahora comunican la información a públicos más especializados y jóvenes. Para (Barrantes, entrevista) el lenguaje se ha vuelto mucho más informal, hasta el punto de querer imitar el mismo que se utiliza en redes sociales.

En cuanto (Cambroner, entrevista) el lenguaje periodístico ha cambiado significativamente porque ahora se pueden analizar los públicos de forma más específica e inteligente, por lo que comenta lo siguiente:

“ (...)al principio (el lenguaje periodístico) era muy arcaico, incluso la analítica era muy arcaica, vos no sabías cuanta gente te está visitando y de qué país provenían, hoy nosotros sabemos todo, sabemos qué porcentaje leyó una persona, sabemos qué porcentaje de texto se desplegaba en la pantalla de su móvil o de su computadora, especialmente de su teléfono móvil porque ya casi nadie lee por computadora, es decir, hay un nivel de sofisticación en el análisis del comportamiento de los usuarios sumado al conocimiento que tenemos de hábitos de “lecturabilidad”, de movimientos dentro de la pantalla, que eso ha impactado la forma en la que los contenidos se hacen, la forma en la que los contenidos se publican y la forma en la que los contenidos se consumen.”

La investigación y verificación de contenidos

(Madrigal, entrevista) menciona que “Internet no deben verse como una fuente noticiosa, sino como un recurso en la mano del periodista para verificar datos, si uno hace un reportaje

solamente con información que tiene en internet probablemente se pueden encontrar muchos errores.”

La verificación de contenido y la investigación en internet es un fenómeno actual que se debe tratar con cautela debido a la gran cantidad de información, así como lo menciona Madrigal, los errores son muy fáciles de encontrar en la web.

Asimismo, en cuanto a la verificación de contenido en la web para (Madrigal, entrevista):

“(…) en teoría la verificación de contenidos es un pilar que todos los periodistas tenemos que tener, nosotros no podemos, está el problema de cómo equipara la inmediatez con la calidad informativa, y el problema es que la mayoría de los medios estamos sacrificando la misma y eso hace que se publique mucha información con errores que después hay que salir a corregirlo y afecta la credibilidad del medio.”

En este caso, (Castillo, entrevista) comenta que a la hora de publicar una noticia con errores es indispensable desde el punto de vista periodístico y ético que no se actualice las noticias como si no hubiera pasado nada, sino que los medios opten por brindar una aclaración en las noticias que indique el error y su modificación.

La Interactividad en las noticias digitales

La interactividad es un aspecto clave para comprender cómo funcionan los medios digitales, uno de los aspectos más interesantes son los comentarios que realizan los públicos, lo que en la prensa escrita era imposible. (Castillo, entrevista) explica que “como periodista lo ideal y si realmente se quiere tener una cercanía con el lector y que empieza a confiar en vos, en lo personal creo que se debería responder a todos los comentarios incluso aunque sean negativos, porque incluso te da cercanía, confianza y credibilidad.”

(Barrantes, entrevista) comenta que es impresionante la reconstrucción que se le puede aplicar a las noticias por medio de los aportes del lector en la sección de los comentarios, él comenta que “hay gente que realmente se mete a la noticia, la lee y hace aportes incluso trayendo a colación antecedentes que son importantísimos en la noticia.

En el caso de las infografías, (Castillo, entrevista) menciona lo siguiente:

“La infografía tiene sus elementos, o sea por ejemplo las imágenes tienen que comunicar por sí solos, el texto debe ser bastante claro por medio de un especialista en infografía. También existen herramientas donde se puede realizar una infografía en internet, aunque no va a quedar de la mejor manera, pero son muy útiles, lo ideal sería aprovechar el especialista en eso para que el mismo haga una infografía con un valor agregado.”

Las infografías son importantes porque resumen una gran cantidad de información en detalles más visuales para ser interpretados por un público de una mejor manera, (Castillo, entrevista) menciona que estos elementos son un valor agregado en el complemento informativo y requieren ser generados por un especialista, lo cual es importante porque ahora existen múltiples herramientas para generar este tipo de elementos interactivos.

La segmentación de los públicos

La atraktividad de las noticias es un elemento clave en el periodismo digital, ahora no sólo se realizan notas para informar, pero también para atraer a públicos segmentados que presentan una necesidad, el lenguaje utilizado está muy enfocado en personas jóvenes principalmente y se plantea una estructura fácil de comprender y un análisis poco profundo en cada apartado.

(Cambronero, entrevista) menciona lo siguiente:

“(...) hoy estamos haciendo contenidos que sabemos que probablemente la gente va a leer en su teléfono celular y que eso va a durar 15 minutos si ese es el tiempo que esa persona

consume ese tipo de contenidos un día por medio y que además estamos compitiendo contra todos los videos, contra las redes sociales, es decir es una gran cantidad de vías que antes no existían y que hoy impactan la naturaleza de esos contenidos.”

Es fundamental señalar que en la actualidad el tiempo de espera resulta cada vez más rápido, los públicos al ser más especializados deben presentar un enfoque más exacto a la hora de divulgar los contenidos que van a leer, como lo menciona (Cambroner, entrevista) las vías actuales en la red provocaron un cambio significativo en la forma de atraer a los públicos meta.

Asimismo, (Fernández, entrevista) coincide con el siguiente punto:

“(…) la población a la que se le puede garantizar esa mayor cantidad de *hits* y más tiempo en el sitio son básicamente las variables para la superioridad de los que dicen que somos el número uno porque tienen una mayor cantidad de *hits* y que en promedio el usuario lector no tarda 30 segundos metido o tres minutos, duró media hora y es por eso que todo ese material será producido para ese público u usuario.”

La importancia de un manual de estilo digital

(Cambroner, entrevista) explica que un manual de estilo es fundamental, pero se deben tomar en cuenta tanto aspectos técnicos como estilísticos: “un medio digital debería cuidar aspectos estilísticos, pero también aspectos técnicos, como por ejemplo interactivos, los hipervínculos, links, el uso de palabras clave, entre otros.”

Es importante que los aspectos técnicos presenten una gran prioridad en la confección de las noticias digitales, así es fundamental que un manual de estilo guíe al comunicador digital en la forma correcta de tratar la información digital mediante el uso de aspectos interactivos y de posicionamiento web.

A la vez, un manual de estilo enfocado en el periodismo digital, debe estar adaptado a las nuevas tecnologías, presentar especificaciones más actualizadas del papel, así como lo menciona (Bermúdez, entrevista) que se debe tener muy claro las estrategias, personas, procesos y tecnología:

“Hay que hacer un buen análisis de competencia, de mercado, ver cuál es la propuesta de valor que va a generar, cuál es la necesidad que va a resolver y cómo lo va a lograr. (...) Hay que establecer los procesos, dentro de estos se pueden definir cuáles son las fuentes recomendables, cuál es el protocolo para el uso de redes sociales, cuál es el protocolo para las investigaciones, para el monitoreo en internet y luego viene la parte de tecnología, donde veo qué tipo de tecnologías utilizar para que la gente se apoye y pueda trabajar.”

Lo anterior, indica que el periodismo digital requiere de estrategias más elaboradas, públicos más segmentados y herramientas mejor utilizadas, desde las que son indispensables para monitorear a los usuarios hasta las que se necesitan para investigar qué elementos clave deben obtener las noticias para ser mejor interpretadas por sus públicos meta.

Asimismo, (Madrigal, entrevista) indica que uno de los aspectos clave para un manual de estilo es la inmediatez sin sacrificar la claridad en el lenguaje, un lenguaje enfocado en un público objetivo:

“(...) procurar una redacción más acorde a la audiencia que el medio se enfoca, no es lo mismo escribir noticias de economía del país para la clase baja, entonces cambia mucho el lenguaje que se utiliza, ese es el reto del periodismo digital, porque nos basamos mucho en lo que las instituciones y las fuentes nos mandan, lo lanzamos, así como nos llega, y eso también hace que el contenido que estamos lanzando no está suficientemente claro para que la gente pueda entenderlo.”

(Madrigal, entrevista) explica un punto muy importante en cuanto al lenguaje debe ser seleccionado para públicos muy específicos, de modo que un manual de estilo debe tener aspectos clave para generar palabras con un trato especializado y no utilizar el estilo de las fuentes.

(Barrantes, entrevista) coincide explicando que no se deben “(...) utilizar frases explicativas, un lenguaje alambicado, se debe ser directo y conciso. A la vez, menciona que también se debe utilizar la fotografía que mejor comunique, no la que complazca a la fuente, así como infografías con contenidos que aporten información.”

Las infografías y las fotografías también deben ser utilizadas constantemente, Asimismo expresa que los párrafos deben ser específicos y, utilizar verbos fáciles y precisos para las audiencias, también indica que los títulos largos no funcionan en el periodismo digital.

(Castillo, entrevista): plantea lo siguiente en cuanto a las habilidades del periodista digital:

“Sería vital precisamente hablar de estas habilidades técnicas, que el periodista realmente conozca de web, entonces en un manual de estilo creo que incluso debería venir ciertas habilidades como un manual de manejo de redes sociales, porque simplemente creo que porque es mi Twitter personal o porque es mi Facebook personal, puedo actuar como yo quiera y no necesariamente es así, o sea también uno corresponde a un medio de comunicación, entonces incluso es importante poner hasta cómo debería actuar en momentos en donde incluso me están insultando en mi Twitter personal.”

Además, (Castillo, entrevista) amplía mencionando que “las habilidades técnicas son básicas desde un manejo de edición básico de vídeo o de uso del teléfono para tomar una fotografía.”

Por su parte, (Fonseca, entrevista) recomienda lo siguiente:

Se podría hacer uno general donde se podrían involucrar las diferentes formas de tráfico, redes, buscadores y manejo de boletines, lo cual es un poco directo, pero resulta una estrategia directa para obtener visitación. Yo considero que, sí es importante tener una guía para que todo mundo tenga claro, por ejemplo, lo que se espera a la hora de un posteo en redes sociales, cuál es el objetivo y un manual SEO de cada uno de los medios de cómo lo van a manejar porque cada medio, dependiendo de CMS (Sistema de Gestión de Contenido)

Herramientas como CMS, procesos para realizar Marketing Digital, son estrategias fundamentales, así como lo menciona (Fonseca, entrevista) son necesarias para generar contenido que sobresalga del resto y atraer tráfico mediante los procesos indicados.

Asimismo, (Fonseca, entrevista) menciona que:

“(...) es importante que exista una guía o un manual que le permita incluso a las personas nuevas que llegan para trabajar con la empresa en el ámbito digital que estén informadas sobre la gran estrategia y por ejemplo para que una persona se pule más en optimización es importante decirle lo que debe leer para que tenga claro cómo posicionar por ejemplo los temas económicos de El Financiero.”

(Fonseca, entrevista) menciona el punto más importante de esta investigación, los periodistas deben generar noticias de acuerdo a los temas que se publican y optimizarlos de esa forma, tienen que realizar una combinación de técnicas, lenguaje y prácticas de SEO para que sean lo más exacta posibles para sus públicos.

Finalizando, (Cordero, entrevista) sugiere un punto innovador tomando en cuenta que un manual debe ser muy dinámico, debido al rápido cambio tecnológico: “¿Cómo hacer una cobertura con realidad virtual o aumentada? ¿Cómo hacer una cobertura recurriendo a la inteligencia artificial? ¿En qué pueden ayudar estas tecnologías al periodismo? Nadie está hablando de esto.”

Tabla 7: Puntos de vista en común entre los entrevistados sobre los elementos más importantes que impactan el trato de las noticias digitales

Entrevistados	Inmediatez	Profundidad
Bermúdez	Bermúdez no opina que el contenido poco riguroso sea un efecto de la inmediatez en el periodismo digital, pero todo depende al modelo de negocios del medio de comunicación que realiza las noticias.	Para Bermúdez, el periodismo de profundidad tiene otro segmento de mercado, es más caro y conlleva más tiempo, por lo que muchos medios optan por la brevedad como su modelo de negocios.
Fonseca	Fonseca opina que ahora la estructura informativa ha cambiado y los periodistas deben adaptarse a estos cambios, ya sea mediante la transformación de aspecto informativo olvidado la herencia de la arquitectura de la información del medio impreso.	Fonseca explica que, sí se debe darle prioridad al uso de palabras claves para posicionar mejor una noticia o la redacción periodística, es indispensable elegir la segunda, pero nunca dejar de lado los aspectos técnicos de posicionamiento.
Castillo	Para Castillo el periodista tiene que estar conectado principalmente, eso es lo inicial, porque la información puede ocurrir o divulgarse en cualquier momento y la noticia la puede ir enriqueciendo, o sea que tenga inmediatez no significa que después yo no complemente la información.	Para Castillo "(...) si la información es poca e irrelevante o sin sentido, si no tiene elementos multimedia, si no va más allá, si no se está poniendo un valor agregado, la audiencia lo castiga, cuando de repente das información adicional le darás elementos multimedia, es decir enriquecer la información, dar valor agregado a la información, la audiencia lo premia."

Madrigal	Según Madrigal es precisamente esa inmediatez lo que ha hecho que la calidad de los contenidos baje, entonces vemos más contenido “basura”, de relleno y menos profundos.	De acuerdo a madrigal sobre la extensión de las noticias comenta que “si tenemos que cortar las notas, (...) lo que hace es que queden muchos detalles por fuera y no se puede llegar a esa profundidad, hay notas que uno puede cortar, pero no hay forma de hacerlo tan conciso como la gente quisiera para poder entender un reportaje o una investigación.”
Cordero	Para Cordero “La inmediatez y la profundidad son paralelos y complementarios. Ante un evento un medio y un periodista debe reaccionar para generar contenido inmediato, normalmente informativo, y después ir complementando y completando la cobertura con notas con diferentes enfoques y niveles de profundidad.”	
Barrantes	Barrantes indica que, a pesar de la inmediatez actual en el periodismo, la formación profesional sigue siendo clave, así como la rigurosidad, el contraste de las fuentes, la indagación y seguimiento de las notas que son aspectos desconocidos por la mayoría de personas.	
Fernández	Fernández menciona que actualmente existe una “(...) inmediatez en todo sentido, inmediatez en brevedad, y eso les produce una gran cantidad de <i>hits</i> y si usted mide hits pues va ganando, pero qué periodismo de influencia o de importancia o trascendencia es el que estoy realizando.”	Para Fernández la profundidad es fundamental, ahora el periodismo presenta otro esquema más explicativo y los medios más grandes del mundo se están adaptando a este esquema, menciona que la interactividad es fundamental, los contenidos no deben ser aburridos, pero también tienen que ser trascendentales e influyentes.

Cambronero	Cambronero cree que ningún medio debería realizar acciones solamente para generar audiencias y que cuando un medio decide ser esclavo de los números o la analítica, sólo va a responder a la analítica, (...) menciona que “entonces mi punto es que de las funciones que debe cumplir el periodismo, generar audiencias no puede ser la primera.”	Para Cambronero la profundidad generalmente viene dada por los trabajos que tienen un tiempo de cocción más pausado, con más investigación. Explica que “eso requiere tiempo, por eso suelen ser temas más inactuales en el momento en que se están trabajando o que al menos no responden a la vigencia de la actualidad, entonces debe haber un sano balance, es decir, en el contexto actual de consumo de información esa respuesta de la actualidad es vital para generar tráfico.”
------------	---	--

Nota: Elaboración Propia

Unidad de análisis 2: Comparar la influencia de la inmediatez de las publicaciones nacionales con el tipo de contenido más recurrente del medio CRHOY en su sitio web.

Para la siguiente unidad se realizará un análisis de contenido enfocado en las noticias publicadas por CRHOY, en las cinco secciones nacionales más visitadas por los usuarios desde enero a mayo del 2017, y se basará en la estructura teórica de Dick (1990) adaptada al periodismo digital para analizar elementos interactivos y géneros ciberperiodísticos utilizados en las noticias.

Se efectuará un estudio cualitativo de 20 noticias por cada uno de los 2 meses, que serán un total de 10 noticias nacionales seleccionadas al azar por mes, para obtener una mejor cobertura y así realizar una comparación más amplia sobre el trato de la información divulgada por CRHOY en su sitio web.

Las categorías se dividirán en tablas para realizar un análisis de contenido más ordenado debido a la cantidad de noticias seleccionadas, lo que es fundamental para generar un análisis profundo y una comparación efectiva con las noticias escogidas por cada mes. Además, cada categoría se dividirá en partes diferentes debido a la profundidad que requiere un análisis cualitativo de este tipo que busca examinar los detalles, elementos y características que presentan las noticias.

La primera parte del análisis de contenido abarcará el concepto de macro estructura, para conocer cuáles son las formas o elementos que utilizan los periodistas al realizar una noticia digital.

Dick (1990) explica que las macro estructuras no definen, engloba el texto en su conjunto para determinados fragmentos de éste. Esta es la razón por la que hablamos de estructuras globales, a diferencia de microestructuras en el nivel de las oraciones, que comprenden la profundidad de los fragmentos. (pp. 57-58-92).

Esto permitirá efectuar un análisis más profundo del contenido y el trato de la información por parte de los periodistas en un medio digital como CRHOY.

En la primera parte que abarca la macro estructura se efectuará un análisis de las siguientes categorías:

Datos Generales: Engloba elementos iniciales y esenciales que utilizan los periodistas para realizar una noticia, como el nombre del artículo noticioso, la sección y la fecha de publicación de la noticia.

Forma: Se recurre a la observación del cuerpo de la noticia y sus características importantes para su realización como el pre título, título, bajadas, la entrada o *lead*, la utilización de alguna fotografía, video o imagen, el pie de foto, infografías y los elementos interactivos utilizados.

Análisis de Forma: Constituye al análisis profundo de los elementos mencionados en la categoría anterior, enfocado en el trato periodístico de las noticias, como el género periodístico, si

por ejemplo es una noticia o reportaje, el lenguaje utilizado, que puede ser coloquial, sensacionalista, técnico y especializado, el tipo de periodismo, si es de tipo interpretativo, investigativo e informativo; además del título que se utilizó, si presenta un enfoque sensacional, informativo o ambiguo. A la vez se explorará la relación entre el texto y los elementos noticiosos.

La segunda parte abarcará la micro estructura donde se efectuará un análisis de la siguiente categoría:

Análisis de Fondo: Abarca la función de conocer la profundidad de cada parte de la noticia y su interpretación de acuerdo a sus acontecimientos, además de las fuentes consultadas y si existe un equilibrio o contraste informativo.

Las categorías se dividirán de la siguiente forma:

- Datos Generales
- Forma I Elementos Primarios
- Forma II Elementos Secundarios
- Análisis de Forma I Tipo de Periodismo
- Análisis de Forma II Relación de Elementos e Información
- Análisis de Fondo I Acontecimientos
- Análisis de Fondo II Fuentes Consultadas

Con el objetivo de determinar el rol del periodista del medio de comunicación CRHOY mediante la recopilación de los elementos anteriores, al final de cada recopilación de datos se estipulan las siguientes categorías:

Estructura: El análisis de la estructura se fundamenta de los elementos encontrados en las noticias, es importante para conocer la confección de las noticias digitales.

Profundidad: Se refiere a la comparación de las características que le brindan calidad y rigurosidad al contenido, como el análisis del lenguaje, los géneros utilizados, los elementos involucrados en la confección de la noticia, entre otros.

Objetividad: Comprende la imparcialidad o parcialidad con la que el periodista brinda cobertura a la noticia, como el contraste de los contenidos, la verificación de las fuentes y enfoques.

Análisis de Contenido abril 2017 (Ver Apéndice 7)

Macroestructura del mes de abril de 2017

Categoría de Datos Generales.

Tabla 8: Datos Generales

Noticia/título	Sección	Fecha
Johnny Araya vuelve al PLN para meterse de lleno en la campaña política	Política	Abril 26, 2017
Figueres busca alianzas para trabajar desde “otra trinchera”	Política	Abril 8, 2017
Concacaf; la tabla de salvación de Alajuelense	Deportes	Abril 13, 2017
Saprissa entra en la carrera final por el bicampeonato	Deportes	Abril 13, 2017
Intel confirma el despido de 68 personas de su operación en Costa Rica	Economía	Abril 5, 2017

Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos	Economía	Abril 24, 2017
Melissa Mora sigue en “Tu cara me suena”	Entretenimiento	Abril 25, 2017
Memes: A Figueres le salió más caro el caldo que los huevos	Entretenimiento	Abril 2, 2017
Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos	Sucesos	Abril 15, 2017
Un muerto tras balacera en bar ubicado en Cariari	Sucesos	Abril 22, 2017

Nota: Elaboración Propia

Categoría de Forma.

Tabla 9: Forma I Elementos Primarios

Noticia/Título	Pretítulo	Bajadas	Entrada o Lead	Pie de Foto	Foto o Diseño
Johnny Araya vuelve al PLN para meterse de lleno en la campaña política	Esta noche se realizará su regreso en el balcón verde	"Voy a contribuir con mi trabajo para hacer que Antonio Álvarez gane la presidencia de la república",	Johnny Araya envió esta mañana la carta al Partido Liberación Nacional, externando la disposición de reincorporarse a la	Johnny Araya regresa esta noche al PLN.	Foto

		indicó el alcalde josefino	agrupación y en la noche se hará el acto oficial de regreso.		
Figueres busca alianzas para trabajar desde “otra trinchera”	Tras derrota en precampaña presidencial	Empezará una gira nacional para agradecer el apoyo durante la precampaña Antonio Álvarez Desanti logró la mayoría de votos y le robó la oportunidad de ser candidato presidencial	A menos de una semana de la derrota, José María Figueres busca alianzas para gestar algunas de sus ideas desde “otra trinchera” que no sea la silla presidencial.	Reunión de esta tarde en la casa de la madre de José María Figueres, Karen Olsen (CRHOY.com).	Foto
Concacaf; la tabla de salvación de Alajuelense	Ya quedaron fuera de la lucha por el	No Presenta	A pesar del repunte en las últimas jornadas, Liga	Manudos ganaron los últimos 12 puntos en	Foto

	título del verano		Deportiva Alajuelense (LDA), ya no puede acceder a la Cuadrangular y, por ende, se despidió de la posibilidad de luchar por el título.	disputa. Foto: LDA.	
Saprissa entra en la carrera final por el bicampeonato	Ya aseguraron un boleto a la final del verano 2017	No Presenta	Con la victoria ante el Municipal de Pérez Zeledón, el Deportivo Saprissa amarró el liderato del verano, se aseguró un boleto a la final y está más cerca del objetivo, ser bicampeones.	(Daniela Abarca CRHOY)	Foto
Intel confirma el despido de 68 personas	No Presenta	No Presenta	La multinacional de tecnología	(Daniela Abarca CRHOY)	Foto

de su operación en Costa Rica			Intel, ubicada en Belén, dio a conocer este miércoles el despido de 68 personas de su operación en el país.		
Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos	No Presenta	Ganaron ¢18 millones cada uno en 2016 Entidad reservó ¢124 millones para pagar dietas del 2017	Bancrédito vive la peor crisis de su historia. Las millonarias ayudas que le dan los Bancos Estatales, el Gobierno y las tiendas del Imas no han logrado que su negocio sea rentable y sostenible.	No Presenta	Diseño
Melissa Mora sigue en “Tu cara me suena”	No Presenta	Según la producción del programa	Melissa Mora seguirá siendo parte del programa “Tu cara me	Cortesía Melissa Mora	Foto

			suenas”, según confirmó este martes Televisora de Costa Rica.		
Memes: A Figueres le salió más caro el caldo que los huevos	No Presenta	No Presenta	Las declaraciones del precandidato liberacionista José María Figueres le han costado la burla en redes sociales.	No Presenta	Diseños tipo Meme
Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos	No Presenta	No Presenta	La noche del Viernes Santo estuvo cargada de sucesos que se registraron en el territorio nacional. En total, fallecieron 4 personas y se reportaron	Un hombre falleció atropellado en Circunvalación.	Foto

			varios heridos.		
Un muerto tras balacera en bar ubicado en Cariari	No Presenta	No Presenta	Las autoridades nacionales reportan el fallecimiento de una persona luego de una balacera que se presentó en un bar en Cariari, Pococí.	Policía, OIJ, Homicidio, muerto (17)	Foto

Nota: Elaboración Propia

Tabla 10: Forma II Elementos Secundarios

Noticia/Título	Comentarios	Infografía	Hipervínculo/s
Johnny Araya vuelve al PLN para meterse de lleno en la campaña política	Si Presenta	No Presenta	Presenta 3 hipervínculos de antecedentes sobre la incorporación de Johnny Araya al PLN
Figueres busca alianzas para trabajar	Si Presenta	No Presenta	Presenta 1 hipervínculo negativo sobre la candidatura de Figueres

desde “otra trinchera”			
Concacaf; la tabla de salvación de Alajuelense	Si Presenta	No Presenta	No Presenta
Saprissa entra en la carrera final por el bicampeonato	Si Presenta	No Presenta	Presenta 1 hipervínculo que amplía la información
Intel confirma el despido de 68 personas de su operación en Costa Rica	Si Presenta	No Presenta	Presenta 2 hipervínculos de antecedentes sobre los acontecimientos
Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos	Si Presenta	Comparación entre presupuesto en 2017 y dietas pagadas de Bancrédito en 2016	Presenta 2 hipervínculo sobre la posición del gobierno hacia la crisis de Bancrédito
Melissa Mora sigue en “Tu cara me suena”	Si Presenta	No Presenta	Presenta 4 hipervínculos sobre un allanamiento por parte del OIJ y su supuesta presencia en el lugar de los hechos
Memes: A Figueres le salió más caro el caldo que los huevos	Si Presenta	No Presenta	Presenta 3 hipervínculos sobre los hechos en los que se basaron los memes

Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos	No Presenta	No Presenta	Presenta 2 hipervínculos sobre sucesos ocurridos durante Viernes Santo
Un muerto tras balacera en bar ubicado en Cariari	No Presenta	No Presenta	Presenta 1 hipervínculo sobre el aumento de las guerras de bandas en la Zona atlántica

Nota: Elaboración Propia

Categoría de Análisis de Forma.

Tabla 11: Análisis de Forma I Tipo de Periodismo

Noticia/Título	Género periodístico	Lenguaje	Estilo	Tipo de Título
Johnny Araya vuelve al PLN para meterse de lleno en la campaña política	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Figueres busca alianzas para trabajar desde “otra trinchera”	Noticia	Especializado	Informativo	Ambiguo
Concacaf; la tabla de	Noticia	Especializado	Informativo	Ambiguo

salvación de Alajuelense				
Saprissa entra en la carrera final por el bicampeonato	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Intel confirma el despido de 68 personas de su operación en Costa Rica	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Melissa Mora sigue en "Tu cara me suena"	Noticia	Especializado	Informativo	Sensacionalista
Memes: A Figueres le salió más caro el caldo que los huevos	Noticia	Sensacionalista	Informativo	Sensacionalista
Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo

Un muerto tras balacera en bar ubicado en Cariari	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
---	---------	---------------	-------------	-------------

Nota: Elaboración Propia

Tabla 12: Análisis de Forma II Relación de Elementos e Información

Noticia/Título	Relación de Imagen	Relación del pie de foto	Relación de Hipervínculo/s	Relación de Infografía/s
Johnny Araya vuelve al PLN para meterse de lleno en la campaña política	Proporcional a la información	No potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Figueres busca alianzas para trabajar desde “otra trinchera”	Proporcional a la información	Si potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Concacaf; la tabla de salvación de Alajuelense	Proporcional a la información	No potencia el aspecto informativo	No Presenta	No Presenta
Sapriisa entra en la carrera final por el bicampeonato	Proporcional a la información	Si potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Intel confirma el despido de 68 personas de su	Proporcional a la información	No potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta

operación en Costa Rica				
Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos	Proporcional a la información	Si potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo
Melissa Mora sigue en "Tu cara me suena"	No es proporcional a la información	No potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Memes: A Figueres le salió más caro el caldo que los huevos	Proporcional a la información	Si potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos	Proporcional a la información	Si potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Un muerto tras balacera en bar ubicado en Cariari	Proporcional a la información	No potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta

Nota: Elaboración Propia

Microestructura del Mes de abril de 2017

Categoría de Fondo.

Tabla 13: Análisis de Fondo I Acontecimientos

Noticia/Título	Acontecimiento principal	Acontecimiento previo/paralelo	Contexto / Historia	Subtema
Johnny Araya vuelve al PLN para meterse de lleno en la campaña política	Párrafo#2: El alcalde de San José afirmó que se meterá de lleno en la campaña de Antonio Álvarez para las elecciones de 2018.	Párrafo#9: A Araya lo sancionaron en el PLN en la presidencia de José María Figueres, después del retiro en la campaña anterior.	El contexto está en función del papel de Johnny Araya en las próximas elecciones presidencia del PLN.	Su relación actual con José María Figueres
Figueres busca alianzas para trabajar desde "otra trinchera"	Párrafo#1: A menos de una semana de la derrota, José María Figueres busca alianzas para gestar algunas de sus ideas desde "otra trinchera" que no sea la	Párrafo#3: (...) el lunes pasado perdió su posibilidad de ser el candidato verdiblanco en las próximas elecciones presidenciales, en febrero del 2018.	Figueres busca alianzas por medio de giras por su derrota como candidato a la presidencia.	Este sábado Figueres hizo su primera actividad de "agradecimiento" a quienes lo apoyaron en la precampaña.

	silla presidencial.			
Concacaf; la tabla de salvación de Alajuelense	Párrafo#1: A pesar del repunte en las últimas jornadas, Liga Deportiva Alajuelense (LDA), ya no puede acceder a la Cuadrangular y, por ende, se despidió de la posibilidad de luchar por el título.	No presenta	La Liga Deportiva Alajuelense (LDA) aún puede luchar por un boleto a la fase previa de la Concacaf Liga de Campeones.	Los erizos han mostrado una leve mejoría y esperan cerrar la fase regular del verano con un triunfo ante la Universidad de Costa Rica
Saprissa entra en la carrera final por el bicampeonato	Párrafo#1: Con la victoria ante el Municipal de Pérez Zeledón, el Deportivo Saprissa amarró el liderato del Verano, se aseguró un boleto a la final y está más cerca del	Párrafo#2: Don Carlos Watson, al inicio del Torneo habló de una carrera, donde primero debían clasificar, luego ser líderes, para luego luchar por el título.	Saprissa está cerca de ser bicampeón.	No Presenta

	objetivo, ser bicampeones.			
Intel confirma el despido de 68 personas de su operación en Costa Rica	Párrafo#1: La multinacional de tecnología Intel, ubicada en Belén, dio a conocer este miércoles el despido de 68 personas de su operación en el país.	Párrafo#5: En abril del año pasado, la compañía inició un proceso de despidos siguiendo el anuncio que hizo a nivel internacional.	No Presenta	No Presenta
Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos	Párrafo#3: (...) es el Banco Estatal con el mayor presupuesto y gasto en pago de dietas a los miembros de su Junta Directiva.	Párrafo#9: El Banco en crisis distribuyó ¢124.8 millones entre 8 miembros de junta directiva destituidos el año anterior.	Bancrédito es el Banco Estatal con el mayor presupuesto y gasto en pago de dietas a los miembros de su Junta Directiva.	El diputado Otón Solís asegura que Bancrédito no tiene viabilidad.
Melissa Mora sigue en "Tu cara me suena"	Párrafo#3: La televisora de La Sabana tomó la decisión de que la mujer continúe como	Párrafo#8: No es la primera vez que la joven se ve involucrada en una polémica.	Melissa Mora fue vinculada con un allanamiento, pero seguirá en el	Melissa Mora apareció desnuda en unas fotos que circularon por Internet.

	parte del elenco del programa, luego de que Mora fuera vinculada con un allanamiento que se realizó la mañana de este martes en Alajuela por parte del Organismo de Investigación Judicial (OIJ).	Párrafo#9: En enero pasado, unas imágenes donde aparecía desnuda circularon a través de redes sociales.	programa de televisión "Tu cara me suena."	
Memos: A Figueres le salió más caro el caldo que los huevos	Párrafo#1: Las declaraciones del precandidato liberacionista José María Figueres le han costado la burla en redes sociales.	No Presenta	Los memes publicados sobre Figueres en las redes sociales de acuerdo a sus declaraciones	No Presenta
Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos	Párrafo#1: La noche del Viernes Santo estuvo cargada de sucesos que se registraron en el territorio	No Presenta	Distintos accidentes ocasionaron muertes y heridos el Viernes Santo	No Presenta

	nacional. En total, fallecieron 4 personas y se reportaron varios heridos.			
Un muerto tras balacera en bar ubicado en Cariari	Párrafo#1: Las autoridades nacionales reportan el fallecimiento de una persona luego de una balacera que se presentó en un bar en Cariari, Pococí.	Párrafo#5: En lo que va del 2017, el OIJ ya ha investigado más de 165 homicidios en todo el territorio nacional.	Hubo una balacera en Cariari y se han reportado más homicidios en lo que va del 2017	165 homicidios en lo que va del 2017

Nota: Elaboración Propia

Tabla 14: Análisis de Fondo II Fuentes Consultadas

Noticia/Título	Fuentes	Citas Textuales	Fairness - equilibrio
Johnny Araya vuelve al PLN para meterse de lleno en la campaña política	Johnny Araya	Tres citas textuales de Johnny Araya en párrafos #3, #6 y #12	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Johnny Araya
Figueres busca alianzas para	Mario Quirós, exjefe de	Dos citas textuales de Johnny Araya en párrafos #2 y #6	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Mario Quirós

trabajar desde "otra trinchera"	campaña de Figueres		
Concacaf; la tabla de salvación de Alajuelense	Técnico Benito Floro	Dos citas textuales de Johnny Araya en párrafos #4 y #6	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Benito Floro
Saprissa entra en la carrera final por el bicampeonato	Entrenador Carlos Watson	dos citas textuales de Johnny Araya en párrafos #3 y #5	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Carlos Watson
Intel confirma el despido de 68 personas de su operación en Costa Rica	No Especifica la fuente	Una cita no especificada en el párrafo #4	No Presenta
Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos	Diputado Otón Solís	Una cita en el párrafo #16	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Otón Solís
Melissa Mora sigue en "Tu cara me suena"	Nuria Castro, personera de Canal 7.	Una cita en el párrafo #2	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Nuria Castro.
Memes: A Figueres le salió más	No Presenta	No Presenta	No Presenta

caro el caldo que los huevos			
Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Un muerto tras balacera en bar ubicado en Cariari	El Organismo de Investigación Judicial (OIJ)	No Presenta	No Presenta

Nota: Elaboración Propia

Análisis comparativo entre las 5 secciones de mes de abril del año 2017

Estructura:

En el análisis efectuado se pudo observar que las noticias presentan una gran escasez de bajadas o de pre títulos a la hora de ser redactadas, principalmente en la sección de Sucesos, donde en ambos casos no se redactaron, al contrario de la sección de Política donde se obtuvo los elementos en ambas noticias seleccionadas.

A la vez, las otras secciones presentaron la ausencia de al menos uno de ambos elementos en sus noticias; sin embargo, esto puede ser un aspecto necesario por la redacción digital como se menciona en el capítulo anterior por (Fonseca, entrevista) que explica la ausencia de estos elementos por no presentar una gran relevancia en el posicionamiento del contenido en los motores de búsqueda.

Otro punto interesante es el uso de la fotografía en la mayoría de los apartados noticiosos analizados, donde sólo se pudo observar la presencia de un diseño infográfico y pocos elementos interactivos excepto por las galerías en la sección de Deportes, que el medio podría explotar más para una mejor utilización de los recursos digitales, es importante, según (Barrantes, entrevista) hay que utilizar la fotografía que mejor comunique, no la que complazca a la fuente e Infografías con contenidos que aporten información.

En el caso de hipervínculos se pudo observar que se utilizaron de forma rigurosa, pero en la mayoría de los casos, como por ejemplo en la noticia con el titular “Memes: A Figueres le salió más caro el caldo que los huevos” se utilizaron 3 párrafos y 3 hipervínculos, lo que podría indicar que este tipo de noticias se utilizan como enganche para que las personas revisen las secciones con el contenido del que habla la noticia de entretenimiento. De acuerdo a (Castillo, entrevista), lo importante es utilizar los hipervínculos correctos y no solo usar los propios por un asunto de SEO.

En el caso del lead o entrada, se pudo observar que se redactaron de forma escueta las 5 W en las noticias de Deportes y Entretenimiento principalmente, mientras que las secciones que brindaron más énfasis a este primer párrafo fueron las secciones de Política, Sucesos y Economía, (Fonseca, entrevista) menciona que ahora los medios digitales muchas veces no toman en cuenta las 5 W en el inicio de la noticia, además de que ya no es indispensable que estén las 5 W en el primer párrafo.

Se mostraron comentarios en casi todas las secciones excepto en la sección de Sucesos, debido a que es un medio digital, la sección de comentarios es un recurso interactivo muy explotado por los usuarios del medio; sin embargo, los autores de las noticias no respondieron a las consultas o inquietudes de los usuarios en ninguna de las notas. Por otro lado, no hubo ningún audiovisual presente.

Profundidad:

La mayoría de las noticias seleccionadas presentaron un periodismo de tipo informativo y algunas sensacionalistas que pertenecen a la sección de Entretenimiento, el lenguaje especializado es el más utilizado por el medio informativo; sin embargo, la profundidad de las notas es muy escasa, la mayoría de las noticias presentaron una extensión muy escueta excepto por las noticias de Economía y Política como por ejemplo la noticia titulada “Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos” que presenta más de 16 párrafos.

En algunos casos, el medio de comunicación utiliza fotografías que no potenciaban la noticia, en el caso de la nota de la sección de Sucesos “Un muerto tras balacera en bar ubicado en Caricari” sólo se presentó una imagen con oficiales del OIJ y en otros casos el pie de foto sólo mostraba el nombre del autor de la fotografía como por ejemplo en la noticia de Intel, de Melissa Mora y de Saprissa donde no se mostraba información adicional que brindara más rigurosidad al contenido noticioso.

Asimismo, ninguna de las notas seleccionadas presentó un tipo de periodismo interpretativo o de profundidad solamente un periodismo con un enfoque más explicativo, así como lo menciona (Fernández, entrevista), el texto busca informar más que profundizar en los hechos. En las declaraciones de los expertos, en todos los casos analizados solamente se consultó una sola fuente y no hubo un contraste de fuentes en ninguno de los temas seleccionados.

Los títulos presentados fueron informativos en su mayoría, solamente dos titulares fueron ambiguos y no informaban correctamente sobre los acontecimientos. En el caso de la noticia de Melissa Mora, se presentó un enfoque erróneo, donde informaba sobre una noticia de sucesos en la sección de entretenimiento y presentó cuatro hipervínculos que mostraban los mismos acontecimientos y se dirigían a la sección de Sucesos.

Objetividad:

Como se menciona anteriormente, las noticias no presentaban un *fairness* o equilibrio en la información, solamente se consultó una fuente en todas las noticias seleccionadas, algunas no presentan fuentes, esto quiere decir que las noticias se redactaban de forma informativa, pero la imparcialidad de los acontecimientos es dudosa.

De acuerdo a (Cordero, entrevista): “una entrevista con una fuente generará tanta noticia y podrá ser tan rigurosa o no como en papel, TV o radio. Depende del nivel de calidad que se exija al periodista.”

Por otra parte, en el caso de la noticia “Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos” se redactaron distintos acontecimientos en una sola noticia, pero no se entrevistó a ningún experto que pudiera brindar declaraciones para una mejor comprensión de los hechos, incluso la nota se realizó de forma escueta donde se hablaba de cada hecho en un solo párrafo.

Análisis de Contenido mayo 2017 (Ver Apéndice 8)

Macro estructura del mes de mayo de 2017

Categoría de Datos Generales.

Tabla 15: Datos Generales

Noticia/título	Sección	Fecha
Diputados y Directorio del PLN se reúnen en casa de Johnny Araya	Política	Mayo 24, 2017
Carlos Alvarado resume su paso por el PAC en precampaña	Política	Mayo 24, 2017
Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense	Deportes	Mayo 28, 2017
Con la Tricolor en la espalda. Así celebra Keylor Navas	Deportes	Mayo 21, 2017
Dólar llega a los ¢600 por primera vez en ventanilla	Economía	Mayo 23, 2017
Con “planes de control” Hacienda recupera ¢13 mil millones	Economía	Mayo 22, 2017
Arranca venta online de entradas para espectáculos del FIA	Entretenimiento	Mayo 28, 2017

Desamparados se llena de teatro con la “Terminal del sueño”	Entretenimiento	Mayo 21, 2017
Detienen a hombre sospechoso de abusar de su hijo de 9 años	Sucesos	Mayo 29, 2017
Investigan si avioneta siniestrada llegó a cargar droga	Sucesos	Mayo 28, 2017

Nota: Elaboración Propia

Categoría de Forma.

Tabla 16: Forma I Elementos Primarios

Noticia/Título	Pretítulo	Bajadas	Entrada o <i>Lead</i>	Pie de Foto	Foto o Diseño
Diputados y Directorio del PLN se reúnen en casa de Johnny Araya	Esta noche	No Presenta	Diputados y miembros del Directorio Político del Partido Liberación Nacional (PLN) se reúnen esta noche en la casa del alcalde de San José y excandidato presidencial	El encuentro se realiza en la casa de Johnny Araya. (CRH).	Foto

			verdiblanco, Johnny Araya.		
Carlos Alvarado resume su paso por el PAC en precampaña	Así se presenta Carlos Alvarado	El 9 de julio se realizará la convención del Pac para definir al candidato que representará a este partido en las elecciones del 2018	El precandidato presidencial por el Partido Acción Ciudadana (PAC) Carlos Alvarado también inició su campaña política.	Exministro de Luis Guillermo Solís se presenta ante los ticos de cara a las elecciones de julio próximo (Facebook).	Foto
Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense	Primer tico que ganó liga de campeonatos de Europa	El próximo sábado, el arquero tico puede conseguir su segunda "orejona"	El sábado 28 de mayo del 2016 fue un día memorable para la historia del deporte costarricense, pues ese día el portero Keylor Navas se proclamó campeón de la Liga de	Real Madrid venció en la final al Atlético de Madrid y sumó la "undécima orejona." Foto de archivo.	Foto

			Campeones de Europa.		
Con la Tricolor en la espalda. Así celebra Keylor Navas	No Presenta	Arquero es el primer costarricense campeón en España	Como lo hizo en la celebración cuando se coronó campeón de la Champions League, Keylor Navas volvió a sacar la bandera de Costa Rica para celebrar el título de la liga española.	No Presenta	Foto
Dólar llega a los ¢600 por primera vez en ventanilla	No Presenta	No Presenta	A la 1 p.m., el Banco Lafise se convirtió esta tarde en la primera entidad en llevar el precio de venta del dólar a los ¢600, un nivel nunca antes alcanzado en el país.	No Presenta	Foto

<p>Con “planes de control” Hacienda recupera ¢13 mil millones</p>	<p>No Presenta</p>	<p>No Presenta</p>	<p>Como resultado de la implementación de diferentes planes de control de cumplimiento a contribuyentes, la Dirección General de Tributación recuperó durante el año pasado ¢12.970 millones por medio de actividades ejecutadas por las administraciones tributarias y la Dirección de Control Tributario Extensivo.</p>	<p>(Daniela Abarca)</p>	<p>Foto</p>
<p>Arranca venta online de entradas para</p>	<p>Costo promedio será de 7</p>	<p>Habrá presentaciones para niños,</p>	<p>Los boletos para los espectáculos cerrados de la</p>	<p>Festival Internacional de las Artes (FIA)</p>	<p>Foto</p>

espectáculos del FIA	mil colones	jóvenes y adultos	décima quinta edición del Festival Internacional de Artes (FIA 2017) ya tienen precio y están a la venta.	se llevará a cabo del 29 de junio hasta el 9 de julio.	
Desamparados se llena de teatro con la "Terminal del sueño"	No Presenta	No Presenta	A partir del próximo fin de semana, los seguidores del teatro podrán disfrutar de la obra "Terminal del Sueño" en el Teatro La Villa de Desamparados.	No Presenta	Foto
Detienen a hombre sospechoso de abusar de su hijo de 9 años	No Presenta	No Presenta	Las visitas de fin de semana de un niño de 9 años a su padre se convirtieron en una pesadilla. El menor, quien vive con	Imagen ilustrativa.	Foto

			<p>su madre en otra casa en la localidad de San Carlos, se quedaba con su padre los fines de semana, pero ayer la Fuerza Pública de La Fortuna lo detuvo, pues es sospechoso de cometer abusos contra su propio hijo.</p>		
<p>Investigan si avioneta siniestrada llegó a cargar droga</p>	<p>Sospechan autoridad es</p>	<p>Pues durante el levantamiento del cuerpo no se hallaron indicios de droga</p> <p>Sin embargo, habrá que esperar la investigación de la policía judicial</p>	<p>El Organismo de Investigación Judicial (OIJ), realizó el levantamiento del cuerpo calcinado que estaba dentro de la avioneta siniestrada en finca 18 en Palmar Norte de Osa.</p>	<p>Aeronave fue hallada esta mañana en finca 18 en Palmar Norte de Osa.</p>	<p>Foto</p>

Nota: Elaboración Propia**Tabla 17: Forma II Elementos Secundarios**

Noticia/Título	Comentarios	Infografía	Hipervínculo/s
Diputados y Directorio del PLN se reúnen en casa de Johnny Araya	Si Presenta	No Presenta	Presenta 1 hipervínculo sobre el antecedente de Johnny Araya que regresará al PLN
Carlos Alvarado resume su paso por el PAC en precampaña	Si Presenta	No Presenta	Presenta 1 hipervínculo sobre una campaña realizada por Carlos Alvarado
Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense	Si Presenta	No Presenta	Presenta 6 hipervínculos sobre los logros de Keylor Navas en el Real Madrid
Con la Tricolor en la espalda. Así celebra Keylor Navas	Si Presenta	No Presenta	No Presenta
Dólar llega a los ¢600 por primera vez en ventanilla	Si Presenta	No Presenta	Presenta 1 hipervínculo sobre el estatus del dólar como antecedente
Con “planes de control”	Si Presenta	No Presenta	No Presenta

Hacienda recupera ¢13 mil millones			
Arranca venta online de entradas para espectáculos del FIA	No Presenta	No Presenta	Presenta un hipervínculo sobre la FIA
Desamparados se llena de teatro con la "Terminal del sueño"	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Detienen a hombre sospechoso de abusar de su hijo de 9 años	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Investigan si avioneta siniestrada llegó a cargar droga	No Presenta	No Presenta	Presenta 2 hipervínculos sobre sobre otros antecedentes del mismo día

Nota: Elaboración Propia

Categoría de Análisis de Forma.

Tabla 18: Análisis de Forma I Tipo de Periodismo

Noticia/Título	Género periodístico	Lenguaje	Estilo	Tipo de Título
Diputados y Directorio del PLN se reúnen en casa de Johnny Araya	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Carlos Alvarado resume su paso por el PAC en precampaña	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense	Noticia	Especializado	Informativo	Sensacionalista
Con la Tricolor en la espalda. Así celebra Keylor Navas	Noticia	Especializado	Informativo	Sensacionalista
Dólar llega a los ¢600 por primera vez en ventanilla	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo

Con “planes de control” Hacienda recupera ¢13 mil millones	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Arranca venta online de entradas para espectáculos del FIA	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Desamparados se llena de teatro con la “Terminal del sueño”	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Detienen a hombre sospechoso de abusar de su hijo de 9 años	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo
Investigan si avioneta siniestrada llegó a cargar droga	Noticia	Especializado	Informativo	Informativo

Nota: Elaboración Propia

Tabla 19: Análisis de Forma II Relación de Elementos e Información

Noticia/Título	Relación de Imagen	Relación del pie de foto	Relación de Hipervínculo/s	Relación de Infografía/s
Diputados y Directorio del PLN se reúnen en casa de Johnny Araya	Proporcional a la información	No potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Carlos Alvarado resume su paso por el PAC en precampaña	Proporcional a la información	No potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense	Proporcional a la información	Si potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Con la Tricolor en la espalda. Así celebra Keylor Navas	Proporcional a la información	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Dólar llega a los ¢600 por primera vez en ventanilla	Proporcional a la información	No Presenta	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Con “planes de control” Hacienda recupera ¢13 mil millones	Proporcional a la información	No Presenta	No Presenta	No Presenta

Arranca venta online de entradas para espectáculos del FIA	Proporcional a la información	Si potencia el aspecto informativo	Si potencia el aspecto informativo	No Presenta
Desamparados se llena de teatro con la "Terminal del sueño"	Proporcional a la información	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Detienen a hombre sospechoso de abusar de su hijo de 9 años	Proporcional a la información	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Investigan si avioneta siniestrada llegó a cargar droga	Proporcional a la información	No potencia el aspecto informativo	No potencia el aspecto informativo	No Presenta

Nota: Elaboración Propia

Microestructura del Mes de mayo de 2017

Categoría de Fondo.

Tabla 20: Análisis de Fondo I Acontecimientos

Noticia/Título	Acontecimiento principal	Acontecimiento previo/paralelo	Contexto / Historia	Subtema
Diputados y Directorio del PLN se reúnen en casa de Johnny Araya	Párrafo#1: Diputados y miembros del Directorio Político del Partido Liberación Nacional (PLN) se reúnen esta noche en la casa del alcalde de San José y excandidato presidencial verdiblanco, Johnny Araya.	No Presenta	Diputados se reúnen, pero no especifica el propósito.	No Presenta
Carlos Alvarado resume su paso por el PAC en precampaña	Párrafo#1: Carlos Alvarado también inició su campaña política	Párrafo#4: Entre los cargos ocupados en los últimos años, destaca el de asesor del	Carlos Alvarado inicia su campaña política por el PAC	No Presenta

		<p>diputado Otón Solís, jefe de despacho del exdiputado Alberto Salom, encargado de prensa del PAC en la Asamblea Legislativa y director de campaña de Luis Guillermo Solís en el 2013, cuando aspiraba a la silla presidencial.</p>		
<p>Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense</p>	<p>Párrafo#1: El sábado 28 de mayo del 2016 fue un día memorable para la historia del deporte costarricense, pues ese día el portero Keylor Navas se proclamó campeón de la Liga de Campeones de Europa.</p>	<p>Párrafo#2: Fue la undécima orejona que conquistaron los merengues.</p>	<p>Los logros de Keylor Navas en el Real Madrid</p>	<p>No Presenta</p>

Con la Tricolor en la espalda. Así celebra Keylor Navas	Párrafo#1: Keylor Navas volvió a sacar la bandera de Costa Rica para celebrar el título de la liga española.	No Presenta	Navas suma un galardón más a su carrera	No Presenta
Dólar llega a los ¢600 por primera vez en ventanilla	Párrafo#1: el mercado cambiario costarricense presenta una menor disponibilidad neta de divisas desde finales de 2015	Párrafo#2: Desde mediados de abril, el tipo de cambio comenzó un rally al alza que no se ha detenido.	Se registra un incremento en la cantidad demandada de divisas generado por la dolarización reciente del ahorro financiero	No Presenta
Con “planes de control” Hacienda recupera ¢13 mil millones	Párrafo#1: a Dirección General de Tributación recuperó durante el año pasado ¢12.970 millones por medio de actividades ejecutadas por las administraciones	Párrafo#3: El plan de control de omisos tuvo como objetivo disminuir la brecha de incumplimiento en la presentación de declaraciones de los impuestos sobre la renta, período 2015, y general sobre las	Ministerio de Hacienda realizó estrategia para recuperar 12.970 millones por medio del seguimiento a contribuyentes omisos	No Presenta

	s tributarias y la Dirección de Control Tributario Extensivo.	ventas, períodos 2015 y 2016.		
Arranca venta online de entradas para espectáculos del FIA	Párrafo#2: Este esperado evento se realizará del 29 de junio hasta el 9 julio. La capital tendrá 27 sedes.	No Presenta	El costo y la fecha de las entradas para el FIA	No Presenta
Desamparados se llena de teatro con la "Terminal del sueño"	Párrafo#2: Melvin Méndez presentará una obra que reúne sentimientos como la nostalgia, sueños, pobreza y la perseverancia, al lado de 3 mujeres en distintos momentos de su vida.	No Presenta	Melvin Méndez presenta su obra "Terminal del sueño"	No Presenta
Detienen a hombre sospechoso	Párrafo#1: Las visitas de fin de semana de un	No Presenta	Hombre abusó a su hijo e intentó	No Presenta

de abusar de su hijo de 9 años	niño de 9 años a su padre se convirtieron en una pesadilla (...), pues es sospechoso de cometer abusos contra su propio hijo.		estrangular a su madre	
Investigan si avioneta siniestrada llegó a cargar droga	Párrafo#1: El Organismo de Investigación Judicial (OIJ), realizó el levantamiento del cuerpo calcinado que estaba dentro de la avioneta siniestrada en finca 18 en Palmar Norte de Osa.	No Presenta	Investigación sobre un cuerpo calcinado en una avioneta donde no encontraron indicios de droga	No Presenta

Nota: Elaboración Propia

Tabla 21: Análisis de Fondo II Fuentes Consultadas

Noticia/Título	Fuentes	Citas Textuales	<i>Fairness - equilibrio</i>
Diputados y Directorio del	Rony Monge, diputado del PLN	No Presenta	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Rony Monge

PLN se reúnen en casa de Johnny Araya			
Carlos Alvarado resume su paso por el PAC en precampaña	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Con la Tricolor en la espalda. Así celebra Keylor Navas	Keylor Navas, portero del Real Madrid	Una cita de Keylor Navas en el párrafo #3	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Keylor Navas
Dólar llega a los ¢600 por primera vez en ventanilla	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Con “planes de control” Hacienda recupera ¢13 mil millones	Carlos Vargas, director general de Tributación. Ministerio de Hacienda	Una cita en el párrafo #6	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Carlos Vargas y Ministerio de Hacienda
Arranca venta online de entradas para	No Presenta	No Presenta	No Presenta

espectáculos del FIA			
Desamparados se llena de teatro con la "Terminal del sueño"	No especifica la fuente	No Presenta	No Presenta
Detienen a hombre sospechoso de abusar de su hijo de 9 años	No Presenta	No Presenta	No Presenta
Investigan si avioneta siniestrada llegó a cargar droga	Carlos Hidalgo, vocero del Ministerio de Seguridad Pública	Una cita en el párrafo #2	No Presenta, sólo se tomó la opinión de Carlos Hidalgo

Nota: Elaboración Propia

Análisis comparativo entre las 5 secciones de mes de mayo del año 2017

Estructura:

En el análisis efectuado durante el mes de mayo también se pudo observar una gran falta de bajadas o de pre títulos a la hora de que los periodistas redactaran los contenidos. En este caso principalmente en la sección de Economía donde en ambos casos no se redactaron. También ocurrió en la sección de Entretenimiento y Sucesos, donde evidencia que los periodistas no brindan mucho énfasis en la redacción de estos elementos a la hora de redactar las noticias.

Entre los recursos visuales más utilizados se encontró la fotografía en todos los casos analizados y un pie de foto donde pocas veces potenciaba el aspecto informativo del tema que se

trataba en la noticia. (Fonseca, entrevista) en este caso indica que el pie de foto debe ser riguroso para generar un mejor nivel de SEO.

En el caso de los hipervínculos, durante el mes de mayo no se pudo observar una presencia significativa de este aspecto interactivo, la mayoría de las notas presentaba solamente uno, mientras que otras notas no lo aprovecharon. Un aspecto interesante fue la noticia “Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense” que obtuvo un número de 6 hipervínculos a otras noticias relacionadas con el tema.

Por otra parte, hubo comentarios en la mayoría de las noticias, exceptuando la sección de Entretenimiento y de Sucesos. A la vez, no se utilizaron infografías para potenciar el aspecto informativo, al igual que en el pasado se pudo observar que los periodistas no utilizan este recurso en muchas de las redacciones de CRHOY. Así como lo indica (Castillo, entrevista), las infografías son importantes para generar una visualización del contenido que hable por sí sola.

En el caso de audiovisuales no se analizaron no aparecieron en ninguna de las notas como en el mes anterior.

Profundidad:

Al igual que en el mes anterior, la mayoría de las noticias presentaron un enfoque informativo, dejando de lado las noticias de tipo interpretativo, de esta forma se pudo observar que se utilizó un tipo de periodismo más explicativo como lo menciona (Fernández, entrevista), en las entrevistas de profundidad realizadas.

Además, los títulos analizados presentaron un enfoque principalmente informativo y sólo en dos casos sensacionalistas en la sección deportiva. En el caso del lenguaje fue especializado en todos los casos.

A la vez, las imágenes utilizadas presentaron relevancia con lo que decía la noticia en todos los casos analizados; sin embargo, los pies de foto fueron utilizados de forma escueta y en la

mayoría de los casos no potenciaron la información, un aspecto importante que explica (Fonseca, entrevista) en la categoría anterior, donde también propone la importancia de los pies de foto en la rigurosidad del contenido y el SEO.

Un aspecto importante fue que en todos los casos las noticias no presentaron un subtema sobre lo que estaba ocurriendo para así potenciar la información, muchas noticias se redactaron de forma breve sin abordar más sobre la temática. Según (Barrantes, entrevista) , en el periodismo digital “los textos largos ya no son atractivos, a menos que sea alguien que en realidad desee indagar un poco más para destinarlo a una lectura más profunda.”

Objetividad:

Al igual que en mes de abril, las noticias no presentaban un *fairness* o equilibrio en la información, solamente se consultó una fuente en todas las noticias seleccionadas.

En la mayoría de los casos no se utilizaron citas textuales y, se abordó la información con referencias citadas desconociendo realmente si se entrevistó al experto como en el caso de la noticia titulada “Diputados y Directorio del PLN se reúnen en casa de Johnny Araya” donde se menciona que Johnny Araya “afirmó” y Rony Monge “manifestó”, pero sin conocer realmente si se llevó a cabo una entrevista o lo hizo en declaraciones de otro medio.

Unidad de análisis 3: Identificar la percepción del público meta en la divulgación del contenido noticioso de CRHoy.com.

Para la presente investigación se realizó un análisis de la percepción del público meta de CRHOY en el trato de la información que brinda el medio de comunicación a su información, de esta forma se realizaron 100 sondeos de opinión con preguntas cualitativas.

Los sondeos de opinión se efectuaron de forma online por medio de la aplicación web [surveymonkey.com](https://www.surveymonkey.com) (2017), debido a su eficacia en cuanto a su seguridad y funcionamiento para realizar estas operaciones. Se efectuaron 8 preguntas, 5 relacionadas con la información de las personas y 3 con la percepción del medio en el trato informativo. Las personas se seleccionaron al azar y se acudió a la red social Facebook para adquirir sus respuestas.

Las personas seleccionadas presentaron rangos de edades principalmente de 25 a 34 años, siendo además el rango de edad con el enfoque principal del medio digital a la hora de elaborar su contenido noticioso. De esta forma 82 personas que participaron en el sondeo de opinión fueron de edades de 25 a 34 años y un total de 18 personas de 35 a 44 años de edad.

A la vez, 52 mujeres fueron las que más respondieron al sondeo y un total de 42 hombres, siendo el público femenino el que más consulta la información divulgada por CRHOY según su Media Kit (2017), del total de individuos, respondieron 58 personas de San José y 26 de Alajuela, tomando en cuenta también 6 de Cartago y 10 de Heredia.

Asimismo, las personas que respondieron en una amplia mayoría fueron estudiantes universitarios en un total de 52, seguido por 35 licenciados y bachilleres, mientras que personas con un técnico o una maestría fueron solamente 13.

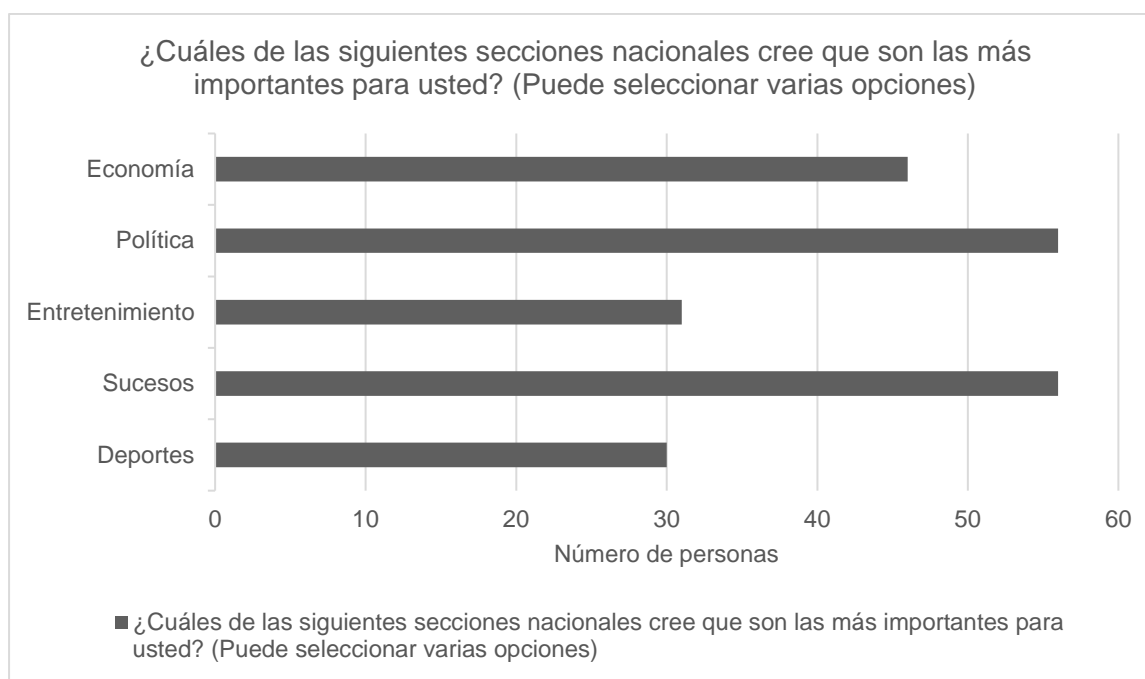
Por otro lado, en cuanto a la visitación de los públicos al sitio web crhoy.com, aquellos que respondieron al sondeo fueron 37 personas que acudieron al medio de 1 a 3 veces al mes principalmente, los demás que iban de 4 a 6 días o todos los días fueron 63 personas.

De acuerdo a las preguntas efectuadas se extrajeron las siguientes categorías:

Las secciones más importantes para los usuarios

Las secciones consultadas en el sondeo fueron Sucesos, Deportes, Entretenimiento, Política y Economía, debido a que representan las secciones más consultadas por los usuarios según el medio de comunicación Crhoy.com (2017), lo cual resulta importante debido a que en la siguiente investigación se analiza la importancia de la generación de audiencias y el trato informativo del contenido publicado por el medio.

Figura 1: Secciones más recurrentes por los usuarios de CRHOY



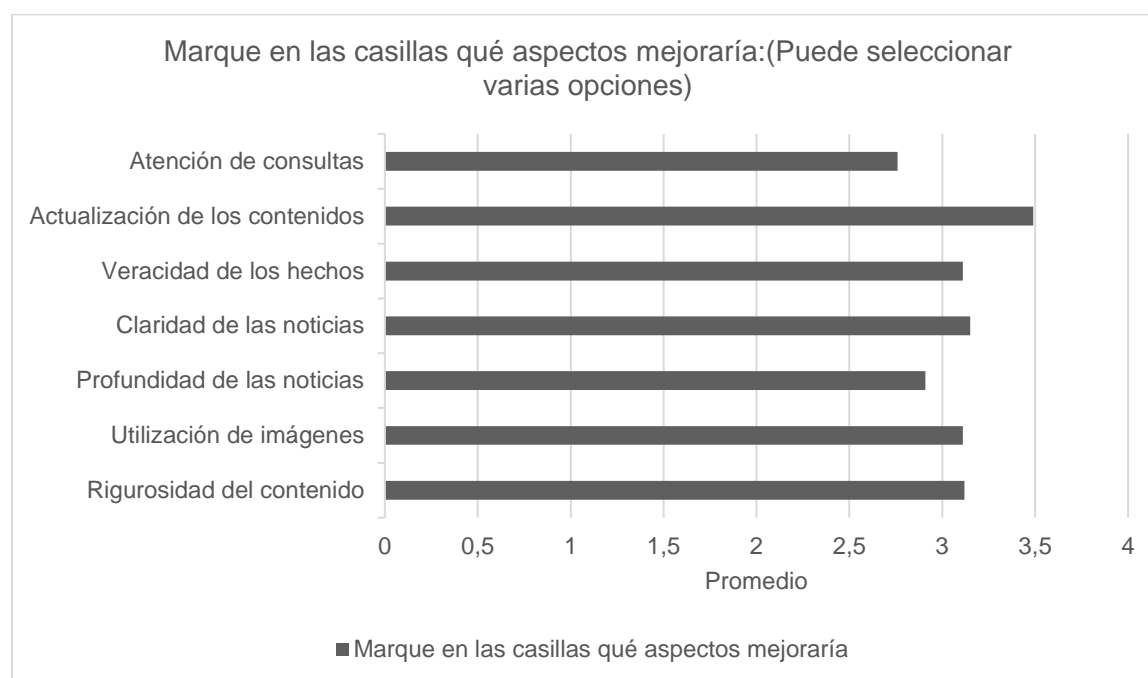
Nota: Elaboración Propia

De acuerdo a los usuarios, Sucesos y Política fue la sección más visitada por los usuarios con un total de 56 personas, seguido por Economía con un total de 46 y Deportes 31, mientras que Entretenimiento lo consultaban 30 personas, que fue el resultado con menos participantes

El nivel de satisfacción del usuario

Para conocer el nivel de satisfacción del usuario se efectuó un análisis de los aspectos cualitativos más importantes en el trato de la información noticiosa, se consultó sobre la satisfacción que presentan sobre la rigurosidad del contenido, la utilización de imágenes, la profundidad de las noticias, la claridad de las noticias, la veracidad de los hechos, la actualización de los contenidos y la atención de las consultas, en un rango del uno al cinco, donde uno representa un nivel bajo de satisfacción y cinco un nivel muy alto.

Figura 2: Nivel de satisfacción de los usuarios de CRHOY hacia su trato informativo



Nota: Elaboración Propia

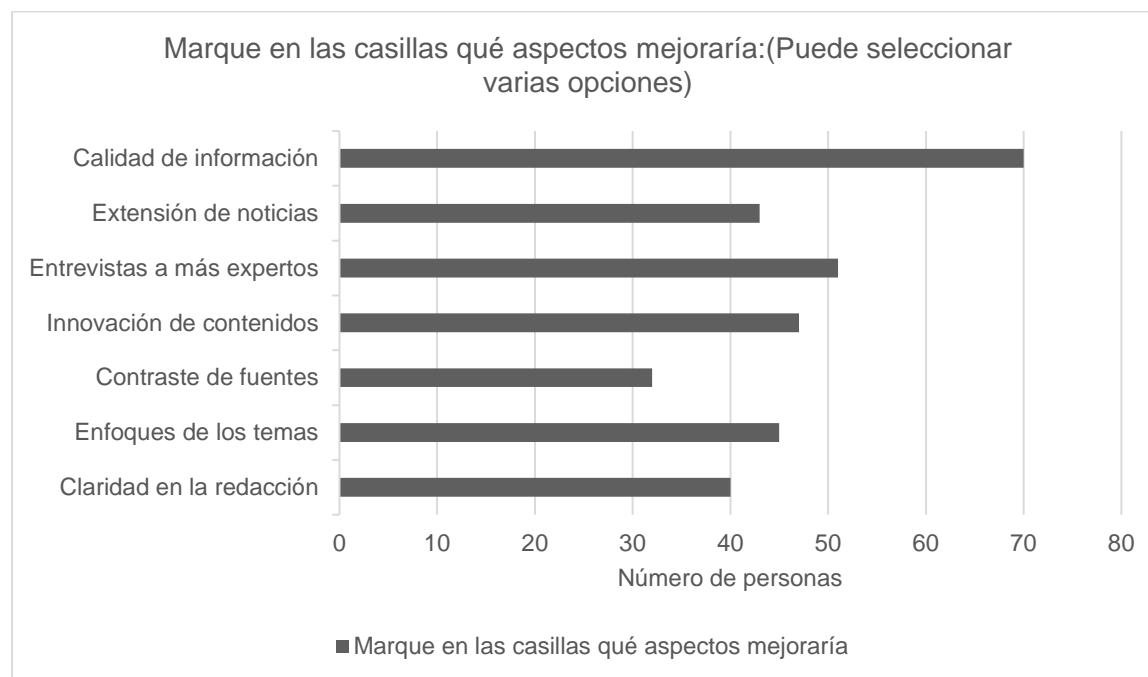
En la mayoría de los casos, los usuarios respondieron en un nivel intermedio en la escala de 3, por ejemplo, en el caso de la rigurosidad del contenido fueron 37, en la utilización de imágenes 34, mientras que los demás rangos obtuvieron resultados muy similares en esa cantidad. Sin embargo, la actualización de los contenidos obtuvo un rango más alto con 39 personas en la escala 4, mientras que en la misma escala ninguno de los resultados fue más de 30 individuos y el rango más bajo se presentó en la profundidad de las notas con un total de 18 individuos en la escala 1.

Esto quiere decir que los niveles de satisfacción planteados por las 100 personas consultadas percibieron una mayor prioridad por parte del medio sobre la inmediatez de los contenidos y cómo el medio los actualiza constantemente y de esta forma la profundidad no es suficientemente alta a la hora de confeccionar las noticias.

Aspectos que podría mejorar el medio en su trato informativo

A los 100 usuarios que acuden a CRHOY se les consultó sobre los aspectos que mejorarían en el trato informativo del medio, se les planteó si la calidad de la información debe mejorarse, la extensión de las noticias, las entrevistas a más expertos, la innovación del contenido noticioso, el contraste de las fuentes, los enfoques de los temas, la claridad de la redacción y otro aspecto de acuerdo a su opinión que podría optimizar el medio.

Figura 3: Aspectos que mejorarían los usuarios en el trato informativo de CRHOY



Nota: Elaboración Propia

La gran mayoría respondieron que el medio de comunicación CRHOY debe mejorar la calidad de su información con un total de 70 personas, seguido por las entrevistas a más expertos

con un total de 51 personas, la innovación y la extensión de las noticias fueron 47 individuos; sin embargo, las otras características también obtuvieron resultados muy altos con más 40 personas en cada una de las categorías, lo que evidencia un descontento alto de los usuarios sobre la información divulgada por el medio digital.

En la elección opcional, cinco usuarios respondieron que se debe brindar a las noticias una mayor objetividad y veracidad en los hechos. Uno de los comentarios respondió que “Se necesita mayor investigación sobre una temática y no sólo publicar un emergente. Si lo hacen serán acusados de "falsos" como sé que ha sucedido.”

De acuerdo a los comentarios planteados, se extrae un alto nivel de descontento sobre la información que divulga el medio de comunicación y que debe mejorar para mejorar la calidad de su información.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo contempla las conclusiones obtenidas y las recomendaciones que surgen al finalizar esta investigación. La presente investigación analizó la inmediatez en la confección de las noticias nacionales que brinda la generación de información del periódico digital CRHOY, durante el periodo de abril a junio de 2017.

De los instrumentos efectuados se obtuvo información valiosa sobre el tratamiento informativo en el periodismo digital, de esta forma se pudo conocer que en la actualidad los medios digitales como CRHOY realizan contenido con un enfoque más explicativo que de profundidad, donde la brevedad en el trato informativo de sus noticias involucra técnicas que le brindan prioridad a la generación de audiencias.

Conclusiones

De acuerdo al objetivo general planteado, el cual buscaba analizar la inmediatez en la confección de las noticias nacionales que brinda la generación de información del periódico digital CRHOY, responde a las principales preguntas que impulsaron esta investigación:

En el primer objetivo específico se buscó determinar las técnicas periodísticas aplicadas en el periodismo digital. A partir de las entrevistas de profundidad realizadas para efectos de esta investigación se comprobó que la labor del periodista en un medio digital utiliza herramientas y habilidades más especializadas para generar contenido en la web.

A partir de esto, se pudo concluir lo siguiente:

- En la actualidad, los profesionales en comunicación digital deben convertirse en una mezcla entre periodistas y mercadólogos digitales debido a los requerimientos de estos conocimientos con el fin de que las noticias presenten una mejor exposición en los buscadores por medio de SEO.

- Los medios digitales tienden a estructurar la información para generar públicos que indaguen sobre contenido breve y preciso debido a la gran cantidad de usuarios que están presentes en la web.
- El trato informativo en la web se aplica a públicos especializados y fáciles de analizar, esto permite una mejor optimización y evaluación del contenido que elaboran los medios digitales.
- La profundidad y la inmediatez no pueden coexistir debido a que la primera requiere de una ejecución más pausada, resulta más cara y conlleva más tiempo, mientras que la inmediatez busca generar audiencias brindándole a los lectores la mayor cantidad de noticias posibles en un lapso muy corto en página.

Con respecto al segundo objetivo específico de la presente investigación se busca comparar la inmediatez de las publicaciones nacionales con el tipo de contenido más recurrente del medio CRHOY en su sitio web; mediante un análisis de contenido de 20 noticias nacionales del medio digital se pudo obtener datos cualitativos para comprobar la calidad de la información, el uso de los elementos, fuentes y características de los temas.

Por medio de este análisis se pudo obtener lo siguiente:

- La inmediatez ha afectado la rigurosidad del contenido en su estructura a raíz del análisis de contenido con respecto al potenciamiento del aspecto informativo de los elementos primarios y secundarios de las noticias.
- Con respecto a la estructura CRHOY presenta muy pocas infografías, según el análisis de contenido, porque las infografías requieren una investigación considerable de datos para ser confeccionadas.
- En la estructura misma de las noticias no se toman en cuenta, en la mayoría de los casos, la elaboración de bajadas y pre títulos, lo cual contribuiría a ampliar el conocimiento previo de la información.
- Los elementos interactivos que más utiliza el medio son los hipervínculos; sin embargo, en algunas notas se utilizan de forma excesiva, saturando al lector de los mismos.

- Los usuarios presentan mucha actividad en las noticias de Deportes, Política y Economía principalmente; sin embargo, los periodistas no responden a los comentarios de los mismos, lo que muestra una comunicación vertical y opaca la participación de los usuarios en las noticias.
- La mayoría de las noticias analizadas ostentaron un enfoque informativo, con títulos breves y fáciles de comprender.
- Con respecto a la profundidad, CRHOY presenta un modelo de divulgación de noticias enfocado en el contenido breve y preciso, mediante la elaboración de noticias escuetas en cuanto a la generación de subtemas.
- En muchos casos, las fotografías y pies de foto no potencian el aspecto informativo de los temas, parece que se utilizan solo para complementar la noticia.
- La objetividad de las noticias analizadas en CRHOY fue nula porque no hubo un contraste de las fuentes o *fairness* en ninguna de las noticias analizadas.

En el tercer objetivo específico se logró identificar la percepción del público meta, por medio de un sondeo, en la divulgación del contenido noticioso de CRHOY.com, sobre el tratamiento de la información del medio digital y se pudo analizar las percepciones de las personas en el sondeo realizado sobre los aspectos de calidad, redacción y profundidad de la información que redacta el medio, obteniendo las siguientes conclusiones:

- De acuerdo con las apreciaciones de los usuarios de CRHOY la calidad de la profundidad de las noticias es identificada como insatisfactoria, sin embargo, indican que la actualización de los contenidos es satisfactoria, esto demuestra que la inmediatez impacta sobre la profundidad del contenido noticioso.
- Los lectores de CRHOY se sienten satisfechos con que el contenido se actualice más rápido, pero tienen en cuenta que las notas deberían presentar otros aspectos importantes como: calidad, entrevistas a más expertos, innovación y nuevos enfoques en los temas, aspectos importantes en el periodismo.
- El enfoque de CRHOY es explicativo y breve, por lo que su cobertura noticiosa es poco profunda a nivel investigativo.

En el cuarto objetivo de la presente investigación se buscó elaborar un manual de estilo enfocado en las prácticas del periodismo digital con base en los resultados obtenidos de las entrevistas, sondeos de opinión y el análisis de contenido elaborado, concluyendo lo siguiente:

- Es necesario que los periodistas digitales dependan de un manual de estilo enfocado en los factores SEO, las tecnologías de información y comunicación y las técnicas periodistas que busquen objetividad, ética, claridad, calidad e innovación en el contenido noticioso, tomando en cuenta que el periodismo digital ha transformado la redacción periodística de forma radical por los avances tecnológicos.

Con respecto a las limitaciones de la presente investigación se contactó al medio digital CRHOY para obtener una visión más amplia de las operaciones que realizan mediante entrevistas a periodistas, editores, diseñadores y directores; sin embargo, Silvia Ulloa, directora del medio de comunicación informó el día 18 de mayo de 2017 mediante correo electrónico que la misma era la única vocera encargada de brindar esta información, pero no aceptó una entrevista de profundidad a su persona, como tampoco a ningún trabajador de la empresa.

Otra limitación que se encontró en el transcurso de esta investigación fue la necesidad de un objeto de medición en el análisis de contenido realizado, con el fin de conocer el uso de las estrategias SEO y de brevedad en los apartados periodísticos, por este motivo se utilizó el método de Van Dick, porque es una forma robusta y clara de analizar el discurso de los apartados noticiosos.

Mediante entrevistas a los periodistas y editores de CRHOY se hubiera podido obtener un aspecto más amplio de los procedimientos de confección y divulgación de las noticias, al mismo tiempo era importante recurrir a un análisis más profundo de su trato informativo, así como la “velocidad” de sus publicaciones.

Sin embargo, se pudieron obtener resultados sobre el periodismo digital de personas que trabajaron en el medio de comunicación como David Castillo y Guillermo Fernández para brindarle más énfasis al análisis de las noticias en el periodismo digital.

Con estos datos se responde a la pregunta de la investigación ¿Puede la inmediatez en la confección de las noticias digitales brindar información necesaria y rigurosa en un medio de comunicación como CRHOY?

Se pudo concluir que el medio digital CRHOY brinda prioridad a la generación de audiencias con un enfoque que busca ser breve y llamativo para sus públicos, sin embargo, sacrifican la rigurosidad del contenido periodístico en las noticias y la labor objetiva de la comunicación.

Recomendaciones

Es fundamental que los medios de comunicación digitales presenten un manual de estilo que involucre los aspectos técnicos para realizar contenido en la web mediante las técnicas de SEO para optimizar las palabras clave y obtener audiencias, pero equilibrando la información con un trato noticioso adecuado a las técnicas periodísticas.

Los contenidos de CRHOY deben planificarse con una elaboración más especializada de acuerdo a las diferentes secciones, mejorando así su interactividad, estructura informativa, potenciamiento de los elementos visuales y el equilibrio de las fuentes, de esta forma muchas de las noticias no se realizarán solamente con el fin de generar contenido y tendrán más relevancia para las personas que consultan el medio y así mejorar su credibilidad con sus públicos meta.

CRHOY genera mucho contenido, pero de poca calidad informativa para atraer visitas constantemente, lo que ha provocado que se conviertan en el medio con más audiencia online en Costa Rica; sin embargo, no se recomienda que cambien su enfoque periodístico, pero sí que lo mejoren con más prácticas interactivas, el uso de más elementos y géneros audiovisuales, entrevistas, editoriales, infografías para así optimizar la fidelidad de sus lectores.

CRHOY debe presentar más objetividad en la elaboración de sus contenidos, mediante entrevistas a más expertos que aporten más información sobre los temas. En cuanto a los

comentarios podrían responder algunas consultas ya que esto generaría más fidelidad en sus usuarios y explotaría el aspecto interactivo e informativo de los comentarios, y así recibir retroalimentación de sus audiencias y generar una comunicación más horizontal.

A la vez, es importante que en futuras investigaciones se analice a fondo las herramientas que utilizan los periodistas para generar contenido en la web, debido a que con la evolución de las tecnologías se van a ir implementando nuevas formas de optimizar la labor del periodista y el trato de la información digital, así como también sería esencial realizar una comparación de aquellos medios digitales que presenten un enfoque que brinde prioridad a la brevedad en sus publicaciones.

Se recomienda, como posible tema para otra investigación, indagar a cerca de la periodicidad de las noticias digitales y elaborar un instrumento de medición que se pueda utilizar en un análisis de contenido específico que determine la instantaneidad del contenido que divulgan los medios de comunicación.

Asimismo, es importante para futuras investigaciones que se elaboren más instrumentos de medición para un análisis de contenido digital, de esta forma se podrá obtener una base que sirva para analizar las estrategias de SEO y de brevedad que utilizan los medios de comunicación en su labor periodística.

Es indispensable que las universidades impartan, como especialización, o que incluyan en sus programas de pregrado, cursos relacionados al periodismo digital tomando en cuenta que ahora los avances tecnológicos permiten que los periodistas puedan realizar información de una forma más fácil y con mejores y más herramientas que de la forma tradicional. De esta forma más periodistas podrán romper la brecha de los paradigmas digitales a los que muchos no están acostumbrados.

Dentro de estos cursos sería fundamental que se realicen aportes de SEO y su impacto en el tratamiento informativo, de CMS (sistemas de gestión de contenido) para brindar oportunidades más ágiles en el uso de las tecnologías, debido a que los CMS se pueden utilizar sin tener conocimientos informáticos avanzados. También sobre el uso de las tecnologías de información y

comunicación, la elaboración infografías, audiovisuales, el uso correcto de hipervínculos, las herramientas automatizadas de marketing digital y de analítica web y que a la vez conozcan los nuevos géneros aplicados en el periodismo digital, recomendados en el Manual de Estilo que propone este investigador.

CAPÍTULO VI PROPUESTA: MANUAL DE PERIODISMO DIGITAL

El siguiente manual se confeccionó con el fin de proporcionar a los estudiantes de comunicación, periodistas y medios digitales las técnicas y herramientas necesarias que deben realizar en la labor informativa del Periodismo Digital. La presente propuesta pretende incorporar las habilidades indicadas para generar una estructura noticiosa que se adecue a los requisitos de internet en cuanto al posicionamiento de los contenidos noticiosos (SEO) y al trato de la información periodística. El manual de estilo podrá observarse en el apéndice 10.

Se recomendarán capacidades fundamentales que deben tomar en cuenta los comunicadores antes de elaborar una noticia en un medio digital, de manera que el comunicador pueda obtener las habilidades y conocimientos que requiere este tipo de trabajos y que fueron investigados en la presente investigación.

Luego se analizarán aspectos clave como los elementos interactivos que permitan a los profesionales en comunicación complementar la información y mejorar la interactividad de sus portales, así como el estilo noticioso que se utiliza en la web, el tipo de lenguaje que se debe utilizar en la confección de las noticias, el análisis SEO y la estructura que deben poseer los contenidos para mejorar su posicionamiento en los buscadores y, por último, las herramientas que debe utilizar el periodista para mejorar su flujo de trabajo en la labor informativa del periodismo digital.

Se iniciará con las capacidades que deben obtener los periodistas para generar noticias en la web:

- 1. Estar al corriente de las nuevas tecnologías:** Es importante que el comunicador especializado en medios digitales adquiera conocimientos básicos sobre las tecnologías que evolucionan cada día, no es necesario ser un especialista en todos los aspectos técnicos, visuales e interactivos, pero es indispensable estar al tanto del funcionamiento de la web. De esta manera se genera una comunicación más eficiente cuando se trabaja en equipo con los especialistas en las áreas digitales. Entre estas capacidades, el periodista puede adquirir

habilidades en diseño gráfico, producción audiovisual, manejo de audio, programación, experiencia de usuario, mercadeo digital, y además es importante estar siempre conectado para estar al corriente de la información que transcurre de forma inmediata por todos los canales de la web, como medios de comunicación, redes sociales, blogs y foros.

2. **El periodista debe ser ético:** El periodista debe presentar siempre información veraz, completa, interesante, actual y de alta calidad, de forma que pueda transmitir una realidad objetiva y así permitir al lector formar su propio criterio. Además, es fundamental que atribuya las ideas planteadas a sus autores, no es ético usurpar la información de otros o cometer plagio.
3. **Siempre es importante verificar:** En teoría, la verificación de contenidos es un pilar que todos los periodistas deben poseer, cualquiera puede cometer errores, incluso como comunicadores de información, por eso es indispensable verificar lo que se escribe en cualquier canal informativo y cuando se comete un error, es necesario reconocerlo públicamente y corregirlo, pero no borrarlo, porque la credibilidad del lector es la prioridad del medio.
4. **No justificar la inmediatez:** El uso de las tecnologías nos ayuda a llegar más rápido al usuario, pero la formación profesional sigue siendo clave en la labor periodística, a la hora de publicar información, tener un video, audio o una exclusiva es parte del proceso para recabar información, pero no es lo único importante porque el contraste de las fuentes, la indagación, el seguimiento, todas las habilidades que son propias del periodismo son desconocidas para la mayoría de personas.
5. **Es necesario definir procesos:** Los procedimientos permiten generar información ordenada, clara y profunda, dentro de estos se pueden definir cuáles son las fuentes recomendables, cuáles son los canales de información adecuados, cuál es el protocolo para las investigaciones y el monitoreo en internet, qué tipo de tecnologías utilizar, y quiénes van a utilizar esas tecnologías. Es una combinación entre estrategia, personas, procesos y tecnología.
6. **Comprender a los buscadores:** Los buscadores entienden lo que se escribe en la web, es importante comprender, cómo interpretan la información, qué elementos clave o palabras utilizan para mejorar su comprensión, de esta manera estos evaluarán lo que escribimos y lo posicionarán en un lugar más alto para que los usuarios también puedan evaluarlo.

7. **Asumir una voz propia:** Diferenciarse es importante, la información en la web es masiva al igual que los usuarios que navegan a diario, es necesario adquirir una voz propia y no copiar las voces ajenas, esto permite que los públicos se identifiquen. Es importante buscar a quiénes informar, quiénes son esas personas, cuáles son las necesidades de ese público, en la web las voces son infinitas pero la paciencia de los usuarios no.
8. **El usuario debe experimentar:** Una estructura difícil de navegar, publicidad invasiva, muchos colores, textos difíciles de comprender, imágenes borrosas, pocos elementos interactivos, la experiencia del usuario es importante, no se trata de transmitir información y colocar dos fotografías, es necesario facilitarle el camino al usuario para alcanzar ese contenido.
9. **Potenciar el texto:** El texto por sí solo ya no aporta lo suficiente, ahora se debe acompañar con elementos visuales, fotografías, galerías, infografías, audios, videos, pero eso no es suficiente, también tienen que potenciar la información, tienen que ir más allá, ya sea ayudando al lector a comprender mejor un tema profundo con una infografía o utilizar una imagen o video que cuente una historia por sí sola.
10. **Usar el lenguaje indicado:** Comuníquese en el lenguaje global de sus destinatarios. Trate de equilibrar la extensión de la comunicación en función del público y de la finalidad perseguida. Si un trabajo merece solo una cuartilla, no le dedique dos. Tenga presente que las palabras no significarán lo mismo para todas las personas que eventualmente puedan visitar la página.
11. **Ampliar es vincular:** La información por hipervínculos tiene la virtud de que está en manos del lector si amplía o no, un texto rico en hipervínculos es un texto que permite generar una navegación mucho más extensa del texto en sí mismo en torno a un tema, un texto que no los posee lo que hace es poner el trabajo de lado del lector; sin embargo, no se debe olvidar que estos siguen siendo un complemento, no la noticia misma.
12. **Equilibrar es transparencia:** Siempre es indispensable consultar las dos partes de la noticia, contrastar fuentes, si es un tema más de fondo se debe contactar a instituciones, y contrastar entre los datos de las mismas instituciones que a veces presentan datos diferentes, a grandes rasgos en noticias que requieren más profundidad por lo menos deben tener dos fuentes para una noticia.

Elementos

Los elementos visuales e interactivos que complementan las noticias se analizaron en la presente investigación para conocer el funcionamiento de estos y sus aportes. Es importante mencionarlos y explicar su importancia para que los comunicadores y medios de comunicación en el campo digital los utilicen de forma rigurosa en sus apartados noticiosos:

- 1. La Imagen:** Esta potencia el imaginario del espectador, permite generar una mejor visualización y construcción racional de los acontecimientos, mediante la imagen se pueden crear situaciones más interpretativas que las personas pueden describir, por esto es importante que se tome en cuenta la elaboración de galerías interactivas, diseños que transmitan un concepto fácil de comprender pero al mismo tiempo innovador, una representación de un modelo, mapa o simulación de un hecho donde los usuarios puedan interactuar para conocer a fondo más de lo que el texto puede plasmar.
- 2. El Sonido:** A diferencia de lo visual, el sonido es el más intenso estimulador de sensaciones. Sensaciones que provocan y generan imágenes mentales únicas en cada escuchante, en las noticias y reportajes, el sonido se utiliza para transmitir declaraciones de entrevistas; sin embargo, estas deben presentar características adecuadas a sus oyentes, como la periodicidad, la calidad, las fuentes, todos estos aspectos son fundamentales a la hora de planificar el sonido en las entrevistas que se publican en la red.
- 3. El Video:** El audiovisual es el recurso interactivo más sustancioso porque involucra la utilización de sonidos, imágenes, gráficos, entre otros, por lo que su planificación es más extensa y propone una presentación muy rigurosa para generar audiencias; sin embargo, los usuarios de internet no tienen paciencia. Es necesario presentar formatos de uno, tres y nueve minutos, dependiendo de la profundidad de la temática y al tipo de espectador.
- 4. La Infografía:** Este elemento resume detalles, temas, datos complejos mediante imágenes y gráficos para agilizar su entendimiento. Con la infografía se facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones y hechos actuales mediante una personalización avanzada, es así como este tipo de elemento visual requiere de una planificación rigurosa, no sólo de datos, también de diseño. La Infografía incluso puede llegar a ser interactiva mediante animaciones para generar una recepción más cómoda y fácil de interpretar por el usuario.

- 5. El Hipertexto:** La hipertextualidad es el elemento más recurrente en las noticias digitales; mediante esta práctica ya no es necesario contestar las cinco preguntas clásicas de la redacción periodística, ahora el uso del hipertexto implica romper estos paradigmas mediante los vínculos entre las diferentes noticias internas y los enlaces externos de estudios, investigaciones e informes que se pueden incluir. Es así como el hipertexto se convierte en una gran biblioteca de conocimiento para los usuarios.

Estilos

Por otro lado, es importante tomar en cuenta los estilos periodísticos utilizados en la web, para que los futuros profesionales puedan conocer qué tipo de periodismo llevar a cabo dependiendo del modelo noticioso que deseen implementar para atraer a sus públicos:

- 1. Estilo Informativo:** Este estilo es el más común en las noticias, la entrada por lo general involucra las 5 W (Quién, Qué, Dónde, Por qué, Cuándo) de la noticia; sin embargo, con el hipertexto esta costumbre cambia mediante el uso de hipervínculos que le brindan a la nota una extensión que aborda las 5 W en distintas noticias. Este tipo de estilo busca informar a usuarios otorgando datos de forma objetiva, clara, concisa, mediante la utilización de verbos y con una audiencia muy concreta.
- 2. Estilo Interpretativo:** En los sitios web, el estilo interpretativo se vuelve menos recurrente y con un enfoque basado en el hipertexto, por lo que toda la información queda fragmentada en hipervínculos; sin embargo, no ocurre en todos los casos, el periodismo de profundidad se sigue dando, para un público más especializado. Este estilo es riguroso y al mismo tiempo requiere más tiempo y esfuerzo.
- 3. Estilo Explicativo:** El estilo explicativo es un periodismo nuevo que ha nacido por los avances de la tecnología, se compone mediante un lenguaje más llano, informal, directo, cercano y fácil de comprender por las audiencias, se enfoca más en los públicos jóvenes y se compone mediante el uso de datos para explicar la actualidad y las noticias con elementos más interactivos, infografías y gráficos visualmente atractivos donde desarrolladores gráficos y periodistas trabajan en conjunto con más fuerza.

Lenguaje

El lenguaje ayuda a que los públicos formen un criterio o se identifiquen con las noticias que se publican en la web, este permite que los públicos interpreten la información de acuerdo a sus preferencias:

- 1. Lenguaje Informal:** Con la evolución del periodismo digital y la aplicación de las redes sociales, el lenguaje utilizado en los canales de comunicación se ha vuelto más informal, mediante un periodismo breve, este tipo de lenguaje se utiliza para generar cercanía con el espectador y de esta forma adquirir su confianza.
- 2. Lenguaje Especializado:** En muchos casos, el lenguaje especializado se utiliza en noticias informativas, con palabras que dependen del tema que trate, es un lenguaje que busca informar, no es informal y utiliza términos específicos.
- 3. Lenguaje Inclusivo Humanizado:** El lenguaje inclusivo es un lenguaje de respeto verbal que no se utiliza en muchas ocasiones por parte de los medios de comunicación, permite mediante la elaboración de una comunicación clara y organizada incluir a los géneros en la confección lingüística, además de presentar una recepción del lenguaje más humanizado. A la vez, incluye al respecto las libertades personales, así como el respeto a la diversidad en todas sus manifestaciones.

Search Engine Optimization (SEO)

En español se traduce como Optimización en los motores de Búsqueda. La vinculación del SEO se entiende desde dos perspectivas, los factores on-page y off-page, los primeros se centran en determinar la temática tratada que posteriormente se relaciona con las palabras que los usuarios utilizan en sus búsquedas, los segundos no dependen directamente del contenido de nuestra página sino de los enlaces de otras páginas hacia la nuestra.

Estos factores incluyen aspectos de optimización basados en la arquitectura de la información de las noticias digitales, que además requiere de dos tipos de análisis para su efectividad:

1. **Análisis de palabras clave:** El análisis de palabras clave requiere de la utilización de herramientas automatizadas disponibles en la web para buscar aquellas palabras que más se adecuan con las búsquedas de los usuarios; sin embargo, estas se sitúan en el contenido que engloban los sitios web, en el caso de los medios de comunicación digitales, las palabras clave deben tener un planeamiento más riguroso debido a la gran cantidad de información que comprenden los portales de noticias.
2. **Análisis de audiencias:** Analizar los públicos es otro complemento importante que deben llevar a cabo los medios de comunicación debido a que de esta forma pueden estudiar el comportamiento de sus usuarios y estudiar quiénes son, cuáles son sus preferencias, sus edades, sus necesidades. La analítica se realiza por medio de sistemas automatizados que permiten generar métricas que podrán ser interpretadas por un especialista.

Estructura SEO

Es importante generar una planificación adecuada de la información para posicionar el contenido adecuadamente en los buscadores, debido a esto, la estructura noticiosa cambió su composición para adecuarse a un formato más especializado, ahora las noticias requieren procesos que involucra técnicas que van más allá del periodismo:

1. **El url de la noticia:** En el url de la noticia es preferible utilizar enlaces cortos y fácilmente manejables, de forma que el usuario pueda identificarlos correctamente.
2. **El Pre título:** Es necesario utilizar un pre título solo si es fundamental para ampliar la información de la nota, en todo caso en cuanto a optimización deja de ser importante, pero esto no quiere decir que es necesario suprimirlo en todos los casos o noticias.
3. **El Título:** Los titulares no pueden ser muy largos, pero deben ser robustos en palabras clave, es decir, es importante utilizar términos relacionados con la palabra clave en el cuerpo y en los titulares de la entrada para apoyar la fortaleza de las mismas.
4. **La Bajada:** Al igual que los pre títulos en términos de optimización las bajadas no son necesarias, pero siguen siendo importantes para ampliar la información en los apartados noticiosos.

5. **La Entrada o Lead:** La entrada sí importa y mucho, el lead o entradilla es un elemento esencial de la noticia periodística. Google otorga un valor especial a las palabras que aparecen en este apartado, es importante incluir palabras clave en este primer párrafo.
6. **El Pie de foto:** Google se fija especialmente en las palabras contenidas en el título del archivo de la imagen, en el pie de foto y en la etiqueta <alt> para posicionar el contenido.
7. **El Cuerpo de la noticia:** Es muy aconsejable repetir las palabras clave y estar estratégicamente distribuidas por todo el contenido, pero siempre de una forma natural, es decir, sin repetir esas palabras clave de una forma carente de sentido, lo que podría considerarse como una sobre optimización del contenido y ser penalizado por Google.
8. **Elementos en negrita:** Google premia muchas veces los elementos que están marcados en negrita mediante la etiqueta de HTML ; sin embargo, la sobre optimización puede penalizar el sitio web.

Reglamento de acciones que no se deben realizar:

1. **Brindarle más énfasis a Google que al usuario:** Puede parecer muy riguroso utilizar pocos sinónimos y muchas palabras clave para posicionarse correctamente en la web, pero esto puede perjudicar la calidad de la información desde la perspectiva del usuario.
2. **Suprimir todos los elementos que no brinden posicionamiento:** No incluir pre títulos y bajadas en las noticias puede ser un aspecto positivo para el SEO debido a que no son necesarios, pero su utilización a nivel periodístico sigue siendo importante, es fundamental utilizarlos en las noticias para ampliar la información.
3. **Sobre optimizar:** En muchos casos, colocar muchas palabras en negrita y pocos sinónimos puede provocar que Google penalice el sitio ya el buscador reconoce que se está realizando contenido solamente con este fin.

Herramientas Digitales

Las herramientas digitales son importantes para optimizar el flujo de trabajo del periodismo y permiten agilizar la forma en que realizan sus estrategias con los contenidos que confeccionan

en las noticias, a continuación, se realizarán algunas recomendaciones que podrían utilizar los periodistas o medios de comunicación que deseen incursionar en el periodismo digital:

La analítica Web es importante para conocer los espacios a los que se dirige el medio de comunicación para conocer sus públicos, las siguientes son las herramientas más utilizadas:

1. **Google Analytics:** Por excelencia es la mejor herramienta y la más utilizada para realizar analítica web, permite muchas opciones para conocer al público meta, pero aún así es limitada en cuanto a profundidad de análisis.

Sitio web: <https://www.google.com/analytics/>

2. **Mixpanel:** Es un avanzado servicio de análisis que ayuda a mejorar las aplicaciones web y móviles mediante el seguimiento de cómo los usuarios interactúan y se relacionan con estos.

Sitio web: <https://mixpanel.com/>

3. **Crazy Egg:** Brinda un mapa de calor sobre informes de desplazamiento, es decir, se puede obtener una comprensión de cómo sus visitantes interactúan con su sitio web y a dónde le dan clic.

Sitio web: <https://www.crazyegg.com/>

Es importante realizar una **búsqueda de las palabras clave** necesarias para posicionar mejor los contenidos, las siguientes son las que más utilizan los expertos en este campo:

1. **Google Keyword Planner:** Esta herramienta permite planear ideas para conocer cuáles palabras utilizar para los contenidos que se confeccionan.

Sitio web: <https://adwords.google.com/KeywordPlanner?hl=es>

2. **SEMRUSH:** Es una de las mejores herramientas para realizar un análisis de las palabras clave utilizadas por los competidores. En este caso, es muy importante delimitar perfectamente cuál es la competencia SEO y disponer de herramientas de análisis.

Sitio web: <https://www.semrush.com/>

3. **Moz:** Permite consultar las clasificaciones más altas para las palabras clave, a la vez, brinda un panel visual que muestra cómo se visualiza su sitio para los buscadores, redes sociales y enlaces.

Sitio web: <https://moz.com/>

CMS son las siglas de Content Management System, es un sistema de gestión de contenidos. Un CMS es un programa desarrollado para que cualquier usuario pueda administrar y gestionar contenidos de una web con facilidad.

Es importante realizar las recomendaciones óptimas que permitan al periodista o medio de comunicación digital generar su contenido o comprender cuáles son las tecnologías que utilizan los medios de comunicación en el mundo:

- 4. Arc Publishing:** Inicialmente construido para The Washington Post, Arc es un moderno sistema editorial diseñado para satisfacer las necesidades de las editoriales más grandes del mundo.

Sitio web: <https://www.arcpublishing.com/>

- 5. Saxotech:** Es un CMS dedicado a colaborar con las empresas de medios de comunicación a abordar los comportamientos cambiantes de los consumidores; lo utilizan los medios estadounidenses New York Times y Washington Times.

Sitio web: <http://saxotechonline.com/>

- 6. Xalok:** Es considerado como El principal CMS para los medios en todo América Latina, lo utiliza Clarín, El País, La Nación, El Financiero, El Tiempo, entre otros.

Sitio web: <http://www.xalok.com/>

- 7. Drupal:** Respecto a los periódicos o revistas, Drupal es el software más popular utilizado en la industria. Es utilizado por multinacionales, organizaciones gubernamentales, así como en instituciones educativas para sus trabajos de publicación

Sitio web: <https://www.drupal.org>

- 8. WordPress:** Numerosos estudiosos posicionan a wordpress.org como el CMS más utilizado. De acuerdo al sitio web W3Techs, que se encarga de proporcionar información sobre el uso de varios tipos de tecnologías en la web, WordPress comprende un 58.7% de todos los CMS en la web. Esto es 25.0% de todos los sitios web.

Sitio web: <https://www.wordpress.org>

Conclusión

La presente propuesta es una base para que todos aquellos profesionales en comunicación digital puedan crear su propio contenido e incluso medio de comunicación con la utilización de las herramientas y capacidades recomendadas en este manual, tomando en cuenta las prácticas periodísticas y la optimización que necesita la información para conseguir un mejor impacto en las experiencias de los usuarios.

Referencias

- Alexa Ranking (2017). CRHoy.com Traffic, Demographics and Competitors - Alexa [Online]. Recuperado el 1 de febrero de 2017 de <http://www.alexa.com/siteinfo/CRHoy.com>
- Barrantes, R. (2000). Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. San José, Costa Rica: EUNED.
- Barrantes, R. (2014). Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. San José, Costa Rica: EUNED.
- Barrantes, V. (2010). Periodismo interactivo y participación ciudadana: motivaciones de los usuarios de periódicos en línea costarricenses [Archivo PDF]. Heredia, Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica. Recuperado el 1 de febrero de 2017 de www.eccc.ucr.ac.cr/recursos/docs/jornadas_2011/Victor_Barrantes.pdf
- Barrantes, V. (2017). Entrevista de profundidad, 7 de junio de 2017. Heredia, Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica.
- Bermúdez, K. (2017). Entrevista de profundidad, 5 de junio de 2017. San José, Costa Rica: La Nación.
- Briggs, M. (2007). Una guía de alfabetización digital [Archivo PDF]. Texas, Estados Unidos: Universidad de Texas. Recuperado el 18 de marzo del 2017 de https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf
- Cambronero, C. (2017). Entrevista de profundidad, 20 de junio de 2017. San José, Costa Rica: Big Web Noise S.A.

- Camus, C. (2002). El rol del Periodista en la era Internet [Archivo PDF] Chile: Universidad de Chile Instituto de Comunicación e Imagen. Recuperado el 27 de febrero de 2017 de http://www.usando.info/docs/ensayo_pedal.pdf.
- Canga, L. (2000). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión [Online]. España: Universidad del País Vasco. Recuperado el 27 de febrero de 2017 de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/perioI/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm
- Carrillo, I. (2015). El papel del periodista en la era internet. México: Universidad de Guadalajara.
- Castillo, D. (2017). Entrevista de profundidad, 9 de junio de 2017. San José, Costa Rica: Universidad Internacional de las Américas.
- Colussi, J. (2015). De la columna a la información corta móvil: análisis de los géneros periodísticos en los j-blogs políticos de Brasil y España. Ecuador: CIESPAL.
- Cordero, C. (2017). Entrevista de profundidad, 6 de junio de 2017. San José, Costa Rica: El Financiero.
- CRHOY (2017). *MediaKit* de mayo de 2017 [Archivo PDF]. San José, Costa Rica: CRHoy. Recuperado el 2 de mayo de 2017 de <http://pull.crhoy.net/crhoy.com-mediakit.pdf>
- CRHOY (2017). Últimas noticias [Online]. San José, Costa Rica: CRHoy. Recuperado el 31 de mayo de 2017 de <https://www.crhoy.com/site/dist/ultimas.html>
- Durán, K. (2011). Incidencia del periódico digital en el futuro del periódico impreso: la nación. Seminario de Graduación para optar por el título de bachillerato en periodismo (Tesis de Bachillerato). San José, Costa Rica: Universidad Internacional de las Américas.

- Evoca (2012). Cuaderno de Comunicación: Los riesgos del periodismo en tiempos de redes. Madrid, España: Evoca Comunicación e Imagen
- Fernández, G. (2017). Entrevista de profundidad, 20 de junio de 2017. San José, Costa Rica: Universidad Internacional de las Américas.
- Fonseca, P. (2017). Entrevista de profundidad, 12 de junio de 2017. San José, Costa Rica: La Nación.
- Grupo Banco Mundial. (2016). Índice de Oportunidades Humanas en América Latina y El Caribe 2016 (IOH) [Archivo PDF]. Washington, DC: Banco Mundial. Recuperado el 25 de mayo de 2017 de <http://documents.worldbank.org/curated/en/239931476729953435/pdf/109075-REVISED-SPANISH-PUBLIC-ACS.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación VI Edición. México: Editorial McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación V Edición. México: Editorial McGraw Hill.
- Madrigal, L. (2017). Entrevista de profundidad, 01 de junio de 2017. San José, Costa Rica: El Mundo CR.
- Martínez, R (2012). Periodismo en la era digital. México: Revista Mexicana de Comunicación [Archivo PDF]. Recuperado el 28 de febrero de 2017 de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/read-offline/10501/periodismo-en-la-era-digital.pdf>

- Navarro, L. (2000). El periódico online [Archivo PDF]. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 1 de febrero de 2017 de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0000110273A/12946>
- Navarro, L. (2012). Tiempo de ciber géneros periodísticos [Archivo PDF]. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 1 de febrero de 2017 de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/10/31/tiempo-de-cibergenros-periodisticos/>
- Nielsen, J. (2000). *Designing Web Usability: The practice of simplicity*. Indianápolis, Estados Unidos: Editorial *New Readers*.
- Pérez, G. (2006). El determinismo tecnológico: una política de Estado. *Revista Digital Universitaria* [Archivo PDF]. México: Universidad Nacional de México. Recuperado el 26 de febrero de http://www.revista.unam.mx/vol.7/num10/art87/oct_art87.pdf
- Pérez, J.M. y Tejedor, S. (2014). *Escribir para la red*. Barcelona: Gabinete de Comunicación y Educación. España: Universidad Autónoma de Barcelona [Archivo PDF]. Recuperado el 7 de junio de http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Libro_Escribir_para_la_Red_0.pdf
- Raimondo, N. (2012). *La prensa Online y su público*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Teseo.
- Rich, C. (1998). *Creating Online Media. A Guide to Research Writing and Design on the Internet*. Boston: Editorial McGraw Hill.
- Rodríguez, E. (2008). "Ciudadanos, no periodistas." España: IX Congreso de Periodismo Digital.
- Rojas, L. y Eugenia, M. (2015). *Guía de uso del lenguaje inclusivo de género en el marco del habla culta costarricense*. Heredia, Costa Rica: Instituto de Estudios de la Mujer.

- Rost, A. (2006). La Interactividad en el periodismo digital [Archivo PDF]. España: Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado el 1 de febrero de 2017 de <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-1123106-104448/ar1de1.pdf>
- Ruiz, R. (2006). Historia y evolución del pensamiento científico [Archivo PDF]. México: Editorial Grupo Patria Cultural. Recuperado el día 11 de marzo de 2017 de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/257.zip>
- Salaverría, R. (2005). Redacción periodística en internet. España: Universidad de Navarra.
- Salaverría, R. (2014). Salaverria.es 300 y 10 páginas sobre escribir en la red [Online]. Recuperado el día 11 de mayo de 2017 de <http://www.salaverria.es/blog/2014/11/27/300-paginas-y-diez-ideas-sobre-escribir-para-la-red/>
- Salaverría, R. (2016). Ciberperiodismo en Iberoamérica. España: Editorial Ariel.
- SurveyMonkey (2017). Sondeo de opinión titulado “Análisis de la inmediatez en la confección de las noticias nacionales de crhoy.com.” San José, Costa Rica: SurveyMonkey.com.
- Van Dick, T. (1990). La noticia como discurso. Compresión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós [Archivo PDF]. Recuperado el día 11 de mayo de 2017 de <https://linguistica2013.files.wordpress.com/2013/11/van-dijk-teun-la-noticia-como-discurso.pdf>
- Vargas, J. (2014). Las redes sociales fuente generadora de noticias: caso CRHoy. Seminario de Graduación para optar por el título de bachillerato en periodismo (Tesis de Bachillerato). San José, Costa Rica: Universidad Internacional de las Américas.
- Vico, A. (2011). La Teoría de la Información ante las nuevas tecnologías de la comunicación. España: Universidad Complutense de Madrid.

APÉNDICES

Entrevistas de profundidad

Apéndice 1: Entrevista con Kattia Bermúdez

Preguntas:

Desde su experiencia en medios digitales ¿Cuál es el impacto que puede tener la inmediatez de la divulgación de noticias en las publicaciones?

¿Considera que las universidades o los mismos periodistas deben prepararse más para laborar en medios digitales?

¿Es necesario un manual de estilo en un medio digital?

¿Qué aspectos importantes debería presentar un manual enfocado en el periodismo digital?

Respuestas:

Desde su experiencia en medios digitales ¿Cuál es el impacto que puede tener la inmediatez de la divulgación de noticias en las publicaciones?

No creo que la inmediatez haya venido a dañar el periodismo, yo no soy tan absoluta, si estoy consciente que hay medios que publican lo que sea incluso hasta mentiras o se crean medios, disque medios entre comillas y todo responde a una razón o modelo de negocio, o sea mi modelo de negocio es generar la mayor cantidad de clics para generar impresiones para ganar publicidad, entonces que contenido tengo que hacer la mayor cantidad de notas posibles obviamente la mayor cantidad de notas cortas y poco profundas, y hay otro modelo negocio de suscripción donde yo necesito fidelizar a la audiencia con contenido de calidad, con contenido más profundo porque necesito retener a esa persona en esa historia entonces tengo que innovar, tengo que ofrecer otro tipo de cosas tengo que ofrecer mucha perspectiva y profundizar entonces quizá produzco menos pero lo que produzco calza con lo que alguien quiere.

¿Considera que las universidades o los mismos periodistas deben prepararse más para laborar en medios digitales?

Si claro, hay que formarse bastante, primero hay que formarse de forma muy sólida como periodista, o sea entender muy bien de qué se trata esto, y también saber escribir bien, y ya una vez que usted ha practicado bien la técnica y entiende bien la parte ética sobre todo pues ahora lo que le toca es leer mucho y seguir leyendo mucho, y sobre todo observar a la gente. Es importante ser muy curioso en sentido de contar historias de forma diferente aprovechando los elementos interactivos, redes sociales, realidad aumentada, contándolo de forma distinta y entonces hay que leer para aprender. Cada herramienta nueva que sale usted está obligado a probarla, usted está obligado a tener un buen celular actualmente. Es bueno siempre experimentar y aprender bien el método científico, sin dejarlo de lado. Se deben aprender otras habilidades desde el punto de vista estadístico, aprender muy bien cómo se entienden los números y la visualización de esos números, cómo darle a entender a las personas sobre esa base de datos y luego viene la socialización de todo esto simplificando todo para ser entendido por los demás. Puedo tener una visualización muy buena, pero si el contenido es pobre, es pobre el trabajo en total.

¿Es necesario un manual de estilo en un medio digital?

Siempre es bueno tener un manual de estilo no muchos medios lo tienen, pero por lo menos es importante tener procesos bien definidos y reglas claras. Antes el manual de estilo consistía más en redacción, y eso está bien, pero muchos medios lo han abandonado porque implica una persona más filóloga que antes los medios siempre tenían, sin embargo, han prescindido de esa figura, lo que si han reforzado son los editores que viene a jugar un papel mucho más importante en este caso, porque son los que tienen que velar por esa curación de contenido y no solamente por la selección del tema sino por la presentación del tema. Entonces con que haya procesos claros es importante. Yo creo que más que el manual de estilo creo que cualquier medio tiene que saber muy claro su objetivo, qué es exactamente lo que deseo hacer, a qué audiencia quiero llegar y cuál va a ser mi modelo de negocio.

¿Qué aspectos importantes debería presentar un manual enfocado en el periodismo digital?

Hay que hacer un buen análisis de competencia, de mercado, ver cuál es la propuesta de valor que va a generar, cuál es la necesidad que va a resolver y cómo lo va a lograr, y luego tener muy claro todas las acciones, tácticas y demás para llevarlo a cabo, ya teniendo muy claro cuál es esa propuesta de valor entonces defino los perfiles que tengo que trabajar. Hay que establecer los procesos, dentro de estos se pueden definir cuáles son las fuentes recomendables, cuál es el protocolo para el uso de redes sociales, cuál es el protocolo para las investigaciones, para el monitoreo en internet y luego viene la parte de tecnología, donde veo qué tipo de tecnologías utilizar para que la gente se apoye y pueda trabajar. Eso es lo que hay que tener muy claro, estrategia, personas, procesos y tecnología.

Apéndice 2: Entrevista con David Castillo

Preguntas:

- ¿Pueden los hipervínculos brindar una mayor profundidad de la noticia?
- ¿Qué ocurre en el caso de que se utilicen demasiados hipervínculos en una sola noticia?
- ¿En el caso de la realización de infografías qué método investigativo utilizan los periodistas?
- ¿En el caso de un dato erróneo en la nota que debe hacer el periodista?
- ¿El lector ahora por la interactividad está más involucrado en la confección de la noticia?
- ¿Es importante que los mismos periodistas respondan a las noticias?
- ¿Es necesario un manual de estilo digital?

Respuestas:

¿Pueden los hipervínculos brindar una mayor profundidad de la noticia?

Completamente, por un asunto de SEO (Search Engine Optimization) primero se visualiza mejor, es decir Google te premia cuando pones hipervínculos porque te ubica con una mejor posición en los buscadores y también permite que la información sea más amplia, entonces uno realmente tiene que pensar en el lector, no solamente pensar a nivel periodístico.

¿Qué ocurre en el caso de que se utilicen demasiados hipervínculos en una sola noticia?

No es un aspecto negativo, pero lo importante es utilizar los hipervínculos correctos y no solo usar los propios porque por un asunto de SEO, también es importante usar algunos externos porque entonces eso va a hacer que se visualice mejor en los buscadores.

¿En el caso de la realización de infografías qué método investigativo utilizan los periodistas?

La infografía tiene sus elementos, o sea por ejemplo las imágenes tienen que comunicar por si solos, el texto debe ser bastante claro por medio de un especialista en infografía. También existen herramientas donde se puede realizar una infografía en internet, aunque no va a quedar de la mejor manera, pero son muy útiles, lo ideal sería aprovechar el especialista en eso para que el mismo haga una infografía con un valor agregado.

¿En el caso de un dato erróneo en la nota que debe hacer el periodista?

Se corrige y tiene que decirlo, debe haber una nota aclaratoria, no se puede corregir y hacer como que no ocurrió nada, porque es posible que alguien regrese y verifique y se dé cuenta de que había un error y lo cambiaron, eso es una gran falta de ética, el periodista debe reconocer su error y corregirlo, la ventaja de la web es que uno puede rectificar, es la misma fe de erratas de los medios tradicionales.

¿El lector ahora por la interactividad está más involucrado en la confección de la noticia?

Está más involucrado, pero no se debe confundir con periodismo ciudadano porque esta es hecha por los mismos periodistas, que se reciba información externa para saber qué aspectos mejor entonces si es importante, quién es más importante que el lector. Entonces ese comentario que realizó el lector le permite crear un comentario para confección un aspecto de la noticia, entonces

nos damos cuenta de que esto es multidireccionalidad en los medios de comunicación, porque realmente dejaron de ser receptores pasivos y más bien emisores de la información.

¿Es importante que los mismos periodistas respondan a las noticias?

Como periodista lo ideal y si realmente se quiere tener una cercanía con el lector y que empiece a confiar en vos, en lo personal creo que se debería responder a todos los comentarios incluso aunque sean negativos, porque incluso te da cercanía, confianza y credibilidad, pasa como cuando manejas una red social, la gente está esperando eso si estás comentando una nota que tienen 100 o 200 mil comentarios, por lo menos es importante responder lo más importante o agruparlos por eje temáticos. Hay que enfrentar a la persona porque la persona en muchas ocasiones también puede ser ignorante y simplemente lo está haciendo por una pasión entonces realmente para que se dé cuenta que el periodista no está fallando que se está diciendo la verdad y que realmente tiene conocimiento de eso

¿Es necesario un manual de estilo digital?

Completamente, es necesario, porque una mala información rarísima, por un lado, está la información irrelevante y por otro lado podrían publicar cualquier cosa y por eso es importante un manual de estilo. Creo que sería vital precisamente hablar de estas habilidades técnicas, que el periodista realmente conozca de web, entonces en un manual de estilo creo que incluso debería venir ciertas habilidades como un manual de manejo de redes sociales, porque simplemente creo que porque es mi Twitter personal o porque es mi Facebook personal, puedo actuar como yo quiera y no necesariamente es así, o sea también uno corresponde a un medio de comunicación, entonces incluso es importante poner hasta cómo debería actuar en momentos en donde incluso me están insultando en mi Twitter personal, las habilidades técnicas son básicas desde un manejo de edición básico de vídeo o de uso del teléfono para tomar una fotografía. Un manual de estilo sería bastante completo porque no es solamente fundamental la parte romántica del periodismo, sino también la parte técnica y más sobre el periodismo digital donde hay muy poca gente que tiene ese conocimiento técnico.

Apéndice 3: Entrevista con Pablo Fonseca

Preguntas:

¿Existe un procedimiento que realiza entre el editor web y SEO para efectuar la redacción para web?

¿Cuáles son los aspectos más importantes en la arquitectura de la información en los medios digitales?

¿Cómo deben ser los títulos en este caso?

¿Las palabras clave tienen a repetirse constantemente en las noticias digitales?

¿Si las palabras claves se repiten excesivamente pueden provocar algún problema?

¿Siguen siendo importantes los subtítulos o las bajadas?

¿Siguen siendo importantes las 5 W en las noticias?

¿Los hipervínculos tienen una estructura óptima para posicionarse en la información?

¿Cuántos se considera un exceso de hipervínculos?

¿Es importante que se realice un manual de estilo con elementos SEO?

Respuestas:

¿Existe un procedimiento que realiza entre el editor web y SEO para efectuar la redacción para web?

No, puede ser que las notas se publiquen sin optimizarse y es ahí donde entro yo para cambiar un url o un tema, un pie de foto o un título para mejorar la optimización, entonces, los periodistas tienen conciencia, pero es imposible que todo el material pase por mí porque estamos hablando de 150 urls por día entre 5 de la mañana a 11 de la noche. Yo lo que veo principalmente son las grandes tendencias y los temas, y yo me fijo que ese contenido definitivamente esté optimizado y además en algún momento ahora el resto de editores digitales que ahora tienen un conocimiento y más conciencia sobre la redacción de noticias digitales ya deben saber cómo titular correctamente, pero el que más se involucra con cambios de url soy yo, porque ellos no lo hacen tanto como yo.

¿Cuáles son los aspectos más importantes en la arquitectura de la información en los medios digitales?

En primer lugar, nosotros le brindamos mucha atención al título, al url, al pie de foto, al primer párrafo o al resumen que tengo dependiendo al CMS (Sistema de Gestor de Contenido) que se esté usando, en segundo lugar, los hipervínculos externos e internos, pero ya eso es otro nivel, si uno quiere asegurarse que una nota de La Nación se posicione correctamente en los buscadores, se brinda mucho énfasis al título, entrada, pie de foto y url.

¿Cómo deben ser los títulos en este caso?

Los títulos deben ser más robustos, deben presentar más información, con más palabras claves y tiene que ver con el proceso también, porque hasta hace relativamente poco tiempo era una plantilla que yo tenía en papel con un título y yo le creaba un título url que era una ampliación de ese título en papel, ahora se escribe en la plantilla web entonces eso hace que el periodista no tenga una caja donde se les limitaba visualmente a los periodistas y escriben lo que considera lo que se debe escribir, lo cual brinda el problema de que en alguna ocasión el título es muy grande, entonces hay que cortarlo, pasaba un poco al inicio pero ya luego entendiera que no se tenía que poner todo el mismo título y se trata de una especie de balance, a veces llegaban títulos que parecían el papel párrafo de la noticia, pero eso ya no se da.

¿Las palabras clave tienen a repetirse constantemente en las noticias digitales?

Si claro, pasaba al principio que los periodistas me comentaban que por ejemplo las notas tenían la palabra del presidente Luis Guillermo Solís varias veces, entonces yo les decía que entendía el punto de que se repetía constantemente pero en la web la información la información está desagregada, o sea uno lo que ve son noticias individuales, si uno está en redes sociales inclusive lo que ve es una de esas noticias si es que llega acaso a ver una, no ve las cuatro juntas, o sea dentro de 10 minutos o media hora ya la nota de Luis Guillermo Solís va a estar más abajo, otra desaparece

y viene otra sobre Keylor Navas, entonces eso llegar un momento donde hay 7 notas que empiezan por Luis Guillermo Solís y 7 por Keylor Navas, 7 empiezan con Bancrédito y ellos buscan sinónimos porque está acostumbrados a buscar sinónimos porque en el texto no pueden estar poniendo lo mismo, por una cuestión de estilo, pero también hay que aprender, tuvimos que aprender que en la web todo es completamente diferente, yo puedo cambiar el título con presidente o mandatario, pero está mal, el título del artículo debe decir Luis Guillermo Solís.

¿Si las palabras claves se repiten excesivamente pueden provocar algún problema?

Por ejemplo el algoritmo de Google puede interpretar que puedo hacer trampa, pero el mismo se puede dar cuenta de que es un sitio web viejo y además es un sitio de noticias, entonces no va a sancionarlo porque Luis Guillermo Solís empiece en cada uno de los nueve párrafos de la nota, pero a nivel de estilo no tiene sentido que yo empiece con Luis Guillermo Solís en todos los nueve párrafos y que nunca utilice presidente o mandatario, entonces es importante la optimización pero a la gente se le puede hacer también pesado escribir de esa manera, digamos que si yo empiezo a poner Luis Guillermo Solís lo hago más pesado para el usuario pero mejor para optimizar el sitio web, entonces el usuario empieza a desconfiar del medio por su forma de escribir por no utilizar sinónimos, en el manual que tenemos hay una regla muy clara, y es que si hay que elegir entre optimización y que lo entienda el ser humano escogemos que lo entienda el ser humano. Debe haber un equilibrio.

¿Siguen siendo importantes los subtítulos o las bajadas?

A nivel de optimización no porque eso no lo toma en cuenta Google, a nivel de estilo web nosotros borramos las bajadas porque eso una herencia del papel, a mí me interesa que cuando la gente vea un título que dice que Luis Guillermo Solís le pidió la renuncia al ministro del MOPT (Ministerio de Obras Públicas y Transportes) y le pongo dos bajadas con una parte de la información y un pretítulo con otra parte de la información en esas tres oraciones la gente ya quedó perfectamente informada, ¿qué es lo que pasa en el papel? yo veo dos bajadas, un pretítulo y un pie de foto, y ya le di vuelta a la página o la empecé a leer porque realmente me interesa, en la web me interesa que la persona le de click a esto porque lo vio en las redes sociales o en el mismo buscador, que entre a leer los

párrafos pero también a otros elementos de la noticia, como hipervínculos, videos, fotos entre otros. Si se me queda con el encabezado y hace *scroll* y ve mucha información bien resumida en el encabezado, no me sirve, como periodista que la gente se me quede sólo con un encabezado. Las bajadas no optimizan nada y a nivel de curaduría digital yo las eliminaría de todo y no todos lo hacen porque es una herencia del papel.

¿Siguen siendo importantes las 5 W en las noticias?

No necesariamente, a nivel de optimización debería tener las palabras claves, pero ahora no es indispensable empezar así a menos de que sea una noticia con mucha controversia, pero no es indispensable que estén las 5 W en el primer párrafo, o sea depende mucho del tipo de la información que se está dando. En Sucesos, por ejemplo, es donde más pasa que si es más clásico la práctica o en noticias internacionales de última hora, en algunas de deportes de última hora también. Si se sigue dando, pero no luchamos en el medio porque estén las 5 W en el primer párrafo.

¿Los hipervínculos tienen una estructura óptima para posicionarse en la información?

Si claro, eso cuesta un poco más, más que poner el texto en el hipervínculo en sí nos acostumbramos a cortar el texto y poner "lea más" en mayúscula. Esa lea grande con el hipervínculo ahí me brinda más tráfico que un hipervínculo que meta el texto, entonces en nuestras notas, usted no va a encontrar que en los hipervínculos dentro del párrafo anterior si no que va a encontrar el hipervínculo en una "lea", hay notas que presentan mucha "lea." Esto crea mejor visitación, le da más claridad al lector.

¿Cuántos se considera un exceso de hipervínculos?

Probablemente más de cuatro en una noticia, incluso en una noticia muy grande más de cuatro es mucho, y en una nota pequeña de 3 o 4 párrafos 1 o 2 hipervínculos, pero igual aquí (La Nación) las notas no se quedan de tres párrafos, tres es sólo el comienzo de la noticia, entonces va a tener así para una nota muy básica 4 o 5 párrafos, entonces hay unos dos "leas" están bien.

¿Es importante que se realice un manual de estilo con elementos SEO?

Se podría hacer uno general donde se podrían involucrar las diferentes formas de tráfico, redes, buscadores y manejo de boletines, lo cual es un poco directo, pero resulta una estrategia directa para obtener visitación. Yo considero que, si es importante tener una guía para que todo mundo tenga claro, por ejemplo, lo que se espera a la hora de un posteo en redes sociales, cuál es el objetivo y un manual SEO de cada uno de los medios de cómo lo van a manejar porque cada medio, dependiendo de CMS (Sistema de Gestión de Contenido) algunos les funciona más una cosa a otros otra, cada CMS es diferente, entonces aquí hay una cuestión que se llama etiquetas o *keywords* y se manejan de cierta manera, todo depende del CMS, este los objetivos de redes sociales de cada medio probablemente sean diferentes, aquí incluso no son los mismos objetivos de la teja en redes sociales que en La Nación en redes sociales, entonces las personas que están a cargo de eso lo entienden, saben cuál es el estilo, entonces para mí si es importante que exista una guía o un manual que le permita incluso a las personas nuevas que llegan para trabajar con la empresa en el ámbito digital que estén informadas sobre la gran estrategia y por ejemplo para que una persona se pule más en optimización es importante decirle lo que debe leer para que tenga claro cómo posicionar por ejemplo los temas económicos de El Financiero. Actualmente recomiendo dos CMS, uno se llama Xalok y el otro se llama Arc, Xalok es muy bueno porque permite cambiar el url, mientras Arc es más complicado en este sentido, pero es más rápido.

Apéndice 4: Entrevista con Cristian Cambrero

Preguntas:

¿Cuáles podrían ser los errores más marcados del periodismo digital en cuanto al tratamiento de la información?

¿Existe un equilibrio entre las técnicas periodísticas correctas y las técnicas SEO que se utilizan para tratar de generar audiencias?

¿Cuántas palabras clave son necesarias para generar una noticia óptima para web?

¿Ha cambiado el lenguaje que se utiliza en los medios digitales?

¿Es importante un manual de estilo con un enfoque hacia el periodismo digital?

Respuestas:

¿Cuáles podrían ser los errores más marcados del periodismo digital en cuanto al tratamiento de la información?

Yo creo que la práctica tradicional sigue estando vigente, creo que por un lado está la agenda que responde estrictamente a la actualidad, es decir las cosas que pasan cuando pasan y la agenda propia que son los temas que al medio le interesa cubrir o abordar, que no necesariamente son actuales, de hecho, pueden ser inactuales, o pueden revertirse al momento de la publicación, pero no necesariamente al momento en el que se está trabajando en ellos. Entonces me parece que ese esquema sigue estando vigente, de hecho creo que un medio que es solo reactiva, es decir que solo se mese de los vientos de la actualidad, es un medio que siempre va a estar ayuno de profundidad, porque la profundidad generalmente viene dada por los trabajos que tienen un tiempo de cocción más pausado, con más investigación, y eso requiere tiempo, por eso suelen ser temas más este inactuales en el momento en que se están trabajando o que al menos no responden a la vigencia de la actualidad, entonces debe haber un sano balance, es decir, en el contexto actual de consumo de información esa respuesta de la actualidad es vital para generar tráfico digamos que después se pueda rentabilizar, pero yo estoy convencido de que el trabajo periodístico de fondo, de profundidad es lo que le brinda a un medio peso, eso lo que le brinda credibilidad a las cabeceras y es algo que han olvidado los medios digitales y que sigue siendo increíblemente valioso, la credibilidad que es un enfoque más cualitativo de la marca periodística que cuantitativo de los resultados que genera el contenido.

¿Existe un equilibrio entre las técnicas periodísticas correctas y las técnicas SEO que se utilizan para tratar de generar audiencias?

Yo creo que ningún medio debería realizar acciones solamente para generar audiencias, creo que si uno parte de ese enfoque está empezando con el pie izquierdo, hay que entender, esto le pasó a la televisión y creo que le está ocurriendo a los medios digitales que cuando un medio decide ser esclavo de los números o la analítica, sólo va a responder a la analítica y eso periodísticamente es

falaz, el trabajo periodístico no se deben a los números solamente, cumple otras funciones y esas mismas están antes que los resultados financieros aunque yo mejor que nadie entiendo que al final el periodismo debe ser un negocio sostenible, entonces mi punto es que de las funciones que debe cumplir el periodismo, generar audiencias no puede ser la primera, creo que eso es un vicio que sin duda se ha ido acrecentando en esta revolución digital, porque es muy fácil caer en la tentación de engolosinarse con la analítica y trabajar en función de eso, pero creo que es un indicador muy tramposo y como todo vicio lleva a incurrir en prácticas que son bastante poco decentes a nivel periodístico, y que si son efectivas a nivel de métricas.

¿Cuántas palabras clave son necesarias para generar una noticia óptima para web?

No debe haber un límite, pero sí creo que es una consideración indispensable, el periodismo tiene que entender que está hablando para las grandes audiencias o sea unas no humanas (buscadores) y otras humanas (lectores), los textos que se suben a la web tienen que ser digeribles, entendibles, comprensibles y tener valor para las personas que lo van a leer. Entonces cuando uno entiende eso, cuando uno redacta para los dos lectores de forma simultánea, entonces que también se enriquece mucho los textos, es decir vos entendés que hay términos que deberían estar si o si porque tienen un valor SEO, que no necesariamente lo tendría si fuera una nota para el periódico impreso. Yo no puedo escribir una nota con palabras absurdas sólo porque son efectivas a nivel de buscadores.

¿Ha cambiado el lenguaje que se utiliza en los medios digitales?

Sin duda si, hay muchas lecciones que se han aprendido en los últimos años, ha evolucionado mucho también las herramientas que hay para análisis de lecturabilidad. Al principio era muy arcaico, incluso la analítica era muy arcaica, vos no sabías cuanta gente te está visitando y de qué país provenían, hoy nosotros sabemos todo, sabemos qué porcentaje leyó una persona, sabemos qué porcentaje de texto se desplegaba en la pantalla de su móvil o de su computadora, especialmente de su teléfono móvil porque ya casi nadie lee por computadora, es decir, hay un nivel de sofisticación en el análisis del comportamiento de los usuarios sumado al conocimiento que tenemos de hábitos de lecturabilidad, de movimientos dentro de la pantalla, que eso ha impactado la forma en la que los contenidos se hacen, la forma en la que los contenidos se publican

y la forma en la que los contenidos se consumen. Lo otro que yo creo que tiene un peso importante es los hábitos de los consumidores, es decir, cuando uno hacía contenidos digitales pensando que la gente los iba a leer en la computadora de su casa, después de cenar con su familia en la noche eso tenía un tipo de abordaje pensado en esa audiencia. Hoy estamos haciendo contenidos que sabemos que probablemente la gente va a leer en su teléfono celular y que eso va a durar 15 minutos si ese es el tiempo que esa persona consume ese tipo de contenidos un día por medio y que además estamos compitiendo contra todos los videos, contra las redes sociales, es decir es una gran cantidad de vías que antes no existían y que hoy impactan la naturaleza de esos contenidos. También la segmentación de audiencias, es decir nunca va a ser lo mismo los contenidos que se generan pensando en un público adulto que en un público adulto-contemporáneo, que un veinteañero, es decir, existen hábitos de consumo de la gente joven que son impensables para un adulto y eso va ensanchando brechas que exigen especialización.

¿Es importante un manual de estilo con un enfoque hacia el periodismo digital?

Yo creo que los manuales de estilo son muy importantes, porque son de esas cosas viejas del periodismo que tienen un gran valor, especialmente porque unifican la ejecución del trabajo de todo un equipo, entonces cuando son cosas gramaticales o hasta estilístico, estéticos y editoriales. No veo por qué no un manual de estilo no sea un instrumento válido también para un medio digital que también debería cuidar aspectos estilísticos, pero también aspectos técnicos, como por ejemplo interactivos, los hipervínculos, links, el uso de palabras clave, entre otros.

Apéndice 5: Entrevista con Guillermo Fernández

Preguntas:

¿Cambian los procedimientos que realizan los periodistas en cuanto a la divulgación de contenido noticioso?

¿Esto es debido a segmentación de los públicos meta de los medios digitales?

¿Qué recomendaciones brindaría usted para brindar un mejor equilibrio entre la información digital y las técnicas que se utilizan para generar audiencias?

Entonces, si se hiciese un manual de estilo para medios digitales, de acuerdo con su valiosa experiencia, ¿qué recomendaría incluir.

Respuestas:

¿Cambian los procedimientos que realizan los periodistas en cuanto a la divulgación de contenido noticioso?

Los mismos periodistas digitales a veces quieren hacer otro tipo de periodismo o se encuentran historias que valen la pena o cosas que deben explicarse o incluso exclusivas pero que requieren hacer aunque sea una investigación mínima etcétera pero no como el asunto es la inmediatez y dice ese es nuestro estilo y por eso es que somos el número uno porque, por eso que muchos periodistas al final procuran buscar otra opción periodística, Algunos medios se les hace difícil competir en la inmediatez porque están estructurados como lo que comentaba, a producir en el impreso y es que el impreso tiene la cultura de que hasta las once de la noche tengo tiempo porque el periódico sale mañana, entonces yo puedo durar media hora o una hora o pasar todo el día disque reportando y llegó a escribir las tres notas porque salen mañana y no importa como salen mañana, mañana las suben, en el digital exclusivamente es más rápido y más fácil establecer la cultura de la inmediatez, porque no se está preocupado por el impreso, es parte de la ventaja que tiene un sitio que es exclusivamente digital y un sitio que tiene que responder a satisfacer dos vertientes que como le comentaba como lo del New York Times, ellos se dieron cuenta de que a pesar de que decían así lo vienen diciendo desde hace como cinco o diez años no lo hacen y es porque todo está estructurado para darle prioridad al impreso, y ya anunciaron que desde el 2020 va a ser al revés, completamente digital.

¿Esto es debido a segmentación de los públicos meta de los medios digitales?

Claro ese es otro facto, por supuesto que ahora todos los jóvenes de una u otra manera después de mucho tiempo se acostumbraron, digamos del 100% de la población juvenil el 98 se informa por el celular y del total de la población donde sumamos personas de 60 o más años hacen eso, algunos sólo se informan por internet y otros se informan por la televisión, pero la población a la que se le

puede garantizar esa mayor cantidad de *hits* y más tiempo en el sitio son básicamente las variables para la superioridad de los que dicen que somos el número uno porque tienen una mayor cantidad de *hits* y que en promedio el usuario lector no tarda 30 segundos metido o tres minutos, duró media hora y es por eso que todo ese material será producido para ese público u usuario

¿Qué recomendaciones brindaría usted para brindar un mejor equilibrio entre la información digital y las técnicas que se utilizan para generar audiencias?

No es fácil, pero lo que yo he pensado es que usted si usted le ofrece facilidad, interactividad rapidez y una serie de cosas al usuario pero con contenidos importantes, porque no hay necesidad de hacer contenidos importantes trascendentes que aporten conocimiento aburrido, y todas las herramientas para que éste logre eso precisamente el periodismo digital se lo ofrece, imágenes lo que pase con videos, galerías, por ejemplo, pensemos en cuántas formas dinámicas de galerías hay y gratuitas, y eso es rapidez e inmediatez de actividades populares. las fotografías no tienen que ser ni “escuetas”, pueden ser inteligentes que aporten conocimientos, pero sí de esta manera, el punto es que usted puede hacer algo igualmente atractivo en todo sentido para los jóvenes y rápido, que usted le brinde el poder de que ellos sean los que decidan qué ver primero si el video, la galería, infografía, pero con contenido que igualmente les resulte atractivo.

Entonces, si se hiciese un manual de estilo para medios digitales, de acuerdo con su valiosa experiencia, ¿qué recomendaría incluir?

Ese manual de estilo tiene que ver por supuesto desde la reacción, el uso del lenguaje y todo, por supuesto, pero también un manual de estilo que ponga al periodista a pensar cómo hacer algo interactivo, agradable, novedoso en cualquier momento. Le puedo decir que hace 20 años usted pensaba en un vídeo informativo y era una clásica imagen, hoy usted tiene un montón de cosas que se pueden hacer en un video, siempre breve, no hay limitación, la calidad no es sinónimo de lento, aburrido y extenso, no estoy diciendo que es fácil pero hay muchos medios que lo están logrando, los medios que precisamente, como en Estados Unidos, los grandes medios que compiten con el New York Times, son precisamente los que han logrado mayor capacidad, habilidad y creatividad para dar contenidos fuertes de peso pero más agradables más dinámico, más breves y más modernos

y más acordes con los sitios dedicados por lo que es vital en lo que se refiere a tecnología y técnicas y formas y por ejemplo la cantidad de información que existe en internet actualmente se ha visto afectada, ha cambiado la verificación de contenidos.

Apéndice 6: Entrevista con Víctor Barrantes

Preguntas:

¿Desde su perspectiva, cómo percibe usted el impacto informativo de la inmediatez en la divulgación de noticias de las publicaciones digitales?

¿Ha cambiado el lenguaje periodístico en el periodismo digital al utilizado por los medios tradicionales?

¿Cree usted que es necesario que un medio digital tenga un manual de estilo enfocado en las prácticas o incluso en los géneros digitales?

¿Qué aspectos innovadores con respecto al trato de la información y la interactividad podría tener un manual de estilo enfocado en un medio digital?

Respuestas:

¿Desde su perspectiva, cómo percibe usted el impacto informativo de la inmediatez en la divulgación de noticias de las publicaciones digitales?

Toda esa inmediatez, toda esa tecnología, nos ayuda a llegar más rápido al usuario, pero la formación profesional sigue siendo clave y no todos somos periodistas. En donde justamente se ponen en práctica o se deben tener presente cuáles son los criterios a la hora de publicar información, resulta que sí, tener el video y la exclusiva, es parte de, pero no lo único, porque la velocidad, la contratación de fuentes, la indagación, el seguimiento, todas esas cosas que son propias del periodismo son desconocidas para la mayoría de personas, entonces aquí no hay ninguna culpabilidad de nada, simplemente no tiene el ejercicio no están a tiempo completo como están los periodistas en el ejercicio de la profesión y por eso es que uno fácilmente encuentra información imprecisa, inexacta. Entonces por ejemplo las redes sociales todavía no han logrado como separar esas dos cosas. Ahora yo también y esto es una opinión que he venido sosteniendo, cuando usted le facilita las herramientas a alguien y a todo el mundo hace que aquello novedoso se

convierta en algo irrelevante, las transmisiones en vivo, cuando empezaron sí claro uno podía ver en vivo que tal vez sí lo ameritaba pero hoy día cuando la gente transmite en vivo hasta el cumpleaños que le está encantando a un niño y todo eso, hacen que pierda relevancia, entonces hace que todo aquello que nos cause gracia, que nos entretienen, es en lo que está apostando mucha gente y entonces sí hay que saber hacer esa separación, me parece el usuario la sabe hacer.

¿Ha cambiado el lenguaje periodístico en el periodismo digital al utilizado por los medios tradicionales?

Si claro, las redes sociales también nos han empujado hacia la informalidad en el lenguaje, yo creo que eso está sucediendo y uno ve constantemente las quejas de los “defensores de la lengua” y no dejan de tener razón, me parece que esa superficialidad que se ha dado tiene que ver también con las redes porque de lo que se trata es como de que el lenguaje que usamos para comunicar se parezca lo más posible al que se está usando redes sociales, entonces si, uno a veces se encuentra con titulares que en los 90 no nos hubieran dejado usar, tal vez la labor de lo que llamaban el *gatekeeper* de la información se ha perdido un poco, la figura del editor. Hay autores que venían planteando la necesidad de lo que ellos llamaban el *editor flow*, alguien que estaba en una redacción brindando fluidez y relación a las historias que los periodistas estaban enviando desde afuera, donde estuvieran, a través de teléfonos celulares eso se puede hacer y es bueno hacerlo por esa razón de cuidar la rigurosidad, cuidar el lenguaje, por cuidar formatos, pero yo entiendo también que en las carreras en que nos movemos hoy en día, eso no se hace, de hecho la tendencia es que en las conferencia de prensa uno encuentre los colegas twitteando así los 120 caracteres cada cinco minutos o menos, y eso obviamente no pasa muchas veces por una labor de edición. El editor a veces tiene acceso a la información hasta que se suba la nota.

¿Cree usted que es necesario que un medio digital tenga un manual de estilo enfocado en las prácticas o incluso en los géneros digitales?

Debería haber un criterio general, por lo menos que todos estemos hablando en un mismo idioma a la hora de comunicar ciertas reglas a seguir, no reglas pesadas, ni inflexibles, sino como cierto patrón, cierto estilo y me parece que es bueno que se respete y quiero volver a otro asunto también de la pregunta anterior, otra cosa que nos hizo obligatoriamente cambiar internet y que es lo más valioso que le ha aportado al periodismo es la ruptura de aquel esquema unidireccional de transmitir noticias, cuando internet le da la posibilidad a la gente de reaccionar sobre esas noticias y hacer comentarios, es una revolución para el periodismo enorme. Yo veo un titular de un medio y luego leo el *lead* y de inmediato me voy a los comentarios a ver cómo la gente está interpretando la

noticia, es impresionante la reconstrucción que uno puede hacer la noticia a partir de los aportes del lector, dejemos de lado los que hacen ofensas, pero hay gente que realmente se mete a la noticia, la lee y hace aportes incluso trayendo a colación antecedentes que son importantísimos en la noticia. La misma internet facilita la gente que corrobore información a ver si le están vendiendo humo y mucha gente desmiente a los medios y también a veces hay informaciones que están poco sesgadas o que tienen una intencionalidad que algún lector descubre lo hace ver ahí, es el gran aporte de internet al periodismo.

¿Qué aspectos innovadores con respecto al trato de la información y la interactividad podría tener un manual de estilo enfocado en un medio digital?

Yo insistiría mucho en la parte de redacción, por ejemplo, no utilizar frases explicativas, no utilizar un lenguaje alambicado, ese que nos gusta tanto en español, debe ser directo y conciso, hay que utilizar la fotografía que mejor comunique, no la que complazca a la fuente. Infografías con contenidos que aporten información. Una cuestión que nos ha ayudado a hacer más directos, antes usaba un concepto de redacción que era usar el inflador para hacer un reportaje y es ampliarlo, me parece que habría que tener cierta cantidad de párrafos, complementarlo con infografía, o sea ofrecerle la alternativa a la gente o la opción más bien de poder ampliar si lo desea, no obligarlo, internet le permite ejercer su libertad plena al lector y dejar que el lector sea el que decida qué contenidos y cuáles no y si me parece que un manual debería contemplar cómo ese tipo de cosas, los verbos por ejemplo en el uso del verbo y el verbo fácil y preciso. Los títulos largos no funcionan. No es llenarlo de hipervínculos, si usted menciona La Encuesta de Hogares del INEC, se vinculó la encuesta, no al INEC, el hipervínculo tiene que aportar y llevar al dato.

Análisis de Contenido durante los meses de abril y mayo de 2017

Apéndice 7: Noticias del mes de abril 2017

ESTA NOCHE SE REALIZARÁ SU REGRESO EN EL BALCÓN VERDE

Johnny Araya vuelve al PLN para meterse de lleno en la campaña política

ABRIL 06, 2017 8:11 PM | HERIBES SOLANO



• "VOY A CONTRIBUIR CON MI TRABAJO PARA HACER QUE ANTONIO ÁLVAREZ GANE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA", INDICÓ EL ALCALDE JOSEFINO



Johnny Araya envió esta mañana la carta al Partido Liberación Nacional, externando la disposición de reincorporarse a la agrupación y en la noche se hará el acto oficial de regreso.

El alcalde de San José afirmó que se meterá de lleno en la campaña de Antonio Álvarez para las elecciones de 2018.

"No hay duda que es un sentimiento de mucha emoción y alegría porque para mí es un reencuentro con un movimiento político en el que he militado por más de 30 años de mi vida y es un día y un acto realmente importante y significativo", indicó el ex candidato verdiblanco, quien tras ser sancionado por el partido, la Sala declaró inconstitucional la base jurídica de esa sanción.

Tras el triunfo de Álvarez Desanti en la convención el pasado 2 de abril, Araya tomó la decisión de regresar y asegura que trabajará abiertamente en lograr los apoyos para que el PLN vuelva al poder.

Ver más Johnny Araya prepara festejo para regresar al PLN

Araya es enfático en que su prioridad es el trabajo que desarrolla desde la alcaldía; sin embargo, será parte del equipo del candidato verdiblanco.

"Voy a contribuir con mi trabajo para hacer que Antonio Álvarez gane la presidencia de la República", aseguró.

Como ex candidato del partido en las elecciones de 2014, donde anunció su retiro un mes antes de la segunda ronda electoral, Araya será parte del directorio político de Liberación, tal y como lo dicen los estatutos.

Con Antonio Álvarez ha tenido varias reuniones para ver la ruta a seguir durante la campaña electoral; sin embargo, es claro en que no le han ofrecido ningún tipo de puesto.

Ver más Johnny Araya sin fecha definida para regresar al PLN

¿Habría con Figueres?

A Araya lo sancionaron en el PLN en la presidencia de José María Figueres, después del retiro en la campaña anterior. Por ello, el alcalde había dicho que esperaba los resultados de la convención para decidir si volvía.

Si el ganador era Figueres, era casi un hecho que no regresaría al partido.

Ahora, después de que los fuegos electorales internos ya bajaron, e incluso Álvarez Desanti aseguró que buscaría reunirse con el expresidente de la República, él no está tan seguro.

Ver más Johnny Araya: "Si Figueres es candidato, no regreso a Liberación"

¿Si don Antonio le pidiera reunirse con Figueres lo haría?

"No creo que me lo vaya a pedir, no entendería en función de qué. Eso es más responsabilidad de él hacer ese esfuerzo de unir todas las tendencias del partido", respondió.

A las 7 p.m. en el Balcón Verde se dará el acto oficial y simbólico del regreso de Johnny Araya al PLN.

TRAS DERROTA EN PRECAMPAÑA PRESIDENCIAL

Figueres busca alianzas para trabajar desde "otra trinchera"

ABRIL 8, 2017 3:53 PM | JOSUÉ ALVARADO



- EMPEZARÁ UNA GIRA NACIONAL PARA AGRADECER EL APOYO DURANTE LA PRECAMPAÑA
- ANTONIO ÁLVAREZ DESANTI LOGRÓ LA MAYORÍA DE VOTOS Y LE ROBÓ LA OPORTUNIDAD DE SER CANDIDATO PRESIDENCIAL



Reunión de esta tarde en la casa de la madre de José María Figueres, Karen Olsen (CRHoy.com).

A menos de una semana de la derrota, José María Figueres busca alianzas para gestar algunas de sus ideas desde "otra trinchera" que no sea la silla presidencial.

"Al mejor estilo de él (José María), pensando en cómo desarrolla las ideas que tiene para este país desde otras trincheras que no sea la candidatura", comentó Mario Quirós, exjefe de campaña de Figueres.

Ver más Las 4 razones por las que Figueres no es el candidato del PLN

Por ahora no hay nada fijo, comentó Quirós, pero será desde "la sociedad civil" desde donde actúe Figueres, quien el lunes pasado perdió su posibilidad de ser el candidato verdiblanco en las próximas elecciones presidenciales, en febrero del 2018.

Gira por el país

Este sábado Figueres hizo su primera actividad de "agradecimiento" a quienes lo apoyaron en la precampaña.

La actividad se realizó en la casa de su madre, Karen Olsen, de 10:00 a.m. a las 3:00 p.m. Logró reunir a unas 400 personas.

"Está tranquilo, positivo y con muchas ganas de trabajar", añadió Quirós.

Haga clic para ver más noticias sobre: Convención PLN, José María Figueres Olsen, Nacionales, Partido Liberación Nacional, PLN.

YA QUEDARON FUERA DE LA LUCHA POR EL TÍTULO DEL VERANO

Concacaf; la tabla de salvación de Alajuelense

ABRIL 13, 2017 4:39 PM | ADRIÁN MENDOZA



Manudos ganaron los últimos 12 puntos en disputa. Foto: LDA.

A pesar del repunte en las últimas jornadas, Liga Deportiva Alajuelense (LDA), ya no puede acceder a la Cuadrangular y por ende se despidió de la posibilidad de luchar por el título.

Sin embargo, los manudos tienen la oportunidad de evitar que el fracaso de este primer semestre sea mayor.

Alajuelense aún puede luchar por un boleto a la fase previa de la Concacaf Liga de Campeones, algo que tiene claro el equipo rojinegro y su técnico Benito Floro.

"Tenemos la opción de Concacaf y hay que seguirla luchando hasta el último partido. Tenemos que acabar jugando bien y ganando ante nuestra afición", afirmó Floro.

En las últimas jornadas, los erizos han mostrado una leve mejoría y esperan cerrar la fase regular del Verano con un triunfo ante la Universidad de Costa Rica (UCR).

"Si ganamos el próximo juego que viene, creo que la afición comprenderá mejor los problemas que hemos tenido y el esfuerzo que han hecho los chavales", señaló.

Para los manudos, el torneo finalizará el próximo domingo y de inmediato el equipo entrará en un periodo de evaluación de cara a la Temporada 2017-2018.

YA ASEGURARON UN BOLETO A LA FINAL DEL VERANO 2017

Saprissa entra en la carrera final por el bicampeonato

ABRIL 13, 2017 1:15 PM | ADRIÁN MENDOZA



Saprissa. Foto PMEImages

Con la victoria ante el Municipal de Pérez Zeledón, el Deportivo Saprissa amarró el liderato del Verano, se aseguró un boleto a la final y está más cerca del objetivo, ser bicampeones.

Don Carlos Watson, al inicio del Torneo habló de una carrera, donde primero debían clasificar, luego ser líderes, para luego luchar por el título.

"Hemos sufrido, nos hemos tenido que rearmar, pero nadie se queja. Logramos salir adelante, nos aseguramos la final y ganando la Cuadrangular podríamos ser directamente campeones", afirmó Carlos Watson.

Ver más ¡Noche morada! Saprissa amarró el liderato del Verano

A pesar de haber alcanzado un objetivo, el estratega tibaseño no se muestra conforme y hace un llamado para que nadie baje los brazos.

"Quede claro que no estamos conformes con lo alcanzado, hemos logrado un objetivo, no así la meta", señaló.

Saprissa llegará a la fase final del Verano en una curva ascendente de su rendimiento y espera repetir lo del Invierno 2016, donde no ocuparon jugar una final para ser campeones nacionales.

Intel confirma el despido de 68 personas de su operación en Costa Rica

ABRIL 5, 2017 7:17 PM | AGENCIA/REDACCIÓN



(Daniela Abarca/CRHOY)

La multinacional de tecnología Intel, ubicada en Belén, dio a conocer este miércoles el despido de 68 personas de su operación en el país.

La información la confirmó su agencia de comunicación, que indicó que las operaciones que realizaba ese personal se trasladarán a otro país, el cual no se especificó.

En cuanto al perfil de las personas que fueron cesadas y la fecha de su despido, tampoco dieron detalles.

Solamente indicaron que "se trata de una sección del centro de investigación y desarrollo".

En abril del año pasado, la compañía inició un proceso de despidos siguiendo el anuncio que hizo a nivel internacional.

Ver más Inician despidos en Intel Costa Rica

Y desde el 2014 había comenzado la reducción de sus operaciones a nivel local, cuando anunció el cese de unas 1500 personas.

Ver más Salida de planta de Intel provocaría graves efectos económicos

La empresa mantiene una planilla en el país de 2100 personas.

Haga clic para ver más noticias sobre: [Economía](#), [Intel](#).

Pese a crisis, Bancrédito paga las mejores dietas a directivos

ABRIL 04, 2017 12:04 AM | MICHAEL V. SOTO



- GANARON 018 MILLONES CADA UNO EN 2016
- ENTIDAD RESERVÓ 0124 MILLONES PARA PAGAR DIETAS DEL 2017



Bancrédito vive la peor crisis de su historia. Las millonarias ayudas que le dan los Bancos Estatales, el Gobierno y las tiendas de lmas no han logrado que su negocio sea rentable y sostenible.

A enero del 2017 sumaba cinco meses con pérdidas y una crisis interna se confirmó con la solicitud de renuncia que hizo el Gobierno a todos los miembros de su junta directiva el martes anterior.

Aunque su panorama es serio, es el Banco Estatal con el mayor presupuesto y gasto en pago de dietas a los miembros de su junta directiva, si se compara con los montos recibidos por el directivos del Banco Nacional, Banco de Costa Rica, Banco Hipotecario de la Vivienda y Banco Central.

Así se desprende de un informe mensual de gastos solicitado por Crhoy.com a la entidad.

Dietas millonarias

Quienes no sintieron los golpes de la crisis de Bancrédito son los miembros de su junta directiva: ellos recibieron puntualmente los pagos mensuales de sus millonarias dietas.

El informe en poder de este medio resume lo pagado entre Enero y Diciembre del 2016.

- La expresidenta de la entidad Aura Martínez Pérez, su vicepresidente Mario Castillo Baldares y los endirectores Clara Isabel Castro Castro, Hugo Genta Sánchez, Jean Oquive Pérez y Julio Sánchez Madrid recibieron entre 017,6 y 018,8 millones cada uno por dietas el año anterior.
- Otra de las endirectoras, María Araya Céspedes recibió 011,9 millones y a Ruth Montoya Rojas se le pagó 020,2 millones en el año.

El Banco en crisis distribuyó 0124,8 millones entre 8 miembros de junta directiva destituidos el año anterior. Es el presupuesto para dietas más alto del sector bancario estatal sin incluir el Banco Popular del cual no se contaban con todos los datos al cierre de edición.

Los mismos beneficios recibirán los miembros de la nueva junta directiva que inició este miércoles, ya que para el 2017 se presupuestó un monto similar a dietas, 0124,9 millones.

Ver más Gobierno nombra nueva junta directiva de Bancrédito

El banco paga dietas por 5 reuniones ordinarias al mes, más las que se definen como "extraordinarias" hasta un máximo de 8 mensuales.

El monto de estas dietas duplica las recibidas por los miembros de las juntas directivas del Banco de Costa Rica, Banco Nacional o Banco Central.

La nueva Junta Directiva General está integrada por 7 miembros, nombrados por el Consejo de Gobierno por 8 años.

Ante la consulta de este medio, Bancrédito indicó que los montos de las dietas están regulados por ley, y corresponde a 0202.980 por cada reunión. "Ninguno de los miembros de la junta recibe pagos adicionales a las dietas. Hace más de dos años no se autoriza ningún viaje para los directores o la administración como una medida de contención de gastos" explicaron vía correo electrónico.

Melissa Mora sigue en "Tu cara me suena"

ABRIL 25, 2017 5:25 PM | KATHERINE CASTRO



• SEGUÍN LA PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA



Comesista Melissa Mora

Melissa Mora seguirá siendo parte del programa "Tu cara me suena", según confirmó este martes Televisora de Costa Rica.

"Al no existir un caso contra ella, la televisora no iba a tomar ninguna medida, por lo que (ella) iba a seguir formando parte del programa", aseguró Nuria Castro, personera de Canal 7.

La televisora de La Sabana tomó la decisión de que la mujer continúe como parte del elenco del programa, luego de que Mora fuera vinculada con un allanamiento que se realizó la mañana de este martes en Alajuela por parte del Organismo de Investigación Judicial (OIJ). Las autoridades no confirmaron la presencia de Mora en el sitio ni detallaron su posible vinculación con los hechos.

Ver más (Vídeo) Así fue el allanamiento en el que vincularon a Melissa Mora

La modelo -por su parte- desmintió en todo momento que elle hubiese estado en la casa allanada por el OIJ, ubicada en El Cacao de Alajuela. En el sitio, las autoridades detuvieron a un sujeto sospechoso de varios delitos.

Mora afirma que ella estuvo hasta horas de la madrugada en una actividad en un hotel Josefino, acompañada de "David Nick" y de Yoko Gómez. Dijo que salieron de ese sitio alrededor de las 2:30 a.m. y se fueron a dormir. El allanamiento fue este martes pasadas las 5:30 a.m.

Ver más OIJ no confirma presencia de Melissa Mora en allanamiento

Parte del programa de imitación se graba los martes y ella estuvo esta misma tarde en Canal 7.

La ramonense participó en 5 galas del programa, en las cuales se ha mantenido en las últimas posiciones.

Ver más Melissa Mora desmiente que estuvo en casa allanada por OIJ

En el ojo del huracán

No es la primera vez que la joven se ve involucrada en una polémica.

En enero pasado, unas imágenes donde aparecía desnuda circularon a través de redes sociales.

Ver más Melissa Mora sobre foto íntima: "confié en una persona"

Ella aprovechó su perfil en Instagram para aclarar que una de las fotos se la confió a un hombre, pero le falló. Incluso, publicó esa misma foto en su cuenta, sin ninguna restricción.

Recientemente también dio a conocer la desaparición de un reloj fino, al parecer un conocido suyo estaría involucrado en el caso.

Memes: A Figueres le salió más caro el caldo que los huevos

ABRIL 2, 2017 3:39 PM | AGENCIA/REDACCIÓN



Las declaraciones del precandidato liberacionista José María Figueres le han costado la burla en redes sociales.

Primero dijo en un anuncio que lo han llamado "hasta hijuep...".

Ver más Rechazan denuncias contra anuncio en el que Figueres dice "hijuep..."

Y esta semana durante un debate televisivo afirmó que "Soy el que tiene los huevos para tomar las decisiones en este país".

Ver más Figueres: "Soy el que tiene los huevos para tomar las decisiones en este país"

Este par de frases le han valido muchas parodias en Internet.

Ver más Figueres: "Hay que festejar la creatividad de los memes"

Haga clic para ver más noticias sobre: Espectáculos.

Noche de Viernes Santo estuvo cargada de sucesos

ABRIL 15, 2017 8:42 AM | JOHEL SOLANO



Un hombre falleció atropellado en Circunvalación.

La noche del Viernes Santo estuvo cargada de sucesos que se registraron en el territorio nacional. En total, fallecieron 4 personas y se reportaron varios heridos.

En un incendio en el Cerro Pelado de Cañas, Guanacaste, fallecieron 2 personas que, al parecer, se encontraban acampando en el sector.

Ver más Ubican 2 cuerpos calcinados en incendio forestal en Cañas

Además, un hombre murió atropellado en la carretera de Circunvalación en las cercanías de la 15 de Setiembre.

Ver más Accidente deja un fallecido y enormes presas en Circunvalación

Por su parte, un hombre de 24 años falleció anoche producto de una intoxicación en la Zona Sur. Según las autoridades, el hecho se presentó en el sector de San Vito.

A pesar del esfuerzo de las unidades de rescate, se declaró al hombre fallecido en el lugar. También en la Zona Sur, en Osa, la Cruz Roja atendió el vuelco de un vehículo, en donde fue necesario trasladar a un paciente hasta el hospital Tomás Casas.

Además, la Cruz Roja atendió una colisión entre una motocicleta y un vehículo en Turrúcares de Alajuela. El hombre motorizado fue trasladado en condición delicada hasta el hospital San Rafael de Alajuela.

Esta mañana, en San Rafael Arriba de Desamparados, se reportó el atropello de un hombre que fue trasladado con urgencia al Hospital San Juan de Dios.

Un muerto tras balacera en bar ubicado en Cariari

ABRIL 22, 2017 4:49 PM | JOHEL SOLANO



Las autoridades nacionales reportan el fallecimiento de una persona luego de una balacera que se presentó en un bar en Cariari, Pocosí.

Según confirmó el Organismo de Investigación Judicial (OIJ), los hechos ocurrieron la tarde de este sábado. Además se reportan 2 personas heridas con arma de fuego, los cuales fueron atendidos por la Cruz Roja y trasladados a la clínica de la localidad.

Los agentes judiciales se encuentran en estos momentos en la zona realizando el levantamiento del cuerpo de la víctima. Las causas del hecho aún se encuentran en investigación.

Ver más Guerra de bandas aumenta ola de violencia en Zona Atlántica

Según trascendió, los sospechosos del crimen abandonaron uno de los vehículos en los alrededores del centro médico.

En lo que va del 2017, el OIJ ya ha investigado más de 165 homicidios en todo el territorio nacional. En la zona Atlántica, la policía judicial ha contabilizado un aumento de hechos violentos producto de la guerra de bandas.

Apéndice 8: Noticias del mes de mayo 2017

Dólar llega a los ¢600 por primera vez en ventanilla

MAYO 23, 2017 2:42 PM | JUAN PABLO ARIAS



A la 1 p.m., el Banco Lafise se convirtió esta tarde en la primera entidad en llevar el precio de venta del dólar a los ¢600, un nivel nunca antes alcanzado en el país.

Desde mediados de abril, el tipo de cambio comenzó un rally al alza que no se ha detenido. Ayer, el mercado de Monedas Extranjeras (Monex) registró una fuerte demanda de divisas que ameritó una intervención del Banco Central para evitar una depreciación mayor.



A media tarde de este martes, el tipo de cambio en el mercado mayorista ya cruzó los ¢590 y en ventanillas se cotiza en la vente dese los ¢593,5 hasta los ¢600 en los bancos.

Ver más Dólar inició la semana con fuerte tendencia al alza

De acuerdo con el Banco Central, el mercado cambiario costarricense presenta una menor disponibilidad neta de divisas desde finales de 2015, un comportamiento acentuado en el presente mes.

En un análisis de la Autoridad Monetaria, se explica que la menor disponibilidad neta de divisas, particularmente en el 2017, está asociada con mayores requerimientos para atender los flujos de comercio exterior, principalmente pagos por importación.

También se registra un incremento en la cantidad demandada de divisas generado por la dolarización reciente del ahorro financiero y el proceso de desdolarización del crédito bancario.

Haga clic para ver más noticias sobre: [Dólar](#), [Economía](#), [Tipo De Cambio](#).

COSTO PROMEDIO SERÁ DE 7 MIL COLONES

Arranca venta online de entradas para espectáculos del FIA

MAYO 20, 2017 11:19 PM | JHANNA VAZQUEZ



Los boletos para los espectáculos cerrados de la décima quinta edición del Festival Internacional de Artes (FIA 2017) ya tienen precio y están a la venta.

Este esperado evento se realizará del 29 de junio hasta el 9 de julio. La capital tendrá 27 sedes.

Ver más Así será el FIA 2017

Así las cosas, si desea reservar su espacio, visite la página www.boleteria.cr, en el sitio web encontrará el nombre de los espectáculos, los escenarios, una pequeña sinopsis de las obras y el país de origen.

Además, en las redes sociales del FIA puede seguirle el pulso o profundizar más sobre los shows que estarán en cartelera.

Entre los escenarios cerrados que ofrecerán el arte están:

- Teatro Itacional
- Teatro de la Aduana
- Teatro 1887
- Teatro Popular Melico Salazar
- Teatro de la Danza
- Casa La Alhambra
- Gráfica Génesis
- Ciudad Infantil

Las entradas tendrán un costo promedio de 7 mil colones. Argentina será el país invitado.

Haga clic para ver más noticias sobre: [Festival Internacional De Las Artes, FIA](#).

Con "planes de control" Hacienda recupera ¢13 mil millones

MAYO 22, 2017 6:48 AM | JUAN PABLO ARIAS



Como resultado de la implementación de diferentes planes de control de cumplimiento a contribuyentes, la Dirección General de Tributación recuperó durante el año pasado ¢12.970 millones por medio de actividades ejecutadas por las administraciones tributarias y la Dirección de Control Tributario Extensivo.



La estrategia incluyó el seguimiento a contribuyentes omisos (no presentan sus declaraciones) en varios impuestos, y a quienes presentaron declaraciones de renta en cero, así como control de facturación, seguimiento al pago del impuesto general sobre las ventas por espectáculos públicos, liquidación de bienes exonerados y cierre de negocios; entre otros.

El plan de control de omisos tuvo como objetivo disminuir la brecha de incumplimiento en la presentación de declaraciones de los impuestos sobre la renta, periodo 2015, y general sobre las ventas, periodos 2015 y 2016.

Se actualizó así la situación de 26 mil contribuyentes. De ellos 13.817 personas, entre físicas y jurídicas, fueron desinscritas, debido a que, pese a terminar su actividad comercial, no solicitaron su exclusión del Registro Único Tributario.

También se presentaron 8.829 declaraciones rectificativas, correspondientes a personas que habían declarado cero impuesto sobre la renta en el 2015. Como resultado de esta acción se logró corregir el comportamiento de 6.573 contribuyentes y con ello la recuperación de ¢4.900 millones.

"Un elemento fundamental para lograr esta recuperación entre quienes declaran impuesto cero, es el cruce de información suministrada por terceros en las declaraciones informativas que se presentan en noviembre de cada año, así como el cruce de información pública disponible para la Administración Tributaria", dijo Carlos Vargas, director general de Tributación.

Gracias a esto se pudo detectar compras, ventas, alquileres, intereses, y comisiones por servicios profesionales que no son declarados o que se declaran por debajo de los montos reales. También se encontró incrementos patrimoniales no justificados y personas físicas que se aplican doble tramo exento del pago del impuesto.

Según Hacienda, en este momento todas las administraciones tributarias están desarrollando los controles del 2017.

Desamparados se llena de teatro con la "Terminal del sueño"

MAYO 21, 2017 11:31 PM | JOHEL SOLANO



A partir del próximo fin de semana, los seguidores del teatro podrán disfrutar de la obra "Terminal del Sueño" en el Teatro La Villa de Desamparados.



Allí, el dramaturgo Melvin Méndez presentará una obra que reúne sentimientos como la nostalgia, sueños, pobreza y la perseverancia, al lado de 3 mujeres en distintos momentos de su vida.

"Refleja la frustración de una vida llena de sueños inconclusos y a su vez llena de una absurda poética que nos recuerda las diferencias sociales y el reflejo de una vida joven llena de un ayuno cultural, espejo de nuestra época", señalan los organizadores, los cuales detallaron que la música será totalmente en vivo, interpretada en cello y violín.

La obra se estará presentando a partir del 26 y 27 de mayo. Para las reservaciones, se pueden hacer al 8570-1092/ 8714-4038 o en la página de Facebook FaSol Producciones.

"Queremos regalarle al público la sensación de que esta terminal puede existir en la mente de cada uno de nosotros, y que de una u otra forma es un lugar que visitamos a diario", dijo Armando Solano, director de la obra.

Haga clic para ver más noticias sobre: [Espectáculos](#).

Detienen a hombre sospechoso de abusar de su hijo de 9 años

MAYO 29, 2017 9:40 AM | AGENCIA/REDACCIÓN

-
-
-
-
-
-



Imagen ilustrativa.

Las visitas de fin de semana de un niño de 9 años a su padre se convirtieron en una pesadilla. El menor, quien vive con su madre en otra casa en la localidad de San Carlos, se quedaba con su padre los fines de semana pero ayer la Fuerza Pública de La Fortuna lo detuvo, pues es sospechoso de cometer abusos contra su propio hijo.

El hombre de 35 años, además, habría intentado estrangular a su propia madre, quien presentaba evidentes señales de agresión en el cuello.

El sujeto es un costarricense de apellido Hidalgo, quien al momento de su captura portaba una dosis de aparente cocaína, según indicaron los oficiales que atendieron el caso.

Además, el hombre parecía estar en estado de ebriedad.

Lo oficiales que atendieron el caso detuvieron a Hidalgo y lo trasladaron a una celda mientras coordinaron el caso con la Fiscalía de La Fortuna de San Carlos.

Esta mañana, Hidalgo será presentado ante esa dependencia para determinar el proceso judicial al que haría frente.

Haga clic para ver más noticias sobre: [Sucesos](#).

SOSPECHAN AUTORIDADES

Investigan si avioneta siniestrada llegó a cargar droga

MAYO 28, 2017 3:55 PM | JOSELYNVE UGARTE

-
-
-
-
-
-

- PUES DURANTE EL LEVANTAMIENTO DEL CUERPO NO SE HALLARON INDICIOS DE DROGA
- SIN EMBARGO, HABRÁ QUE ESPERAR LA INVESTIGACIÓN DE LA POLICÍA JUDICIAL



Aeronave fue hallada esta mañana en Finca 18 en Palmar Norte de Osa.

El Organismo de Investigación Judicial (OIJ), realizó el levantamiento del cuerpo calcinado que estaba dentro de la avioneta siniestrada en finca 18 en Palmar Norte de Osa.

Carlos Hidalgo, vocero del Ministerio de Seguridad Pública (MSP), indicó que en una revisión preliminar, previo al rescate del cuerpo, no se identificaron indicios relacionados con drogas, "por lo que se presume que podría haber llegado a cargar".

Sin embargo, el vocero comentó que habrá que esperar qué determina la investigación de la Policía Judicial.

Encuentran a persona sin vida en avioneta siniestrada

Hidalgo confirmó esta tarde que la matrícula que portaba era "gemeleada" y no le pertenecía a ella. "La matrícula HP1760FT, pertenece a una aeronave tipo Cessna 172, registrada bajo la compañía Teru-Teru Corporation/MAG Flight Training, S.A. con base de operaciones Aeropuerto Marcos A. Gelabert en Panamá, por lo que no le pertenece a esa aeronave accidentada", detalló.

Esta mañana tanto el ministro de Seguridad, Gustavo Mata, como el director de Aviación Civil, Enio Cubillo, indicaron que la hipótesis que manejaban era que la matrícula panameña que utilizaba la aeronave era falsa, pues al hacer la consulta a las autoridades del país vecino, indicaron que todas avionetas con ese tipo de identificación, estaban dentro del territorio canelero.

Ambos indicaron que ahora queda esperar la investigación para determinar las causas del accidente, así también verificar la matrícula, procedencia, destino y plan de vuelo de la avioneta.

Hallan aeronave accidentada en Osa

Haga clic para ver más noticias sobre: [Avioneta](#), [Droga](#), [Gemeleada](#), [Panameña](#), [Zona Sur](#).

ESTA NOCHE

Diputados y Directorio del PLN se reúnen en casa de Johnny Araya

MAYO 24, 2017 6:33 PM | ALEXÁNDER RAMÍREZ

-
-
-
-
-
-

Diputados y miembros del Directorio Político del Partido Liberación Nacional (PLN) se reúnen esta noche en la casa del alcalde de San José y excandidato presidencial verdiblanco, Johnny Araya.

Este es el primer encuentro que sostiene Araya con la fracción parlamentaria liberacionista desde que regresó al partido.

El encuentro lo confirmó el legislador verdiblanco Juan Marín, quien dijo que se trata de una invitación de la esposa de su compañero de bancada, Danny Hayling, y la esposa de Araya, Sandra León, para compartir un *rice and beans* y conversar.

Afirmó que no hay un tema para la convocatoria y que tampoco tiene seguridad de que vaya a estar el candidato presidencial del PLN, Antonio Álvarez Desanti.

Ronny Monge, también diputado de Liberación, manifestó que fue invitado a participar del encuentro, pero tampoco conocía el tema a tratar.

Ver más Johnny Araya regresará al PLN para apoyar a Álvarez Desanti



El encuentro se realiza en la casa de Johnny Araya. (CRH).

ASÍ SE PRESENTA CARLOS ALVARADO

Carlos Alvarado resume su paso por el PAC en precampaña

MAYO 24, 2017 10:50 AM | JOSÉ ALVARADO

-
-
-
-
-
-

- EL 9 DE JULIO SE REALIZARÁ LA CONVENCIÓN DEL PAC PARA DEFINIR AL CANDIDATO QUE REPRESENTARÁ A ESTE PARTIDO EN LAS ELECCIONES DEL 2018



El precandidato presidencial por el Partido Acción Ciudadana (PAC) Carlos Alvarado también inició su campaña política.

El video lo lanza como parte de su campaña, de cara a las elecciones internas del partido, programada para el próximo 9 de julio.

Entre los cargos ocupados en los últimos años, destaca el de asesor del diputado Ottón Solís, jefe de despacho del exdiputado Alberto Salom, encargado de prensa del PAC en la Asamblea Legislativa y director de campaña de Luis Guillermo Solís en el 2013, cuando aspiraba a la silla presidencial.

Además, durante la actual administración lideró el Instituto Tlaxiaco de Ayuda Social (Inas) y fue el ministro más joven de este gabinete, al dirigir el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (Mits).

En el video recientemente publicado habla de una ascendencia trabajadora, de los cuales aprendió el valor del esfuerzo, la honestidad y la educación.



Publicado por Carlos Alvarado Desanti

Hace un año, Keylor Navas llenó de gloria al deporte costarricense

MAYO DE 2017 6:31 AM | HERMES SOLANO

EL PRÓXIMO SÁBADO, EL ARQUERO TICO PUEDE CONSEGUIR SU SEGUNDA "OREJONA"



Real Madrid venció en la final al Atlético de Madrid y sumó la "undécima orejona". Foto de archivo.

El sábado 28 de mayo del 2016 fue un día memorable para la historia del deporte costarricense, pues ese día el portero **Keylor Navas** se proclamó campeón de la **Liga de Campeones de Europa**.

Ver más ¡Keylor, campeón de Europa!

Fue la undécima orejona que conquistaron los merengues y la primera para un futbolista hombre de Costa Rica, pues la tica **Shirley Cruz** ya tiene dos a su haber.

Ver más 66 goles, 293 partidos, 11 años: Shirley Cruz marca historia en Europa

En los 90 minutos reglamentarios y en los 30 de prórroga, el partido concluyó con empate a un gol y en los lanzamientos desde el punto de penal, **los blancos vencieron 5-3**.

Ver más Pura Vida ¡Así recibió la afición del Madrid a Keylor Navas!

El rival fue el **Atlético de Madrid**, también español, en el estadio Giuseppe Meazza de Milán, Italia, en un juego dirigido por el árbitro inglés Mark Clattenburg.

Sergio Ramos abrió el marcador al minuto 15 y el belga Yannick Ferreira Carrasco venció a Navas para decretar la paridad al 79'.

Ver más Keylor: el "arquero de Dios" alza su Copa ¡Salud, campeón!

En **los lanzamientos desde el punto de penal**, acertaron para el equipo merengue Lucas Vázquez, Marcelo, Gareth Bale, Sergio Ramos y Cristiano Ronaldo.

Por "los colchoneros" concretaron Antoine Griezmann, Gabriel 'Gabi' Fernández y Saúl Ñíguez, pero falló Juan Francisco 'Juanfran' Torres al pegar el balón en el palo de mano derecha de Navas.

Ver más (Video) La intimidad del Real Madrid "En el corazón de la Undécima"

Orlando de Pérez Zeledón, Navas dejó su portería en cero en 9 de los 11 partidos que disputó en esta edición de la **Champions**.

El próximo sábado, **Keylor Navas** y compañía tienen la posibilidad de revalidar el título, cuando a partir de las 12:45 p. m. (hora de Costa Rica) se enfrenten a la Juventus en la final de la edición del 2016-2017 en el Estadio Nacional de Cardiff, la capital de Gales.

Ver más Real Madrid rumbo a Cardiff en busca de una nueva Champions

Si los españoles vencen a La Vecchia Signora, Keylor se unirá a Shirley Cruz como lo únicos costarricenses que han ganado la Liga de Campeones de Europa y podría igualar a la tica al hacerlo en dos ocasiones. Estas estadísticas serán difíciles de igualar para otro tico.

Con la Tricolor en la espalda. Así celebra Keylor Navas

MAYO 21, 2017 2:23 PM | HERMES SOLANO



ARQUERO ES EL PRIMER COSTARRICENSE CAMPEÓN EN ESPAÑA



Como lo hizo en la celebración cuando se coronó campeón de la Champions League, **Keylor Navas volvió a sacar la bandera de Costa Rica para celebrar el título de la liga española**.

El guardameta se pasea por la cancha del estadio La Rosaleda con la Tricolor en la espalda, **mostrando el orgullo que le genera representar al país**.

"Hemos hecho nuestro mayor esfuerzo para conseguir esto. Estamos muy felices", aseguró el costarricense, figura del Real Madrid en las últimas jornadas y mostrando su mejor nivel.

Navas suma un galardón más a su carrera con la camiseta del conjunto blanco. La Liga era uno de los títulos que le faltaban, después de lograr la Champions, la Supercopa y el Mundial de Clubes.

Haga clic para ver más noticias sobre: [Deportes](#), [Keylor Navas](#), [Legionarios](#), [Real Madrid](#), [Ticos En El Exterior](#).

Sondeo de opinión a 100 personas pertenecientes al público meta de CRHoy

Apéndice 9: Cuestionario aplicado en el Sondeo de Opinión

El siguiente cuestionario fue realizado para una investigación sobre el impacto de la inmediatez en el trato de la información del medio de comunicación digital Crhoy.com, como proyecto de tesis para optar por una Licenciatura en Periodismo.

Agradezco el apoyo a todas las personas que corroboren con las respuestas de este sondeo para efectos de la investigación.

Instrucciones:

- Sólo deberán responder personas con edades de 25 a 34 y 35 a 44 años.
- Por favor, marque las casillas que más se adecuen a su criterio o rellene los espacios en blanco.

Información Personal:

1. Rango de Edad

- 25-34
- 35-44

2. Género

- Hombre
- Mujer

3. Residencia

- San José
- Heredia
- Cartago
- Alajuela

4. Educación

- Estudiante Universitario/a
- Técnico o especialista
- Bachiller Universitario
- Licenciatura Universitaria
- Postgrado o Maestría Universitaria

Preguntas sobre el medio digital Crhoy.com:

5. ¿Cuántas veces ha visitado Crhoy.com en los últimos 30 días?

- 1-3
- 4-5
- 6 o más veces.
- Todos los días

6. ¿Cuáles noticias nacionales cree que son las más importantes para usted?

(Puede seleccionar varias opciones)

- Deportes
- Sucesos
- Entretenimiento
- Política
- Economía

7. Indique el grado de satisfacción según su criterio sobre cada una de las siguientes características del contenido informativo en el sitio web, donde 1= Muy poca satisfacción y 5= Mucha satisfacción.

(Por favor, seleccione solamente una opción en cada característica)

	1	2	3	4	5
Rigurosidad del contenido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilización de imágenes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profundidad de las noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Claridad de las noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veracidad de los hechos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actualización de los contenidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención de las consultas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Marque en las casillas qué aspectos mejoraría:

(Puede seleccionar varias opciones)

- Calidad de la información
- Extensión de las noticias
- Entrevistas a más expertos
- Innovación del contenido
- Contraste de las fuentes en las entrevistas
- Enfoque de los temas noticiosos
- Claridad en la redacción
- Otro:

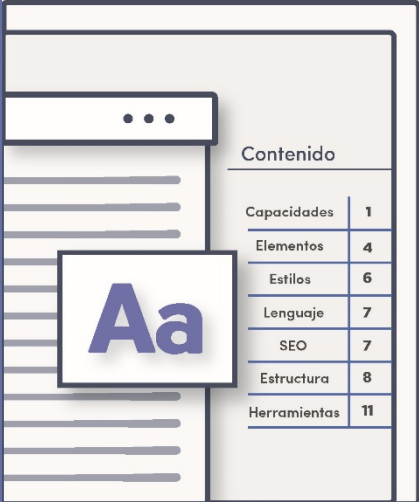
Por favor, indicar cuál: _____

Apéndice 10: Propuesta Manual de estilo de Periodismo Digital

Alejandro Sánchez Campos

MANUAL DE ESTILO

PERIODISMO DIGITAL



CONTENIDO

Capacidades	1
Elementos	4
Estilos	6
Lenguaje	7
SEO	7
Estructura	8
Herramientas	11

EL MANUAL

Este manual se confeccionó con el fin de proporcionar a los profesionales en comunicación, estudiantes y medios digitales las técnicas y herramientas necesarias que deben realizar en la labor informativa del Periodismo Digital.

La presente propuesta pretende incorporar las habilidades indicadas para generar una estructura noticiosa que se adecue a los requisitos de internet en cuanto al posicionamiento de los contenidos noticiosos (SEO) y al trato de la información periodística.

En esta propuesta se recomendarán técnicas y capacidades fundamentales que se deben de tomar en cuenta antes de elaborar una noticia en un medio digital.

© Escuela de Periodismo 2017

Manual de Periodismo Digital | Capacidades

CAPACIDADES

Estar al corriente de las nuevas tecnologías

Es importante que el comunicador especializado en medios digitales adquiera conocimientos básicos sobre las tecnologías que evolucionan cada día, no es necesario ser un especialista en todos los aspectos técnicos, visuales e interactivos, pero es indispensable estar al tanto del funcionamiento de la web. De esta manera se genera una comunicación más eficiente cuando se trabaja en equipo con los especialistas en las áreas digitales.

Entre estas capacidades el periodista puede adquirir habilidades en diseño gráfico, producción audiovisual, manejo de audio, programación, experiencia de usuario, mercadeo digital, y además es importante estar siempre conectado para estar al corriente de la información que transcurra de forma inmediata por todos los canales de la web, como medios de comunicación, redes sociales, blogs y foros.



El periodista debe ser ético

El periodista debe presentar siempre información veraz, completa, interesante, actual y de alta calidad, de forma que pueda transmitir una realidad objetiva y así permitir al lector formar su propio criterio. Además, es fundamental que atribuya las ideas planteadas a sus autores, no es ético usurpar la información de otros o cometer plagio.



Siempre es importante verificar


En teoría la verificación de contenidos es un pilar que todos los periodistas deben poseer, cualquiera puede cometer errores, incluso como comunicadores de información, por es indispensable verificar lo que se escribe en cualquier canal informativo y cuando se comete un error, es necesario reconocerlo públicamente y corregirlo, pero no borrarlo, porque la credibilidad del lector es la prioridad del medio.



Manual de Periodismo Digital | Capacidades


No justificar la inmediatez

El uso de las tecnologías nos ayuda a llegar más rápido al usuario, pero la formación profesional sigue siendo clave en la labor periodística; a la hora de publicar información, tener un vídeo, audio o una exclusiva es parte del proceso para recabar información, pero no es lo único importante porque el contraste de las fuentes, la indagación, el seguimiento, todas las habilidades que son propias del periodismo son desconocidas para la mayoría de personas.




Es necesario definir procesos

Los procedimientos permiten generar información ordenada, clara y profunda, dentro de estos se pueden definir cuáles son los fuentes recomendables, cuáles son los canales de información adecuados, cuál es el protocolo para las investigaciones y el monitoreo en internet, qué tipo de tecnologías utilizar y quienes van a utilizar esas tecnologías. Es una combinación entre estrategia, personas, procesos y tecnología.




Comprender a los buscadores

Los buscadores entienden lo que se escribe en la web, es importante comprenderlos también, cómo interpretan la información, que elementos clave o palabras utilizan para mejorar su comprensión, de esta manera estos evaluarán lo que escribimos y lo posicionarán en un lugar más alto para que los usuarios también puedan evaluarlo.



Asumir una voz propia

Diferenciarse es importante, la información en la web es masiva al igual que los usuarios que navegan a diario, es necesario adquirir una voz propia y no copiar las voces ajenas, esto permite que los públicos se identifiquen. Es importante buscar a quienes informar, quienes son esas personas, cuáles son las necesidades de ese público, en la web las voces son infinitas pero la paciencia los usuarios no.



Manual de Periodismo Digital | Capacidades

El usuario debe experimentar

Una estructura difícil de navegar, publicidad invasiva, muchos colores, textos difíciles de comprender, imágenes borrosas, pocos elementos interactivos, la experiencia del usuario es importante, no se trata de transmitir información y colocar dos fotografías, es necesario facilitar el camino al usuario para alcanzar ese contenido.



Potenciar el texto

El texto por sí solo ya no aporta lo suficiente, ahora se debe acompañar con elementos visuales, fotografías, galerías, infografías, audios, videos, pero eso no es suficiente, también tienen que potenciar la información, tienen que ir más allá, ya sea ayudando al lector a comprender mejor un tema profundo con una infografía o utilizar una imagen o video que cuente una historia por sí sola.



Usar el lenguaje indicado

Comuníquese en el lenguaje global de sus destinatarios. Trate de equilibrar la extensión de la comunicación en función del público y de la finalidad perseguida. Si un trabajo merece solo una cuartilla, no le dedique dos. Tenga presente que las palabras no significan lo mismo para todas las personas que eventualmente puedan visitar la página.



Ampliar es vincular

La información por hipervínculos tiene la virtud de que está en manos del lector si amplia o no, un texto rico en hipervínculos es un texto que permite generar una navegación mucho más extensa de texto en sí mismo en torno a un tema, un texto que no los posee lo que hace es poner el trabajo al lado del lector, sin embargo, no se debe olvidar que estos siguen siendo un complemento, no la noticia misma.



Manual de Periodismo Digital | Capacidades - Elementos

Equilibrar es transparencia

Siempre es indispensable consultar a las dos partes de la noticia, contrastar fuentes, si es un tema más de fondo se debe contactar a instituciones, y contrastar entre los datos de las mismas instituciones que a veces presentan datos diferentes, a grandes rasgos en noticias que requieren más profundidad por lo menos se deben tener dos fuentes para una noticia.



ELEMENTOS

La Imagen

Esta potencia el imaginario del espectador, permite generar una mejor visualización y construcción racional de los acontecimientos, mediante la imagen se pueden crear situaciones más interpretativas que las personas pueden describir, por esto es importante que se tome en cuenta la elaboración de galerías interactivas, diseños que transmitan un concepto fácil de comprender pero al mismo tiempo innovador, una representación de un modelo, mapa o simulación de un hecho donde los usuarios puedan interactuar para conocer a fondo más de lo que el texto puede plasmar.

El Sonido

A diferencia de lo visual, el sonido es el más intenso estimulador de sensaciones. Sensaciones que provocan y generan imágenes mentales únicas en cada escuchante, en las noticias y reportajes el sonido se utiliza para transmitir declaraciones de entrevistas, sin embargo, estos deben presentar características adecuadas a sus oyentes, como la periodicidad, la calidad, las fuentes, todos estos aspectos son fundamentales a la hora de planificar el sonido en los entrevistas que se publican en la red.

Manual de Periodismo Digital | Elementos

El Video

El audiovisual es el recurso interactivo más sustancioso porque involucra la utilización de sonidos, imágenes, gráficos, entre otros, por lo que su planificación es más extensa y propone una presentación muy rigurosa para generar audiencias, sin embargo, los usuarios de internet no tienen paciencia. Es necesario presentar formatos de uno, tres y nueve minutos, dependiendo a la profundidad de la temática y al tipo de espectador.

La Infografía


Este elemento resume detalles, temas, datos complejos mediante imágenes y gráficos para agilizar su entendimiento. Con la infografía se facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones y hechos actuales mediante una personalización avanzada, es así como este tipo de elemento visual requiere de una planificación rigurosa, no sólo de datos, también de diseño. La infografía incluso puede llegar a ser interactiva mediante animaciones para generar una recepción más cómoda y fácil de interpretar por el usuario.

El Hipertexto

La hipertextualidad es el elemento más recurrente en las noticias digitales, mediante esta práctica ya no es necesario contestar las cinco preguntas clásicas de la redacción periodística, ahora el uso del hipertexto implica romper estos paradigmas mediante los vínculos entre las diferentes noticias internas y los enlaces externos de estudios, investigaciones e informes que se pueden incluir. Es así como el hipertexto se convierte en una gran biblioteca de conocimiento para los usuarios.

Manual de Periodismo Digital | Estilos

ESTILOS



Estilo Informativo

Este estilo es el más común en las noticias, la entrada por lo general involucra las 5 W (Quién, Qué, Dónde, Por qué, Cuando) de la noticia, sin embargo, con el hipertexto esta costumbre cambia mediante el uso de hipervínculos que le brindan a la nota una extensión que aborda las 5 W en distintas noticias. Este tipo de estilo busca informar a usuarios otorgando datos de forma objetiva, clara, concisa, mediante la utilización de verbos y con una audiencia muy concreta.

Estilo Interpretativo

En los sitios web el estilo interpretativo se vuelve menos recurrente y con un enfoque basado en el hipertexto, por lo que toda la información queda fragmentada en hipervínculos, sin embargo, no ocurre en todos los casos, el periodismo de profundidad se sigue dando, para un público más especializado. Este estilo es riguroso y al mismo tiempo requiere más tiempo y esfuerzo.

Estilo Explicativo

Este estilo explicativo es un periodismo nuevo que ha nacido por los avances de la tecnología, se compone mediante un lenguaje más largo, informal, directo, conciso y fácil de comprender por las audiencias, se enfoca más en los públicos jóvenes y se compone mediante el uso de datos para explicar la actualidad y las noticias con elementos más interactivos, infografías y gráficos visualmente atractivos donde desarrolladores gráficos y periodistas trabajan en conjunto con más fuerza.

5 6

Manual de Periodismo Digital | Lenguaje - SEO

LENGUAJE



Lenguaje Informal

Con la evolución del periodismo digital y la aplicación de las redes sociales, el lenguaje utilizado en los canales de comunicación se ha vuelto más informal, mediante un periodismo breve, este tipo de lenguaje se utiliza para generar cercanía con el espectador y de esta forma adquirir su confianza.

Lenguaje Especializado

En muchos casos el lenguaje especializado se utiliza en noticias informativas, con palabras que dependen al tema del que trate, es un lenguaje que busca informar, no es informal y utiliza términos específicos.

Lenguaje inclusivo humanizado

El lenguaje inclusivo es un lenguaje de respeto verbal que no se utiliza en muchas ocasiones por parte de los medios de comunicación, permite mediante la elaboración de una comunicación clara y organizada incluir a los géneros en la confección lingüística, además de presentar una recepción del lenguaje más humanizado. A lo vez, incluye el respecto a las libertades personales, así como el respeto a la diversidad en todas sus manifestaciones.

SEO

En español se traduce como Optimización en los motores de Búsqueda. La vinculación del SEO se entiende desde dos perspectivas, los factores on-page y off-page, los primeros se centran en determinar la temática tratada que posteriormente se relaciona con las palabras que los usuarios utilizan en sus búsquedas, los segundos no dependen directamente del contenido de nuestra página sino de los enlaces de otras páginas hacia la nuestra.

Manual de Periodismo Digital | SEO - Estructura

Los factores SEO incluyen aspectos de optimización basados en la arquitectura de la información de las noticias digitales, que además requiere de dos tipos de análisis para su efectividad:


Análisis de palabras clave

El análisis de palabras clave requiere de la utilización de herramientas automatizadas disponibles en la web para buscar aquellas palabras que más se adecúan con las búsquedas de los usuarios, sin embargo, estas se sitúan en el contenido que engloban los sitios web, en el caso de los medios de comunicación digitales, las palabras clave deben tener un alineamiento más riguroso vinculado a la gran cantidad de información que comprenden los portales de noticias.

Análisis de audiencias

Analizar los públicos es otro complemento importante que deben llevar a cabo los medios de comunicación debido a que de esta forma pueden estudiar el comportamiento de sus usuarios y estudiar quiénes son, cuáles son sus preferencias, sus edades, sus necesidades. La analítica se realiza por medio de sistemas automatizados que permiten generar métricas que podrán ser interpretadas por un especialista.

ESTRUCTURA



Es importante generar una planificación adecuada de la información para posicionar el contenido adecuadamente en los buscadores, debido a esto, la estructura noticiosa cambió su composición para adecuarse a un formato más especializado, ahora las noticias requieren procesos que involucra técnicas que van más allá del periodismo.

7 8

Manual de Periodismo Digital | Estructura

El uri de la noticia

En el uri de la noticia es preferible utilizar enlaces cortos y fácilmente manejables, de forma que el usuario pueda identificarlos correctamente.

El Prefítulo

Es necesario utilizar un prefítulo solo si es fundamental para ampliar la información de la nota, en todo caso en cuanto a optimización deja de ser importante, pero esto no quiere decir que es necesario suprimirlo en todos los casos o noticias.

El Título

Los titulares no pueden ser muy largos, pero deben ser robustos en palabras clave, es decir, es importante utilizar términos relacionados con la palabra clave en el cuerpo y en los titulares de la entrada para apoyar la fortaleza de las mismas.

La Bajada

Al igual que los prefiltros en términos de optimización las bajadas no son necesarias, pero siguen siendo importantes para ampliar la información en los apartados noticiosos.

La Entrada o Lead

La entrada sí importa y mucho, el lead o entrada es un elemento esencial de la noticia periodística. Google otorga un valor especial a las palabras que aparecen en este apartado, es importante incluir palabras clave en este primer párrafo.

910

Manual de Periodismo Digital | Estructura

El Pie de foto

Google se fija especialmente en las palabras contenidas en el título del archivo de la imagen, en el pie de foto y en la etiqueta «alt» para posicionar el contenido.

El Cuerpo de la noticia

Es muy aconsejable repetir las palabras clave y estar estratégicamente distribuidas por todo el contenido, pero siempre de una forma natural, es decir, sin repetir esas palabras clave de una forma carente de sentido, lo que podría considerarse como una sobre optimización del contenido y ser penalizado por Google.

Elementos en negrita

Google premia muchas veces los elementos que están marcados en negrita mediante la etiqueta de HTML «strong», sin embargo, la sobre optimización puede penalizar el sitio web.

Acciones que no se deben realizar

- ☑ Brindarle más énfasis a Google al usuario. Puede parecer muy riguroso utilizar pocos sinónimos y muchas palabras clave para posicionarse correctamente en la web, pero esto puede perjudicar la calidad de la información desde la perspectiva del usuario.
- ☑ Suprimir todos los elementos que no brinden posicionamiento: No incluir prefiltros y bajadas en las noticias puede ser un aspecto positivo para el SEO debido a que no son necesarios, pero su utilización a nivel periodístico sigue siendo importante, es funcionalmente utilizadas en las noticias para ampliar la información.
- ☑ Sobre optimizar: En muchos casos colocar muchas palabras en negrita y pocos sinónimos puede provocar que Google penalice el sitio ya el buscador reconozca que se está realizando contenido solamente con este fin.

Manual de Periodismo Digital | Herramientas

HERRAMIENTAS

Las herramientas digitales son importantes para optimizar el flujo de trabajo del periodismo y permiten agilizar la forma en que realizan sus estrategias con los contenidos que conforman en las noticias, a continuación, se realizarán algunas recomendaciones que podrán utilizar los periodistas o medios de comunicación que deseen incursionar en el periodismo digital.

Web Analytics

La analítica Web es importante para conocer los espacios a los que se dirige el medio de comunicación para conocer sus públicos, las siguientes son las herramientas más utilizadas:

Google Analytics:

Por excelencia es la mejor herramienta y la más utilizada para realizar analítica web, permite muchas opciones para conocer el público meta, pero aun así es limitada en cuanto a profundidad de análisis.
 Sitio web: <https://www.google.com/analytics/>

Mixpanel:

Es un avanzado servicio de análisis que ayuda a mejorar las aplicaciones web y móviles mediante el seguimiento de cómo los usuarios interactúan y se relacionan con estos.
 Sitio web: <https://mixpanel.com/>

Crazy Egg:

Brinda un mapa de calor sobre informes de desplazamiento, es decir, se puede obtener una comprensión de cómo sus visitantes interactúan con su sitio web y a dónde le dan clic.
 Sitio web: <https://www.crazyegg.com/>



1112

Manual de Periodismo Digital | Herramientas

Keyword Search

Es importante realizar una búsqueda de las palabras clave necesarias para posicionar mejor los contenidos, las siguientes son las que más se utilizan por los expertos en este campo:

Google Keyword Planner:

Esta herramienta permite planear ideas para conocer cuáles palabras utilizar para los contenidos que se confeccionan.
 Sitio web: <https://adwords.google.com/keywordplanner?hl=es>

SEMRush:

Es una de las mejores herramientas para realizar un análisis de las palabras clave utilizadas por los competidores. En este caso, es muy importante delimitar perfectamente cual es la competencia SEO y disponer de herramientas de análisis.
 Sitio web: <https://www.semrush.com/>

Moz:

Permite consultar las clasificaciones más altas para las palabras clave, a la vez, brinda un panel visual que muestra cómo se visualiza su sitio para los buscadores, redes sociales y enlaces.
 Sitio web: <https://moz.com/>

Content Management System (CMS)

CMS son las siglas de Content Management System, es un sistema de gestión de contenidos. Un CMS es un programa desarrollado para que cualquier usuario pueda administrar y gestionar contenidos de una web con facilidad.



Es importante realizar las recomendaciones óptimas que permiten al periodista o medio de comunicación digital generar su contenido o comprender cuáles son las tecnologías que utilizan los medios de comunicación en el mundo.

Arc Publishing:

Inicialmente construido para The Washington Post, Arc es un moderno sistema editorial diseñado para satisfacer las necesidades de los editoriales más grandes del mundo.
Sitio web: <https://www.arcpublishing.com/>



Saxotech:

Es un CMS dedicado a colaborar con las empresas de medios de comunicación a abordar los comportamientos cambiantes de los consumidores, lo utilizan los medios estadounidenses New York Times y Washington Times.
Sitio web: <https://saxotechonline.com/>



Xalok:

Es considerado como el principal CMS para los medios en toda América Latina, lo utiliza Clarín, El País, La Nación, El Financiero, El Tiempo, entre otros.
Sitio web: <http://www.xalok.com/>



Drupal:

Respecto a los periódicos o revistas, Drupal es el software más popular utilizado en la industria. Es utilizado por multinacionales, organizaciones gubernamentales, así como en instituciones educativas para sus trabajos de publicación.
Sitio web: <https://www.drupal.org>



WordPress:

Numerosos estudios posicionan a wordpress.org como el CMS más utilizado. De acuerdo al sitio web W3Techs, que se encarga de proporcionar información sobre el uso de varios tipos de tecnologías en la web, WordPress comprende un 59.7% de todos los CMS en la web. Esto es 25.0% de todos los sitios web.
Sitio web: <https://www.wordpress.org>



13

CONCLUSIÓN

La presente propuesta es una base para que todos aquellos profesionales en comunicación digital puedan crear su propio contenido e incluso medio de comunicación con la utilización de las herramientas y capacidades recomendadas en este manual, tomando en cuenta las prácticas periodísticas y la optimización que necesita la información para conseguir un mejor impacto en las experiencias de los usuarios.

Referencias

Pérez Tornero, J.M. y Tejedor, S. (2014). Escribir para la red. Barcelona: Gabinete de Comunicación y Educación. España: Universidad Autónoma de Barcelona [Archivo PDF]. Recuperado el 7 de junio de http://www.gabinete.comunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/libro_Escribir_para_la_Red_0.pdf

Sánchez, A. (2017). Análisis de la inmediatez en la confección de las noticias nacionales que brinda la generación de información del medio digital. CSHs, durante el periodo de abril a junio de 2017. Seminario de Graduación para optar por el título de licenciatura en periodismo (Tesis de Licenciatura). San José, Costa Rica: Universidad Internacional de las Américas.

Entrevistados:

- | | |
|---------------------|---------------------|
| Pablo Fonseca | Guillermo Fernández |
| Carlos Cordero | Victor Barrantes |
| Cristian Cambronero | Katlia Bermúdez |
| Luis Madrigal | David Castillo |

Sitios Web:

- | | |
|---|---|
| https://www.google.com/analytics/ | https://www.semrush.com/ |
| https://mixpanel.com/ | https://moz.com/ |
| https://www.crazyegg.com/ | https://www.arcpublishing.com/ |
| https://adwords.google.com/ | https://saxotechonline.com/ |
| | https://w3techs.com/ |