



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

**MANUAL DE ESTILO DIGITAL PARA LA AGENCIA DE NOTICIAS
VENEPRESS**

Trabajo Especial de Grado para optar al título de Especialista en Periodismo
Digital

Toro Vielma, Yunior Alberto C.I.V.-. 19146097

Asesorado por:

Montilla Zapata, Antonio José

Ramírez Alcalá, Clara Luis

Caracas, 20 de marzo de 2019

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

**MANUAL DE ESTILO DIGITAL PARA LA AGENCIA DE NOTICIAS
VENEPRESS**

Trabajo Especial de Grado para optar al título de Especialista en Periodismo
Digital

Toro Vielma, Yunior Alberto C.I.V-. 19146097

Asesorado por:

Montilla Zapata, Antonio José

Ramírez Alcalá, Clara Luis

Caracas, marzo de 2019

Comité de Estudios de Postgrado Especialización en Periodismo Digital

Quienes suscriben, profesores del Comité de Estudios de Postgrado de la Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila, para certificar el Trabajo Especial de Grado titulado: "Manual de Estilo Digital para la agencia de noticias VENEPRESS", presentado por el(la) ciudadano(a): **TORO VIELMA, YUNIOR ALBERTO**, cédula de identidad N°19.146.097, para optar al título de Especialista en Periodismo Digital, dejan constancia de lo siguiente:

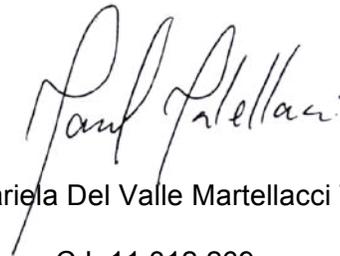
1. Su presentación se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el día 18 de marzo de 2019, en la sede de la Universidad Monteávila.
2. La presentación consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de su autor, en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por los profesores evaluadores, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la presentación del citado trabajo los profesores evaluadores decidieron otorgar la calificación de Aprobado "A" por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.

Acta que se expide en Caracas, el día 1 del mes de abril de 2019.



Prof. Nelly Meléndez Gómez

C.I. 7.835.301



Prof. Mariela Del Valle Martellacci Trujillo

C.I. 11.312.269

Señores:

Universidad Monteávila
Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital

Atención:

Referencia:

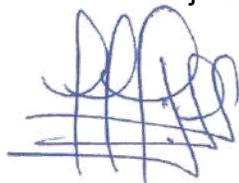
Por medio de la presente le informo que hemos revisado el borrador final del Proyecto de Trabajo Especial de Grado del ciudadano: Toro Vielma Yunion Alberto, titular de la cédula de identidad 19146097; cuyo título tentativo es: “Manual de estilo digital para la Agencia de Noticias Venepress”, el cual cumple con los requisitos vigentes de esta casa de estudio para asignarles jurado y su respectiva presentación.

A los 20 días del mes de marzo de 2019



Ramirez Alcalá, Clara Luisa.

Asesor de Seminario de Trabajo Especial de Grado III



Montilla Zapata, Antonio José
Asesor Académico



Asunto: Carta de autorización

Sres. Universidad Monteávila
Especialización en Periodismo Digital
Presente.

Por medio de la presente comunicación le informamos que como Gerente de Información y Opinión de la Agencia de Noticias Venepress, autorizamos al estudiante de la especialización de Periodismo Digital Toro Vielma Yunion Alberto, para realizar un estudio con fines estrictamente académicos denominado: "Manual de Estilo Digital para la Agencia de Noticias Venepress".

Quedando a sus órdenes

Atentamente,

Jaime Israel Barbuzano

Gerente de Información y Opinión de la Agencia de Noticias Venepress

(0412) 8401769

Calle Veracruz con Cali, Edificio ABA, piso 8 oficina 8B. Las Mercedes, Caracas

Telfs.: 0212.993.80.02 - .993.29.95

A mi madre, por su amor incondicional, valentía y coraje.

Mi ejemplo a seguir...

AGRADECIMIENTOS

Estas líneas se las dedico a Dios, por darme salud, vida y la fortaleza de terminar este trabajo, además de la bendición para que sea todo un éxito.

A mi madre, Aida Vielma, un ser único e irrepetible que ha sido capaz de dar todo sin recibir nada, de invertir sin medir la rentabilidad que le aporte su inversión, de querer con todo su corazón sin esperar nada a cambio, en fin, un ser maravillo que estuvo siempre detrás de cada paso que daba para ejecutar este Trabajo Especial de Grado.

A mi abuela Rosario, una mujer que nunca dejó de preguntarme ¿Cómo vas en clases?, en pregrado pude observar y disfrutar tu alegría al verme con toga y birrete, hoy estás al lado de Dios, llena de felicidad al saber que no me quedé ahí conforme, sino que decidí seguir escalando y preparándome profesionalmente.

A mi hermano Yonathan, por apoyarme en este camino.

A la Universidad Monteávila, por brindarme los conocimientos necesarios para ejecutar este Trabajo Especial de Grado. Definitivamente la UMA es sinónimo de crecimiento y profesionalismo.

A la directiva de la Agencia de Noticias Venepress, por la oportunidad de desarrollar mis conocimientos en la organización.

A mi asesora de Seminario de Trabajo de Grado, Clara Ramírez, por su confianza y compromiso.



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO
MANUAL DE ESTILO DIGITAL PARA LA AGENCIA DE NOTICIAS VENEPRESS

Autor: Toro Vielma, Yunior Alberto

Asesores: Ramírez, Clara

Montilla, Antonio

RESUMEN

En un medio de comunicación es indispensable unificar criterios de redacción y lenguaje multimedia para la publicación de contenidos; y en la era del periodismo digital, es aún más importante, sobre todo por la cantidad de herramientas útiles al momento de escribir o producir para la web. En este sentido, en esta investigación se plantea diseñar en una plataforma web un Manual de Estilo para la Agencia de Noticias Venepress. A partir de esta investigación, se realizaron entrevistas semi estructuradas para la caracterización de contenidos de la empresa, que permitieron identificar la línea editorial. Una vez recabada esta información, se formularon las consideraciones importantes en la sala de redacción, departamento de producción y redes sociales. Finalmente, se diseñó la propuesta de una arquitectura web, donde será difundido el producto final de este Trabajo Especial de Grado.

Línea de trabajo: Periodismo digital, sitio web

Palabras claves: Periodismo digital, lenguaje multimedia, estilo, arquitectura web.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	14
Planteamiento del problema	14
Objetivos de la investigación	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos	16
Alcance y delimitación	17
Justificación e importancia	17
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	19
Antecedentes	19
Bases teóricas	21
Bases legales	27
Aspectos éticos	30
CAPÍTULO III MARCO ORGANIZACIONAL	31
Venepress	31
Misión	32
Visión	32
Valores	32
Función social	32
Marco legal	33
Contexto ético	33
Estructura física	34
Personal	34
Identidad gráfica	34
Plataformas digitales	35
Organigrama	36

CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO	37
Tipo de investigación	38
Diseño de investigación	38
Población y muestra	38
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
Técnicas de análisis de datos	40
Operacionalización de variables	42
CAPÍTULO V PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	44
Antecedentes	44
Aspectos conceptuales	45
Aspectos tecnológicos	46
Sitio web como plataforma de difusión	46
División del wireframe	49
Menú de navegación	51
Apariencia	62
Contenidos	64
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	101
ANEXOS	105

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Home de Venepress	47
2. Ingreso de correo electrónico y contraseña	47
3. Capa de comportamiento	48
4. Wireframe o prototipo	49
5. Menú de navegación	51
6. Redacción	52
7. Lo último	53
8. Destacados	54
9. SEO	55
10. Multimedia	55
11. Producción	56
12. Diseño	57
13. RRSS	58
14. Twitter	59
15. Facebook	60
16. Instagram	61
17. YouTube	62
18. Aymara en su punto	92
19. Antonieta on the rocks	93
20. Luis Vicente LeONLine	93
21. Lo que viene	94
22. Laya no se calla	94
23. El lado oscuro	95
24. En pocas palabras	96
25. Noticiero Venepress	96

ÍNDICE DE TABLAS

1. Bases legales	28
2. Aspectos éticos	30
3. Operacionalización de variables	42

INTRODUCCIÓN

Cuando nace el periodismo digital en el mundo, son muchas las inquietudes que se comenzaron a hacer los comunicadores sociales, sobre todo por las diferencias de estilo, el público objetivo y nuevas tecnologías. Ante esto, los medios de comunicación con larga trayectoria que fueron migrando a la web, requerían de actualización constante en el estilo de redacción y lenguaje multimedia, labor que quedó en manos de editores y directivos.

En Venezuela, en el año 2017, fue fundada la Agencia de Noticias Venepress, cuyo principal objetivo es ser un medio de comunicación referencial en Venezuela y el mundo. Para esto, es necesario lograr el posicionamiento en el mercado y reconocimiento de la marca. Por este motivo, en el siguiente trabajo de investigación se plantea el diseño de un Manual de Estilo Digital, para que en Venepress existan criterios propios en la redacción y producción de contenidos audiovisuales.

Por tratarse de un medio digital, fue propuesta bajo la modalidad de sitio web, en la que tendrán acceso solo los trabajadores de la compañía. Allí, podrán encontrar las consideraciones y línea editorial, definida luego de realizar una serie de entrevistas semi estructuradas a los directores y jefes de cada departamento del medio.

Asimismo, se incorpora en la investigación, los criterios lingüísticos a manejar al momento de publicar los contenidos en las redes sociales, así como las indicaciones básicas para el trabajo diario de los community manager.

En este sentido, se desglosaron los elementos del periodismo digital como la multimedialidad, interactividad e hipertextualidad, para describir las narrativas en las que se presenta el producto final, que puede ser ejecutado por la empresa cuando así lo requiera.

El Trabajo Especial de Grado fue estructurado en esta primera fase en tres capítulos, en los cuales se recabaron las informaciones de lo que se pretende investigar. En el **capítulo I** se plantea el problema, el objetivo general y los objetivos específicos, además del alcance y la justificación. En el **capítulo III** se reflejan datos corporativos de la empresa en la que se está trabajando, como visión, misión, valores, personal, identidad gráfica, entre otros. El **capítulo V** recoge la propuesta del Manual de Estilo Digital y la arquitectura web, los antecedentes fundamentales para la ejecución de la investigación, aspectos conceptuales y tecnológicos.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

La Internet en el mundo se ha convertido en una red indispensable entre los ciudadanos, ha generado cambios en la sociedad, en instituciones e inclusive en los procesos comunicacionales, por diversidad de servicios, fácil acceso y acercamiento.

A finales del siglo XX cuando surgió esta nueva manera de acceder a la información. Durante el desarrollo de la red, nació un género periodístico denominado periodismo digital, que según Falla S. (2011), responde a la inmediatez, haciendo uso de recursos como imágenes, video, texto y audio, con características básicas como hipertextualidad, interactividad y la multimedialidad.

En Venezuela, fue a partir del año 1995 que los principales medios de comunicación tradicionales decidieron avanzar y dar este paso hacia esta práctica de publicar contenidos informativos y audiovisuales en línea, transitando así del papel a la web, lo que obligó a los propietarios a invertir en equipos tecnológicos y formar a los comunicadores sociales en el área de cibermedios.

Ante la demanda, los medios fueron innovando no solo su infraestructura sino también su estilo periodístico, es decir, que aquel modelo clásico de prensa escrita ha enfrentado cambios, tanto en su presentación, como en su lenguaje. Todo esto se ha ejecutado con un fin, expandir la información y renovar las facilidades de consumo.

Al momento de construir y modificar el contenido que se pretende publicar en un medio digital, son muchas las interrogantes que se formulan, todas relacionadas a la redacción, producción de piezas audiovisuales y manejo de redes sociales; y para

dar respuesta a todas las preguntas es presentado este Trabajo Especial de Grado con el que se pretende elaborar un manual de estilo digital.

Pero ¿qué es un manual de estilo? Beaumont Fernández José, define manual de estilo como la unificación del lenguaje, además asegura que es creado para facilitar la exactitud y claridad entre los trabajadores de la prensa.

Las grandes agencias constituyen el periodismo más básico, en el que, por encima de todo prima el interés de la noticia unido a la urgencia de la transmisión (rapidez), la concisión, exactitud y claridad. Los manuales de estilo surgen para facilitar la puesta en práctica de estos factores (Beaumont – Fernández, José 2009)

En este sentido, la elaboración de un manual permitirá unificar criterios y difundir contenidos claros y precisos, establecer una identidad, estilo y lineamientos específicos que identifique la marca, a sus colaboradores y usuarios.

En la agencia de noticias Venepress son múltiples las ideas que nacen a diario para la publicación de sus contenidos en la web, el poco tiempo de fundada y la falta de un proceso directo y único, hace que sus trabajos periodísticos sean diferentes no solo en contexto sino también en estilo.

Por consiguiente, es necesario elaborar un manual de estilo digital en la agencia de noticias Venepress para que sus periodistas tenga un mejor desempeño, optimizando las tareas y los procesos.

Es por ello que el estilo en la redacción, sugerencias para la elaboración de trabajos de investigación, técnicas para el área de producción, prácticas correctas para el posicionamiento SEO y las estrategias de redes sociales, serán expuestos en este Trabajo Especial de Grado, el cual se desarrolla enmarcado en la línea editorial que maneja Venepress, que se definirá a través de un Compromiso y Estatuto de Responsabilidad Profesional.

De igual modo, la propuesta será presentada a través de la arquitectura de una sitio web interno para venepress.com en la que serán incluidas las categorías: Redacción, multimedia, redes sociales, allí los trabajadores de la prensa del medio de comunicación a través de un usuario y contraseña, podrán acceder, conocer las normas de estilo e insertar sugerencias.

En concordancia con las ideas expuestas en los párrafos anteriores, surgen las siguientes interrogantes, las cuales orientan a los objetivos de la investigación y su consecuente propuesta. ¿Qué debe contener un Manual de Estilo Digital para establecer normas para el desarrollo y publicación de contenidos en la Agencia de Noticias Venepress? ¿Cuál es la línea editorial de la Agencia de Noticias Venepress? ¿Cuáles son los elementos del periodismo digital que se pueden utilizar al momento de difundir un Manual de Estilo? ¿Cuáles son las normas que se deben mostrar en una página web, cuyo principal objetivo sea difundir un Manual de Estilo?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general:

Diseñar un manual de estilo para la agencia de noticias Venepress a través de la caracterización de la producción informativa para establecer parámetros únicos del periodismo digital que serán publicados en una intranet.

1.2.2 Objetivos específicos

Analizar la producción informativa de la agencia de noticias Venepress para la determinación de su línea editorial.

Identificar los elementos del periodismo digital en la agencia de noticias Venepress para la definición de criterios de redacción y lenguaje multimedia.

Presentar la propuesta de una página interna en www.venepress.com para la difusión de la línea editorial y parámetros definidos en el manual de estilo.

1.3 Alcance y delimitación

El alcance de este Trabajo Especial de Grado, se limita en el diseño de un sitio web (intranet) para la publicación de un Manual de Estilo Digital. La propuesta será presentada a través de una capa estructural, que definirá el sitio, las categorías, motor de búsqueda y elementos del periodismo digital. El desarrollo del proyecto final dependerá de los tiempos, inversión y decisión de la organización.

1.4 Justificación e importancia

Para escribir una noticia y que el usuario comprenda la lectura, se debe seguir una serie de reglas que guían y ordenan las ideas dentro de un medio de comunicación, que reflejen personalidad y una estructura propia en los contenidos y publicaciones audiovisuales.

En la Internet existe un abanico de estilos de redacción y técnicas gráficas que podrían ser implementados en todas las áreas del periodismo digital, sin embargo, cada uno fue elaborado dependiendo de la identidad corporativa, línea editorial y lenguaje periodístico.

Por consiguiente, cada medio de comunicación debe tipificar, armonizar, estandarizar, homogeneizar, normalizar y unificar criterios, abordando detalles relativos a la escritura y lenguaje, también aspectos gráficos, técnicos y funcionales.

En este sentido, la agencia de noticias Venepress puesta en línea el 17 de septiembre de 2017, necesita reforzar su imagen, personalidad institucional y posicionar su marca como medio de comunicación digital y para esto, se debe implementar entre otras medidas, un código interno de redacción, técnicas para publicación de contenidos multimedia y criterios para la elaboración diaria de trabajos periodísticos, es decir un manual de estilo digital.

La caracterización de la producción informativa es fundamental al momento de realizar la investigación, esto permitirá identificar y analizar la línea editorial del medio de comunicación digital, contenido necesario para redactar y presentar las normas de estilo que, a partir de su ejecución, identificará la empresa en el mercado.

Este producto será parte de los factores que posicionen la marca Venepress entre los medios de comunicación digital, ya que se logrará establecer una identidad corporativa mediante la unificación de estilos, la redacción, y la presentación de cualquier documento o publicación, que se formulará en este Trabajo Especial de Grado.

Por tratarse de un medio web, es necesario publicar en línea el producto final, por tal motivo, es importante diseñar una propuesta de una sub-página en *Venepress.com*, con motores de búsqueda que facilite el manejo y mejore el rendimiento de los trabajadores de la agencia de noticias.

Para evitar actualizaciones de personas no deseadas, es necesario formular dentro de la propuesta, la asignación de usuarios y contraseñas, con el que podrán ingresar los trabajadores de la prensa de *Venepress*, para realizar consultas, sugerencias y conocer normas de convivencia laboral, fundamentales en el desarrollo en toda pequeña y mediana empresa.

Es necesario destacar que el diseño de la sub-página y su publicación depende de los desarrolladores web, por ende, se realizará el plan de acción para su ejecución por parte de los especialistas en el área.

Sin embargo, esta propuesta será presentada a través de una arquitectura web, con su apariencia, posicionamiento de los distintos bloques de contenidos y menú, para así evaluar la usabilidad y experiencia del usuario, la interacción usuario – ordenador, los mapas y estándares de la sub-página.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo, se definirán los conceptos básicos importantes para el desarrollo de esta investigación, además, se mencionarán los trabajos de referencia que sirvieron como aporte para el diseño del manual de estilo y la propuesta del sitio web interno, plataforma en la que se difundirá el producto final planteado en este informe.

2.1 Antecedentes de la investigación

Inicialmente se presenta el trabajo especial de grado de Pérez, M. (2011), titulado Manual de estilo multimedia para El Universal, investigación que fue realizada para optar al título de Especialista en Periodismo Digital, en la Universidad Monteávila, ubicada en la ciudad de Caracas.

A través de un Manual de Estilo, el autor promueve parámetros del periodismo digital para poner en práctica en la redacción web del diario El Universal, ubicado en la ciudad de Caracas. Al mismo tiempo, clasifica los contenidos multimedia, características editoriales, técnicas, gráficas y que responden a la naturaleza de la Internet.

El objetivo primordial de esta investigación es que el periodista que ejerce en este medio de comunicación aplique las normas de redacción impuestas en este trabajo especial de Grado, luego de la identificación de las políticas informativas, factor primordial al momento de analizar la caracterización de la producción comunicacional de la empresa, razón por la cual, guarda relación con la investigación actual.

Este estudio sirvió como aporte al siguiente informe, ya que se obtienen conocimientos de cómo se realiza un manual de estilo multimedia, la manera en la que se redacta para la web y las diferencias del periodismo digital al tradicional.

En segundo lugar, Noya, V. (2012), presentó para la Universidad Monteávila, un trabajo especial de grado para para optar al título de Especialista en Periodismo Digital, titulado Manual de estilo de redacción web para el Sol de Margarita.

Esta investigación tiene como objetivo general elaborar un manual de estilo de redacción web, en el que unifican normas de redacción y sistematiza las formas de trabajo de los trabajadores de la prensa, para establecer personalidad y estilo a los productos publicados.

De igual manera, contempla información de las nuevas características del periodismo digital para el desarrollo de contenidos en el portal web del diario El Sol de Margarita, además, se apoyan en manual de estilos elaborados en la misma empresa, que cuenta con más de 80 años de historia.

Esta investigación brinda un valor agregado al desarrollo de este trabajo, debido a que permite conocer la manera en la que se redacta los diferentes géneros periodísticos para el portal web y las condiciones que aplican al momento de publicar contenidos.

Finalmente, el trabajo especial de grado para optar al título de Especialista en Periodismo Digital en la Universidad Monteávila, titulado Propuesta de rediseño web de entretenimiento Notas.com, creado por Rojas, E. (2012), fue tomado como un antecedente, porque en la propuesta realizada para la Agencia de Noticias Venepress, se plantea diseñar una subpágina en la que será difundido el manual de estilo digital.

A través de la elaboración de este trabajo de investigación, el autor identificó los aspectos que debían ser modificados y/o incorporados en el rediseño de Notas.com.

Asimismo, maneja dentro del marco teórico la arquitectura, navegabilidad, interactividad y usabilidad, elementos indispensables al momento de cumplir con uno de los objetivos planteados en la investigación, por lo tanto, el aporte de este trabajo es importante debido al amplio contenido que ofrece en materia de diseño web.

Del mismo modo, aborda la frecuencia de actualización y elementos de interacción, que serán necesarios aplicar también en el proyecto, para permitir ese feedback entre periodistas, productores y analistas de redes sociales, pertenecientes al equipo de trabajo de *Venepress*.

2.2 Bases teóricas

Las bases teóricas de esta investigación se definen en tres etapas, línea editorial, manual de estilo, elementos del periodismo digital y desarrollo de una página web, pero antes de desarrollar estos dos últimos puntos, es necesario conocer qué es el periodismo digital.

2.2.1 Línea editorial

La línea editorial, también denominada política editorial o declaración de principios, son criterios que se reflejan en la mayoría de los casos en los manuales de estilo, por lo tanto, es necesario definir su concepto y características.

García Jiménez (2012) afirma que la línea editorial de un medio de comunicación, establece las metas editoriales de la empresa y el compromiso con los objetivos planteados.

Por su parte, Rincón (2010) señala los alcances de la declaración de principios:

La política editorial de un medio de comunicación expresa su apego y compromiso con la independencia editorial, la democracia, la libertad de expresión, los derechos humanos, etc. Y esa posición ideológica, política, económica y religiosa debe guiar el trabajo diario en esa publicación (Rincón Moreno 2010).

El autor agrega que “el encargado de esbozar la línea editorial en un medio de comunicación es el director” (p.123), esto para garantizar el cumplimiento de los jefes de cada área, quienes a su vez, tienen la responsabilidad de que todos los contenidos sean manejados de acuerdo con los estatutos definidos.

Ahora bien, Rincón Moreno aclara en su texto que además de la política editorial existe la línea informativa, asegura que son conceptos relacionados pero diferentes.

La política editorial establece los fundamentos que regirán la publicación, mientras que la línea informativa se enfoca en su implementación a través de la redacción y los recursos gráficos. estos parámetros de manejo de los contenidos deben estar plasmados en el manual de estilo del medio de comunicación y que son de obligatorio cumplimiento para todos los redactores, reporteros o periodistas que laboren en él (Rincón Moreno 2010).

En este sentido, y para la elaboración de este Trabajo Especial de Grado, se desglosa a continuación concepto de manual de estilo y su clasificación.

2.2.2 Manual de estilo

García Jiménez (2012), cuya área de conocimiento es el periodismo, define manual de estilo como la referencia de la corrección, tanto de estilo como ortotipográfica, aparte de las normas gramaticales vigentes. También el autor señala que en esta guía de contenidos se unifican criterios de redacción y ayuda a

dirimir en caso de inquietudes entre los trabajadores de la prensa del medio de comunicación.

2.2.2.1 Tipos de manual de estilo

- a) Manual para publicación periódicas: “suelen estar vinculados a una institución o entidad. En ellos se recogen las normas ortográficas, gramaticales y estilísticas que se usarán en esa institución, y que los redactores deben mantener”. (Instituto Cervantes, 2012, p. 514).

- b) Manual para editoriales: principalmente describe la presentación de sus obras, jerarquía ideas principales, estructura, paginación y el manejo crítico. Igualmente define recomendaciones y normas lingüísticas. Es importante destacar que solo están destinados a la editorial, por lo que se descarta la venta y/o distribución al público.

- c) Manual para publicaciones digitales: debe ser flexible adaptado a los cambios que genera la internet. Factores como la inmediatez, precisión y claridad, deben ser tomados en cuenta al momento de formula una guía de redacción para la web. Actualmente no solo es indispensable la unificación de criterios para páginas web, sino también para el desarrollo de un plan de contenidos en redes sociales.

Estos manuales también tratan aspectos básicos de la escritura como ortografía, gramática, vocabulario, lista de siglas y abreviaturas. Entonces ¿qué otros asuntos contemplan que no traen los manuales tradicionales? Básicamente son tres: escribir para una audiencia global, escribir para la web y escribir para dispositivos móviles (Tavares, 2017, p. 50)

2.2.2 Periodismo digital

Watlington (2010) concibe el periodismo digital como el área que “utiliza conocimientos del periodismo tradicional y los combina con la tecnología para reportar, analizar o compartir información con una audiencia cada vez más mundial” (p.7).

Por su parte, Salaverría (2010) señala que el cibermedio – término que también se utiliza para identificar al periodismo digital – es “aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y públicos” (p. 40). El autor citado agrega que en este caso, se utilizan técnicas periodísticas usando un lenguaje multimedia que, a su vez, es interactivo e hipertextual, y que se publica en la internet.

En Iberoamérica el periodismo es adaptado a la era digital en el año 1995, según Salaverría (2016), y desde entonces, se convirtió en una plataforma muy eficaz para reforzar la libertad de prensa, en aquellos países donde se ha visto amenazada por gobiernos y otros actores políticos.

De acuerdo al informe Freedom in the World (2014), elaborado por la organización no gubernamental Freedom House, solo once de los veintidós países iberoamericanos disponían de un sistema de libertades plenas: Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, España, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay. Otros diez países alcanzaban una consideración intermedia de parcialmente libres: Bolivia, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay y Venezuela. Por último, Cuba era el único país del continente americano que obtenía la calificación de país no libre.

2.2.3 Elementos del periodismo digital

Existen tres elementos del periodismo digital: la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, sin embargo, Salaverría (2005) asegura que la calidad del contenido informativo no depende solo de estas características de la narrativa digital

(p. 517).

- a) Hipertextualidad: Según Scolari (2008), esta característica propia del medio digital fue planteada en 1945 por el ingeniero Vannevar Bush en su artículo “As we may think” para referirse a la gestión de información basándose en la teoría de que la mente humana funciona por asociación. “Con una sola información en su poder, la mente salta inmediatamente a la siguiente, que le sugiere una asociación de ideas” (p. 84).

Por su parte, Salaverría (2005) afirma que la hipertextualidad como “la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí” (p. 30). Es decir, que esta característica permite vincular un sitio web con otro, con solo hacer clic, esto ayuda a contextualizar y relacionar el tema que se está desarrollando.

- b) Multimedialidad: el lenguaje multimedia es fundamental al momento de aplicar este elemento en la narrativa digital, para que los usuarios no solo lean, sino también pueda visualizar a través de imágenes, videos y sonidos lo que el autor quiere proyectar, tal como lo señala Salaverría (2005), “la capacidad otorgada por el soporte digital de otorgar dos

Salaverría (2005) señala que se trata de “la capacidad otorgada por el soporte digital de otorgar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido” (p. 32).

Entretanto, Fernández (2004) define la multimedialidad como “la integración de un sistema informático de texto, gráficos, imágenes, video, animaciones, sonidos y cualquier otro medio que sea tratado digitalmente” (s/n).

- c) Interactividad: Se refiere al intercambio de ideas, opiniones y/o comentarios entre dos o más usuarios que permite la narrativa digital. Fondevila (2014) afirma que la interactividad se refiere a la “elaboración de contenidos, al acto productivo. En este sentido puede ser inclusiva (cuando la creación de una

entidad de contenidos cuenta con los aportes del lector), o autorial” (p. 65).

En cuanto a su importancia, Bachmann & Harlow (2012) señalan que el uso de este recurso aumente la credibilidad de los periodistas a los ojos de la audiencia y mejora la rendición de cuentas de los comunicadores. “Más que cualquier otra cosa, la interactividad ofrece la posibilidad de que las puertas de los medios y redacciones se abran hacia adentro y den una voz al público” (p. 44).

2.2.4 Sitio web

Un sitio es un lugar y el término web hace referencia a la Internet, que es una red que permite la interconexión entre dos o más ordenadores, por lo tanto, sitio web es un espacio virtual en el que se alojan varias páginas que son accesibles a través de un dominio.

Millenium (2003) define página web como “un conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema particular, que incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección de internet” (s/n).

Estos sitios son empleados en empresas públicas y privadas, marcas e individuos para mantener comunicación constante con sus empleados, clientes y seguidores. En el caso de las compañías, la creación de un sitio web hace más eficiente la labor de los trabajadores.

New Forest Online (2001) indica:

Un sitio web provee información al observador, esta información es producida a color y puede tener animación, imágenes, productos e inclusive puede hacer compras directamente de la misma: Virtualmente no hay límites a lo que puede ser mostrado en una página web. (s/n)

Básicamente existen dos tipos: estático y dinámico.

- Sitio web estático: Gutiérrez (2008) dice que "son aquellos que existen todo el tiempo en un archivo en algún servidor web. Las páginas dinámicas son aquellas cuando una persona interactúa con un servidor web" (p. 24). El autor también describe el concepto con un ejemplo y es la respuesta a una consulta en un buscador o llenar un formulario.
- Sitio web dinámico: la principal diferencia con la estática, es que la dinámica genera interactividad con el navegante, además ofrece una gama de páginas web que se pueden manejar a través de un menú de navegación. Hoy en día la mayoría de los sitios web son dinámicos.

2.3 Bases legales

Por tratarse del manejo de contenidos aplicados por periodistas y la propuesta de una página web, se describen los artículos legales relacionados con el ejercicio del periodismo en medios digitales y los instrumentos jurídicos estipulados en la República Bolivariana de Venezuela.

Norma	Propósito	Artículos	Inherencia
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela	Es la norma en la que se rige todo el marco legal de la República	<p>Artículo 58: La comunicación es libre y plural, y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley.</p> <p>Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como el derecho de réplica y rectificación cuando se vean afectados directamente por informaciones inexactas o agraviantes.</p> <p>Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral.</p> <p>Artículo 108: Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información (...).</p>	Además de exponer los deberes y derechos de los ciudadanos venezolanos, la Carta Magna es el documento legal que promueve el libre pensamiento, así como el rol de los medios de comunicación en áreas de formación como la educación, cultura, deportes. Aporta a esta investigación la legalidad de los medios de comunicación y su contribución.
Ley del ejercicio del periodismo	Esta norma expone las condiciones para el ejercicio de los comunicadores sociales en la República Bolivariana de Venezuela.	<p>Artículo 3: Son funciones propias del periodista en el ejercicio de su profesión la búsqueda, la preparación y la redacción de noticias; la edición gráfica, la ilustración fotográfica, la realización de entrevistas periodísticas, reportajes y demás trabajos periodísticos, así como su coordinación en los medios de comunicación social impresos, radiofónicos y audiovisuales, agencias informativas, secciones u oficinas de prensa e información de empresas o instituciones públicas o privadas.</p> <p>Artículo 4: Todos los ciudadanos nacionales o extranjeros pueden expresarse libremente a través de los medios de comunicación social, sin más limitaciones que las establecidas en la Constitución y las Leyes.</p>	Para esta investigación resulta fundamental conocer las funciones de los comunicadores sociales dentro del territorio venezolano, así como la libertad de expresión como derecho fundamental en toda sociedad.

<p>Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.</p>	<p>Es la norma que rige a los prestadores de servicios como radio, televisión y plataformas digitales dedicadas a la difusión de información.</p>	<p>Artículo 1: Las disposiciones de la presente Ley, se aplican a todo texto, imagen o sonido cuya difusión y recepción tengan lugar dentro del territorio de la República, y sea realizada a través de: (...)</p> <p>4. Medios electrónicos.</p> <p>Quedan sujetos a esta Ley todas las modalidades de servicios de difusión audiovisual, sonoro y electrónico que surjan como consecuencia del desarrollo de las telecomunicaciones a través de los instrumentos jurídicos que se estimen pertinentes.</p>	<p>Normal legal que involucra a los medios electrónicos. El aporte de esta investigación es para un medio de comunicación digital venezolano.</p>
--	---	--	---

Tabla1: Bases legales

2.4 Aspectos éticos

En este Trabajo Especial de Grado, se toma en cuenta el marco el Código de Ética del Periodista Venezolano, que aplica también para el comunicador social que ejerce en el área digital. Fue aprobado en la I Convención Nacional del Colegio Nacional de Periodistas, celebrada en la ciudad de Caracas del 3 al 5 de septiembre de 1973, modificada en la XV Convención Nacional de Caracas celebrada en 2013.

Artículos	Inherencia
<p>Artículo 1. El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista está en la obligación de ejercerlo consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y la sociedad.</p> <p>Artículo 7. El periodista está en la obligación de defender la Constitución y debe ser instrumento para el desarrollo independiente del país, la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación estar al servicio de los pueblos y de la humanidad.</p> <p>Artículo 8. El periodista no deberá deformar, falsear, alterar, tergiversar o elaborar material informativo impreso, audiovisual o digital, cuya divulgación o publicación resulte denigrante o humillante para la condición humana.</p> <p>Artículo 17. El periodista debe luchar por un ambiente comunicacional sano, en el sentido de procurar y promover el equilibrio de los mensajes que emiten a la opinión pública.</p>	<p>Para la definición de los principios editoriales dentro de un medio de comunicación, es importante manejar el Código de Ética del Periodista, porque refuerza el rol del comunicador social ante la sociedad, y procura promover el equilibrio entre los mensajes que emite a la opinión pública.</p>

Tabla 2: Aspectos éticos

CAPÍTULO III. MARCO ORGANIZACIONAL

En el marco organizacional, se define la información corporativa de la Agencia de Noticias Venepress como su reseña histórica, misión, visión y valores, debido a que es la empresa a la que será presentada la propuesta precisada en este Trabajo Especial de Grado.

3.1 Venepress

La agencia de noticia Venepress fue inaugurada el 17 de septiembre de 2017, bajo la dirección de Maximilian Camino y en la gerencia general Israel Barbuzano. Su principal objetivo: Difundir a través de su sitio web www.venepress.com, lo más reciente del acontecer nacional e internacional, acompañado de trabajos y contenidos propios desde una óptica diferente.

Venepress tiene presencia en las redes sociales Twitter, Instagram, Facebook y Youtube, por medio de estos canales de comunicación se comparte todo el contenido y las piezas audiovisuales que se producen para los usuarios, y que son creados por el equipo humano profesional de Venepress, dotado de herramientas tecnológicas que están cambiando la forma de hacer periodismo.

Desde enero de 2018, cuenta con dos corresponsalías Maracaibo – Puerto La Cruz, mientras que en Caracas (sede principal) operan cuatro áreas: Sala de redacción, producción, redes sociales y sistema.

Además, tiene una moderna infraestructura que se adapta con eficiencia para prestar servicio de corresponsalías ante la demandante inmediatez que tiene los aliados y potenciales clientes de estar informados.

Actualmente, Venepress es miembro de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y participó en la SipConnect 2018, como expositor. Presentó a través de su

personal, cómo hacer Web TV, cómo hacer web TV en vivo, la relación con YouTube y la competencia con los videos aficionados; cómo producir contenido de calidad a bajo costo y las oportunidades de monetización. También el cambio de la estructura de trabajo y adaptación en la administración del recurso humano.

3.2 Misión

Ser un medio de comunicación digital con altos estándares de calidad, innovación y compromiso social, superando constantemente las expectativas de sus usuarios, seguidores y suscriptores de las distintas plataformas digitales.

3.3 Visión

Ser una empresa líder en el mercado digital, confiable y de excelencia. Proyectarse globalmente, de manera sustentable y sostenible, en constante renovación y abiertos a las nuevas tecnologías.

3.4 Valores

La responsabilidad, compromiso e imparcialidad, son los principales valores con los que se identifica el talento humano de Venepress, además de la veracidad, credibilidad y sinergia. Fomentar estas capacidades morales que rigen a la empresa, es prioridad para su desarrollo, esto sustenta el prestigio como una agencia de noticias responsable, honesta y seria.

3.5 Función social

La Agencia de Noticia Venepress, es un medio de comunicación independiente que no se somete a intereses económicos, ideológicos o de otra clase. Se condena la parcialidad, manipulación y utilización sesgada de la información como medio de lucha política.

Los usuarios se involucran de manera directa con la marca, debido a que en sus distintas plataformas digitales se permite el intercambio de mensajes, por lo tanto la principal función social se basa en el respeto de opiniones.

Una de las características principales de Venepress, es el aprovechamiento múltiple de los distintos recursos que provienen de las tecnologías de la información: Texto, imágenes estáticas, audios y videos, que, a su vez, puede ser compartido por sus seguidores.

Asimismo, en Venepress están comprometidos con el progreso de las personas más desfavorecidas de la sociedad, se respeta el derecho de honor, la dignidad e intimidad de todas las personas.

3.6 Marco legal

El marco legal de esta empresa, se rigen por la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, Ley de Ejercicio del Periodista y Ley de Telecomunicaciones.

3.7 Contexto ético

El Código de Ética del Periodista, es el marco ético de esta organización, contribuye con el bien y la verdad de lo que se publica. Todos los usuarios tienen derecho a recibir una imagen transparente de la realidad por medio de una información precisa y completa que favorezca la libre formación de sus opiniones. En este sentido, los trabajadores de la prensa en Venepress, están comprometidos la responsabilidad profesional para proteger la libertad de expresión.

3.8 Estructura física

La sede principal está ubicada en Caracas, posee una sala de redacción, espacio de redes sociales, control master, producción y estudio de grabación. En Puerto La Cruz y Maracaibo hay dos oficinas que funcionan como corresponsalías de la agencia de noticias.

3.9 Personal

La Agencia de Noticias Venepress cuenta con personal en todas las áreas operativas, administrativas, corporativas y funcionales. Actualmente cuenta con una plantilla de 40 trabajadores directos.

3.10 Identidad Gráfica

Venepress utiliza el siguiente logo como parte de su identidad corporativa. Prevalece en color azul y verde.

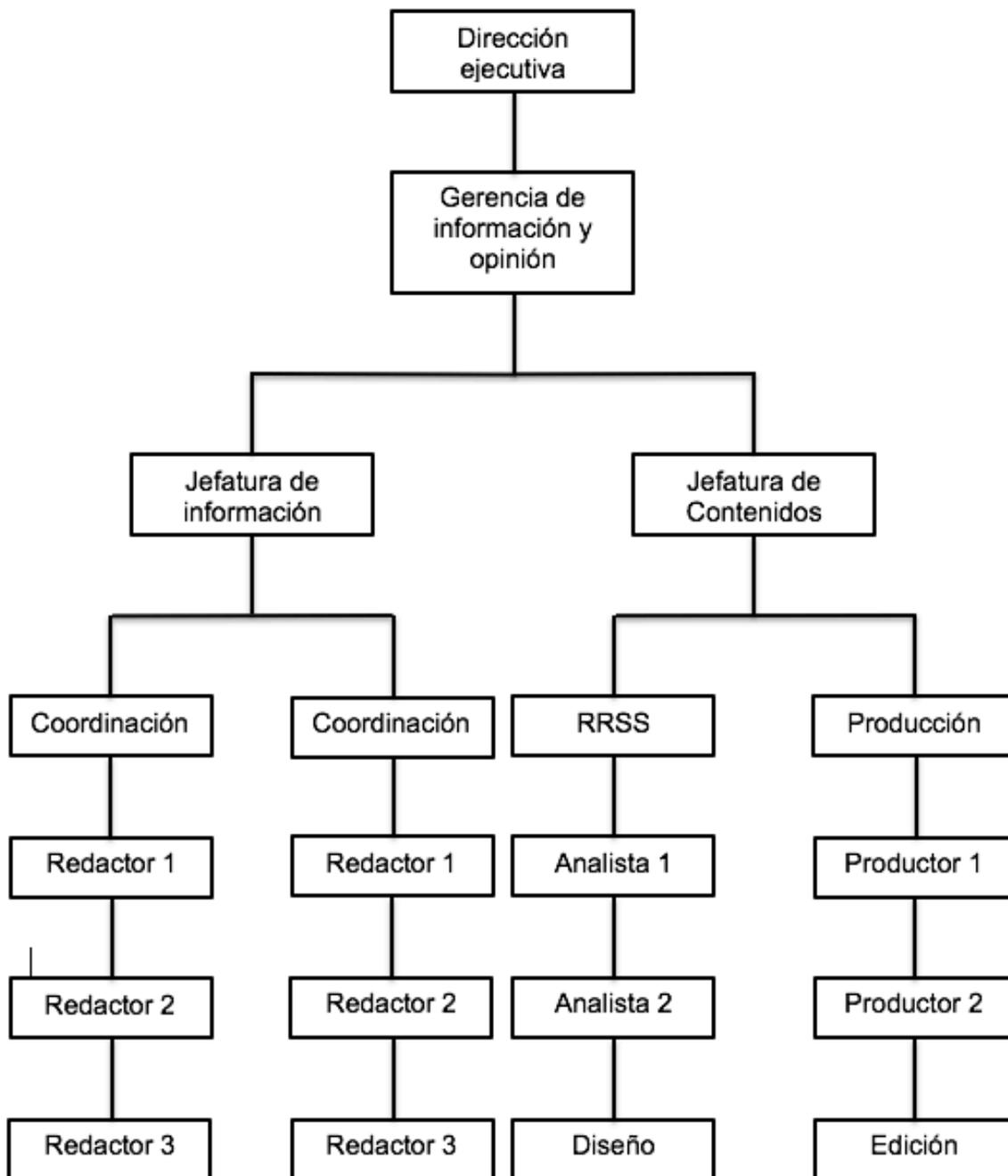


Figura 1. Logo de la Agencia de Noticias Venepress

3.11 Plataformas digitales

Actualmente todo el creado y publicado por el personal que labora en Venepress, es difundido a través de sus distintas plataformas digitales: Sitio web (www.venepress.com), Twitter (@venepress), Facebook (Venepress), Instagram (@venepress), Youtube (Venepress TV), Google + (Venepress) y LinkedIn (Agencia de Noticias Venepress).

3.12 Organigrama



CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

Para alcanzar los objetivos formulados en esta investigación, es necesario definir la metodología, para esto, se conocerá el Tipo y Diseño de Investigación, así como la muestra y población seleccionada. Igualmente, se caracterizarán las técnicas y herramientas que se utilizaron para recopilar los datos y luego analizarlos. Es importante destacar, que en el marco metodológico se visualizan los procesos ejecutados para obtener los resultados esperados.

4.1 Tipo de investigación

El siguiente Trabajo Especial de Grado está enmarcado en el campo de las ciencias sociales, ya que su objeto de estudio se basa en la unificación de criterios de redacción y lenguaje multimedia para profesionales de la prensa pertenecientes a un medio de comunicación digital.

Arias(2006) afirma que:

En cuanto a los tipos de investigación, existen muchos modelos y diversas clasificaciones. Sin embargo, lo importante es precisar los criterios de clasificación. En este sentido, se identifican: tipo de investigación según el nivel, tipo de investigación según el diseño, tipo de investigación según el propósito. Independientemente de su clasificación y al no ser excluyente, un estudio puede ubicarse en más de una clase (p. 22).

En este sentido, este proyecto constituye una investigación aplicada, porque busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector laboral.

4.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es la estrategia o método que se utiliza para el desarrollo de las actividades propuestas en el proceso, con el fin de responder a las interrogantes planteadas.

Según Arias (2006) el diseño de la investigación “es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado” (p. 26). En este caso, se trata de una investigación no experimental de campo, debido a que los datos de interés fueron recabados de forma directa mediante una entrevista semi estructurada y el trabajo concreto del investigador.

Por consiguiente, se plantea la utilización de técnicas e instrumentos de recolección dirigidos a recolectar información de fuentes vivas durante un período determinado de tiempo.

4.3 Población

Tal como se refiere en el objetivo general, esta investigación va dirigida a los profesionales de la prensa activos pertenecientes a la Agencia de Noticias Venepress, por ende, los trabajadores del medio de comunicación digital, constituyen la audiencia objetivo a la que va dirigida el producto que resulta de este Trabajo Especial de Grado.

4.4 Muestra

Establecidos los trabajadores de la prensa activos de Venepress, como la población de esta investigación, es fundamental consultar a este universo a través de una muestra, entendida esta como "subconjunto representativo de un universo o población", a fines de establecer asuntos de especial interés para este trabajo

(Arias, 1999).

En este sentido, se ha realizado uso de un muestreo no probabilístico: “procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra” especialmente en su versión muestreo intencional u opinático: “selección de los elementos con base en criterios o juicios del investigador” (Arias, 1999).

Por consiguiente, se ha definido una muestra representativa de este universo con los siguientes criterios:

- Periodistas que trabajan en Venepress
- Profesionales de la prensa (Productores, diseñadores, editores, camarógrafos y relacionista público) pertenecientes a Venepress.

La mayor parte de la muestra fue tomada de una entrevista semi estructurada a los encargados de cada jefatura, gerente y directivos de la Agencia de Noticias Venepress.

4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Las técnicas son un conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como finalidad alcanzar un resultado determinado. Del mismo modo, esta etapa ayudó a cumplir cada uno de los objetivos planteados anteriormente.

Brito (1992) señala que las técnicas “son las que permiten obtener información de fuentes primarias y secundarias. Entre las técnicas más utilizadas por los investigadores se pueden nombrar: encuestas, entrevista, observación, análisis de contenidos y análisis de documentos” (p. 50).

Entre las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos de esta investigación se encuentra: entrevistas semi estructuradas, consultas documentales

y observación.

- a) Entrevistas semi estructuradas: Sabino (2002) asegura que este tipo de técnica denominada también no estructurada o no formalizada, es aquella en la que se pueden realizar preguntas a fuentes vivas con un margen más o menos grande de libertad y no necesariamente lleva una secuencia en la discusión del tema. En este sentido, se realizó la entrevista a miembros de la junta directiva de Venepress el 15 de enero de 2019.
- b) Observación: Arias (2006) señala que la observación es una técnica que “consiste en visualizar p captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho fenómeno o situación que se produzca” (p. 69). En este investigación se hace referencia a la observación libre no estructurada, en la que se ejecuta sin una guía prediseñada empleando instrumentos como libreta o cuaderno de notas.

4.6 Técnicas de análisis de resultados

Según Arias (2002) el análisis es la “técnica lógica o estadística que se emplea para descifrar lo que revelan los datos que sean recogidos” (p. 98).

Por lo tanto, se realizó una entrevista semi estructurada tal como se define anteriormente, esta fue dirigida a miembros de la junta directiva y jefes de los distintos departamentos de Venepress. A través de este encuentro, se pudo definir la línea editorial y las normas de redacción y lenguaje multimedia, así como información de suma importancia para la organización al momento de llevar acabo una transmisión en vivo a través de sus diferentes plataformas digitales.

En cuanto a la observación libre no estructura, desde que el investigador inició este Trabajo Especial de Grado, fue recogiendo datos de interés y dudas que nacían entre los trabajadores de la Agencia de Noticias Venepress al momento de redactar o producir una pieza audiovisual. Esas interrogantes sirvieron para la realización de

un cuestionario (anexo 1) que fue aplicado en el encuentro registrado el 15 de enero de 2019.

Los datos recabados para la ejecución y diseño del Manual de Estilo, se organizaron para luego proceder a seleccionar lo más relevante, clasificar la información y jerarquizarla.

4.7 Operacionalización de variables

A continuación la tabla de operacionalización de variables de este Trabajo Especial de Grado

Objetivo general	Interrogantes	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente de información	Instrumento
Diseñar un manual de estilo para la agencia de noticias Venepress a través de la caracterización de la producción informativa para establecer parámetros únicos del periodismo digital que serán publicados en una intranet.	<p>¿En qué consiste la producción informativa de Venepress?</p> <p>¿Fuentes informativas?</p> <p>¿Tiempo de difusión de las noticias?</p> <p>¿Organigrama de la empresa?</p>	Analizar la producción informativa de la agencia de noticias Venepress para la determinación de su línea editorial	Línea editorial del medio de comunicación	<p>Conceptualización editorial</p> <p>Géneros informativos</p> <p>Agencia de noticias</p>	<p>Directores</p> <p>Especialistas</p> <p>Editores de Contenidos</p> <p>Periodistas</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Entrevistas</p> <p>Entrevistas</p> <p>Observación</p>
	<p>¿Cuáles son los elementos del periodismo digital que se encuentran presentes en la página web de Venepress?</p> <p>¿Qué es hipertextualidad?</p> <p>¿Qué es interactividad?</p> <p>¿Qué es multimedialidad?</p>	Identificar los elementos del periodismo digital en la agencia de noticias Venepress para la definición de criterios de redacción y lenguaje multimedia.	Uso adecuado de los elementos del periodismo digital en la propuesta	<p>Hipertextualidad</p> <p>Multimedialidad</p> <p>Interactividad</p>	<p>Bibliométrica</p> <p>Análisis de sitio web</p>	<p>Guía de análisis</p> <p>Guía de análisis</p>

<p>¿Qué es una página web interna? ¿Cómo diseñar una arquitectura web? ¿Qué herramientas utilizar para la presentación de una página web? ¿En qué consiste una capa de comportamiento? ¿Qué es wireframe? ¿Cómo diseñar un menú de navegación?</p>	<p>Presentar la propuesta de una página interna en www.venepress.com para la difusión de la línea editorial y parámetros definidos en el manual de estilo</p>	<p>La relevancia de publicar en línea el manual de estilo</p>	<p>Intranet Arquitectura web Capa de comportamiento Wireframe Menú de navegación</p>	<p>Diseñadores de página web Programadores Especialistas en periodismo digital</p>	<p>Entrevistas Entrevistas Guía de análisis</p>
---	--	---	--	--	---

CAPÍTULO V. PROPUESTA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con el objetivo de instaurar en la cultura organizacional de la empresa el uso de parámetros comunes establecidos para ordenar en forma secuencial y detallada los puntos a tomar en cuenta en redacción y publicación de contenidos, se propone diseñar un Manual de Estilo Digital para la Agencia de Noticias Venepress, respondiendo cada uno de los aspectos conceptuales y tecnológicos. Para ello es necesario analizar los resultados en los instrumentos utilizados que sirvieron para responder los objetivos planteados.

5.1 Antecedentes

Para desarrollar la propuesta de un Manual de Estilo para la Agencia de Noticias Venepress, fue necesario realizar una entrevista semi-estructurada a los expertos internos de la empresa, quienes describieron la necesidad de mejorar los aspectos de estilo en la sala de redacción, así como unificar criterios al momento de publicar piezas audiovisuales y descripciones en redes sociales. Elevar el posicionamiento orgánico en los motores de búsqueda, fue otro de los temas que esbozaron los representantes de la organización en medio de la entrevista.

Fue el 15 de enero de 2019, que se llevó a cabo este encuentro presencial y por videoconferencia, la actividad de preguntas y respuestas duró aproximadamente dos horas y se aplicó el cuestionario que se encuentra en el anexo 1.

El investigador convocó a los miembros de la junta directiva así como a los coordinadores de cada área. Se contó con la participación de los siguientes cargos:

- Director: Establece la planificación y gestión de cualquier tipo de actividad dentro de la organización.
- Gerente de información y opinión: Vela por todas las funciones, operatividad y procesamiento de la información en la organización.
- Editor: Responsable de reunir, evaluar y decidir los contenidos a publicar en las plataformas digitales de Venepress.
- Jefe de Contenidos: Define la periodicidad, estructura y cura el contenido.
- Jefe de información: Intermediario entre el medio de comunicación y organizaciones y/o personalidades externas. Orienta, define pautas y coordina.

5.2 Aspectos conceptuales

Atendiendo los objetivos de este Trabajo Especial de Grado, las bases teóricas, así como los resultados de los instrumentos de recolección de datos, la propuesta de diseñar un Manual de Estilo Digital, incluye contenidos generales del periodismo, estilo de redacción y lenguaje multimedia, además la presentación de la arquitectura web del sitio por donde se difundirá el producto final, en la que se aplicarán los tres elementos del periodismo digital.

Multimedialidad: El medio de comunicación se caracteriza por difundir imágenes y videos de algún hecho noticioso de Venezuela y el mundo, al momento de producir este contenido, es necesario aplicar un lenguaje multimedia único para todas las piezas audiovisuales. Es importante destacar que a través de tutoriales en videos e imágenes, se expondrán los criterios de producción, paquete e identidad gráfica, para presentar la información de forma dinámica, condensada y atractiva.

Hipertextualidad: Permitirá profundizar y verificar los datos. En el contenido se insertarán vínculos internos y externos que complementen y/o soporte el material, especialmente enlaces relacionado con el tema.

Interactividad: Se implementará en la plataforma digital, un chat para la coordinación y asignación de pautas a los trabajadores conectados. Además, para optimizar la usabilidad de la web, se insertará una caja de comentarios para que el trabajador pueda agregar información importante, datos que será notificados inmediatamente a sus editores, los encargados de actualizar el manual.

5.3 Aspectos tecnológicos

5.3.1 Sitio web, como plataforma de difusión

Para el sitio web www.venepress.com será creada una página interna en la que tendrán acceso únicamente los trabajadores de la organización. En ella, se podrá obtener el Manual de Estilo Digital, información relacionada con la empresa y el contenedor de contenidos web. Para ingresar exitosamente debe hacer clic en el home en inicio de sesión.



Figura 1. Home de Venepress



Figura 2. Ingreso de correo electrónico y contraseña

En este trabajo de investigación, se presenta la propuesta de ese diseño web a través de una arquitectura con su respectiva capa de comportamiento, esto con el fin de visualizar la interactividad y efectos dinámicos del sitio. Esta fase está relacionada con la navegación.

Desde el home de la página interna, se tendrá acceso principalmente a tres categorías que, a su vez, habilitará varias sub categorías. Desde cualquier página se podrá ir al home y/o seleccionar otra sub categoría, de esta manera el usuario quedará satisfecho por el fácil acceso y manejo de la plataforma digital.

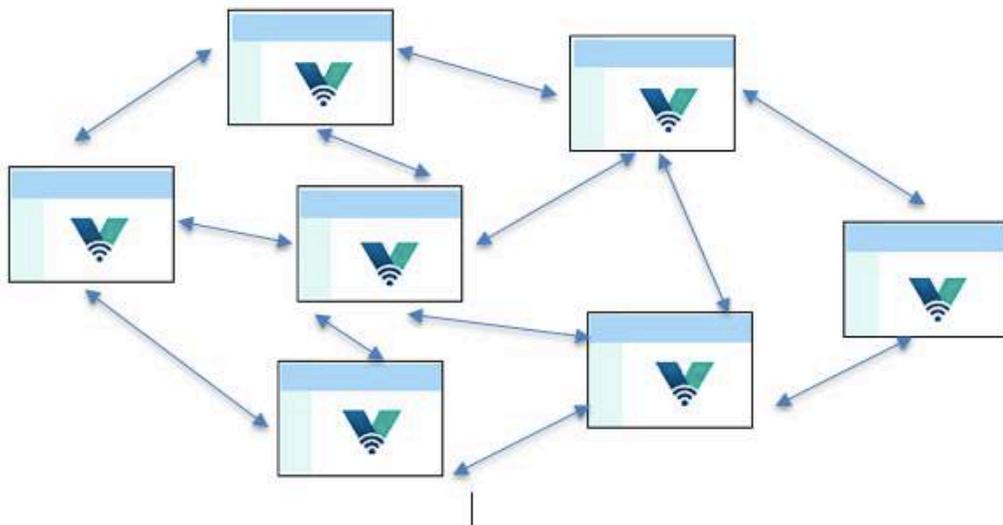


Figura 3. Capa de comportamiento

Asimismo, se realizará una representación esquemática del sitio web para mostrar el contenido y comportamiento de la sub página, una actividad denominada wireframe o prototipo. Servirá para representar la organización de los elementos que conforman el portal, además es un puente de comunicación y discusión entre el investigador, programadores, diseñadores y potenciales clientes. Es importante destacar, que en esta etapa se puede comprobar la usabilidad del sitio web.



Figura 4. Wireframe o prototipo

5.4 División del wireframe:

5.4.1 Cabecera o header: El logotipo de la organización encabeza el home de la página interna de Venepress, la fecha y el nombre del usuario que ingresó exitosamente complementan la cabecera, así como el motor de búsqueda que facilita la exploración y optimiza los tiempos. El contenedor de contenidos se identifica con tres líneas horizontales ubicadas a la izquierda, de allí se desglosan las opciones ya existentes en la intranet de la empresa. El menú de navegación es conciso y solo ocupa una línea.

5.4.2 Contenido o cuerpo: En el home de la página interna, se expondrá información de interés para los empleados, además de la identificación

corporativa que será suministrada a través de un video promocional, ubicado en el centro del sitio web.

En la primera columna, existen tres cuadros con imagen y texto, allí se publicará el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral.

En la columna derecha, se habilitará el chat interno de trabajadores, en el que se mantendrá contacto entre el equipo de forma fluida y por donde se emitirá la asignación de pautas diarias.

En la parte inferior del cuerpo, existen tres cuadros con imagen y texto, en el primero se habilitará toda la información relacionada al departamento de Recursos Humanos, por esta vía se podrá solicitar días libres por fin de semana trabajado, período de vacaciones, constancia de trabajo, entre otros requerimientos. Al hacer clic en el segundo cuadro, se obtendrán datos sobre el área de administración, mientras que en el tercero, se podrá visualizar información sobre el departamento de sistema e ingeniería, incluyendo el inventario de los equipos.

Existen dos imágenes interactivas ubicadas en las columnas laterales del cuerpo, estas servirán para difundir datos genéricos de la organización.

5.4.3 Pie o footer: El logotipo en blanco con información sobre el registro de la empresa y las opciones del sistema operativo de Iphone y Android, para la descarga de la aplicación móvil de Venepress.

5.5 Menú de navegación:

Como se indicó anteriormente, para ingresar a la página interna de Venepress, el trabajador deberá ingresar su usuario y contraseña, luego de cumplir estos pasos, aparecerá el siguiente menú de navegación.

En la esquina superior derecha, podrá desglosar una barra en la que aparece todo lo relacionado a los contenidos. Será utilizado para crear, corregir y/o agregar notas de prensa. También para insertar imágenes, videonoticias e infografías, enviar el newsletter, agregar o eliminar usuarios, cambiar contraseña, verificar las noticias que han sido publicadas por el equipo de redacción, agregar o eliminar canales en la sección de TV y cerrar sesión.

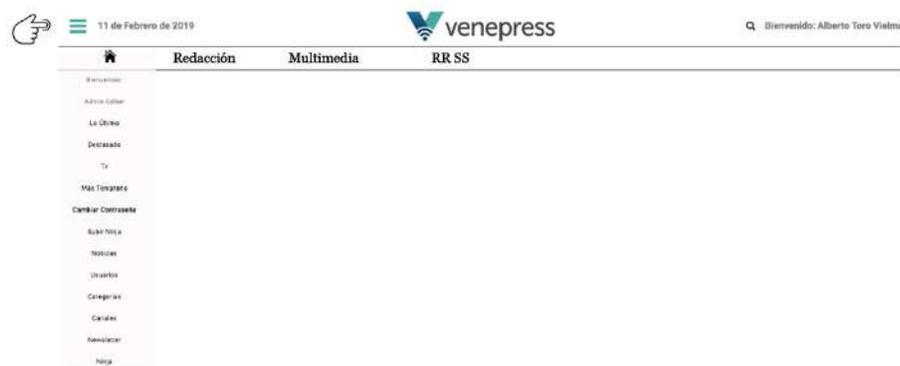


Figura 5. Menú de navegación

5.5.1 Redacción: Al acercar el cursor a esta categoría, se desglosará las sub-categorías Lo último, destacados y SEO.



Figura 6. Categoría: Redacción

5.5.1.1 Lo último

Al hacer clic en Lo último aparecerá a través de un slides, los criterios a poner en práctica en la sala de redacción, así como las consideraciones importantes, tomando en cuenta que en esta sección, solo son publicadas las noticias de último momento, minuto a minuto y/o avances. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral, y se agrega en la primera columna una caja de comentarios para sugerencias remitidas al corrector de estilo.



Figura 7. Subcategoría Lo último

5.5.1.2 Destacados

En el sitio web www.venepress.com en la sección de Destacados, son publicados los trabajos de investigación y contenidos más profundos sobre el tema que está en la opinión pública, por este motivo en la página interna propuesta en este Trabajo Especial de Grado, en la sub categoría Destacados se mostrará a través de un slides las normas de redacción y estilo. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral, y se agrega en la primera columna una caja de comentarios para sugerencias remitidas al corrector de estilo.



Figura 8. Subcategoría Destacados

5.5.1.3 SEO

En la sub categoría SEO, aparecerán las prácticas correctas para optimizar el posicionamiento en los buscadores como Google, Yahoo, entre otros, con el fin de aumentar el tráfico al sitio web principal. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral, y se agrega en la primera columna una caja de comentarios para sugerencias remitidas al corrector de estilo.



Figura 9. Subcategoría SEO

5.5.2 Multimedia: Con el cursor en multimedia, se podrá seleccionar producción y diseño. Dependiendo del requerimiento del profesional.



Figura 10. Categoría: Multimedia

5.5.2.1 Producción

Los productores de la Agencia de Noticias Venepress, conseguirán en esta sub categoría los pasos a seguir para las transmisiones en vivo a través de un tutorial audiovisual. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones entre los trabajadores, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral. Se agrega una imagen en la que, al hacer clic, se podrá consultar la agenda de políticos y personalidades, posibles invitados a los distintos programas de entrevistas y opinión.



Figura 11 Subcategoría: Producción

5.5.2.2 Diseño

Los diseñadores gráficos al momento de ejecutar una idea para plasmarla a través de una imagen deberá tomar en cuenta varias consideraciones, entre las que destaca, la paleta de colores y paquete gráfico. Esta información es la

que aparecerá en la sub categoría Diseño, a través de imagen y texto, cuadro que tendrá una barra de desplazamiento para evitar más de un scroll. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones entre los trabajadores, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral



Figura 12. Subcategoría: Diseño

5.5.3 RRSS: En esta categoría aparece cada una de las redes sociales en la que Venepress posee una cuenta.

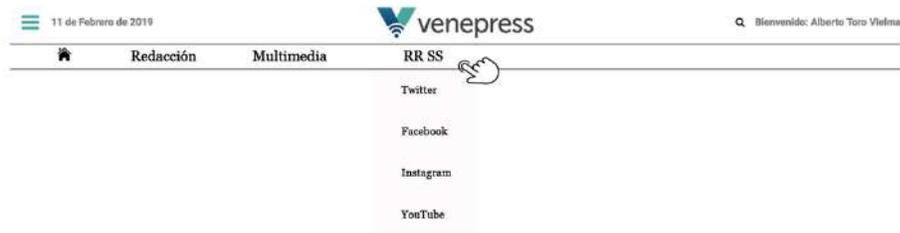


Figura 13. Categoría: RR SS

5.3.1 Twitter

Los analistas de redes sociales podrán chequear en la sub categoría Twitter, la grilla de programación para esta red social así como las estrategias de difusión, tuit promocionales y de orientación. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones entre los trabajadores, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral. Se agrega caja de comentarios para la inserción de sugerencias y/o propuestas por parte de los profesionales.



Figura 14. Subcategoría: Twitter

5.3.2 Facebook

En esta sub categoría, a través de imágenes y videos, se podrá visualizar el plan estratégico a poner en práctica en la microblogging, además de los pasos a seguir para promocionar algún trabajo de redacción y/o audiovisual realizado por el equipo humano de Venepress. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones entre los trabajadores, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral. Se agrega caja de comentarios para la inserción de sugerencias y/o propuestas por parte de los profesionales.



Figura 15. Subcategoría: Facebook

5.3.3 Instagram

La cantidad de post diarios, autopromociones, publicaciones que orienten al usuario e stories, será la información que se proyectará al hacer clic en la sub categoría Instagram. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones entre los trabajadores, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral. Se agrega caja de comentarios para la inserción de sugerencias y/o propuestas por parte de los profesionales.



Figura 16. Subcategoría: Instagram

5.3.4 YouTube

En esta sub categoría, el trabajador de Venepress podrá consultar la programación y piezas audiovisuales realizadas por el equipo de producción de Venepress. Se mantiene el chat para intercambio de opiniones entre los empleados, el compromiso de responsabilidad profesional, el estatuto de responsabilidad profesional y las normas de convivencia laboral. Se agrega caja de comentarios para la inserción de sugerencias y/o propuestas por parte de los profesionales.



Figura 17. Subcategoría: YouTube

5.4 Apariencia

Anteriormente, con las primeras versiones de HTML los creadores de la web no tenían control sobre el tipo de letra. Tras varias actualizaciones HTML y CSS permite a los programadores seleccionar el tipo de letra.

En este caso, se eligió entre las fuentes predeterminadas en la mayoría de los sistemas operativos, para evitar que el ordenador muestre la tipografía que por defecto ha definido el usuario en las preferencias de su navegador.

El color de la fuente es negro y el color de fondo blanco, tal como se observa en la página principal de la organización. Para las categorías de la sub-página, el tipo de letra será Georgia, en negrita, en altas y bajas. Tamaño: 16.

Redacción

Sub-categorías: Georgia, altas y bajas. Tamaño: 14

Lo último
Destacados

Títulos: Georgia, negritas, altas y bajas. Tamaño: 20

Título

Párrafos: Georgia, altas y bajas. Tamaño: 16

Máximo 60 caracteres

Imágenes: 1920 px – 1080 px

Videos: HD – 1080p

5.5 Contenidos

A continuación se desarrollarán las normas de redacción, lenguaje multimedia y estrategias en redes sociales para la Agencia de Noticias Venepress, en función de lo anteriormente planteado en el análisis de resultados, aspectos conceptuales y tecnológicos.

Manual de Estilo Agencia de Noticias Venepress

Compromiso de responsabilidad profesional

Todos los venezolanos tienen derecho a recibir una imagen transparente de la realidad por medio de información precisa y completa que favorezca la libre formación de sus opiniones. Los periodistas y profesionales de Venepress, nos comprometemos a ejercer nuestra responsabilidad para proteger la libertad.

Somos independientes. No nos sometemos a intereses económicos, ideológicos o de otra clase.

La verdad y el equilibrio con la base ética de nuestra actividad. El principal objetivo es acercar a los ciudadanos una información balanceada, verídica y auténtica.

Apostamos por la libertad de opinión de todos los ciudadanos y nos comprometemos a dar cauce a sus expresiones.

Diferenciamos claramente la opinión de la información. La opinión es subjetiva y pertenece a su autor. La información ha de ser objetiva, veraz y transparente, y es patrimonio de toda la sociedad democrática.

El pensamiento político entra en el terreno de la opinión, no de la información. Condenamos la parcialidad, manipulación y la utilización sesgada de la información como medio de lucha política. También reprobamos enérgicamente la discriminación por razones de su ideología.

Declaramos nuestro respeto por la comunidad internacional, por sus instituciones democráticas y civiles y por la moral pública.

Afirmamos la libertad de expresión, que ejercemos al servicio de la libertad de pensamiento y del derecho a la información de todos los venezolanos.

Honramos los valores universales del humanismo; en particular la paz, democracia, igualdad, libertad, derechos humanos y progreso social.

Condenamos toda forma de violencia, odio o discriminación, en particular el racismo, orientación sexual y la exclusión social.

Nos comprometemos especialmente con el progreso de las personas más desfavorecidas de la sociedad.

Respetamos el derecho al honor, la dignidad y la intimidad de todas las personas. Observamos la presunción de inocencia. Condenamos la calumnia, injuria e insinuación maliciosa.

Este es nuestro compromiso con la sociedad venezolana. Reprobamos cualquier acción que quede fuera de él. Así lo amerita el respeto a todos los venezolanos y a la vida democrática.

Estatuto de responsabilidad profesional

Los profesionales de Venepress actuarán con la más alta diligencia profesional, que en todo caso les será exigible. Sin perjuicio de ello, se ajustarán a las normas que contiene este estatuto.

Los periodistas de Venepress, cumplirán con las normas de este estatuto cuando escriban o reporten para Venepress, también cuando publiquen comentarios en redes sociales u otros medios de comunicación, aún a título personal, mientras esté contratado a la organización.

Estas normas forman parte de la relación profesional y laboral con Venepress, su incumplimiento se considerará como infracción y podrá dar lugar a una amonestación. El incumplimiento grave o reiterado de estas normas, será causa de cese de la relación profesional y laboral.

Deber de veracidad

Toda la información publicada en Venepress debe ser veraz.

Los periodistas de Venepress, harán un relato fiel de la realidad. Para ello, sin perjuicio de todas las conductas que exige el deber de veracidad, deberán cumplir las siguientes normas:

Obtención de la información

- **Diligencia y honestidad**

El periodista será diligente en la búsqueda de la verdad. Averiguará los antecedentes, el contexto y las consecuencias de cada hecho noticioso. Evitará engaños, manipulaciones o presiones de las fuentes.

- **Fiabilidad de las fuentes**

El periodista se dirigirá siempre a las fuentes más serias y fiables disponibles en el momento en que se produce el hecho noticioso.

Si la fuente se encuentra en otro lugar, deberá obtener información por correo electrónico.

Los contactos telefónicos podrán ser grabados. Se deberá identificar el audio con nombre y apellido, función pública o privada, fecha y hora.

- **Deber de constatar la información por varias fuentes independientes**

El periodista contrastará la información por al menos dos fuentes independientes entre sí, en los siguientes pasos: Si la información es dudosa, si la información es especialmente trascendente, si la información puede afectar al honor o a la intimidad de las personas, en cuyo caso solo se divulgará si tiene una singular relevancia.

En estos casos, al transmitir la información, el periodista aludirá a las fuentes que haya consultado.

- **Deber de contrastar la información con la persona afectada**

El periodista contrastará la información con la persona afectada sea por ella en los siguientes casos:

- Si la información es dudosa

- Si la información es especialmente trascendente
 - Si la información puede afectar el honor o la intimidad de la persona
- En caso de no poder localizarla o de que rehúse a ofrecer información, el periodista hará constar esta circunstancia al transmitir noticia.

- **Responsabilidad**

El periodista es responsable de la información que obtiene, elabora o transmite.

Siempre que el periodista no haya estado presente en la acción que transmite, citará una fuente, la atribución de la noticia o una fuente no exhume al periodista de la responsabilidad de haberla transmitido.

- **Secreto de las fuentes**

Cuando una fuente pida al periodista que guarde el secreto de su identidad, el periodista no la revelará bajo ninguna circunstancia.

- **Información *off the record***

Cuando una fuente facilite una información pidiendo que no se publique, el periodista respetará esta petición.

Sin embargo, si la información se obtiene honestamente por otros medios, podrá publicarla.

- **Elaboración de la información**

Diligencia en la elaboración de la información: Los periodistas reconstruirán la realidad sobre la que hablan, siguiendo los cánones del periodismo.

Deber de contrastar los hechos con datos objetivos y fuentes: Antes de publicar un hecho, el periodista se asegurará de que es fiable más allá

de la duda razonable. Para ello verificara los hechos y los contrastará con datos objetivos y con distintas fuentes

Especial cuidado en la elaboración de informaciones dudosas, delicadas o trascendentes.

El esfuerzo para comprobar los hechos y asegurarse de la fiabilidad de las fuentes, será aun mayor en lo siguientes casos:

- Si la información es dudosa
- Si la información es especialmente trascendente
- Si la información puede afectar al honor o la intimidad de las personas, en cuyo caso para divulgarla habrá que atender también a la relevancia pública de la información.

- **Transmisión de la información**

- Seriedad y honestidad: La transmisión de la información estará presidida por la seriedad y honestidad.
- Distinción entre información y opinión: Siempre se distinguirán claramente la información y la opinión. También se distinguirán estas de la publicidad.
- Fidelidad del relato a los datos objetivos procedentes de las fuentes: El relato informativo será fiel a los hechos objetivos procedentes de las fuentes y contrastados. Los datos objetivos no se podrán sustituir, bajo ningún concepto, por criterios del periodista.
- Elección adecuada de los elementos retóricos: Los elementos retóricos que se empleen al transmitir la información serán los mas adecuados para garantizar la fidelidad del relato a los hechos. El relato será transparente, se evitará exagerar, disimular o tergiversar e relato.

Los títulos y titulares de las informaciones responderán fielmente a su contenido. En ningún caso la información del titular supondrá un sesgo respecto del contenido de la noticia.

- Prohibición de transmitir suposiciones, rumores y noticias infundadas: En ningún caso se transmitirán suposiciones, rumores, invenciones, insinuaciones insidiosas o noticias gratuitas o infundadas.

Cuando un rumor se utilice por alguna persona o grupo contra otro, se podrá informar este hecho.

- Prohibición de manipular las noticias: No se permitirá ninguna manipulación de las noticias: Tampoco se podrán modificar las fotografías mas allá de la estricta edición periodística o la eliminación de defectos técnicos de la imagen

- **Deber de imparcialidad**

Los profesionales de Venepress serán imparciales y ecuánimes y no favorecerán ninguna opinión, ideología o interés parcial.

El periodista será imparcial siempre: cuando informe sobre hechos y datos objetivos y también cuando informe sobre las opiniones que emiten otras personas.

Sin perjuicio de las conductas que exige la imparcialidad, se cumplirán las siguientes normas:

- Imparcialidad en la información sobre hechos y datos.
 - o Deber de contrastar la información para ofrecer una perspectiva balanceada.

Cuando informe sobre hechos y datos, el periodista:

- o Contrastará la información
- o Ofrecerá una perspectiva transparente y balanceada de los hechos y datos.

- Deber de enfrentar las versiones diferentes que existan sobre un hecho: Cuando existan distintas versiones sobre un hecho, el periodista las enfrentará todas.

Si las diferencias entre versiones de unas y otras fuentes son radicales, los titulares o banners no podrán recoger una versión en detrimento de la otra.

Únicamente si Venepress acoge una de las dos versiones, los titulares y banners podrán recoger una sola versión. Venepress solo podrá adoptar una de las dos versiones si lo hace de forma razonada y como fruto del contraste diligente de la información.

- Imparcialidad en la difusión de opiniones de personas ajenas a Venepress

Cuando el periodista informe sobre opiniones de personas ajenas a este medio:

- o Diferenciará claramente entre información y opinión.
 - o Identificará el dueño de las opiniones.
 - o Evitará exhibir simpatía o rechazo por ellas.
 - o No favorecerá ni perjudicará opiniones. Se orientará a transmitir las y darles cauce.
 - o Ofrecerá una perspectiva balanceada de las opiniones, contrastando equitativamente una con otras,.
- Deber de objetividad de claridad en la expresión de las opiniones propias de Venepress y sus profesionales
- Expresión de opiniones propias en los espacios dedicados a ello: Venepress y sus profesionales sólo expresarán opiniones propias en los espacios dedicados a ello.
- Forma de expresar las opiniones propias: Al expresar su opinión Venepress y sus profesionales
- o Diferenciarán claramente entre información y opinión.

- Identificarán al dueño de la opinión.
 - Evitarán expresar opiniones innecesarias gratuitas o arbitrarias.
 - Respetarán a las personas y las instituciones.
 - Huirán de todo exceso en el lenguaje
- Abusos en la expresión de opiniones: Se considerarán abusos las siguientes conductas
 - Expresar opiniones que vulneren derechos de otras personas.
 - Emitir opiniones en vejatorias o deshonrosas.
 - Manifestar críticas calumniosas: se considerará que una crítica es calumniosa cuando se apoyen un hecho que no es veraz.
- Prohibición de abusar en la expresión de opiniones: Los profesionales de Venepress evitarán los abusos en la expresión de opiniones. Venepress no difundirán los abusos .
- No difusión de abusos que cometan otras personas: Venepress no difundirá los abusos que cometan otras personas al expresar sus opiniones. Únicamente los difundirá cuando por su relevancia pública sean objeto de información, en tal caso aparecerá claramente identificada la persona a la que pertenece la opinión y se aislará tal opinión del parecer Venepress.
- **Deber de independencia**
 - Independencia: Los profesionales de Venepress no se someterán a intereses publicitarios personales o de grupos económicos o políticos religiosos o de cualquier otra clase.
 - Tales intereses nunca motivarán la selección o la expresión de la información.

- Estos intereses tampoco guiarán la expresión de las opiniones en este medio.
- Prohibición de aceptar dádivas remuneraciones y ventajas ilícitas: Los profesionales de Venepress no aceptarán ninguna dádiva remuneración o ventaja ilícita directa ni indirectamente. Son dádivas, remuneraciones y ventajas ilícitas las que buscan que Venepress privilegie intereses publicitarios, personales o de grupos económicos, políticos, religiosos o de cualquier otra clase.

- **Deber de respeto al derecho al honor y la privacidad**

Los periodistas de Venepress respetarán siempre el derecho al honor y la privacidad de las personas cuando informen y cuando expresen opiniones.

- Respeto al honor y la privacidad en la información
Relevancia pública de la información: Cuando una información pueda vulnerar el derecho al honor o la privacidad de otras personas, el periodista sólo divulgará si tiene una singular relevancia pública
- Deber de contrastar la información
Antes de divulgar este tipo de información, el periodista debe contrastarla por varias fuentes independientes entre sí, incluyendo la persona afectada, salvo que esta se rehúse o no pueda declarar. En este caso se hará constar esta circunstancia en el relato
- Omisión de detalles innecesarios
En el tratamiento de las víctimas o presuntos autores de cualquier delito, se evitará publicar cualquier dato que no sea estrictamente necesario para transmitir la información que desea comunicar.
- Anonimato de la víctima
El periodista será cuidadosamente de la intimidad de las víctimas de los delitos de los que informen.
En el caso de los delitos de violación:

- La víctima se mantendrá en anonimato.
 - Se omitirá cualquier dato sobre ella para evitar que sea identificada.
 - Solo se podrán referir datos genéricos sobre la víctima como su nacionalidad o su edad, siempre que sean necesarios y no permitan que se la identifique.
- Anonimato de las personas menores de edad
También se guardarán estas precauciones, en el caso de las informaciones de cualquier tipo que conciernan a personas menores de edad.
 - Presunción de inocencia
No se dará a nadie por responsable de un delito si no lo ha declarado un juez.
Se evitará identificar a las personas sospechosas de haber cometido un delito salvo que su identidad sea de especial relevancia pública
 - Uso del anonimato
Cuando en un relato resulte imprescindible omitir el nombre de alguna persona y cambiarlo por otro, estas circunstancias se advertirán al comienzo de la información
 - Noticias sobre suicidios
Venepress sólo informará de los suicidios que tengan especial relevancia pública por razón de la persona o de las circunstancias del hecho.
El tratamiento de la información será consecuente con esta idea y respetuoso con la intimidad del fallecido y sus familiares
 - Respeto al derecho al honor y la privacidad en la expresión de opiniones
Los periodistas de Venepress no emitirán opiniones que vulneren el derecho al honor y la privacidad de las personas.

Al expresar opiniones sobre otras personas los periodistas de Venepress:

- Se apoyarán en hechos veraces.
- Justificarán debidamente su opinión.
- Diferenciarán claramente entre información y opinión.
- Se identificarán como dueños de las opiniones.
- Evitarán expresar opiniones innecesarias, gratuitas o arbitrarias.
- Respetarán a las personas y las instituciones.
- Huirán de todo exceso en el lenguaje.

- **Publicidad**

La publicidad se diferenciará claramente de los contenidos de Venepress

Los anuncios publicitarios que se puedan confundir con los contenidos de Venepress irán precedidos de la palabra publicidad.

- **Deber de corrección ortográfica, gramatical y sintáctica**

Los periodistas de Venepress tienen el deber de conocer el idioma de emplearlo con corrección.

No escribirán con falta de ortografía, ni cometerán errores gramaticales.

Reelegirán y corregirán sus propios borradores y textos.

La responsabilidad de las erratas y equivocaciones es de quien las introduce en el texto o en el discurso hablado, en segundo lugar será responsable el editor encargado de revisarlo.

- **Deber de respeto a la propiedad intelectual: Prohibición del plagio**

Los profesionales de Venepress no reproducirán ideas, palabras, imágenes ni obras, sin autorización previa de sus propietarios y sin citar la autoría.

Cuando se publiquen o difundan despachos de agencias de noticias se declarará su autoría.

El periodista se responsabilizará y podrá firmar las noticias que se apoyen en la información remitida por una agencia, en estos casos:

- Cuando haya confirmado y ampliado la noticia con medios propios.
- Cuando al elaborar la noticia haya modificado de fondo el material recibido.

- **Prohibición de la pornografía**

Venepress no publicará informaciones o imágenes que puedan considerarse pornográficas o que directa o indirectamente la fomenten. Únicamente publicará a las informaciones que den cuenta de delitos o cuestiones de interés público relacionados con ella y en todo caso condenándola.

- **Autoría y firma**

Los periodistas de Venepress firmarán sus noticias, intervenciones y comunicaciones.

En la firma expresarán el lugar donde se encuentren, no se podrá expresar otro lugar aunque la información ofrecida se haya obtenido allí.

- **Deber de permitir derecho de réplica a la audiencia interesada**

La información errónea que se publique se rectificara espontánea e inmediatamente.

Venepress reconoce el derecho de respuesta de los ciudadanos y facilitar a los medios para ello.

Redacción

En las sub categorías, el profesional de Venepress podrá consultar todo los criterios de redacción a poner en práctica al momento de redactar una nota para esta sección del sitio web de la empresa.

Lo último

Información de última hora, en breve, minuto a minuto y avances.

- Título

Máximo 60 caracteres: El contenedor del sitio web solo permitirá la transcripción de 60 caracteres. En caso extraordinario, el editor podrá hacer uso de sus facultades y colocar título deseado por el redactor de contenidos web.

Después de los dos puntos (:) comenzar en altas.

Evitar utilizar comas (,).

Prohibido abreviar nombres.

Hasta cuatro siglas en altas. Ejemplo: MUD PSUV ONU OEA OPEP

A partir de cinco siglas altas y bajas. Ejemplo: Pdvsa Unicef Unefa

No deben comenzar con la preposición según

- Sumario

Máximo 15 palabras.

Evitar repetir palabras escritas en el titular.

No se deben emplear signos de admiración, salvo en citas textuales y/o artículos de opinión.

Los títulos y sumarios no llevan punto final.

- Cuerpo

Fuente: Georgia

Tamaño: 16

Justificado

Mínimo 800 caracteres, debe cumplir con el lead, cuerpo y cola de una noticia.

Utilizar al menos un (1) hipervínculo, con el siguiente enunciado:

Lea también: ...

Le puede interesar: ...

Información relacionada: ...

Se deben vincular las palabras que guarde relación con los contenidos publicados en Venepress: Ejemplo: ... Un país de criptomonedas. vincular *criptomonedas* con: *¿Qué son las criptomonedas?*

Debe tener al menos un hipervínculo externo, bien sea de la fuente y/o información relacionada con el enfoque de la noticia.

Destacados

Trabajos de investigación y columnas de opinión.

- Título y sumario: Aplican las mismas normas publicadas en la categoría *Lo último*.

- Cuerpo

Fuente: Georgia

Tamaño 16

Justificado

Mínimo 1600 caracteres.

Utilizar al menos un tres hipervínculo, con el siguiente enunciado:

Lea también: ...

Le puede interesar: ...

Información relacionada: ...

Se deben vincular las palabras que guarde relación con los contenidos publicados en Venepress: Ejemplo: ... Un país de criptomonedas. vincular *criptomonedas* con: *¿Qué son las criptomonedas?*

Debe tener al menos un hipervínculo externo, bien sea de la fuente y/o información relacionada con el enfoque de la noticia.

- Intertítulos

Georgia (20)

En altas y bajas

Alineado a la izquierda

Utilizar los colores de la plantilla principal



Consideraciones importantes para *Lo último y Destacados*

1. Los textos deben ser claros, coherentes, interesantes, precisos, ágiles y sencillos.
2. El tiempo verbal deben corresponder a la acción la noticia. No: "matan al delincuente" sino "mataron al delincuente".
3. Toda oración de más de 25 palabras dificulta la comprensión del lector.
4. Los párrafos deben ser cortos, de un máximo de 45 palabras.
5. La primera vez que se nombra a una persona se debe mencionar el cargo que ocupa más el nombre y apellido. El presidente de la República, Nicolás Maduro.

6. El cargo va en altas cuando no se nombra al personaje. El Presidente indicó que este martes...
7. Prefijos: exfuncionario vs. ex funcionario
Se escribe unido si es univocal o va acompañado por un adjetivo. El exfuncionario aseguró que... El exfuncionario venezolano aseguró que... Se escribe separado si es plurivocal o cuando precede a una expresión formada por varias palabras. El ex funcionario de la Policía Nacional aseguró que...
8. Cifras: Del cero al nueve en letras A partir del 10 en número
9. Cargos: La presidente, la juez.
10. La imagen principal debe ser exportada en 1920 pixeles o 1080 pixeles.
11. Las imágenes insertadas dentro del cuerpo de la noticia debe ajustarse a 900 pixeles por 600 pixeles.
12. Contenido multimedia publicado en las redes sociales, el link debe ser insertado en la opción *Embed Media Content*, disponible en el contenedor.
13. Las imágenes, videos y contenido multimedia extraído de las redes sociales, debe ir centrado.
14. Prohibido las capturas de videos.
15. En caso de realizar un collage y/o insertar texto a una imagen, el periodista debe solicitar a diseño para darle un tratamiento visual adecuado.

SEO

- Para el posicionamiento SEO es importante utilizar el Long Tail Keyword en:

1. Descripción o meta descripción de no más 158 caracteres.
2. Encabezado de la noticia.
3. Subtítulos de la noticia.
4. Cuerpo de la noticia.

En el cuerpo es determinante parafrasear las palabras claves probando con distintas combinaciones, sinónimos de las palabras claves genéricas. Ejemplo:

Aumento de la gasolina en Venezuela.

Alza de los precios del combustible por Pdvsa.

Nafta de alto octanaje suben por igual.

Las primeras 200 palabras de cada página, sobretodo los encabezados (titulares) de las noticias, son donde se centra la atención de la audiencia, Si se divaga en detalles y no se concreta, se pierde al lector. Se debe comenzar con encabezados contundentes que a manera de resumen den una introducción que utilice una versión extendida de las palabras claves que enganchen al usuario.

Se debe generar un contenido interesante y sin errores, para que el lector permanezca más tiempo en la página, termine de leer la nota y pase a otro link.

- Palabras claves en **títulos y negritas** le facilita a los motores de búsqueda como Google poder catalogar la información.
- Conformación de URL: Elaborarlo lo más parecido posible al título contemplado, el mayor número de palabras claves con menos de 92 caracteres.
- Indexación e imágenes:
 1. Seleccionar una fotografía que cumpla con los requerimientos estéticos especificados en las consideraciones importantes de *Lo último y Destacados*.

2. De ser necesario editar la imagen seleccionada con Photoshop, de manera que cumpla con un estándar alto en cuanto a los siguientes parámetros: Composición, saturación de color y filtros de color.
3. Hacer que su tamaño en pixeles corresponda exactamente con el utilizado en la plantilla (1920 x 1080) por dos razones:
 - a. Si es de menor tamaño, el HTML la procesará para aumentarla, pixelándola y haciendo el proceso más lento lo cual es desfavorable para SEO.
 - b. Si es de mayor tamaño, el HTML la procesará haciendo el proceso más lento y haciendo más pesada la página sin necesidad. No es necesaria la máxima calidad de imagen para la web, ya que las imágenes ocupan gran parte de datos de descarga y se requiere que la página cargue lo antes posible.
 - c. Nombrar el archivo con las palabras claves.
 - d. Subir al contenedor.

Prácticas incorrectas

Si no se dispone de imágenes originales propias capturadas por reporteros gráficos o banco de imágenes pagos y se debe recurrir ineludiblemente a descargar una imagen (libre de derechos) para publicarla nuevamente, nunca se debe utilizar una foto que exponga su resolución al momento de ser republicada. En todo caso se debe renombrar y subir al contenedor.

No colocar textos escondidos. Buscadores como Google penaliza fuertemente la técnica de escribir texto que el lector no pueda visualizar, debajo de imágenes, videos u otras capas, con el fin de posicionar una página web por ciertos términos.

- **Consideraciones para enlaces internos y externos**

1. Enlaces internos: Crear nuevos espacios donde destacar otras partes de la web Venepress citando artículos anteriores, relacionados y hacer una rutina de enlazar de manera natural los artículos entre sí.
2. Enlaces externos: Algo muy importante a tomar en consideración es incluir links relevantes al contenido.
3. Comprobar que no hayan links rotos sea de enlaces internos y/o externos.
4. Comprobar que los enlaces dados no tengan contenido malicioso o ilegal. Google penaliza a las páginas que enlazan contenidos con virus o declarados piratas.

- **Chequeo de ortografía**

Colocar los keywords y la totalidad de los textos en correctores en línea para corroborar que no haya algún error ortográfico o de tipeo.

Una vez terminado, optimizado y corroborado el contenido, se debe analizar el artículo para constatar cuales con las palabras más utilizadas, las cuales deben ser las palabras claves que ayudarán a posicionar la información publicada.

Multimedia

Producción

Manual operativo para transmisiones en vivo

1. Solicitar información de acceso al Gmail y Restream, de Venepress para transmisiones en vivo.
2. Ingresar en cuenta Gmail y Reastream con el usuario y acceso de Venepress.
3. Descargar OBS para Mac: <https://obsproject.com/download> (Si ya tiene instalado OBS, saltar al PASO 5)
4. Instalar OBS:
 - 4.1 Buscar el instalador (Tecla command + barra espaciadora: tipear obs-mac)
 - 4.2 Ejecutar instalador:
 - 4.2.1 Hacer clic en continuar
 - 4.2.2 Hacer clic en continuar
 - 4.2.3 Hacer clic en Instalar
 - 4.2.4 ingresar clave administrador
 - 4.2.5 instalación completada
5. Configurar OBS (Tecla command + barra espaciadora: tipear OBS) (Si ya está configurado OBS, saltar al PASO 6)
 - 5.1 Aceptar configuración automática
 - 5.2 Optimizar para transmisión
 - 5.3 Seleccionar Resolución de la base (1280x720) y FPS (30)
 - 5.4 Configurar información de Stream
 - 5.4.1 Seleccionar Tipo de emisión (servicio de retransmisión) y Servicio (restream.io)
 - 5.4.2 Acceder a Restream (<https://restream.io/channel/420431>) y copiar el Stream key
 - 5.4.3 Copiar en la información de servicio de Stream
6. Configuraciones de audio

6.1 Buscar el instalador (Tecla command + barra espaciadora: tipear ishowu)

6.2 Ejecutar el instalador

6.2.1 Hacer click en continuar

6.2.2 Instalar

6.2.3 Colocar clave de administrador

6.3 Configurar audio MIDI (Tecla command + barra espaciadora: tipear MIDI)

6.3.1 crear dispositivo de salida múltiple

6.3.2 Dispositivo maestro (Salida integrada), Frecuencia (48000,00 Hz), usar Salida integrada y iShowU Audio Capture (Corregir desviación)

6.4 Modificar preferencias del sistema (Tecla command + barra espaciadora: tipear prefe)

6.4.1 Seleccionar sonido

6.4.2 Medir nivel de los altavoces internos

6.4.3 Seleccionar para salida el Dispositivo de salida múltiple

6.4.4 Silenciar micrófono integrado

7. Configuración del OBS

7.1 Configuración del OBS

7.1.1 Ver Emisión (Copiar configuraciones de la imagen)
Atención: Llave de retransmisión y servidor deben corresponder con datos de restream.io

7.1.2 Ver Salida (Copiar configuraciones de la imagen)

7.1.3 Ver Audio (Copiar configuraciones de la imagen)

7.1.4 Ver Video (Copiar configuraciones de la imagen)

7.2 Renombrar escena

7.2.1 Clic derecho en escena y seleccionar “Renombrar”

7.2.2 Nombrar “Transmisión”

7.3 Añadir “Mosca”

7.3.1 Seleccionar “+” y luego “imagen”

7.3.2 Nombrar “Mosca” y aceptar

7.3.3 Examinar

7.3.4 Aceptar

7.3.5 Ocultar “Mosca”

7.4 Añadir “Insert+Mosca”

7.4.1 Repetir paso 7.3.1

7.4.2 Nombrar “Insert+Mosca” y aceptar

7.4.2 Examinar

7.4.2 Seguir ruta: Escritorio>OBS>Luis Vicente> Insert

7.4.3 Aceptar

7.5 Añadir “Hangouts”

7.5.1 Abrir Hangouts en Google Chrome

<https://hangouts.google.com/>

7.5.2 Iniciar una videollamada

7.5.3 Se abrirá la llamada en otra ventana del navegador.

Copiar Link enlace:

7.5.4 Compartir el enlace copiado con la persona que transmitirá el video

7.5.5 Una vez que esta persona haya aceptado, apagar cámara y micrófono

7.5.6 Añadir fuente “Hangouts” en OBS y seleccionar “captura de ventana”

7.5.7 Nombrar “Hangouts” y aceptar

7.5.8 Examinar y seleccionar “[Google Chrome]

Videollamada de Hangouts”

7.5.9 Aceptar

7.5.10 Arrastrar la fuente “Hangouts” y colocarla debajo de “Mosca”

7.5.11 Ajustar estirando las esquinas rojas hasta ocupar la pantalla completa

7.6 Añadir escena, nombrar “Coletilla” y aceptar

7.7 Añadir fuente “Coletilla LV” a la escena “Coletilla”

7.7.1 En el paquete grafico “Luis Vicente León”, hacer clic derecho en “coletilla Luis Vicente online”>Abrir con> VLC. NOTA: Quicktime es también una opción válida

7.7.2 Con la escena coletilla seleccionada en OBS, añade fuente y seleccione “captura de ventana”

7.7.3 Nombrar “Coletilla LVL” y aceptar

7.7.4 Examinar y seleccionar “[VLC] COLETILLA LUIS VICENTE ONLINE

NOTA: Para el En Vivo la coletilla debe ser accionada desde la ventana VLC

7.7.5 Aceptar

7.7.6 Ajustar estirando las esquinas rojas hasta ocupar la pantalla completa

8. Preparar la transmisión

8.1 Con la escena “Coletilla” seleccionada, presionar el botón “Modo estudio”. Luego seleccionar la escena “Transmisión”. NOTA: Con este paso ya estamos listos para transmitir

8.2 Iniciar transmisión. Con esta configuración, apretar el botón de “iniciar grabación” y seguido apretar “iniciar transmisión”

8.3 Verificar transmisión. El recuadro verde indica que la transmisión está al aire. NOTA: De igual forma, la transmisión debe ser monitoreada en restream.io

8.4 Rodar la coletilla. Apretar “play” en VLC donde está reproduciéndose la coletilla

8.5 Transiciones. Para cambiar entre una escena y otra, apretar el botón de transición. NOTA: No cambiar de escena

8.6 Para detener la transmisión apretar “Detener transmisión”

Diseño

Paleta de colores



CÓDIGOS

#414042

#004063

#00A79D

#0F6896

Familia tipográfica: Monserrat

RR SS

Twitter

Twitter sigue aumentando el número de empresas que ya conocen y tienen activas sus propias campañas de publicidad, que apuntan a distintos filtros de segmentación único.

Segmentar por usuario: Para llegar a los followers o seguidores de la competencia.

Segmentar por televisión: Para llegar a personas que siguen, escriben tuits y retuitean contenidos relacionados con programas actuales de televisión.

Se debe tener cuidado con la periodicidad y el número de tuits. Se debe evitar invadir la línea de tiempo de los usuarios. Cinco minutos es la frecuencia óptima para Twitter.

Se debe trabajar en dos objetivos fundamentales: El primero, procurar tener más seguidores en Twitter, dado que ello es lo que multiplica las posibilidades de difusión. El otro aspecto fundamental para alcanzar público, aumentar el CTR, es decir, la cantidad de veces que los usuarios hacen clic en los enlaces que se publica, para ello:

1. Incluir imágenes: La imagen seleccionada para tal fin, debe poseer Stopping Power (capacidad de lograr que las personas se detengan al contemplarla). Para asegurarse que al compartir un contenido desde el sitio web hacia la cuenta de Twitter se incluya siempre una imagen representativa (o un video, según el caso), es posible utilizar Twitter Cards. Para implementarlas solo se añade el código correspondiente a nuestro sitio web. Hacer esto, permitirá automatizar el añadido de imágenes a nuestros tuits, con enlaces y, con consecuencia, favorecerá el incremento del CTR en Twitter.

2. Título del contenido: Los títulos son posiblemente el elemento principal de un artículo al momento de atraer a los usuarios hacia el contenido:
 - a. Los errores ortográficos disminuyen dramáticamente la credibilidad de una fuente e incluso podría desanimar a las personas a seguir leyendo.
 - b. Realizar preguntas despierta la curiosidad del público; es una de las formas más efectivas para lograr interesar a las personas por un contenido.
 - c. Nota breve: mientras más contundente y simple sea la situación, más probabilidades tendrá de interesar a la audiencia, incluso utilizando menos de los caracteres requeridos.
 - d. Titulación del estilo lista numérica, permiten presentar el contenido demostrando ser muy efectivas en términos de atraer el interés de los usuarios. Ejemplo: Las diez noticias más importantes de la semana + enlace.

Facebook

En Facebook el público es más heterogéneo, no solo en los rangos de edad, sino también en las necesidades e intereses expuestos.

Esta plataforma sigue siendo por mucho, una de las grandes opciones a la hora de invertir en publicidad y destaca de otras plataformas, ofreciendo al anunciante filtros de segmentación que permiten llegar a las personas con unas características personales específicas como: edad, estudios, puesto laboral, comportamientos e intereses específicos. Teniendo claro cuál es nuestro público objetivo, podremos obtener resultados positivos.

1. Imágenes previamente compartidas: Depurar los álbumes de fotos/Facebook de imágenes repetidas.

2. **Títulos llamativos:** El titular ayuda a los espectadores a comprender el contexto que se ha grabado el video o la finalidad de su producción.
3. **Calidad de los videos:** hay que asegurarse de que los videos tengan una buena calidad, no solo en cuanto a los contenidos que ofrece, sino a la que proporcionen sus imágenes. Hablamos de alta definición.
4. **Duración:** la longitud de un video no debe superar los 2 minutos 30 segundos. Con videos de mayor duración, la tasa de participación de los usuarios baja ostensiblemente. Los videos virales no sobrepasan los 3 minutos ni tienen menos de 30 segundos.

Instagram

El público de Instagram no está buscando informarse sino relajarse a través de imágenes del alto valor estético.

1. Publicaciones regulares para mantener comprometidos a los seguidores.
2. Uso de fotografía adecuadas, son un 26% más atractivas que los videos. La calidad de la imagen es fundamental.
3. Compartir, conectar e interactuar. Una vez publicadas las fotos, añade el link de la página web, responde a los comentarios y utiliza hashtags para conseguir difusión como en otras redes Facebook y Twitter.
4. Hashtags. No es recomendable el uso de más de cinco etiquetas, ya que suele saturar de información irrelevante al usuario. Utiliza herramientas para monitorear hashtags y evita la redacción de textos, más allá de captar la atención del lector para incitarlo a entrar en el enlace.
5. Uso de filtro Mayfair aumenta en un 2% la participación del usuario, respecto a otros filtros.

YouTube

Según el II estudio para redes sociales IAB Spain, solo el 3% de los usuarios asocia a Youtube con una red social de manera espontánea, en cambio cuando se les induce, el comportamiento de Youtube por parte de los usuarios es de 85%. El diagnóstico es claro: el usuario no ve Youtube como una red social.

Pero nada más lejos de la realidad. Youtube es una herramienta de social media. Porque aunque existen usuarios que desconocen todas las características, este sitio web permite:

1. Registrarse como usuario y crear un canal.
2. Escribir comentarios, votar en contra o a favor del contenido y/o compartir un video a través del URL, a través de mensajes, correo electrónico y el resto de las plataformas digitales.

Por tratarse de televisión digital, los programas son grabados para ser retransmitidos una vez por semana en el horario más conveniente para la marca, la decisión se toma dependiendo del momento con mayor cantidad de visitas por usuario.

Aymara Lorenzo en su punto: Programa de opinión dirigido por la periodista Aymara Lorenzo.



Figura 18. Aymara Lorenzo en su punto

Antonieta On The Rocks: Editorial audiovisual sobre la actualidad nacional con un punto de vista diferente.



Figura 19. Antonieta On The Rocks

Luis Vicente LeONLine: Sección de preguntas y respuestas en vivo, transmitido en vivo simultáneamente por todas las plataformas digitales. Conducido por el economista y analista político Luis Vidente León.



Figura 20. Luis Vicente LeONLine

Lo que viene: Cápsula informativa con los eventos más importantes de los próximos días a cargo de la periodista Victoria de Sousa.



Figura 21. Lo que viene

Laya no se calla: El periodista Luis Alejandro Laya, recorre las calles de la gran Caracas para recabar las denuncias de tipo social y fallas en los servicios públicos. El objetivo principal, es ubicar a la autoridad competente y comprometerlo a solucionar el problema.



Figura 22. Laya no se calla

El lado oscuro: Fernando Tineo, de la fuente judicial, presenta trabajos de investigación y le hace seguimientos a casos de corrupción en Venezuela y el mundo.



Figura 23. El lado oscuro

En pocas palabras: Programa de opinión conducido por el periodista Israel Barbuzano.



Figura 24. En pocas palabras

Noticiero Venepress: Los viernes, se transmite en vivo un resumen con las noticias más relevantes de la semana. Rango de duración: entre 10 y 15 minutos.



Figura 25. Noticiero Venepress

Consideraciones importantes:

Las grandes protagonistas actuales de la sociedad digital son las redes sociales. Nadie cuestiona ya el imparable poder que están adquiriendo y la importancia que tendrán. Este fenómeno ha revolucionado el concepto de relación social clásica y la inversión del tiempo libre. En ella se busca contacto con vieja y nuevas amistades e incluso se puede hallar trabajo.

Es necesario hacer un balance del lenguaje entre lo formal, lo directo e incluyente para poder maximizar el alcance a la audiencia a la vez de preservar y cuidar la coherencia del mensaje y la imagen de la plataforma Venepress en la red. Por este motivo es conveniente establecer los parámetros del uso y estilo propios basados en los siguientes principios clásicos:

1. **Servicio público:** El deber ser de la comunicación del mensaje debe ser siempre el de informar al público y que la audiencia a su vez se convierta en agentes de difusión, participación y discusión.
2. **Colaboración:** El compartir y el colaborar con los usuarios de la red debe ser uno de los principales objetivos.

3. **Calidad:** La información tanto en publicaciones como en las respuestas que se deben someter a criterios de pertinencia, adecuación y objetividad.
4. **Participación:** Debe ser respetuosa, dando las respuestas a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista y aportando comentarios constructivos, animando a la participación honesta.
5. **Cercanía:** Las redes sociales son una excelente vía para tener contacto con el target, lo tanto es el lugar idóneo para que las audiencias sientan que Venepress está siempre allí e interactúa, participa, invita al debate y ayuda a difundir mensajes necesarios.
6. **Confidencialidad:** No se debe ofrecer información que pudiera considerarse confidencial.
7. **Privacidad:** Se debe respetar la privacidad y la intimidad de las personas.
8. **Derecho de autor:** No publicar contenido protegido no autorizado. No someter a escarnio público ninguna a ninguna persona, así haya protagonizado un escándalo. Es recomendable decir ¿Qué opinas? Que dar una aseveración.
9. **Amplitud:** La forma que se ofrezca debe ser veraz y contrastada.
10. **Aceptación:** No eliminar ningún comentario o crítica siempre y cuando no infrinja la legislación vigente. Valorar y siempre contestar, pedir disculpas, dar la razón y ganarse al retractor.
11. **Inmediatez:** El tiempo máximo de respuesta a cualquier duda o pregunta no debe ser superior a las 24 horas.

Criterios lingüísticos

Los criterios a utilizar deben corresponder a los generales de la vida en armonía y adaptarlos a las necesidades específicas de las redes sociales, deben usarse de acuerdo con las características de cada herramienta. En líneas generales debemos tener en cuenta:

1. Utilizar un lenguaje directo, siempre, amigable e informal.
2. Mantener una actitud y un lenguaje respetuoso.
3. Se puede usar la segunda persona del singular: tú. Llamar y ayudar a los usuarios por su nombre.
4. Elaborar textos breves, que inviten a participar acompañados de una imagen representativa para el contenido del texto.
5. Emplear frases claras, breves y concisas.
6. Usar una única idea en cada párrafo.
7. Incluir enlaces con acceso a la información y hashtags.
8. Mencionar a las personas o paginas involucradas.

Derecho de autor, licencias y protección de datos

Debe ser respetuoso y actuar conforme a la legislación vigente. Por ello es conveniente citar siempre a la fuente de donde procede a la información, utilizar preferiblemente contenidos con licencias copyleft y respetar los derechos de autoría.

Contenido generado por nuestro equipo puede crearse bajo distintas licencias, las más conocidas es la Creative Commons. Estas licencias permiten la copia, distribución y comunicación de la obra mientras se cite.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Implementar normas de redacción y lenguaje multimedia es indispensable en todo medio de comunicación, sobre todo si se trata de un medio digital. La manera en como se escribe en la web es diferente a la escritura del periodismo tradicional, además, informar a través de un sitio web, permite no solo escribir, sino también, incluir imágenes, videos, sonidos, contextualizar a través de un vínculo bien sea interno o externo y lo más importante, la cercanía con el lector. Lo antes descrito se resume en tres elementos: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, características que se aplicaron en este Trabajo Especial de Grado.

En cuanto a *analizar la producción informativa de la agencia de noticias Venepress para la determinación de su línea editorial*, se concluye que a partir de sus directores, en la investigación se pudieron definir los principios editoriales de la organización, entre los que destaca: el estatuto de responsabilidad profesional y el compromiso de responsabilidad profesional de los trabajadores de Venepress.

Sobre *identificar los elementos del periodismo digital en la agencia de noticias Venepress para la definición de criterios de redacción y lenguaje multimedia*, a través de la observación libre o no estructura, se evidenció la falta de normas de redacción y lenguaje multimedia entre los trabajadores de la prensa de Venepress. A diario nacían dudas que no se podían dirimir en una guía publicada por la misma compañía, por lo tanto, esta investigación sirvió para unificar todos los criterios y plasmarlos en un manual de estilo para el medio de comunicación digital. Para esto fue necesario realizar una entrevista semi estructurada con el gerente y jefes de cada departamento.

Ahora bien, *presentar la propuesta de una página interna en www.venepress.com para la difusión de la línea editorial y parámetros definidos en el manual de estilo*, fue realizada con éxito. A través de una arquitectura web, se proyecta el diseño del sitio web que será de uso exclusivo entre los profesionales de Venepress. Allí se incluyen los parámetros del periodismo digital, además, del resultado de los dos primeros objetivos planteados.

En este sentido, se puede concluir que se diseñó con éxito el Manual de Estilo Digital para la Agencia de Noticias Venepress, en el que se podrá consultar a través de la web, la línea editorial, normas de redacción, lenguaje multimedia, consideraciones importantes para las redes sociales e información de interés suministrada por recursos humanos o el departamento de administración.

Finalmente, se recomienda a los directores del medio de comunicación digital, aplicar la propuesta a corto plazo, para difundir contenidos claros y precisos, establecer una identidad, estilo y lineamientos específicos que identifique la marca, a sus colaboradores y usuarios, por medio de un proceso directo y único.

Se recomienda además, ofrecer una inducción a los editores sobre la página web diseñada, para que sean ellos mismos quienes editen, agreguen información importante, actualicen los contenidos de ser necesario y respondan las sugerencias que los mismos trabajadores pueden dejar en el cuadro de comentarios y observaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2006) *El proyecto de investigación*. Introducción a la metodología científica. Quinta edición. Caracas - Venezuela
- Beaumont – Fernández, José (2009) *Sociedad de la información y nuevos medios*, capítulos 7 y 12. Teoría de la información y de la comunicación.
- Bachmann, I., & Harlow, S. (2012). *Interactividad y multimedialidad en periódicos latinoamericanos: avances en una transición incompleta*. Cuadernos de Información (30), 41-52.
- Código de Ética del Periodista* (2013). Artículos del código de ética. [Documento en Línea] Disponible en http://cdn1.cnpven.org/archivos/80/original_codigoeticafinal.pdf
Consulta: febrero 2019.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. (1999, 30 de diciembre). Gaceta Oficial de la República No 36.860. (Extraordinaria) Marzo
- Davies, G. (2006). *Gestión de proyectos*. Cómo encargar y contratar libros. México: Fondo de Cultura Económica.
- Díaz J. (2004) *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>. Consulta: febrero 2019.

Falla A. Stephanie (2011) *Periodismo y comunicación digital, Maestros del web*.
<http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-comunicacion-digital/>.

Consulta: Marzo 2019.

Fernández Breis, J. (2004). *Tecnologías para los sistemas multimedia*. Murcia, España: Universidad de Murcia.

Fondevila Gascón, J. (2014). *El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad*. ZER , 19 (36), 55-76.

García Jiménez, J. (2012). *Tratado de producción editorial. El sector y su historia*. Edición, derechos, fabricación y comercialización de productos editoriales. Madrid: Visión Libros.

Gutiérrez, C. (2008). *¿Cómo funciona la web?* Santiago de Chile, Universidad de Chile.

Instituto Cervantes (2012). *El libro del español correcto. Claves para hablar y escribir bien en español*. Barcelona: Espasa.

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (2011, febrero 07). Gaceta Oficial No 39.610. Febrero 07, 2011. • LEY DEL EJERCICIO DEL PERIODISMO (1995, marzo 31) Gaceta Oficial número 4.883 Marzo 31,1995. 24, 2000.

Martínez, F (2014) *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales*. [Tesis doctoral] Disponible en: <http://eprints.ucm.es/24592/1/T35106.pdf>
Consulta: enero 2019.

Noya, V. (2012) *Manual de Estilo de redacción web para El Sol de Margarita*. Trabajo especial de grado para optar al título de Especialista en Periodismo Digital. No publicado. Universidad Monteávila. Caracas.

Pérez, M. (2011). *Manual de Estilo Multimedia para El Universal*. Trabajo especial de grado para optar al título de Especialista en Periodismo Digital. No publicado. Universidad Monteávila. Caracas.

Rojas, E. (2012) *Propuesta de rediseño web de entretenimiento Notas.com*. Trabajo especial de grado para optar al título de Especialista en Periodismo Digital. No publicado. Universidad Monteávila. Caracas.

Rincón Moreno, I. (2010). *Manual para la producción de periódicos y revistas*. Trabajo de ascenso. Ciudad Guayana: UCAB.

Salaverria, R (2005) *Hipertexto periodístico: mito y realidad*. [Artículo en Línea] Disponible en: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5095/1/tripodos2005_hipertexto_peri_odistico.pdf Consulta: enero 2019.

Salaverría, R. (2010). *¿Ciberperiodismo sin periodistas? Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales*. Comunicación Social, Ediciones y publicaciones , 236-249.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona, España: Gedisa.

Tavares, R. (2017). *Manuales de estilo para internet*. Deleátur (Unión de Correctores de España) nº 10, pp. 50-51.

Tavares, R. (2018). *Redacción de noticias en Twitter: propuesta del manual de estilo de los diarios regionales venezolanos La Voz y La Región, y su implementación*. Comunicación (Centro Gumilla) n° 178, pp. 78-85.

Watlington, L (2010). *Periodismo Digital*. En: Guía de periodismo en la era digital. Líderes digitales de ICFJ. [Documento en Línea] Disponible en: http://www.icfj.org/sites/default/files/icfj_guia_de_periodismo_FINAL.pdf
Consulta: enero 2019.

(2010) *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Cuarta edición.

(2014) *Libro de estilo El País*. Santillana Ediciones Generales PrisaEdiciones. Vigésimosegunda edición.

(2010) *Manual de Estilo El Nacional*. Editorial El Nacional. Sexta edición.

(2017) *El primer manual de estilo para periodistas digitales tiene acento cordobés*. Clarín. https://www.clarin.com/ediciones-antiguas/primer-manual-estilo-periodistas-digitales-acento-cordobes_0_S1extGfJAKI.html. Consulta: enero 2019.

(SF) *Normas de estilo de La Voz. La voz del interior*. <http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/manual.pdf>. Consulta: enero 2019.

ANEXOS

Cuestionario de la entrevista semi estructurada

Sobre la producción informativa de Venepress:

1. ¿Pose Venepress una línea editorial definida?
2. ¿Cuál sería el compromiso de los trabajadores con la empresa y usuarios?
3. ¿Cómo debe ser a relación profesional y laboral?
4. ¿Cuáles son los deberes de los trabajadores de la prensa?
5. ¿Los trabajadores pueden individualmente manejar temas de publicidad e intercambio comercial?
6. ¿Existe algún contenido que esté prohibido publicar en las plataformas digitales?
7. En cuanto a la autoría o firma ¿Cada periodista debe publicar con su nombre y apellido los contenidos que desarrolla?
8. ¿Cómo se maneja el derecho a réplica con los seguidores de la organización?
9. ¿Cómo se debe obtener la información?
10. ¿Existen normas para el uso de fuentes internacionales y/o agencias de noticias?
11. ¿Qué debe hacer el periodista cuando un entrevistado le exige no revelar su identidad?
12. ¿Es necesario contrastar los hechos con datos objetivos y otras fuentes?
13. ¿Está prohibido transmitir suposiciones, rumores y noticias infundadas?
14. ¿Se pueden modificar imágenes para su difusión?

15. ¿Qué debe hacer un periodista al momento de difundir opiniones de personas ajenas a Venepress?
16. ¿La empresa se somete a intereses publicitarios, personales o de grupos económicos, políticos, religiosos o de cualquier otra clase?
17. ¿Fuente?
18. ¿Tamaño?
19. ¿Color?

Sobre la redacción de contenidos:

1. ¿Existen parámetros únicos para la difusión de textos?
2. ¿Cuántos caracteres debe tener como mínimo un titular?
3. ¿Cuántas palabras máximo deben ir incluidas en un sumario?
4. ¿Cómo se debe crear el UR
5. ¿Sabe como identificar las palabras claves?
6. ¿Cómo se deben redactar los contenidos de última hora?
7. ¿Cómo se deben redactar trabajos de investigación?
8. ¿Existen consideraciones para los intertítulos, párrafos, citas, imágenes, videos, sonidos, tablas y encabezados?

Sobre el lenguaje multimedia:

1. ¿Existe un manual que permita visualizar los pasos a seguir para llevar a cabo una transmisión en vivo?
2. ¿Se han establecido parámetros para la creación de insert de información e insert identificativos?
3. ¿Cuánto tiempo debe durar una pieza audiovisual?
4. ¿Posee Venepress una paleta de colores definida?

Sobre redes sociales:

1. ¿Cuáles son los principios a considerar para la difusión de redes sociales?
2. ¿Cómo proteger los datos?
3. ¿Cómo debe ser el uso de la imagen gráfica?
4. ¿Manejo de los hashtags?
5. ¿Cuáles son las diferencias entre las distintas plataformas?
6. ¿Existe un plan de contenidos para Facebook?
7. ¿Existe un plan de contenidos para Twitter?
8. ¿Existe un plan de contenidos para Instagram?
9. ¿Existe un plan de contenidos para YouTube?

Sobre el posicionamiento SEO:

1. ¿Qué son Keywords?
2. ¿Cómo identificar las palabras claves?
3. ¿Cómo se indexa una imagen?
4. ¿Existen consideraciones para los enlaces internos y externos?
5. ¿Cómo se verifica la densidad de las palabras?
6. ¿Qué tan importante es la estética para el posicionamiento de los contenidos?
7. ¿Existen metas a corto, mediano o largo plazo?

Recomendaciones