



Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Comunicación Social

“Corré la bocha” diario digital

Alumnas:

Alemanno, Nayla

Álvarez, Leticia

Director: Toledo, Edgardo

Rosario, septiembre de 2017

Índice

1) Introducción.....	Página 3
1.1 – Un lugar, toda la vida.....	Página 5
2) Fundamentación.....	Página 8
3) Objetivos del proyecto.....	Página 10
4) ¿Por qué un diario digital?	Página 11
5) ¿Quién dijo qué? Marco Teórico.....	Página 14
6) Noticias de ayer.....	Página 17
6.1 – Qué Digital, Periodismo en la calle.....	Página 18
6.2 – La Capital.....	Página 22
7) Pasos a seguir. Metodología.....	Página 25
7.1 – Cuestionario.....	Página 26
7.2 – Observación.....	Página 30
7.2.1 – FM Radiovisión 104.5.....	Página 31
7.2.2 – La Nueva Estrella - Periódico de distribución quincenal.....	Página 34
7.2.3 – CEGRO TeVé.....	Página 36
8) Corré La Bocha.....	Página 39
8.1 – Pantalla de inicio.....	Página 40
8.2 – Secciones.....	Página 46
8.3 – ¿Un medio para quienes?	Página 50
8.4 – Identidad.....	Página 53
9) Conclusión.....	Página 55
10) Bibliografía.....	Página 57

1- Introducción

La revolución tecnológica ha modificado las bases de la sociedad a un ritmo acelerado. Desde el invento de la imprenta de tipos móviles por Johann Gutenberg en 1440, al desarrollo de Internet en 1960, surgieron innumerables pensamientos e ideales, teorías y doctrinas que se expresan en los modos de comunicarnos y de representarnos. Si bien cada periodo histórico tiene sus propias características, es el dominio de la tecnología (o su carencia) lo que define la capacidad de transformarse, apropiarse y reinventarse social, cultural y económicamente. Inmersos en esta vorágine, los individuos debemos adaptarnos a hábitos y costumbres que cambiarán la vida cotidiana. Si pensamos en la evolución del periódico, debemos remontarnos al momento en que leer era una actividad privilegiada. Los diarios se editaban en blanco-negro, tabloide y eran accesibles para unos pocos. Luego, se comenzó a disfrutar en las páginas de imágenes a color, aparecieron diariamente en formatos de diseño más pequeños y conseguirlos era tan sencillo que bastaba con llegar al kiosco de la esquina. Hasta la actualidad, donde escribimos un simple nombre en el buscador de una pantalla y automáticamente nos desayunamos con lo que acontece en el mundo entero, a través de miles de ventanas, haciendo un simple clic, reproduciendo audios, videos, compartiendo y descargando el contenido que nos interesa, dónde y mediante el dispositivo que sea.

Consecuentemente, pasamos de leer el diario a primeras horas del día a hacerlo en cualquier momento; de realizar un ritual que llevaba tiempo y espacio para lograr informarnos, a hacer una lectura rápida en el lugar menos pensado; de deslizar un papel a

mover un dedo, de conocer una única verdad de los hechos a contar con voces diferentes; de hojear de manera continua a navegar por la información y producir nuestro propio método de lectura; de ser una audiencia influenciable a convertirnos en usuarios capaces de dirimir, opinar y aportar nuevos conocimientos. Las “nuevas” tecnologías de la información nos han permitido naturalizar estas actividades al punto de considerarlas imperceptibles. Pasaron de ser meros instrumentos o nuevas adquisiciones a considerarse medios que cambian o modifican los lenguajes culturales existentes, el orden establecido.

1.1 Un lugar, toda la vida

General Roca es una localidad de la provincia de Córdoba, ubicada sobre el km 425 de la Ruta Nacional N° 9, punto límite con la provincia de Santa Fe. Cuenta con aproximadamente 3.000 habitantes. La principal actividad económica de la ciudad está constituida por la agricultura y ganadería, además de la existencia de pequeñas industrias relacionadas al campo o pequeñas empresas relacionadas con los servicios y el comercio.



Vista aérea General Roca

General Roca se encuentra a 19 km de Marcos Juárez, ciudad capital del departamento homónimo, con alrededor de 27 mil habitantes y considerada el centro provincial del cultivo. Es por eso que una gran porción de los habitantes de General Roca se relacionan a diario, social y comercialmente, con esta ciudad.

Esta proximidad y cercanía influyen en la economía de ambos lugares. Y particularmente, en el consumo de medios de comunicación, ya que Marcos Juárez cuenta con dos canales de televisión que transmiten diariamente los acontecimientos de nivel regional, varias radios que abarcan un amplio espectro de localidades vecinas, un par

de medios gráficos de tirada diaria y portales digitales de noticias, de los cuales algunos pertenecen a grandes cadenas, transmitiendo con instantaneidad.

Dependiendo en mayor parte del consumo de información producida por estos medios externos, podemos decir que General Roca carece, en una medida bastante considerable, de la elaboración de contenidos propios. Esto no significa que la población no mire televisión o no consuma diarios, sino que ante la falta de difusión de hechos o acontecimientos locales, escogen estas opciones alternativas.

Actualmente, en la ciudad roquense se encuentra funcionando una radio privada, con emisión diaria y programación sólo en horarios puntuales; un canal de televisión perteneciente a la Cooperativa de Electricidad y otros Servicios Públicos de Gral. Roca Ltda., con tres programas semanales abarcando los rubros de interés general, deportes y entretenimiento. El menú se completa con un joven diario gráfico de tirada quincenal, “La Nueva Estrella”, creado en junio de 2016.

La actividad de instituciones oficiales o particulares-como el municipio, clubes y escuelas y entidades no gubernamentales- se difunde a través de sus propias páginas web o de publicaciones en redes sociales de carácter independiente.

Considerando la comunicación como un rubro muy poco explotado en la ciudad, creemos loable la creación de un portal web de noticias que se encargue de difundir con seriedad y al instante los hechos ocurridos en primera instancia en General Roca; y en segundo lugar, en toda la región.

Pensamos que este medio de comunicación permitirá incorporar mayor cantidad y calidad de contenidos locales, además de aportar experiencia y conocimiento en la producción de información, como así también un nuevo lenguaje de alfabetización y una nueva posibilidad de socialización. El trabajo que presentamos a continuación, en el afán de pertenecer a esta nueva era de mutación constante, proyecta realizar un diario digital en una pequeña localidad, que en lo que respecta a nuevos medios de información, se ubica unos cuantos pasos atrás de solo mover un dedo.

2- Fundamentación

En la actualidad, a consecuencia del avance tecnológico, la circulación de la información es un proceso sencillo y cotidiano. Para un amplio número de personas, más precisamente aquellas que permanecen “conectadas” recibir y producir mensajes de todo tipo se ha transformado en una costumbre diaria.

Localizados en cualquier parte del mundo podemos enterarnos de acontecimientos desencadenados segundos atrás. De manera directa, al leer o mirar una noticia instantánea, de modo secundario, mediante la viralización de cadenas de información. A través de Internet, que ha contribuido para lograr esta evolución, podemos comunicarnos al momento con el resto de las personas, por medio de páginas web, redes sociales, programas de chats, portales de noticias, etc., lo que lo convierte en una fuente, no de suma confianza, pero segura y veloz a la hora de solicitar información. Es por esto que resulta casi inaudito pensar algo como por “fuera de Google”.

Creemos por ello que un portal de noticias actualizadas diariamente con eficacia, rapidez y objetividad es un multimedio adecuado para que General Roca forme parte de la globalización de la información, entrando así en la era digital y logrando que desde cualquier ubicación, por más remota que sea, cualquier persona pueda conocer la realidad de un pequeño pueblo que decide mostrarse a través de texto, imagen y sonido. Teniendo en cuenta que cada vez son mayoría los “usuarios” que dominan el lenguaje virtual, la narración online y la estética de este nuevo formato digital de noticias.

Esta producción tiene por objeto reunir información adecuada para sentar las bases de la creación del primer diario digital local que cumpla con la función de informar de manera rápida y confiable a sus habitantes sobre los hechos que suceden a sus alrededores. Este medio incluirá la cobertura en diferentes ámbitos (cultural, educativo, deportivo, social, policial, institucional, político sin restricciones ni posturas ideológicas) combinando a la palabra escrita, la imagen fija, en movimiento, gráficos que hagan interactivo el medio, cumpliendo con requisitos de identidad forjada por la redacción y los métodos de producción de información, tarea básica de un portal de noticias.

Además, con este trabajo se busca enfatizar el rol activo de los lectores que tendrán la oportunidad de expresarse libremente, hacer comentarios, opinar sobre los hechos, participar en la elaboración de la noticia mediante su punto de vista y experiencia, generar y compartir los contenidos. Consideramos que este aspecto es uno de los más importantes del portal digital. Prestarle suma atención al consumidor/usuario e incentivar a la colaboración del mismo para la producción de material. Dejar atrás la vergüenza, el amiguismo, la comodidad, el compromiso o cualquier factor que impida la libre expresión de pensamiento, contribuir en la difusión de la noticia de manera objetiva y sin restricciones. En General Roca, dar a conocer los hechos como son, es una práctica poco realizable o -en algunos casos- inaceptable por parte de quienes detentan el poder de la “palabra”. Con la intervención constante de los lectores, se aspira a poder lograr un medio más imparcial, abierto y cooperativo.

3- Objetivos del Proyecto

3.1- Objetivo General

- Realizar un portal informativo para la localidad de General Roca

3.2- Objetivos específicos

- Analizar y describir los portales de noticias
- Diseñar un portal de noticia
- Elaborar un proyecto para la puesta en funcionamiento del portal de noticias

4- ¿Por qué un diario digital?

Nicholas Negroponte afirma que la digitalización es el “proceso que ha desencadenado grandes transformaciones en la sociedad” (Scolari, 2008:81). Si lo pensamos desde el punto de vista de los periódicos, podemos decir que estas transformaciones marcaron radicalmente al lector y a los profesionales del medio en sus costumbres y modos de ser; cambios en las formas de escribir y de leer, modificando las concepciones tradicionales en la transmisión de la información (emisor-mensaje-receptor). La digitalización de los medios de comunicación “crea el potencial de un nuevo contenido originado a partir de una combinación totalmente nueva de fuentes” (Scolari, 2008:82). La conversión de los textos en un formato digital facilita no sólo la reproducción y distribución sin pérdida de calidad, sino también la fragmentación, manipulación, combinación y recomposición de sus elementos.

Esta transformación tecnológica penetra en nuestros dominios de actividad y nos atraviesa de tal forma que apenas la logramos percibir. Hacemos cotidiano el uso de herramientas que nos permiten desempeñar tareas, sin darnos cuenta que desarrollamos procesos muchos más complejos. En palabras de McLuhan, “modelamos nuestros instrumentos, después ellos nos modelan a nosotros”; creamos nuevos lenguajes, nuevos entornos, consumimos y nos consumen a la vez. Es por esta lógica que desempeñamos al mismo tiempo, el rol reprogramable de usuarios/productores de contenidos.

Ahora bien, teniendo en cuenta que los medios de producción y distribución están disponibles al alcance de la gran mayoría en General Roca, gracias a los beneficios de la evolución tecnológica y consecuentemente la digitalización, creemos que es posible y

realizable un medio independiente que cumpla los requisitos de informar e interactuar, necesarios en un primer nivel, e integrarse en una práctica cotidiana en la vida de los habitantes y borrar las barreras de la vergüenza, del silencio y la comodidad, acortando las distancias entre audiencias y productores en un pueblo que todavía se rige por “el qué dirán”.

Teniendo presente estas concepciones, respondemos a la pregunta inicial aplicando la idea de universalidad que desarrolló Pierre Levy (2007), la cual atraviesa a las producciones ciberespaciales. Según este autor, esta idea disuelve toda noción de totalización que rige tradicionalmente en los medios de masas (en el caso de General Roca, la radio, la tv y el boletín quincenal), compartiendo los usuarios un mismo contexto, que se logra a través de la interacción y la dinámica del aquí y ahora, y manteniendo inalterable el sentido de lo que se está diciendo.

La elección de un diario digital está relacionada con la posibilidad de recurrir a la noticia multimediática, donde se puede combinar en un solo lugar texto, imagen, sonido, apelando a la interactividad de la información y del lector. Con esta herramienta, el receptor puede construir su propio método de lectura, aportado por los hipertextos (“capacidad de interconectar textos digitales entre sí”) o enlaces, generando su propia intencionalidad. De esta forma, el público de estos medios puede tener al alcance cuánta información quiere recibir.

También consideramos que este estilo de publicaciones es una opción que vincula al lector no solo con lo que está leyendo en la pantalla, sino también socialmente con otras personas, con quienes comparte la práctica de leer, opinar y crear, dando un sentido de

comunidad a su hábito, relacionándose e interactuando, compartiendo conocimiento e intereses.

Pero el diario digital suma también otro beneficio: es un medio económicamente rentable a la hora de pensar en su realización, ya que se necesita en una primera y única instancia un programador web que diseñe y concrete el proyecto, y segundo, generadores de contenidos y administradores, quienes dependiendo del trabajo variarán en cantidad. Muchas veces, también, suele realizar ambas cosas la misma persona.

Finalmente, advertimos que General Roca no cuenta con un medio propio virtual que difunda información de manera actualizada y la particularidad del diario digital es el constante flujo de noticias en lapsos breves de tiempo.

5- ¿Quién dijo qué? Material Teórico

Abordaremos nuestro trabajo teniendo en cuenta las transformaciones que tuvieron como escenario el ámbito periodístico. Para ello empleamos el modelo de “webperiodismo” propuesto por Canavilhas en el cual distingue tres características principales para la producción de contenidos en medios digitales. La hipertextualidad refiere al conjunto de nodos de información unidos a través de enlaces, entendiendo por nodo, una unidad autónoma de información -texto, vídeo, audio, entre otros- que incluye enlaces para volver o avanzar hacia otros nodos. La multimedialidad es la “capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un sólo mensaje texto, imagen y sonido”. Y la interactividad resume la característica más visible de la Web, que se entiende como la capacidad que el contenido posee de permitir al usuario construir el tipo de relación con los contenidos.

Tomamos como fundamentales dichas características a la hora de pensar el lenguaje periodístico que atravesará nuestro diario, como así también las cualidades que implican a cada una de estas. Al hablar de multimedialidad integraremos elementos en la noticia, pero no aislados del texto, sino conformando una unidad, complementando la información brindada y no caer en la mera incorporación por relleno. Lo mismo que la hipermedia, deberá funcionar para perfeccionar la comprensión y la satisfacción de la lectura. Como señala el autor, “si en un nivel más básico el usuario pretende sólo saber qué ocurrió, en un nivel más complejo tendremos usuarios que pretenden comprender el acontecimiento” (Canavilhas, 2007:60)

Cuando hablamos de un usuario que cambia de rol, que tiende a convertirse en creador textual, que interactúa en la red, nos referimos al *prosumidor*, productor y

consumidor de cultura, quien de a ratos realizará una lectura pasiva, para luego participar en la elaboración de nuevos contenidos, que siguiendo esta la lógica, tenderán a modificarse sucesivamente cada vez que estos se topen con un nuevo *prosumidor*.

Este proceso modifica sustancialmente el método de lectura del diario, en el que la audiencia/lector se encontraba solo frente al conjunto de hojas impresas. Actualmente podemos sentir y percibir las huellas de un sin número de usuarios/productores al mirar las pantallas; es por esto que el consumo se ha vuelto un proceso *colectivo*, que surge allí en la mente de las personas, en su interacción y su participación.

A esto se refiere Jenkins (2006) cuando habla de convergencias, no es solo tener la posibilidad de realizar diferentes tareas a través de un dispositivo o plataforma, sino buscar nuevas formas de conexiones entre consumidores y crear contenidos mediáticos de lo más variado posible. Permitirle a las audiencias la colaboración activa, hacerlas sentir parte del proceso de producción e invertir los roles constantemente, es una faceta que en la actualidad llevamos a cabo sin advertir todo lo que representa a la hora de sumergirnos en los espacios mediáticos de información. Si bien es un avance saludable, el papel del profesional de la comunicación corre en desventaja, porque al estar disponibles los medios para la gran mayoría, el mote de “periodista”, “comunicador” se puede adjudicar a cualquiera que posea una herramienta que le permita realizar dichas actividades; por lo tanto, deberá reinventarse constantemente y diferenciarse del resto de las personas, demostrando su capacidad para crear contenidos exclusivos, adaptables a un lenguaje, explotando de la mejor manera todos los recursos que presenta la digitalización.

Por todo ello, al ingresar al mundo del webperiodismo debemos tener en cuenta que el lenguaje utilizado es un factor importante a la hora de escribir. Quienes tienen la costumbre de informarse a través de diarios digitales recurren a los mismos en busca de una lectura rápida y dinámica. La utilización de la técnica de la pirámide invertida permite encontrar en una noticia la información sustancial en un sólo párrafo, respondiendo a las tradicionales preguntas qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué.

Guillermo Franco (2008) sostiene que “la pirámide invertida ha persistido porque satisface las necesidades de los usuarios de los medios.” Si bien esta es una técnica tradicional, con la llegada de internet y la popularización como medio de información, debió ser adaptada y renovada para el nuevo público cibernético. En algunos casos se opta por responder solo algunas de las preguntas o se informa todo de corrido, sin la necesidad de repetir datos innecesarios. Además debemos tener en cuenta que con la incorporación del hipertexto el lector tiene la posibilidad de realizar otro tipo de lectura “no lineal” eligiendo él mismo un recorrido por el texto de acuerdo a lo que le resulte interesante.

6- Noticias de Ayer

Para considerar factible el proyecto “Corré la Bocha” realizamos un análisis de otros diarios digitales que nos permiten representar visual y conceptualmente todo lo planteado hasta aquí como ser: características, modos de redacción, interacción, grado de participación de los lectores, cualidades de las páginas y todo aquello que consideramos relevante en un medio.

El primero de los diarios examinados, Qué Digital, se encuentra disponible únicamente en el servicio de la web. Está formado por una cooperativa de trabajo llamada “La Redacción”, compuesta por un grupo de jóvenes periodistas y fotógrafos oriundos de la ciudad de Mar del Plata que decidieron gestionar un medio, para brindar información veraz al instante y con un abordaje profesional y completo de lo que pasa en los barrios y las calles.

El segundo, comprende en una versión digital de uno de los medios impresos más antiguos de Argentina todavía en circulación, La Capital. Considerado el “decano de la prensa”, desde la ciudad de Rosario, provee información a más de cinco provincias de nuestro país.

6.1- Qué Digital, Periodismo en la calle

Para comenzar, elegimos <http://quedigital.com.ar/> de la ciudad de Mar del Plata; un diario que se desarrolla enteramente en la plataforma digital, como su nombre lo indica. Es decir, no se edita en ningún otro soporte y solo se puede acceder a través de la web.

El mismo presenta una interfaz muy interactiva, jugando con los cambios de colores en los titulares, como así también el logotipo a medida que se navega por las diferentes secciones. En la página de inicio se puede observar que destacan



siempre las noticias más importantes ocupando la totalidad de la pantalla, dos o tres en su mayoría, el resto del contenido se dispersa a lo largo de la misma.

Algo para resaltar, es que cada nota contiene en el margen superior derecho los iconos de Facebook y Twitter los cuales permiten a través de un clic compartir el contenido seleccionado en dichas redes sociales, como así también un copete introductorio que invita a seguir leyendo. Hacia la derecha se observa un recuadro con la Frase del Día y más abajo un top five de noticias más visitadas.

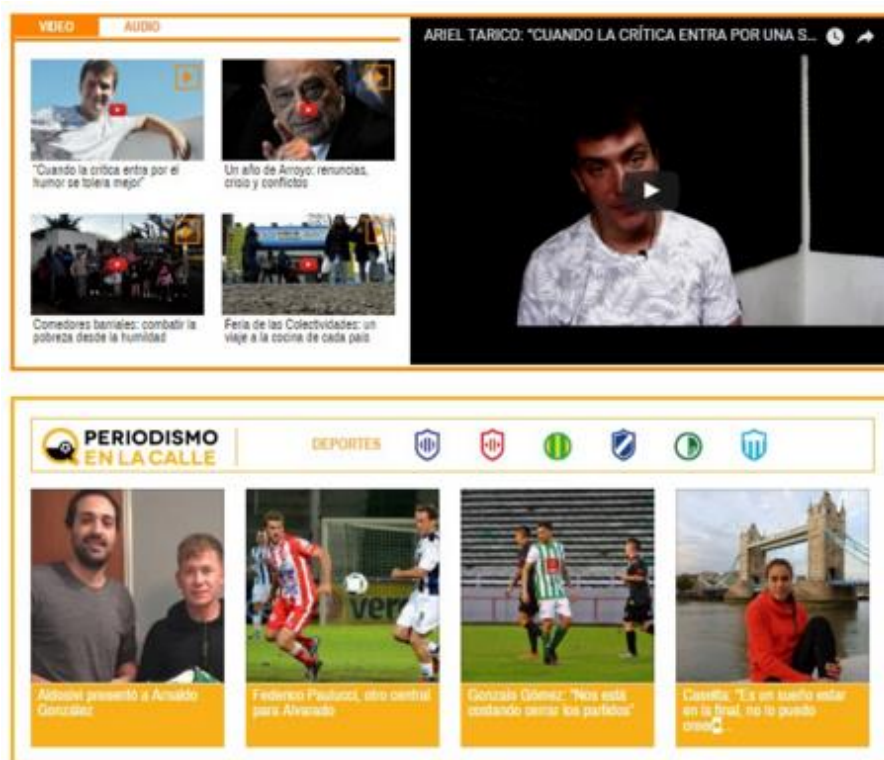
Siguiendo un recorrido descendente nos topamos con la Foto del Día, donde además de la imagen seleccionada, se lee al pie el asunto del que trata. Si picamos sobre la misma, nos redirecciona al segmento y nota original donde fue publicada.

El diario continúa con una gran cantidad de redacciones, incluyendo también un apartado con los Blogs personales de los empleados del medio, un cuadro donde se pueden leer escritos de opinión hasta las farmacias de turno. Hacia el lateral derecho y sobre el centro de la pantalla el número de WhatsApp para comunicarse.



Llegando al final, observamos un espacio exclusivo para los contenidos audiovisuales, donde se alojan videos y audios realizados para acompañar producciones tales como entrevistas, informes especiales o notas extensas enmarcados en color cumplen la lógica de enlaces directos.

Debajo del multimedia y a modo de cierre, se encuentran dos secciones que se distinguen con el nombre “Periodismo en la Calle” y los iconos de Deporte y Cultura, ambos a su vez enlazan los clubes de la ciudad y actividades tales como, cine, teatro, música, a través de iconos que al cliquearlos nos remiten a la página correspondiente. Por ejemplo, si seleccionamos el icono de Quilmes, nos lleva a un apartado donde podremos leer solo material deportivo de dicha institución.



En cuanto al contenido del medio nos pareció correcta la redacción de las notas, respondiendo a las preguntas básicas del periodismo en los primeros párrafos, para ir extendiéndose luego en el desarrollo de las mismas según el esquema propuesto por la pirámide invertida.

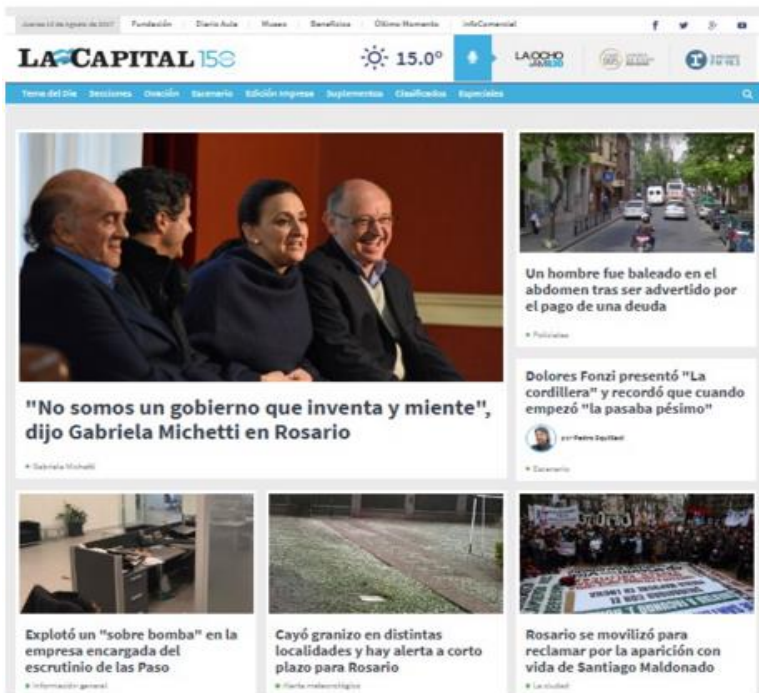
Cuando la temática es oportuna, apelan a escritos más largos y de calidad, si bien no cumplen las condiciones del “longform”, no se encuadran dentro de lo que llamamos una nota básica. Es de suma importancia destacar el uso constante en la totalidad de los textos de hipervínculos que nos dirigen a material ya editado; es decir, cada nota contiene enlaces a contenido relacionado con el mismo tema, pero éste es únicamente de la autoría del diario. Al finalizar cada escrito, se agregan diferentes etiquetas con la misma finalidad, navegar por la información que el lector considere de interés. Todas son acompañadas por imágenes y en algunos casos, con otro tipo de soporte (audios o videos).

Cada nota incluye la posibilidad de ser impresa y compartida en diferentes redes, así como un espacio para hacer comentarios con el requisito de estar loggeados en Facebook.

Examinando Qué (y otras páginas), pudimos advertir que independientemente de la utilización de recursos variados en una nota, todo lo que comprende material multimedia se agrupa dentro de la sección homónima; permitiendo una sencilla localización de las producciones audiovisuales para aquellos usuarios que optan por hacer de la lectura un recorrido más entretenido.

6.2- La Capital

Otro diario online que analizamos es <http://lacapital.com.ar/> de la ciudad de Rosario. Con 150 años de trayectoria es el más importante de la ciudad ya que provee información a más de dos millones de lectores.



Desde el año 2001 comenzó a editar una versión en internet. En el año 2003 incorporó las noticias de último momento con una actualización constante. Para el año 2007 y con el avance de la tecnología renuevan su página para incorporar la capacidad multimedia permitiendo de esta

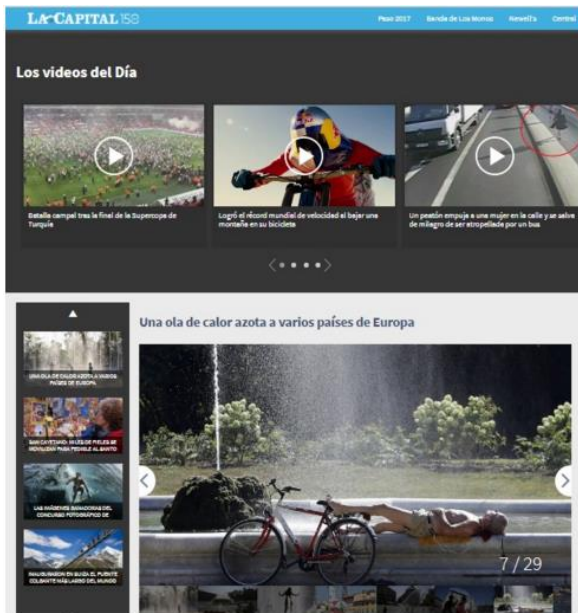
manera que los lectores comenten e interactúen con las noticias. A partir de ese momento se sumaron muchos más seguidores ya que el acceder a la web no tiene ningún costo y se puede leer la misma información que sale en la edición impresa.

El diario cuenta con una plantilla sencilla. Salvo en la noticia que se encuentra en la parte superior de la pantalla donde su imagen es de tamaño grande para identificarla como información de último momento, en el resto de la pantalla y hacia el final de esta, observamos notas con imagen y título respectivo.

Realizando un recorrido del portal nos topamos con un recuadro de algunos de los columnistas del diario, acompañado por una foto y nombre junto con el título de la nota que escribió cada uno.

A través de un línea divisoria y en colores se pueden observar dos secciones destacadas, la de deportes “Ovación”, y espectáculo “Escenario”. Entre una y otra - a modo de separador- visualizamos las noticias más leídas del día.

Hacia el final de la pantalla se refleja un cuadro con los videos del día y fotos de algún evento que haya tenido lugar en el diario o en la ciudad.



En cuanto a las noticias, las mismas cuentan con una buena redacción, no son muy extensas, salvo en el caso de que sean notas de mucha trascendencia realizan especies de informes. Vale mencionar que muchas notas son más amplias en la versión impresa del diario. Siempre en la parte superior y hacia el margen izquierdo se especifica la sección a la que pertenece la noticia.

A diferencia del diario antes analizado, en “La Capital” no hacen un uso constante del hipertexto pero sí en algunos casos sobre el margen izquierdo agregan un marco con las noticias más leídas sobre el tema. Las noticias se pueden compartir a través de las redes sociales y realizar comentarios, para lo cual el lector deberá contar con una cuenta de

Facebook. Podríamos decir que La Capital es uno de los diarios que más ha sumado lectores ya que, casi en la mayoría de las noticias, se puede observar una gran interacción entre estos a través de los comentarios. Al hacer un seguimiento de éstos pudimos detectar que el diario no cuenta con la figura de un moderador que realice los filtros necesarios por lo que se pueden leer mensajes de todo tipo, donde surge un ida y vuelta entre los usuarios que en muchas ocasiones terminan siendo agresivos. En la parte inferior de cada nota agregan noticias relacionadas a la sección.

7- Pasos a seguir - Metodología

Esta investigación será de tipo exploratoria porque como bien mencionamos párrafos más arriba es un tema sin antecedentes por lo que es necesario ampliar el contenido existente sobre el mismo. El método que aplicamos será cualitativo ya que utilizaremos técnicas de recolección de datos que nos permiten evaluar el desarrollo natural de los sucesos sin manipulación ni estimulación con respecto a la realidad.

Para responder algunas inquietudes que se nos presentaron en torno a los modos de lectura y de consumo, como así también de diseño, recurrimos a la realización de un pequeño cuestionario para habitantes locales donde, a través de la recolección de información, pudimos darnos cuenta de gustos e intereses particulares y generales. Esta herramienta nos sirvió además para descubrir temas relevantes que el público proporcionó, los cuales se habían dejado de lado, como también opiniones comparables para fundamentar nuestra idea.

Para una mayor disponibilidad de datos, otra estrategia que utilizamos fue la observación (no participante) de los tres medios del pueblo: radio, tv y boletín quincenal; donde a través de visitas pactadas con algunos de sus integrantes o empleados, durante el desarrollo de tareas, pudimos comprender la metodología de trabajo en una localidad pequeña, la producción de contenidos y la manera de encarar la información, como así advertir ciertas falencias que presentan a la hora de comunicar.

7.1- Cuestionario

Para proveernos de testimonios, conseguir información directa y asegurarnos de que los datos sean comparables, optamos por realizar un cuestionario para los habitantes de General Roca. A todos los sujetos se les formula la misma cantidad de preguntas en términos idénticos. Algunas de estas interrogantes fueron abiertas, apelando a la construcción de la respuesta y otras cerradas, donde el consultado tuvo que seleccionar por las opciones indicadas.

Las preguntas fluyeron de una a otra en forma lógica, de esta manera pudimos darnos cuenta en primera instancia que han cambiado los modos de lectura o que la lectura online de noticias es una práctica en evolución; cuáles son los gustos o intereses particulares a cerca de los temas tratados por los medios.

Recurrimos al punto de vista del ciudadano para saber cómo complacer sus preferencias, obtener una visión diferente del tema y fundamentar la premisa sobre la escasez de información local con que cuentan en la localidad.

La secuencia de preguntas que componen el cuestionario fue elaborada para responder a lo siguiente:

- 1- ¿Lees noticias en internet?
- 2- ¿Cada cuánto?
- 3- ¿Buscas en diarios digitales o lo haces a través de redes sociales?
- 4- ¿Qué dispositivos usas a la hora de leer?
- 5- ¿Te interesa informarte sobre hechos / noticias del pueblo?

6- ¿Cuáles de los siguientes temas son más relevantes? Ordénalos como te parezca:

Política - Deportes- Institucionales - Campo - Cultura - Policiales.

7- ¿Agregarías alguna otra temática que no hayamos nombrado?

8- ¿Qué temas consideras que no son tratados por los medios locales?

9- ¿Cómo calificaría la difusión de información en los medios locales?

Muy completa Completa Poco completa

Esta última pregunta se realiza teniendo en cuenta los tiempos de que disponen los medios, la instantaneidad, el compromiso con la cobertura de hechos, el desarrollo de temas, lo que se dice, cómo se dice y lo que se calla.

Abarcando una gama de edad de los 17 a los 60 años, el cuestionario fue realizado a 26 habitantes de General Roca que ante la saturación de la información recolectada, es decir, la reiteración en las respuestas, nos arrojó los resultados que detallamos a continuación:

Pregunta N° 1 ¿Lees noticias en internet? De la totalidad de los preguntados obtuvimos solamente dos respuestas negativas.

Pregunta N° 2 ¿Cada cuánto? El resultado de esta pregunta si bien fue más variado la mayoría respondió que lo hace habitualmente. En algunos casos sí se modifica la cantidad de veces que recurren a la web en busca de información, como aquellos que lo hacen de manera semanal.

Pregunta N°3 ¿Buscas en diarios digitales o lo haces a través de redes sociales?

Las personas consumen la información a través de lo que se comparte en las redes sociales. Si bien el número es menor, hay quienes buscan en diarios digitales de manera específica.

Pregunta N°4 ¿Qué dispositivos usas a la hora de leer?

Teniendo en cuenta el avance tecnológico, la mayoría opta por utilizar el celular como dispositivo base. La computadora de escritorio en menor medida es igualmente utilizada.

Pregunta N° 5 ¿Te interesa informarte sobre hechos / noticias del pueblo?

La mayoría de los cuestionados respondió afirmativamente, salvo algunas excepciones que admiten no darle importancia.

Pregunta N° 6 ¿Cuáles de los siguientes temas son más relevantes? Ordénalos como te parezca: Política - Deportes- Institucionales - Campo - Cultura - Policiales

Según los resultados conseguidos, los temas que más les interesa leer a los ciudadanos son en primer lugar cultura seguida por política, institución, deportes, policiales y campo. El grueso de los entrevistados optó por último lugar el ítem campo, alegando falta de interés, salvo aquellos que están relacionados directamente con la actividad.

Pregunta N° 7 ¿Agregarías alguna otra temática que no hayamos nombrado?

En cuanto a esta pregunta un gran número respondió que no consideraban agregar ninguna temática sin embargo, hubo quienes recomendaron sumar: medioambiente y salud en repetidas ocasiones.

Pregunta N° 8 ¿Qué temas consideras que no son tratados por los medios locales?

En este caso, la mayoría respondió que los medios desarrollan un contenido variado sobre diferentes temática pero el desglose de los mismos a veces es muy simple. Algunos de los fundamentos son la falta de profesionalismo y tiempo, poca objetividad al respecto, como así también comodidad y vergüenza a la hora de presentar la información.

Por otra parte, hubo quienes destacaron que sería interesante tratar más a menudo temas como: seguridad, drogas, adicciones y diferencias sociales.

Pregunta N° 9 ¿Cómo calificaría la difusión de información en los medios locales?

Muy completa Completa Poco completa

Para muchos de los informantes las noticias brindadas por los medios locales son poco completas. Al momento de explayarse, vincularon esa situación con lo mencionado en la anterior pregunta, es decir, falta de análisis de la información. Además, consideraron que el tiempo y la forma en que es presentada no es el adecuado ya que no hay medio que las difunda al instante. De todas formas, la mayoría se limitó a responder o elegir la segunda opción (que califica a la información como completa) considerando además que en algunos casos el trabajo por parte de los periodistas es limitado ya que no siempre se puede ahondar en la situación y se debe mantener el respeto y la tolerancia hacia los involucrados. De todos modos vale destacar que nadie tuvo en cuenta la opción muy completa, lo que nos lleva a pensar en que la difusión actual por parte de los medios es insuficiente.

La información recabada nos ayudó a despejar dudas en cuanto a la utilización y la importancia que los habitantes de General Roca tienen sobre el consumo mediático, el interés y la necesidad de mantenerse actualizados. El cuestionario resultó ser una herramienta positiva para nuestras pretensiones, ya que facilitó determinar ciertas cuestiones de diseño y obtener un punto de vista semejante para afirmar nuestra hipótesis de trabajo. Como así también nos abrió la posibilidad de tener en cuenta aspectos dejados de lado, para poder desarrollarlos y encararlos a futuro.

7.2 Observación

Para comprender el desempeño de los medios en General Roca recurrimos a la observación no participante. Realizamos visitas ocasionales a la radio, a la redacción del diario y al canal de televisión en sus respectivas tareas manteniéndonos al margen.

Pese a que en varias oportunidades se establecía un pequeño vínculo de comunicación, nos limitamos a registrar datos sin implicancia o interacción alguna.

7.2.1-FM Radiovisión 104.5

La radio local cuenta con 33 años de trayectoria; es el primer medio de comunicación que se instaló en el pueblo y pertenece ininterrumpidamente al señor Norberto “Tuto” Malvestuto, un radioaficionado que comenzó a transmitir allá por los años 1983. El personal encargado de la puesta al aire de Radiovisión está compuesto por el dueño y su señora María Del Carmen Malvestuto; ambos cumplen las funciones de operadores y locutores. Periodistas por hobby, cada uno cuenta con un espacio determinado que han distribuido de la siguiente manera: “La mañana de la radio”, con noticias, notas e informes locales, regionales, nacionales; “Costumbres Argentinas”, dedicado exclusivamente a emitir música del recuerdo; “Mega Magazine Musical” resumen del día con la información más relevante, música y noticias de último momento. Cabe destacar, que pese a la disposición de solo estos programas, ante eventualidades específicas, se corta la transmisión para pasar el parte de noticias como por ejemplo las salidas de bomberos o eventos institucionales.

Durante las visitas de observación, pudimos dar cuenta de que los programas tienen una producción previa muy escasa, aunque pese a esto, escuchar a “Tuto” ya se ha vuelto una costumbre del pueblo. Él mismo, se ocupa de buscar noticias en otros portales, se comunica con contactos y fuentes que le brindan información directa antes de arrancar una entrevista, como así también apela todo el tiempo a la repetición de notas grabadas previamente o contenidos externos; de vez en cuando dispone de invitados o comunicaciones en vivo.

Cabe destacar que la pareja posee mucha experiencia en radio pero ninguno de los trabajadores cuenta con títulos profesionales, lo cual se percibe en los modos de expresión, la manera de presentar temas y formular preguntas, redondeo de ideas o sorteo de obstáculos ante inconvenientes. Como vías de comunicación directas, la radio cuenta con un perfil de

Facebook, que no es revisado constantemente; una línea privada de telefonía fija y celular al cual se pueden enviar mensajes de textos y WhatsApp.

Si bien la tecnología implementada para la transmisión parece ser bastante obsoleta, la señal de la radio es muy buena y llega de manera limpia a los hogares, algo que destacan los vecinos ya que aseguran que a la hora de enterarse de las cosas “Tuto no es el mejor pero se escucha”.



Visita a Radiovisión

Cuenta también, con un hosting digital donde se puede reproducir la radio a través de internet y también vía aplicación para dispositivos móviles. Otra problemática visible es la falta de personal en los programas, quitando el dinamismo del diálogo; uno mismo es el encargado de buscar las noticias, cargarlas, leer y contestar mensajes, musicalizar y comentar los temas que se abordan. La radio no cuenta con flashes informativos, por lo tanto carece de datos renovados y actualizados, salvo casos especiales como nombramos más arriba, aunque de todos modos, es el medio más simultáneo y directo que posee la localidad.

Con respecto a la presentación de los mensajes pudimos advertir cierta falta de objetividad. Es muy notable la omisión de preguntas comprometedoras en determinadas situaciones o los halagos constantes ante pequeñeces. Según palabras de Norberto, “la radio se mantuvo (y lo hace) no solo gracias al aporte económico de sus auspiciantes, sino porque sus pilares son el respeto y la admiración hacia los demás”; en poblados pequeños es preferible mantener la discreción y la integridad de las personas ya que “todos nos cruzamos en la calle día a día.”

7.2.2- La Nueva Estrella - Periódico de distribución quincenal

Es el nombre que se lee en la portada del boletín donde se puede encontrar información sobre General Roca, Marcos Juárez y Tortugas. La publicación, que tiene apenas un año y medio de su aparición en la vía pública y es de tirada gratuita, surgió por iniciativa de Julián Angaramo.

El objetivo del mismo es informar a la población acerca de lo acontecido, cubriendo todos los ámbitos de manera tal que quede registro gráfico de ello. La Nueva Estrella está compuesta por: el autor del proyecto, Marcelo Rossi y Esteban Fattorelli, periodista deportivo, quienes son los encargados de recopilar datos, realizar notas y entrevistas; y la edición final corre por cuenta de Eliana Fattorelli. Tanto Marcelo como Julián, comparten su trabajo en Cegro TV, el canal local, como conductores y noteros de programas, lo cual les simplifica la producción de contenidos y el conocimiento de fuentes para el diario. Para actualizarse sobre información regional, integran un grupo de WhatsApp denominado Periodistas Unidos donde cada profesional (o no) comunica las novedades de su ciudad o pueblo.

En el quehacer del medio, destacamos que proyectan semana a semana el material que dispondrán para redactar, exceptuando hechos/acontecimientos arbitrarios, ya que el diario se constituye en gran medida, en una recopilación de entrevistas. Coordinan con los informantes capacitados para hablar sobre alguna temática y luego lo traducen a formato textual. Toman algunas fotos en ese momento o las solicitan previa y posteriormente.

Los teléfonos móviles son sus herramientas de trabajo como así también un dispositivo de sonido inalámbrico para grabación y una cámara de fotos hogareña. La edición

del material y el armado del diseño están a cargo de Eliana, quien es propietaria junto a Esteban de una gráfica, la cual imprime masivamente el resultado final.

Si bien el boletín no hace diferencias ideológicas, es de conocimiento público que sus integrantes pertenecen a la oposición política del gobierno municipal actual, lo cual es una obviedad a la hora de visualizar notas o informes de dicha índole, donde le restan importancia o no desarrollan completamente los temas tratados. Pese a ello, se percibe el respeto y la seriedad con que enfrentan a cada entrevistado.

La redacción de los contenidos es muy precaria, en la mayoría no se responde a las preguntas básicas del periodismo, no siguen una coherencia textual, no hay un uso adecuado de términos y la mayoría de las notas presentan errores ortográficos y gramaticales.

Creemos que todas estas falencias se deben a la falta de profesionalismo de quienes integran el medio, pero destacamos lo importante que es la distribución del boletín a sectores populares y el compromiso con el que es producido quincenalmente.



7.2.3-CEGRO TeVé

Es el canal de televisión de circuito cerrado que pertenece a la Cooperativa de Electricidad de General Roca, cuenta con veinticinco años de trayectoria y tiene llegada a zona urbana, rural, Tortugas y Saira. Su propósito es brindar un servicio, el de informar, a los asociados al cable. Dispone únicamente de tres programas de emisión semanal producidos enteramente por el equipo de trabajo a cargo. Uno deportivo, uno de entretenimientos y sociedad y uno de interés general.

Todos comparten la misma metodología de trabajo, preparando los días previos a la transmisión los contenidos que se reproducen, con encargados específicos de realizar notas, toma de imágenes y edición.



Pausa durante Acercándonos 60 minutos

En esta oportunidad observamos detenidamente el desarrollo de “Acercándonos”, el cual según la propia Cooperativa, es el programa de cabecera y más importante del canal. En el mismo, se hace público el accionar, las actividades y novedades de la misma, además de englobar información de interés, sucesos destacados, eventos a desarrollar y noticias transcurridas durante la semana.

Los responsables de llevar adelante el programa son: Roberto Selva, director general; Horacio Faccennini, técnica; puesta al aire y edición, Marcelo Rossi y Leonel Mancini, encargados de la conducción y realización de notas, Julián Angaramo, Fedra Bordon Graff y Rocío Rossi, notas y móviles; Leandro Ricci, cámaras en notas y piso; Eliana Dottori,

edición. La producción es realizada en conjunto y si bien los roles van cambiando de acuerdo a la disponibilidad de cada uno, todos colaboran en la integridad de la programación.

Profesionalmente disponen de una licenciada en comunicación (Fedra), un técnico electricista (Horacio) y un estudiante de periodismo deportivo (Leonel), el resto del personal realiza el trabajo como aficionados. El encargado de la conducción, Marcelo, es un locutor amateur que trabaja en los medios hace aproximadamente quince años.

Con doce años de trayectoria al aire de manera ininterrumpida, es notable la falta de renovación de ideas, el compromiso de los empleados, las producciones cuidadas y pensadas y la actualización de tecnología y herramientas de trabajo, por nombrar algunas cosas. El canal, que pertenece a la cooperativa que brinda los servicios en el pueblo (telefonía, electricidad, Internet, etc.) carece de una línea telefónica que contenga WhatsApp, por lo tanto, el programa no dispone de esta vía de comunicación, como tampoco con cuentas de Twitter e Instagram; dato que nos resulta de suma sorpresa ya que vivimos en una era de ultra comunicación.



Visita a CEGRO TeVé

Se transmite, religiosamente todos los sábados a partir de las 13 horas. Es por su única emisión que se pierde la idea de contenido instantáneo y simultáneo, ya que para poder ver lo acontecido, la audiencia debe esperar hasta el fin de semana. La noticia se dilata en el transcurso de los días y solo conservan sus televidentes porque es el único medio local que cuenta con el recurso de imágenes en colores y videos. Según alegan los integrantes del programa “si la mamá quiere ver a su hijo en un acto del colegio, no va a perderse Acercándonos”.

8- Corré la Bocha

El nombre del diario “Corré la bocha” está pensado en la lógica de un pueblo y del famoso dicho de que las noticias “vuelan”. Utilizamos el recurso de la transmisión de boca en boca, ya que es una característica típica de lugares pequeños donde entre los vecinos suelen divulgar todo tipo de comentarios.

La expresión “Corré la bocha” hace alusión a que “el otro” siga la cadena de lo que se está contando, que no corte la información y siga pasando a otros oídos. Pensamos que al emplear una frase de uso habitual, que define la manera de hablar y los códigos compartidos de una región será más fácil para los habitantes incorporar como propio y, de esta manera darle al nombre, un sentido de pertenencia, sin pensar en títulos recurrentes como ser “Roca noticias”.

CORRÉ LA BOCHA

8.1- Pantalla de Inicio

Al ingresar al sitio web podemos ver el nombre del diario en la parte superior a la izquierda, ya que es un margen que capta la atención del lector por su ubicación privilegiada.

Gráficamente optamos por la utilización de mayúsculas, recurso que aporta tamaño y textura. Seleccionamos una tipografía sin serif informal, para que sea entendible y legible a grandes rasgos y para generar armonía entre el diseño, lo que dice el texto y su significado.

El empleo de los colores en el nombre, cuadros y cajas, líneas e iconos, incluso logo, hace referencia a la región. Se optó por esta paleta ya que es representativa del paisaje del sudeste cordobés: verdes, en alusión al campo, las plantas, la soja, principal motor de producción en la zona; amarillo, al sol y al maíz; marrón a la tierra y celeste, al cielo.



El logo comprende un engranaje grande que representa la bocha, compuesto de algunos más pequeños aportando la idea de movimiento circular. Teniendo siempre en cuenta que la producción agrícola ganadera es el principal factor económico del pueblo, se jugó con la noción de maquinaria, por eso el uso de este recurso. Además, el mismo, en su interior lleva un pequeño megáfono, haciendo alusión a la difusión, a que hay algo para decir que verdaderamente debe que ser escuchado.

A modo de complemento fue pensado el slogan “noticias en movimiento”, siguiendo siempre con la idea de la actualización e instantaneidad que caracteriza al formato del periodismo digital. La necesidad constante de ir renovando la información para brindar a los lectores todas las opciones posibles de una redacción dinámica y elocuente.

Sujeto a esta noción, empleamos para la frase una tipografía cursiva, inclinada, que representa a modo de obviedad lo que está refiriendo: movilidad, no solo en las palabras, sino en la identidad del propio diario.

noticias en movimiento

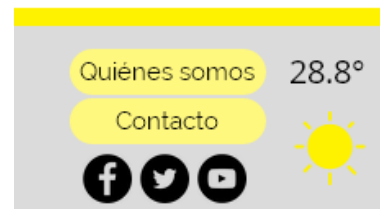
A la misma altura pero sobre el margen derecho se observa el botón amarillo de **Quienes somos**, al ubicar el cursor sobre el mismo cambia de color al verde y al clickear nos dirige al sector “integrantes del diario”; el staff de profesionales que lo conforman y trabajan en él, como también una breve reseña del proyecto ideario y los objetivos que intenta cumplir como nuevo medio de comunicación en un pueblo arraigado por viejas costumbres.

Abajo de este botón vemos el de **Contacto**, que al igual que el de arriba, cambia de color, un recurso que empleamos para generar dinámica y cierto grado de esteticidad a la visión de los lectores. Aquí disponemos las vías de comunicación personalizadas con las que cuenta la web, como ser correo electrónico y los mails o WhatsApp personales de los administradores/empleados del diario.

Debajo de éste, unos seguidos de otros, los iconos de las redes sociales de Facebook, Twitter y el canal de Youtube, los cuales nos redireccionan a las cuentas particulares de

dichas aplicaciones cuyo motor principal es la interconectividad y socialización con los usuarios. En las mismas se compartirán los contenidos de la página web oficial y, llegado el caso, se producirá material propio de difusión, ya que al ser de uso masivo y de fácil acceso, cumplen la función principal de captar audiencias.

Asimismo, en el costado derecho, ubicamos a modo de información adicional, una aplicación que ofrece los datos climáticos, iconos que irán cambiando de acuerdo al estado del tiempo, con la temperatura respectiva de cada hora y en los cuales haciendo clic con el mouse sobre ellos nos redirecciona a su página original. Optamos por este accesorio ya que lo consideramos un ítem infaltable en los diarios online.



Continuando la descripción de la página, podemos observar las diferentes secciones con las que cuenta el diario, cada una individualizada por un botón que al ser tocado con el cursor cambia de color blanco al amarillo, enviándonos a dicha sección donde encontraremos la información más detallada de las noticias registradas. Más abajo describiremos el contenido propio de las mismas.

El resto de la pantalla está compuesto por las noticias de última hora, sin clasificar la sección a la que pertenecen, donde de acuerdo al interés y al tiempo del que disponga cada lector podrá elegir el contenido que sea de su agrado.

En esta instancia se observa una imagen descriptiva del hecho relatado, por ello le dimos mayor interés a la fotografía, considerando que captan la primera impresión visual, colocando por debajo los respectivos títulos. Estos irán enmarcados en una caja de color verde, más llamativo que la gama utilizada en la totalidad del diario, para generar otro nivel de atracción.

The image shows a screenshot of the 'CORRÉ LA BOCHA' website. The header features the logo on the left, the site name 'CORRÉ LA BOCHA' with the tagline 'noticias en movimiento' in the center, and navigation links for 'Quiénes somos', 'Contacto', and social media icons on the right. Below the header is a horizontal menu with categories: POLITICA, CULTURA, INSTITUCIONES, DEPORTES, POLICIALES, CAMPO, and REGION, along with a search bar. The main content area displays four news items, each with a photograph and a teal-colored caption box:

- Carnaval toda la vida**: A group of people in elaborate carnival costumes.
- Segundo encuentro glorioso**: Children playing soccer on a grassy field.
- Caso Camilo Grassano**: A man sitting at a desk in what appears to be a shop or office.
- Homicidio pasional**: A close-up photo of a man and a woman smiling.

Siguiendo la línea escogida para la página, la tipografía implementada es sin serif, solo que empleamos el color negro para lograr un contraste fuerte entre fondo y letra. Al posicionar el cursor sobre los titulares aparece un lead de noticia, breve descripción/introducción al hecho que invita al lector a navegar en el desarrollo completo de la redacción.

Siguiendo la lógica de la página más abajo podemos ver un espacio destinado para los usuarios del diario denominado “**Contanos algo**”. Esta herramienta está pensada para el lector más activo, que quiera involucrarse y ser parte de la realidad participando, aportando datos, informando o mostrando algo desde su propio punto de vista. Un espacio que cumpla la función de dejar sentir a los lectores como “periodistas por un rato”. Se brinda también la posibilidad de mantener la privacidad del usuario, en caso que así lo desee.

Contanos algo  **3472-526607**

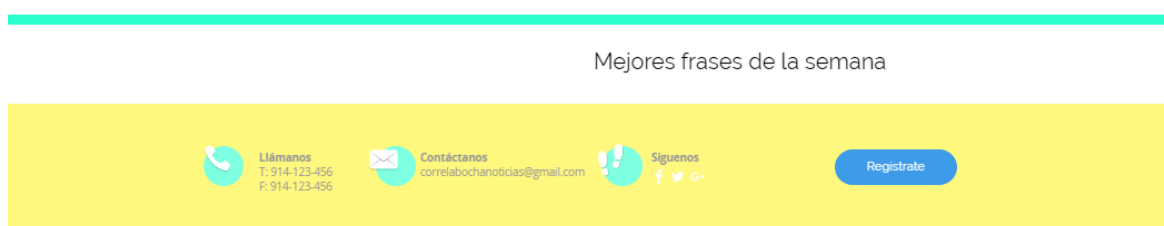


La Banda de Luisa tocando en el evento del día del estudiante organizado por la Promo 17. Imágenes compartidas por Federico García

Para evitar que se publique información errónea, comentarios desafortunados, imágenes con alto grado de sensibilidad pensamos en la figura de un moderador quien se encargará de chequear la información antes de ser publicada. De esta manera no se coarta la libertad de expresión, sino que preferimos una escritura útil, educada y comprometida.

Por lo tanto, el contenido de este apartado, si bien será elaborado enteramente por los usuarios que envíen el material, pasará previamente por un filtro. Esto permitirá darle cierta seriedad al diario.

Hacia el recorrido final de la página encontramos las mejores frases de la semana, que serán tomadas de las noticias registradas de acuerdo al criterio propio del diario.



Por último, se pueden ver nuevamente las vías de contacto, redes sociales y la opción de registro. Esta es una genial herramienta de recurso didáctico que permite a los visitantes “inscribirse” en la página web. Permite además, disponer el e-mail de contacto de los usuarios y datos básicos de información, por lo que se puede utilizar para conectarlos personalmente y mantenerlos informados sobre las novedades, también para mantener un control y un orden de organización.

8.2- Secciones

El diario cuenta con siete secciones individualizadas, las cuales fueron pensadas de acuerdo al grado de desarrollo temático local (cuáles son los asuntos más relevantes o más fructíferos a la hora de hablar); siguiendo una lógica virtual tradicional en diarios online; como así también se tomó la opinión de cierto número de personas que fueron sometidas a un cuestionario para obtener el punto de vista de ciudadanos roquenses (pregunta número 6 del cuestionario anexo). Cada uno de los tópicos está ordenado según este criterio, tratando de incluir o globalizar en algunos casos, temas que se dejaron de lado, como ser salud, que se desarrollará dentro de Hospital que a su vez se encuentra dentro del Botón Instituciones. Los mismos son: política, policiales, instituciones, cultura, deportes, campo y región que a continuación detallaremos.

Política: Este apartado tratará específicamente del gobierno y la organización de la sociedad. Se desarrollará la actividad de quienes gestionen el municipio y todo lo relacionado con ello (por ejemplo planes solidarios, gestiones provinciales). Si bien la idea del diario no es tomar una posición ideológica particular, creemos que las decisiones que se toman en este ámbito le competen a todos los habitantes y que es necesario informar sobre lo que acontece tanto a nivel político local, regional, provincial y nacional y cómo influyen las medidas aplicadas en el quehacer cotidiano, sin hacer distinciones partidarias. En este espacio además se dará a conocer la actividad del Honorable Concejo Deliberante, donde conviven diferentes fuerzas políticas. Y las gestiones y proyectos de los legisladores provinciales y nacionales que representen a la región.

Policiales: en este segmento haremos referencia al trabajo de los efectivos, a las salidas de emergencia que realiza el cuerpo de bomberos voluntarios, hechos delictivos, accidentes de tránsito y todo tipo de eventos desafortunados (o no) en los que intervengan las fuerzas policiales. Es uno de los temas más solicitado por los pobladores a ser desarrollado en mayor medida y cobertura, con profesionalismo, ya que se demuestra un grado elevado de interés por informarse acerca de estos tipos de acontecimientos.

Instituciones: Dentro de este botón encontraremos detalladas diversas cuestiones que son llevadas a cabo por instituciones representativas, por nombrar algunas: educación por escuelas en todos sus niveles, biblioteca y guardería; salud por hospital; adultez por Centro de Jubilados, Hogar de Ancianos y Hogar de día. La idea es además dar un espacio de difusión a las instituciones de General Roca permitiéndoles informar acerca de sus novedades y accionar diario. La misma hará referencia tanto a dependencias municipales (Guardería, Hospital, Bromatología, Hogar de Ancianos, Hogar de día, Biblioteca, Museo), educativas (Jardín de infantes, Escuelas primarias y secundarias y Centro para adultos), independientes (Club, Bochín club, Centro de Jubilados y Pensionados, Bomberos Voluntarios, Parroquia).

Cultura: Este es uno de los aspectos más explotados en la localidad, ya que diariamente se llevan a cabo talleres brindados por la Municipalidad y con gran frecuencia instituciones públicas y privadas organizan eventos de la misma índole los fines de semana.

También, vale destacar que Gral. Roca hace unos años -de la mano de Javier Faroni, conocido productor teatral oriundo de la localidad, la Parroquia Santa Rosa de Lima y la Municipalidad- recuperó un espacio que estaba abandonado y que hoy funciona como cine-teatro, generando de esta manera una mayor cantidad de atracciones y entretenimiento. El

mismo depende enteramente del municipio, pero su utilización es abierta a todo público. Da acogida a músicos, artistas plásticos, bailarines, escritores y artesanos generando así un gran movimiento dentro de este ámbito y sirviendo a su vez como un medio para la difusión de entrevistas biográficas y/o informativas. Gran parte de los eventos se realizan dentro del cine, o fuera, ya que su posición privilegiada, frente a la plaza céntrica, permite una gran concurrencia y acceso de personas.

Por todo ello merece ser desarrollado de manera independiente.

Deportes: Este apartado contará con todas las actividades y eventos deportivos que se lleven a cabo en el pueblo o fuera y que comprometan a deportistas locales.

General Roca cuenta con un único club multidisciplinar, el Centro Deportivo, donde se practica fútbol federado en todas sus categorías, bochas, vóley, patín, gimnasia, hockey, paddle y pelota-paleta de manera amateur. También hay un bochin, dedicado exclusivamente a este rubro. Debido a la falta de disciplinas o a que la mayoría son aficionadas, muchos jóvenes concurren a realizar actividades en instituciones de localidades vecinas, es por este motivo que además se realizará seguimiento de aquellas personas que tengan un buen desempeño, para de esta manera producir contenido variado en el rubro y constante.

Campo: La actividad agrícola-ganadera es la principal fuente de producción del sudeste cordobés por lo que consideramos que esta sección es indispensable ya que el pueblo dispone de grandes empresas de acopio de cereales, industrias dedicadas a la comercialización de agroquímicos como así también a la fabricación de maquinaria, molino de harinas, tambos, feedlot y actividades relacionadas. Es el motor económico por excelencia,

por ello creemos necesario incorporar información específica para el agricultor como ser cotización de cereales y oleaginosas, planes de cultivos, exposiciones regionales, y todo lo que sea relevante para este sector.

Región: En este espacio se incluirán aquellas novedades desarrolladas fuera del ámbito local ya que consideramos importante destacarlas debido a que en algunos casos tienen influencia directa con lo que sucede en el pueblo, como también información destacada a nivel provincial y nacional. Cada texto incluirá en la parte superior el lugar de referencia para ubicar espacialmente a los lectores.

8.3- ¿Un medio para quienes?

Con la incorporación de las “nuevas tecnologías” a la vida cotidiana de las personas, la mediatización es moneda corriente y parte fundamental de estos tiempos, donde el surgimiento de nuevos medios modifica costumbres, vivencias, entornos incluso lenguajes. Es por esto que tanto producir cómo distribuir información, está al alcance de todos, con lo cual las fronteras entre audiencias y creadores, son cada vez menos nítidas. (Fossatti - Gemeto, 2011)

Especificar detalladamente una audiencia cuando hablamos de algo que va a ser publicado en Internet no es tarea sencilla, precisamente porque la masificación y la heterogeneidad son sus principales características. Teniendo esta idea presente, trataremos de dirigirnos a un público que haga uso diario de la www, portales de noticias, aplicaciones y redes sociales. Entendemos que a la hora de leer, no todos lo hacen a través de un recorrido web, como por ejemplo ingresar directamente la URL de Rosario3 o La Capital, sino que vemos que a raíz de la popularidad que tomaron las redes sociales, gran cantidad de personas se han acostumbrado a consumir información que comparten a través de estas. (Ver pregunta 2 del cuestionario)

Al tratarse de un diario online, corremos el “riesgo” de que cualquier internauta se convierta en lector directo y a su vez, se haga partícipe de lo que esté leyendo, interactúe y colabore en la distribución de las notas, eje principal de la colectividad.

“Corré la Bocha” pretende llegar especialmente a los habitantes de General Roca, para lo cual se tendrá en cuenta el contexto, el lenguaje, los modismos y las costumbres a la hora

de escribir y producir, sin dejar de lado detalles que permitan a un lector “pasajero” comprender enteramente lo que reproduce en su pantalla.

Se busca que la audiencia del portal participe de manera activa y que interactúe, por eso dispone de un espacio para que los lectores realicen comentarios, hagan publicaciones propias (a través de la sección “Contanos algo”), compartan información en sus redes sociales. Trabajar de manera conjunta con la audiencia, a través de la utilización de estas herramientas que la posicionan como un productor (y consumidor) directo. Desde este momento, el destinatario del mensaje ya no será un simple lector pasivo, sino que pasará a convertirse en “usuario” del diario. Aunque pensemos en Internet como un mar de navegantes infinito, al contrario que los televidentes u oyentes de radios, audiencias totalizadas, podemos identificar individualmente la nuestra. Gracias a esta posibilidad, el medio, a través del registro de los lectores, puede determinar cuáles son sus gustos y preferencias a la hora de redactar, de mostrar imágenes o compartir videos.

Esto es debido gracias a la convergencia de soportes y las nuevas posibilidades que brinda no solo disponer información inmediata, sino también nuevas formas de socializar, como en nuestro caso, pertenecer a la comunidad de “Corré la bocha”, de compartir experiencias y conocimientos, incluso para los habitantes de General Roca, de conocer un nuevo lenguaje, el del diario online, al alcance de la mano.

Pensar, años atrás, tener la posibilidad de que cualquiera se convierta en “camarógrafo o periodista, era muy lejano. Actualmente, la implementación de dispositivos móviles, tales como celulares, una cámara de fotos o una grabadora está al alcance de todos. Incluso, por el uso de diversas aplicaciones y redes populares, es más normal contar y mostrar algo propio

que mantenerse en el anonimato. Esto se debe en primera instancia, al uso masivo de estos aparatos, a través de los cuales ya no solo nos comunicamos sino que “creamos el mundo” que mejor nos convenga, nos represente y nos interese, siendo cada vez más las personas que deciden sumarse a la vorágine de la mediatización quedando vistos como “bicho raro” aquellos que no lo hacen. Es por estas nuevas prácticas y posibilidades que se pueden llevar a cabo a través de estos artefactos, que la transmisión de información es más simple y eficaz, entonces, especificando nuestros destinatarios, lo hacemos pensando en un grupo que maneja periódicamente, ya no solo computadora, sino tablets, celulares y dispositivos portátiles, teniendo presente que comprenden una franja que abarca de 10 a 50 años aproximadamente. Cada persona que pueda llevar un celular en el bolsillo o en la cartera será un destinatario para nuestro blog.

8.4- Identidad

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, “Corre la bocha” es un portal de noticias que produce contenidos informativos para la localidad de Gral. Roca donde el principal objetivo es llegar a toda la comunidad en primera instancia. Por esta razón, las noticias serán textos cortos, concisos y claros permitiendo una lectura rápida. Se utilizará la técnica de la pirámide invertida ya que los lectores desean saber qué pasó en el primer párrafo. En el caso que se traten temas que hayan tenido previamente repercusión se incluirán links de titulares anteriores. Esto nos lleva a la utilización del recurso de la hipertextualidad. Cabe destacar que la influencia de este recurso alcanza todas las grandes áreas de investigación en periodismo porque tiene implicaciones en el lenguaje, los géneros y en el proceso de recepción al demandar la actuación del receptor. Esta definición resalta la necesidad de una participación activa del lector que, al seguir su propio recorrido de lectura, crea sucesiones temporales, altera el curso de la historia y por eso habrá de considerarse a sí mismo autor de un texto sin principio ni fin. Es por esto que se dice de los diarios online que se abren hacia el infinito y que debido a los comentarios y construcciones de los lectores, nunca terminan verdaderamente de escribirse.

En cuanto al estilo de redacción, se utilizará un lenguaje informal ya que una manera de ser leídos por todos los pueblerinos es facilitando la lectura mediante frases simples y evitando conceptos o términos técnicos. Con el empleo de la “hipertextualidad” el lector ya no tiene que seguir una lectura que evoluciona de lo más importante a lo menos importante - en la perspectiva del periodista pasa a tener la oportunidad de seguir un recorrido propio, saltando de enlace en enlace de acuerdo a sus intereses. Esto implica el recurso a nuevas

técnicas de redacción adaptadas a una nueva realidad que permite el enlazamiento entre textos y elementos multimedia en diferentes capas de información.

Pretenderemos estar actualizados constantemente para darle visibilidad y presencia al medio. Si bien sabemos que en Gral. Roca no todos los días suceden hechos o acontecimientos noticiosos trabajaremos con una agenda que nos permita estar donde está la noticia. Buscaremos referentes en cada área que abarque el diario quienes serán capaces de prestar la información requerida, además mantener una comunicación fluida con municipalidad e instituciones para estar al tanto de sus actividades. Asimismo, las redes sociales también funcionarán como nexo entre ciudadanos y redactores, dando a conocer inquietudes y sucesos a través de comentarios y publicaciones, además serán los motores principales para la viralización de contenidos.

9- Conclusión

En los tiempos que corren nos resulta cotidiano hablar de la digitalización. Ésta, forma parte de nuestras vidas al punto de convertirnos en seres mediatizados, donde buscamos constantemente estar conectados e informados.

A raíz de esta búsqueda surgió el proyecto “Corré la Bocha”, un diario digital que exhiba el quehacer habitual de General Roca, localidad pequeña de la provincia de Córdoba. Fue pensado para cubrir una ausencia de medios con presencia simultánea en la transmisión de información. La principal fortaleza del portal será la construcción de agenda, ya que carece de competencia directa. A diferencia de otras páginas regionales, la redacción y los profesionales del diario estarán en el lugar de los hechos, difundiendo las noticias del pueblo en primer momento.

Además, nos planteamos como misión básica - más allá de lo fundamental que es comunicar- resaltar los valores que en comunidades pequeñas son pilares esenciales, tales como el respeto, la preservación, la solidaridad. Podemos darnos cuenta de ello cuando las personas se conocen entre sí y comparten un fuerte lazo como vecinos, manteniendo un vínculo cercano y no forman parte de una masa heterogénea como ocurre en grandes ciudades.

Es por esto que presentar los hechos y las novedades debe hacerse con total cautela y seriedad para evitar herir susceptibilidades, no incurrir en la intolerancia y realizarlo con sumo profesionalismo; no sólo los lectores conocen a los periodistas, sino que los periodistas conocen a sus lectores y/o a actores involucrados en los acontecimientos. Cuando escribimos algo sobre algún conocido nos es inevitable volcar una impronta o destacar sus virtudes y

cualidades, por lo tanto el estilo del diario será sobresalir por sobre los demás con una huella propia que, sin dejar de lado la objetividad, nos permita crear un lazo de confianza con nuestros lectores. De manera tal que la información brindada será la justa y necesaria, las fuentes creíbles y tratables; los temas específicos o delicados se abordarán bajo la mirada de profesionales. Si bien las secciones que se desarrollarán en el portal serán de interés general, se tendrán en cuenta a futuro aquellas cuestiones que se dejan de lado o que por ser una sociedad pequeña no se tratan con frecuencia, tales como abuso social o discriminación.

La estructura de la página se concentrará en el dinamismo y la facilidad para acceder a los contenidos, teniendo en cuenta que gran parte de la población se topará por vez primera con nuevos lenguajes virtuales.

Algo a lo que ya nos hemos acostumbrado por el uso de las tecnologías, es a moldearnos de manera explícita a la realización de prácticas y acciones diarias. Nuestra práctica en cuestión -lectura y redacción- nos traslada al desafío que atravesarán los habitantes de General Roca, el de ser lectores de sus propios hechos y al mismo tiempo productores del mensaje.

Nos proponemos de esta manera, incorporar un esquema diferente sobre el consumo de noticias a través del portal Corré La Bocha, que se focalizará en la creación de agenda, una nueva oportunidad de acceso a la información local y principalmente sumergirnos en la virtualidad que nos plantea el avance mediático, el cual ya se ha convertido en parte vital de los individuos, generando nuevos hábitos y prácticas.

10- Bibliografía

Canavilhas, J (2007) Webnoticia: Propuesta de modelo periodístico para la WWW. Recuperado de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf.

Castells, M (2006) *“La revolución de la tecnología de la información”*. La Era de la Información: Economía, sociedad y cultura. Vol.I La Sociedad red. Siglo Veintiuno Editores.

Comba, S & Toledo, E (2003) *“A” Comunicación digital: una reflexión sobre los usos sociales de la computadora*. En Temas y Debates, Año 7 / N° 6 y 7. UNR Facultad de Ciencia Política y RR.II, Rosario.

Comba, S & Toledo, E (2003) *“B” Tecnologías digitales: los mundos posibles*. En Revista de-Signis 5, Corpus Digitalis, Semióticas del mundo digital. Editorial Gedisa, Madrid.

Fossatti, M & Gemeto, J (2012) *El nuevo creador: Prosumer, amateur, colaborativo*. En [Arte joven y cultura digital](#)

Fossatti, M & Gemeto, J (2012) *Superación de la cultura de la escasez: hacia una cultura de la abundancia*. En [Arte joven y cultura digital](#)

Franco, G (2008) *Cómo escribir para la web: Base para la discusión y construcción de manuales de redacción online*. Recuperado de https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf.

Gomez Orozco, G (2010) *Audiencias ¿Siempre audiencias?* Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/162579688/AUDIENCIAS-siempre-Audiencias-Guillermo-Orozco-pdf>

Jenkins, H (2006) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Introducción: Adoración en el altar de la Convergencia. Editorial Paidós

Montiel, M & Soruco, G (2012) *La madeja de la técnica y los medios digitales: nuevas subjetividades y sentido social*. Recuperado de <file:///C:/Documents%20and%20Settings/Gui/Mis%20documentos/Downloads/Dialnet-MadejaDeLaTecnicaYLosMediosDigitalesNuevasSubjet-4041870.pdf>.

Pico, R (2014). *Longform: el nuevo boom en internet por los contenidos largos y de calidad*. En Puro Marketing. Recuperado de <http://www.puromarketing.com/30/23281/longform-nuevo-boom-internet-contenidos-largos-calidad.html>

Pierre, L (2007). *Cap. VI: Lo universal sin totalidad, esencia de la cibercultura*. En Cibercultura. Informe al Consejo de Europa, Ed. Anthropos, México.

Rodríguez, G (1988). *¿Hasta cuándo con el discurso sobre el impacto de la tecnología?* En Revista ILET (Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales), Año 1, N° 2, Santiago de Chile.

Scolari, C (2008) *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Recuperado de <https://drive.google.com/drive/folders/0B4BvtTRNTagAbmRwU3BQT11EdEk>.