

**CONTENIDOS DIGITALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN PARA PERIODISTAS
DE LA CIUDAD DE CARTAGENA**

AUTOR

PIERANGELO PUCCINI RODRIGUEZ

ASESOR:

JUAN JOSE RAMIREZ TOLOSA

COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA

TRABAJO DE GRADO:

CREATIVO MULTIMEDIA: PÁGINA WEB

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
CHÍA, COLOMBIA**

2018

Resumen:

Si bien los inicios de la actividad boxística en Colombia no son muy claros, pues no existe un dato preciso que permita asegurar con absoluta certeza cuándo se inició este deporte en el país, la gran mayoría de reportes aseguran que se gestó en el departamento de Bolívar en el año de 1874, y que se convirtió masivo en 1898 cuando Andrés Gómez Hoyos, conocido como el padre del boxeo colombiano, abrió en la Universidad de Cartagena un gimnasio dotado para la práctica de este deporte.

Hoy 119 años después y muy a pesar del auge mediático que han tomado otras disciplinas, el boxeo sigue siendo apetecido y practicado por deportistas de esta zona del país. Pese a esto, es muy complejo encontrar material periodístico que aborde el tema de la historia del boxeo en la ciudad.

Bajo este parámetro, la propuesta de esta investigación radica en crear un espacio virtual (página web) que consolide a través de diversos géneros literarios la historia del boxeo en la heroica, para ello se abordarán a ex boxeadores, narradores deportivos, deportistas e historiadores, que a través de sus vivencias y conocimientos permitan recrear los inicios de esta disciplina deportiva en Cartagena de Indias.

Abstract:

Although the origin of boxing in Colombia isn't well defined, seeing that there is no precise data to ensure with absolute certainty when this sport began in the country, the vast majority of reports claim that it was undertaken in the department of Bolívar in the year 1874, and that it became massive in 1898 when Andrés Gómez Hoyos, known as the father of Colombian Boxing, inaugurated in the University of Cartagena a gym equipped and specialized for the practice of this sport.

Today 119 years later and in spite of the media upswing that other disciplines have taken, boxing continues to be aspired to and practiced by the athletes of this region of the country. Nonetheless, it is very arduous to find journalistic material that embraces the history of boxing in the city.

With this in mind, the research proposal lies in creating a virtual space (Web site) that consolidates through different literary genres the story of boxing in *La Heroica*. Hence, former boxers, sports storytellers, athletes and historians will be addressed in order to recreate the beginnings of this discipline in Cartagena de Indias through their knowledge and experiences.

Contenido

Capítulo 1. Descripción del Proyecto	8
Capítulo 2.Objetivos	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
Capítulo 3. Justificación	11
3.1. Ritmo de vida e innovación	11
3.2. Las exigencias de las nuevas tendencias de la Información	11
3.3. La demanda de la práctica de la disciplina del boxeo en Cartagena	¡Error!
Marcador no definido.	
Capítulo 4. Marco Teórico	¡Error! Marcador no definido.
4.1. Surgimiento del entorno virtual.....	14
4.1.1. El Entorno de la familia o tribu.....	14
4.1.2. Entorno de la escuela.....	14
4.1.3. El entorno virtual.....	15
Capítulo 5. Marco de Referencia	¡Error! Marcador no definido.
5.1. El boxeo en Colombia	17
5.2. Fechas destacadas en el boxeo Colombiano.....	22
5.3. Espacios y Redes sociales sobre el boxeo en Colombia o afines.....	26
5.4. Datos del boxeo colombiano	28
Capítulo 6. Producción Editorial Multimedia	31
6.1. Los medios de propagación de modelos digitales.....	31
6.2. El camino hacia lo Multimedia	33
6.3. El Posicionamiento orgánico	34

6.4. Elección de las palabras claves	35
6.4. StoryTelling	36
Capítulo 7. Diseño Metodológico	¡Error! Marcador no definido.
7.1. Características básicas de las investigaciones cualitativas.....	38
7.1.1 Diseño	40
7.1.2 Implementación	40
7.1.3 Sustentación.....	40
7.1.4 Evaluación.....	40
7.2 Población y Muestra.....	43
7.2.1 Los criterios de selección	41
7.3 Técnicas de recolección de información.....	41
Capítulo 8. Etapas de Producción del producto de investigación	42
8.1. Preproducción	42
8.1.1 Selección de la Plataforma.....	42
8.1.2 Investigación temática	42
8.1.3 Creación del Guion.....	43
8.2 Producción	43
8.2.1 Creación de vídeos: una forma dinámica de ver las cosas	44
8.2.2 Creación de audio: despertando los sentidos y la imaginación	45
8.2.3 Creación de textos: la palabra escrita permanece.....	45
8.3 Postproducción.....	45
8.3.1 Edición y verificación del tiempo	45
8.4 Publicación	46

Capítulo 9. Conclusiones	47
Capítulo 10. Referentes Bibliográficos	49
Capítulo 11. Anexos.....	53

Introducción

A lo largo de la historia el inminente avance tecnológico ha permitido que el hombre se adapte a distintos cambios circunstanciales generados por la evolución, estos cambios significan, nuevos códigos y paradigmas de lectura social, la identificación de un contexto representativo y novedoso que debe ser apropiado y coexistente con la raza.

La comunicación, mirada desde el concepto más básico y propio de la naturaleza, permite el intercambio de experiencias en diferentes contextos que han evolucionado a través del tiempo con paradigmas establecidos por la comunidad. Kuhn define paradigma como un modelo o patrón aceptado por los científicos.

Cuando un paradigma triunfa suele convertirse en una nueva rama del saber, de hecho se convierte en una disciplina científica y pasa a estudiarse o a utilizarse en otros entornos sociales.

Considerando que las evoluciones de paradigmas causan un impacto circunstancial en la cotidianidad humana, el surgimiento de Internet trajo consigo numerosos nuevos códigos de representación, nuevas formas de ver y leer el mundo y nuevas estrategias metodológicas de realización de tareas. El espacio cibernético en poco tiempo invadió todos los entornos de la vida del hombre: el familiar (la casa), el laboral (las industrias) y el educativo (escuelas de formación, bibliotecas, colegios o universidades).

En Colombia, este proceso ha tenido un crecimiento considerable desde 2004 cuanto al número de usuarios de internet. Ante este fenómeno los medios de comunicación tradicionales se han visto en la necesidad de competir ante las nuevas tendencias que abarcan un mercado de personas bastante amplio y en donde el flujo de información es constante.

1. Descripción del proyecto

Las redes tecnológicas se han convertido rápidamente en un instrumento valioso para los grupos, pues en ellas encuentran un espacio para compartir gustos, hablar de temas en común y participar sin someterse a normas que rijan lo que se quiere debatir. También han funcionado como buenos catalizadores de educación en distintos ámbitos de la vida, con gran funcionalidad para aprender de las experiencias personales, logrando así, consolidar “comunidades de aprendizaje” o segmentando “grupos de intereses”.

La dinámica que ofrecen estas comunidades ha influenciado diferentes contextos, pero vale la pena resaltar el aspecto periodístico, que por competitividad y demanda de los usuarios se ha visto en la necesidad de incluirse en la tendencia de la era de la información, más exactamente en las nuevas tendencias virtuales.

Hoy los medios informativos además de cumplir con su razón de ser, deben responder al nuevo entorno virtual: las nuevas opciones digitales, los nuevos contenidos y la interacción.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación busca proponer contenidos digitales mediante redes temáticas o micro comunidades, específicamente blogs interactivos, encaminados a brindar una fuente de información para los amantes de la disciplina del boxeo, un espacio que consolide a través de los diversos géneros literarios una fuente de información veraz y confiable.

Para tal fin, como punto de partida del estudio, se utilizará el concepto establecido por L. Beltrán quien define la comunicación como “el proceso de interacción social democrática basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación”. La definición dada por Beltrán se encontró adecuada para sustentar la propuesta de creación de contenidos digitales en una

red temática, como el blog o sitio web, dado que esta herramienta brinda el espacio propicio para interactuar, compartir historias, información, conocimiento, sin necesidad de obligar, jerarquizar o censurar.

Teniendo en cuenta las características que nos brindan las redes para interactuar y compartir información o experiencias, resultan provechosas para el trabajo periodístico adaptado a las nuevas tendencias de información.

En ese orden de ideas, si bien los inicios de la actividad boxística en Colombia no son muy claros, pues no existe un dato preciso que permita asegurar con absoluta certeza cuándo se inició este deporte en el país, la gran mayoría de reportes aseguran que se gestó en el departamento de Bolívar en el año de 1874, y que se convirtió masivo en 1898 cuando Andrés Gómez Hoyos, conocido como el padre del boxeo colombiano, abrió en la Universidad de Cartagena un gimnasio dotado para la práctica de este deporte.

Tomando como referencia esta teoría que reposa en fuentes confiables de información, el deporte de las narices chatas surgió en tierras caribeñas y más exactamente en la ciudad Heroica. Hoy 119 años después y muy a pesar del auge mediático que han tomado otras disciplinas, el boxeo sigue siendo apetecido y practicado por deportistas de esta zona del país.

Bajo este parámetro y tomando como referencia el difícil acceso al material periodístico del boxeo en la ciudad, el objetivo radica en utilizar las nuevas tecnologías de la información para realizar un espacio virtual (página web) que consolide a través de diversos géneros literarios la historia del boxeo en la Ciudad Heroica, y que a su vez, sirva como fuente de información periodística para los amantes de esta disciplina en Cartagena o el país.

2. Objetivos

Objetivo general:

- Diseñar un espacio virtual que permita a los amantes del boxeo conocer la historia de este deporte en Cartagena de Indias.

Objetivos específicos:

- Identificar los modelos de vídeo blogs, audio y textos con mayor interactividad, usabilidad y funcionalidad en la construcción de contenidos digitales que aporten al desarrollo de la vida periodística.
- Identificar cuáles son los factores que conllevan a deportistas cartageneros a la práctica del boxeo.
- Demostrar que el boxeo es uno de los deportes más practicados en Cartagena.

3. Justificación:

Ante la necesidad y la demanda de innovadoras plataforma digitales, el deseo de publicar, de establecer nuevas formas de ver la comunicación y el auge de un modelo sistematizado que organice el proceso de creación de contenidos digitales, se evalúa la pertinencia de crear un espacio virtual como mecanismo periodístico para los amantes del boxeo en Cartagena.

A continuación, se expone de forma más detallada los motivos por los que se hace necesaria esta propuesta:

3.1 Ritmo de vida e innovación:

El trabajo, la agilidad de la información y la inclusión revolucionaria de las TIC en el ámbito periodístico hace necesaria la apuesta a proyectos innovadores. En esta propuesta se pondrá a prueba toda la creatividad propia del ejercicio periodístico enseñado en la academia.

3.2 Las exigencias de las nuevas tendencias de la información:

Desde la llegada de Internet los contenidos han visto crecer su riqueza, alcance y nivel de interactividad, gracias a las posibilidades que ofrece la red para su tratamiento y distribución. Se ha roto, en cierta forma, el monopolio del modelo unidireccional, propio de los medios de comunicación de masas, para pasar a un modelo omnidireccional, en el que cualquier nodo de la red puede convertirse tanto en emisor como en receptor de la información.

Las herramientas digitales, en busca de complementar el proceso de aprendizaje, crecimiento y desarrollo de los periodistas, pueden aportar a las competencias y la innovación.

3.3 La demanda de la práctica de la disciplina del boxeo en Cartagena:

Pese a ser una disciplina que surgió en tierras bolivarenses, pocos son los registros formales que se encuentran del boxeo en Cartagena. Uno de los libros más completos sobre este deporte en el país lo escribió un periodista nativo de la Heroica: Raúl Porto Cabrales, quien en su libro Historia del boxeo colombiano cuenta en detalles los campeones y las luchas más imponentes de este deporte en nuestra nación.

Sin embargo, en medios tradicionales se hace muy complicado encontrar registros de trabajos que cuenten de manera general el nacimiento de este deporte en Colombia y con mucha más razón en Cartagena.

Es por ello que nuestra propuesta se centra en realizar un espacio virtual donde se pueda recrear a través de relatos y experiencias de personajes y deportistas, la evolución, logros y proyecciones de este deporte en Cartagena. El producto de entrega contará con varios trabajos periodísticos en donde abordaremos periodistas, boxeadores vigentes y retirados, narradores, entrenadores y aficionados, que narren el nacimiento, consolidación y actualidad del boxeo en la Heroica.

4. Marco Teórico:

Este apartado concentra las corrientes teóricas que argumentan el proceso de la investigación estructurado en tres grandes áreas:

- La comunicación – educación.
- Las tecnologías de la información.
- Los blogs interactivos.

Desde estos aspectos se abordará la investigación, el paso de este capítulo será: recopilar información de autores que alimenten las áreas investigativas del proyecto. Como punto de partida para desarrollar las áreas, tenemos que las tecnologías de la información y la comunicación ocupan un rol determinante en la sociedad de la información, estas se han convertido en la plataforma tecnológica que permite la formación de redes (locales y globales) las cuales a su vez posibilitan la generación de organismos (sociales, económicos, políticos y culturales) de carácter global, los cuales operan en tiempo real.

Si bien es innegable la importancia de las TIC, éstas son herramientas condicionadas por el contexto en las cuales se les utiliza, dado que por sí solas son incapaces de generar un valor educativo y social. Este contexto otorga un rol fundamental a la comunicación, donde deberán surgir ideas y medios de información que respondan a las necesidades pertinentes.

No obstante, es necesario tener claro que las TIC, por ellas mismas, no instauran un “nuevo paradigma educativo” (Urribarí, 1996, p. 4).

Es entonces el modelo comunicativo lo que da la viabilidad y usabilidad adecuada a las tecnologías de la información, y es a su vez, ese mismo modelo manipulado por procesos de comunicación, los que proliferan el resurgir de nuevos paradigmas.

Con esto, las tecnologías y la comunicación han llevado de la mano a crear nuevos escenarios o entornos sociales. Echeverría plantea que con antelación a la sociedad de la información, existían dos espacios sociales y educativos fundamentales: el entorno de la familia o la tribu y el entorno de la escuela, sin embargo el avance tecnológico ha dado vida a un nuevo entorno: el virtual

4.1 Surgimiento del Entorno Virtual

4.1.1 El entorno de la familia o la tribu:

Este entorno es el espacio más íntimo de la persona, y es donde al sujeto se le enseña a comer, a caminar, a hacer sus necesidades, a hablar, a cuidarse del calor y del frío, etc. “La lengua materna es la principal herramienta para la educación. En muchos casos este primer entorno de educación se mantiene como el principal, e incluso el único, durante toda la vida de la persona”. (Echeverría, 1999, p. 28)

4.1.2 Entorno de la escuela (segundo entorno):

Con el desarrollo de las ciudades se crea un segundo entorno destinado a reforzar el proceso educativo anteriormente descrito: la escuela. Su objetivo es enseñar a actuar de manera eficiente en el ámbito de la ciudad. En ello implica enseñar a leer, a escribir, a contar, a comportarse en grupo, a respetar las normas sociales, a moverse por una ciudad. En último término, se trata de transmitir aquellos conocimientos que permiten a los estudiantes actuar eficientemente en los diversos escenarios urbanos, y en concreto a ganarse la vida en ellos (tener un oficio y un puesto de trabajo en la ciudad).

Por lo general ha sido el Estado el que ha asumido la responsabilidad de este segundo entorno, creando guarderías, escuelas primarias y secundarias, centro de formación técnica y las universidades. “Estos dos entornos son los que han primado en la cultura occidental hasta fines del siglo XX y seguirán siendo muy importantes durante el siglo XXI, con la diferencia que se suma un nuevo entorno: El virtual” (Echeverría, 1999, p. 42)

4.1.3 El entorno virtual (tercer entorno):

Echeverría plantea que a raíz del desarrollo de las TIC se creó un nuevo espacio social para las interrelaciones humanas, el cual denomina el tercer entorno. El espacio telemático, cuyo mejor exponente actual es la red internet, “no es presencial, sino representacional, no es proximal, sino distal, no es sincrónico, sino multicrónico, y no se basa en recintos espaciales con interior, frontera y exterior, sino que depende de redes electrónicas cuyos nodos de interacción pueden estar diseminados por diversos países” (Echeverría, 1999, p. 155).

El autor apunta que el entorno que crean las TIC conformaría un espacio para la interacción social, el cual está siendo empleado de manera progresiva por la educación. Esto obliga a planificar una política educativa para el tercer entorno.

Es así como la incorporación de la tecnología en los procesos de comunicación abre un abanico de posibilidades y horizontes para ofrecer nuevos modelos donde esta pueda ser concebida como apoyo o complemento en los ejercicios académicos o profesionales, trayendo consigo las posibilidades de crear otras metodologías de enseñanza, potenciar modalidades de aprendizaje de cobertura, ofrecer gran diversidad de recursos, enriquecer los procesos de interacción y lograr innovaciones en la práctica profesional.

“Las TIC no tan solo afectan la manera en la cual nos informamos y comunicamos, sino que además conllevan consecuencias en la forma en la cual nos divertimos, nos expresamos y memorizamos” (Echeverría, 2000, p. 5).

De lo anterior se desprende que si se ofrecen recursos didácticos que permitan conocer y dominar las distintas formas de representación simbólica (textuales, icónicas, sonoras e/o informáticas), se les estará proporcionando también el acceso a procesos instructivos multimedia que enriquecerán sus modos de expresión.

En suma, los artefactos tecnológicos no solo transmiten información y hacen de mediadores entre la realidad y los usuarios, sino que al mismo tiempo, por sus

sistemas simbólicos, pueden propiciar el desarrollo de habilidades cognitivas específicas. “Desde esta perspectiva, lo verdaderamente significativo de los sistemas simbólicos de dichas tecnologías no son sus potencialidades expresivas, sino la función que cumplen como elementos medicinales de destrezas y operaciones mentales de los alumnos” (Cabero, 1997, p. 7).

De igual manera, el modus operandi del campo informativo también se ve influenciado por las nuevas tecnologías, hoy la mayoría de las grandes, medianas y pequeñas cadenas de emisión cuentan con espacios en el universo virtual, por consiguiente, algunas de ellas realizan actividades financieras, administrativas y académicas por espacios digitales.

5. Marco referencial

5.1 El boxeo en Colombia:

Partiendo de que no hay muchas fuentes similares a nuestro tema de investigación tomaremos como referencia un completo artículo publicado el 1 de marzo de 1993 por el periódico El Universal de Cartagena – Colombia, donde relata en sus páginas las glorias de este deporte en Colombia y en Cartagena. El artículo fue basado en el libro Historia Del Boxeo Colombiano escrito por Raúl Porto Cabrales. De igual manera se tendrá en consideración el texto el boxeo heroico publicado originalmente en "Universo U", periódico institucional de la Universidad de Cartagena, en la edición agosto-septiembre de 2014, escrito por el periodista cartagenero Luis Fernando Anaya.

Artículos de la historia del boxeo en Cartagena

Patio del Claustro San Agustín. Finales del siglo XIX.

El viernes 14 de junio de 1918, el diario “La Época” de Cartagena anunció en sus páginas un novedoso espectáculo que tendría lugar dos días después. El boxeador bogotano Emilio Cabral, que había llegado a la ciudad semanas antes, protagonizaría un combate ante “un peligroso antillano” en la función nocturna del Teatro Variedades.

“Variedades” era el primer teatro de la ciudad, creado en 1905 y manejado por Belisario Díaz. Su sala de funciones era, como se acostumbró durante mucho tiempo, al aire libre. La pelea acompañaría la exhibición del filme norteamericano “Ideal”. Lo lamentable del hecho es que no existió ninguna información posterior a la fecha establecida que reseñara el resultado de la que pudo haber sido la primera velada boxística cartagenera.

Edición del 16 de junio de 1918 del Diario La Época.

“Si es que sucedió la pelea, no apareció nada. Quizá la dejaron pasar por no haber alguien que conociera lo suficiente de boxeo para escribir de esto”. Esta es la justificación que da Raúl Porto Cabrales, historiador, periodista deportivo y docente de la Universidad de Cartagena, a la ausencia de noticias posteriores al suceso. Es Porto quien ha estudiado la historia de los deportes en la ciudad, y ha publicado varios trabajos dedicados a esto. “El boxeo, como el toreo, eran actividades itinerantes. Los pugilistas se mantenían en giras permanentes por todo el continente, y era el caso de Cabral. Sin embargo, nunca encontré información acerca de Cabral como peleador activo. Simplemente llegó como si nada a Cartagena, retando a alguien, y le consiguieron a un antillano fornido que trabajaba en los barcos del puerto”.

Pero la historia de nuestro boxeo ya tenía medio siglo de haberse empezado a forjar, antes del arribo del inédito Cabral. En 1874, llega a Marialabaja, norte de Bolívar, un potentado cubano llamado Francisco Balmaseda, quien junto con varios compatriotas que serían sus trabajadores, monta un incipiente ingenio azucarero. Balmaseda trae además desde Nueva York implementos de béisbol y boxeo, para la recreación de sus coterráneos en los tiempos libres. Fue el primer contacto con estas dos disciplinas para los pobladores de la región.

El ingenio cierra a los pocos años, cuando Balmaseda fracasa y vende su empresa a la familia Stevenson, llevándose de vuelta a su país los implementos deportivos. Fue un contacto lejano y efímero con el boxeo y el béisbol, puesto que los cubanos no tuvieron intenciones de instruir a los nativos en estas lides.

Andrés Gómez Hoyos, padre del boxeo en Colombia.

Dos décadas después comenzarían las primeras enseñanzas del boxeo en Cartagena, de la mano del que es considerado el padre del pugilismo en nuestro país, Andrés Gómez Hoyos, teniendo a la Universidad de Cartagena como escenario.

Gómez Hoyos pertenecía a la élite cartagenera. Su familia era propietaria de grandes sembradíos de coco en las sabanas del viejo departamento de Bolívar, hoy territorio cordobés. Esa comodidad económica le permitió a Gómez Hoyos viajar por el mundo, y en uno de esos viajes conoció en Londres, a finales de la década de 1890, varios clubes deportivos que estaban en su furor, al haberse realizado recientemente los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna. Allí se interesa por el boxeo, la gimnasia, la esgrima y la halterofilia, de las cuales aprende sus fundamentos y trae sus implementos a Cartagena.

En 1898, Andrés Gómez Hoyos toca las puertas de la Universidad de Cartagena y recibe el beneplácito de las directivas de entonces. Así, monta el primer gimnasio de boxeo del país en un costado del patio central del Claustro de San Agustín.

Existe una fotografía de la época, de la cual popularmente se dice que retrata el gimnasio. Es del patio del Claustro, que solamente tenía dos plantas, y en un costado del mismo se encuentra una incipiente construcción en medio de las abundantes plantas. Para el arquitecto Jorge Sandoval Duque, miembro de la junta directiva de la Fototeca Histórica de Cartagena, la foto, si bien es de finales del siglo XIX, no correspondería al gimnasio. “La imagen, que fue donada a la biblioteca de la Universidad, muestra el patio del Claustro San Agustín, pero no es de un gimnasio de boxeo. La construcción es una pequeña casucha que no tenía las condiciones adecuadas para ser un gimnasio”.

Pero Raúl Porto defiende la idea de que la pequeña edificación de la fotografía sí es del gimnasio. “Esa foto es de finales de 1890, no es del siglo XX. La casucha de la foto debió ser el gimnasio, porque no hay registro de otro establecimiento allí en el patio. No necesitaba muchas condiciones, allí simplemente guardaba los implementos”.

Gómez Hoyos estableció en el patio un ring rudimentario de boxeo, anillos y un potro de gimnasia, un juego completo de pesas y elementos de esgrima. En un principio, era el único en practicar: hacía él solo movimientos de boxeo, o surcaba el aire con

el florete de la esgrima. Los estudiantes, curiosos, fueron acercándose y se convirtieron en pioneros del deporte en nuestra ciudad.

El gimnasio en la Universidad de Cartagena duró muy poco tiempo. El 17 de octubre de 1899, estalló la Guerra de los Mil Días, y la institución cerró sus puertas. “En la Universidad estudiaban jóvenes de Panamá, del interior del país y de todo el Caribe colombiano, que regresan a sus lugares de origen. Por la guerra, el experimento llega su fin”, comenta Raúl Porto.

De Andrés Gómez Hoyos no se vuelve a tener registro hasta 1906, cuando abre otro gimnasio en la calle Cochera del Hobo de San Diego, donde solo se dedica a instruir en el boxeo y la halterofilia. Allí se forman los primeros pugilistas y los primeros pesistas de la ciudad, todos de la clase alta. El fallecido Jacobo Jackson, uno de los alumnos de Gómez Hoyos en su momento, contó ya nonagenario a Raúl Porto que el boxeo se enseñaba más por defensa personal que por deporte. También afirmó que los rivales con los que se entrenaron fueron carretilleros y cargadores de bultos del mercado público, quienes por su contextura se convirtieron en los primeros “esparrin” de boxeo local.

Esta iniciativa de Gómez Hoyos también dura poco tiempo, y todo indica que volvió a salir del país. Al quedar la semilla de esta disciplina, en 1907 el Club Estrella Roja de El Cabrero, primer club deportivo del país, manejado por Enrique Grau Vélez, introduce el boxeo como una de sus actividades. Allí ya se impartían lecciones de natación, baloncesto, tenis, béisbol, regatas, esgrima. Pero se pierde el interés, y el club termina desapareciendo.

“El boxeo se pierde por un tiempo, y vuelve a aparecer en el año 1918, cuando llega el bogotano Cabral y pelea ante un antillano que sacaron de un barco, y fue la primera vez que se reseñó el boxeo en la prensa”. Se refiere Raúl Porto a la función boxística que se habría realizado en el teatro Variedades, ya comentada en este relato.

Gómez Hoyos vuelve a aparecer en la escena en 1921, construyendo un gimnasio con todas las de la ley en el entonces barrio Boquetillo, en el punto exacto donde hoy se levanta el Monumento a los Alcatraces. “Por la masiva afluencia de jóvenes vecinos, nace la rivalidad entre San Diego y Getsemaní. Es decir, que antes de que existiese esta rivalidad en el béisbol existió en el boxeo”, comenta Porto.

Los primeros espectáculos masivos de boxeo internacional en Cartagena comenzaron a darse desde 1921, teniendo como escenario el viejo Circo de Toros.

De allí surgieron los primeros peleadores cartageneros que se enfrentaron desde 1922 con sus similares de Panamá, Chile, Francia, España y Centroamérica, que venían de gira a la ciudad, y se crea una real afición al boxeo. Para Porto, “en el Boquetillo arranca la verdadera práctica deportiva del boxeo en Cartagena”. El gimnasio dura hasta 1924.

Andrés Gómez Hoyos vuelve a figurar en 1926, no como entrenador, pero sí como dirigente de la recién constituida Comisión de Boxeo de Cartagena. Después de esto, no vuelve a encontrarse ningún dato de Gómez. “Puede ser que haya fallecido”, intuye Raúl Porto. “No se conoce su fecha de fallecimiento, pero si en 1898 ya había tenido tantas andanzas, mínimo debía tener 30 años. Y para 1930, ya pasaría los 60 años, por lo que la falta de registros podría obedecer a su muerte”.

Lamentablemente, los descendientes de Andrés Gómez Hoyos no tuvieron mucho interés en esta historia, y no le dieron la suficiente importancia al hecho de que él fuese el padre del boxeo en Colombia. En la casa de sus nietos, solo se guarda un sable dorado traído desde Londres a finales del siglo XIX. Pero no se conservaron más implementos, ni registros fotográficos de sus actividades.

En su honor, el gimnasio de la Liga de Boxeo de Bolívar actualmente lleva su nombre. Andrés Gómez Hoyos fue el padre del boxeo, y el iniciador de la esgrima, las pesas y la gimnasia en nuestro país, y lo hizo a través de la Universidad de Cartagena.

Raúl Porto Cabrales reseña unas fechas icónicas de este deporte en Colombia:

5.2 Fechas destacadas en el boxeo colombiano

1935

Se incluye por primera vez el boxeo en el marco de los III Juegos Nacionales disputados en Barranquilla. La delegación de Bolívar se proclamó campeona con un sólido equipo integrado por Víctor “Chico de Hierro” Prieto, Eudocio “Cisco Kid” Ramírez, Miguel Reyes y Pedro Nassar.

1938

En este año se reglamentó todo lo relacionado con el deporte oficial, cuando se creó la Comisión Nacional de Educación Física. Se organizó una asamblea en Santa Marta, donde se creó la Asociación Colombiana de Boxeo (Acobox), designándose al samario Blas Pinto Calderón como Presidente.

Del 6 al 22 de agosto se realizaron en Bogotá los I Juegos Bolivarianos, donde Colombia conquistó su primera medalla en un torneo internacional. Fue lograda por el peso gallo Rafael Torres

1939

El 24 de septiembre Alberto Barbosa Moure organizó la primera temporada de boxeo aficionado.

1941

El 3 de junio debutó en Nueva York el pluma bogotano Guillermo “Maciste” Puentes. Fue el primer colombiano en pelear en Estados Unidos en calidad de estelarista.

1946

Jaime “Baby” Uribe se convirtió en la primera víctima del boxeo colombiano. Murió en Panamá luego de pelear contra Sammy Medina.

El peso mediano de Barranquilla, Julio Zamudio, ganó la primera medalla de plata para el boxeo nacional en la historia en los V Juegos Centroamericanos y del Caribe que tuvieron como sede la ciudad de Barranquilla.

1957

Se creó la Federación Colombiana de Boxeo Profesional, con sede en Barranquilla. Se organizó el primer campeonato nacional, designándose a Horacio Castilla como clasificador.

Colombia participó por primera vez a un torneo de carácter internacional, en el marco del Primer Campeonato Mundial “Cinturón de Diamantes”, disputado en Seattle.

1961

El boxeador cartagenero de peso mediano Pedro Vanegas ganó la primera medalla de oro para el boxeo en los IV Juegos Bolivarianos.

1962

El 5 de julio apareció en el escalafón mundial de la NBA (Nacional Boxing Association) en la división mosca, el fino estilista cartagenero Bernardo Caraballo. Fue el primer boxeador colombiano que apareció clasificado.

1964

El 27 de noviembre el estilista Bernardo Caraballo se convirtió en el primer colombiano en disputar un título mundial. Perdió en Bogotá frente al campeón brasileño Eder Cofre. Fue la primera pelea por título mundial disputada en Colombia.

1972

En los Juegos Olímpicos de Munich, Alemania, Alfonso Pérez y Clemente Rojas ganaron las primeras medallas olímpicas para Colombia. Ambos obtuvieron bronce.

Antonio Cervantes “Kid Pambelé”, se coronó campeón mundial de boxeo al destronar al titular panameño Alfonso Frazier. Fue el primer campeón mundial de boxeo que tuvo Colombia.

1977

Muhammad Alí realizó en Bogotá un combate de exhibición frente al colombiano Bernardo Mercado.

1978

Se reunió en Cartagena la LVII Convención Anual de la AMB.

1980

El CMB clasificó a Bernardo Mercado como número uno en el peso pesado. Fue el primer peso pesado de Colombia en lograr tal distinción.

1981

Miguel “Máscara” Maturana se convirtió en el primer, y hasta ahora único, boxeador colombiano campeón del mundo aficionado. Lo logró el 18 de noviembre durante la II Copa del Mundo disputada en Montreal, Canadá. Fue entrenado por Orlando Pineda.

1984

El empresario costeño Billy Chams fundó en Barranquilla la empresa Corporaciones Deportivas Cuadrilátero. Hoy en día Cuadrilátero es la empresa de boxeo más sólida y prestigiosa en Colombia.

1985

Miguel “Happy” Lora se convirtió en el quinto campeón mundial de Colombia. Destronó al mexicano Daniel Zaragoza.

El 22 de septiembre de 1985, en Miami, murió ahogado el prometedor púgil monteriano Robinson Pitalúa Támara. Tenía 21 años.

1988

En los Juegos Olímpicos de Seúl, Corea, Jorge Eliécer Julio ganó medalla de bronce en la categoría gallo

1992

Rafael “Derby” Pineda cobró la bolsa más grande en la historia del boxeo colombiano. En su pelea contra Pernell Whitaker el 18 de julio en Las Vegas, le pagaron U\$530.000.

1995

Murió en Las Vegas el pegador Jimmy García, cuando disputaba el campeonato mundial frente al mexicano Gabriel Ruelas.

1998

Antonio Cervantes entró al Salón de la Fama del Boxeo en Canastota.

2000

Se organizó en Cartagena la Women’s Internacional Boeing Association (WIBA). Pocos meses después se aprobó el boxeo femenino en Colombia.

2002

El periodista e historiador cartagenero Raúl Porto Cabrales publicó el libro “Historia del Boxeo Colombiano. En 340 páginas Porto Cabrales exploró el origen del pugilismo en Colombia tanto a nivel aficionado como profesional. Contiene ilustraciones y fotografías.

2005

Se publicó en Bogotá el libro “El Oro y la Oscuridad”, escrito por el periodista barranquillero Alberto Salcedo Ramos. El libro narra la vida gloriosa y trágica de Antonio Cervantes, mejor conocido como “Kid Pambelé”.

2008

Se publicó el libro “La Canción de Robinson”, escrito por el odontólogo y escritor cordobés Jaime Castro Núñez. El libro narra la vida deportiva y personal del boxeador monteriano Robinson Pitalúa Támara, quien pereció trágicamente en Miami en 1985.

2009

Cecilia Braekhus, colombiana nacionalizada en Noruega, se convirtió en la primera colombiana en adjudicarse un título mundial de boxeo. Sin embargo, debido a que Braekhus creció y realizó toda la carrera deportiva en Europa, se tiene a la monteriana Lely Luz Flórez como la primera colombiana en alcanzar un campeonato del mundo. Lo hizo al vencer a la uruguaya Chris Namús.

5.3 Espacios y Redes sociales sobre el boxeo en Colombia o afines:

Páginas web:

BoxeodeColombia.com

Un portal diseñado para brindar toda la información del boxeo en Colombia. Contiene muchas notas periodísticas sobre los últimos acontecimientos de nuestros deportistas en esta disciplina y posee un archivo sobre la historia del boxeo en Colombia.

<https://sites.google.com/a/correounivalle.edu.co/boxeo/>

Aunque no es una página actualizada, este portal contiene un artículo de la historia de este deporte en Colombia y las categorías del boxeo en el país. Un buen sitio para aquellas personas que quieran conocer un poco sobre los inicios del boxeo.

<http://www.coc.org.co/national-federations/federacion-colombiana-de-boxeo/>

Es la página de la Federación Colombiana de Boxeo, aunque no está completamente actualizada se muestra como la página oficial del ente que regula este deporte en Colombia.

Redes Sociales:

<https://web.facebook.com/boxeobolivar/>

Un FanPage que recopila toda la información profesional y amateur del boxeo en el departamento de Bolívar.

<https://web.facebook.com/BoxeoDeColombia/>

Este es el sitio de boxeo más confiable y con más interacción a nivel nacional. Al igual que en su portal web, en las redes sociales tratan de mantener actualizados a los seguidores sobre la disciplina del boxeo. Esporádicamente comparten historias y anécdotas de nuestros deportistas.

<https://twitter.com/boxeodecolombia>

Manejan información de la actividad boxística colombiana y de boxeadores colombianos en el exterior.

<https://twitter.com/lzquierdazoBox>

Publican noticias, anécdotas, columnas y análisis del boxeo mundial.

<https://twitter.com/BoxeoTotal>

Publican noticias, anécdotas, columnas y análisis del boxeo mundial.

<https://twitter.com/PDCuadrilatero>

Cuenta oficial de Promociones Deportivas de Cuadrilátero

<https://twitter.com/LigaBoxeoBol>

Liga de Boxeo de Bolívar. Todo Sobre el Boxeo de Cartagena y Bolívar

<https://twitter.com/ligaboxeoatl>

Ente sin ánimo de lucro, difunden y promocionan el Boxeo aficionado en todo el Departamento del Atlántico.

<https://twitter.com/fecolbox>

Cuenta de la Federación Colombiana de Boxeo.

<https://twitter.com/LigaBoxeoSucre>

Página de la Liga de Boxeo de Sucre.

- De igual manera encontramos en el mundo de internet páginas especializadas sobre tips o consejos de la práctica de este deporte:

<http://boxeo.tips/practicar-boxeo-en-casa-5-rutinas-de-entrenamiento/>

Página que enfatiza tips ideales para la práctica del boxeo amateur en casa. Entrega una completa fórmula para iniciarse en esta disciplina.

5.4 Datos del boxeo colombiano

En nuestro país este deporte es regulado por la Federación Colombiana de Boxeo. Actualmente en Colombia se manejan las siguientes categorías:

Categorías

- Mínimo o paja – menos de 47.7 kg (105 lb)
- Minimosca – 49 kg (108 lb)
- Mosca – 50,8 kg (112 lb)
- Supermosca – 52,2 kg (115 lb)
- Gallo – 53,5 kg (118 lb)
- Supergallo – 55,3 kg (122 lb)
- Pluma – 57,2 kg (126 lb)

- Superpluma o ligero junior – 59 kg (130 lb)
- Ligero – 61,2 kg (135 lb)
- Superligero o welter junior – 63,5 kg (140 lb)
- Welter o medio mediano- 66,7 kg (147 lb)
- Superwelter o medio juniors – 69,9 kg (154 lb)
- Mediano – 72,6 kg (160 lb)
- Supermediano – 76,2 kg (168 lb)
- Mediopesado – 79,4 kg (175 lb)
- Crucero – 90,72 kg (200 lb). Solo para varones.

Peso pesado:

- Varones: +90,72 kg (+200 lb)
- Mujeres: +79,37 kg (+175 lb)

Financiación:

- COLDEPORTES apoya a la Federación Colombiana de Boxeo con \$370 millones de pesos anuales.
- Los patrocinadores los apoyan con \$150 millones de pesos anuales.
- Los recursos para esta federación aumentaron desde 2017 debido a la buena presentación en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro.

Eventos:

- Campeonatos para las Categorías Junior, Juvenil y Mayores.
- Desde 2017 hay tres paradas para los mayores y dos paradas femeninas.

Eventos Internacionales:

- Serie Mundial De Boxeo.
- Campeonato Panamericano Elite De Mayores (Clasificatorio Para El Campeonato Mundial).
- Campeonato Mundial.

- Juegos Bolivarianos

Para conocer:

- Las ligas dependen económicamente de los recursos que le desembolse el respectivo departamento.
- En los últimos cuatro años se ha visto una evolución en resultados de las ligas del centro del país. Antioquia, Boyacá y Nariño, son las tres más destacadas
- Esta disciplina se incluyó a partir de este año en los Juegos Supérate Intercolegiados, lo que puede ayudar a la masificación desde su base
- Con la ayuda de COLDEPORTES la Federación está concentrando por un mes a los boxeadores junior, infantiles.

6. Producción Editorial multimedia

Las TIC transforman sustancialmente formas y tiempos de interacción entre los individuos. Este hecho favorece e incrementa los flujos de información y la colaboración entre ellos más allá de los límites físicos, académicos e informativos a los que pertenecen. De este modo, por ejemplo, cualquier usuario puede plantear una duda, enviar un aporte o realizar una consulta desde cualquier lugar y en cualquier momento” (Marqués, 2001, p. 92)

Cómo ya se ha dicho, la comunicación en conjunto con las herramientas tecnológicas son las que engendran los modelos en los escenarios digitales. Las TIC se convierten en el medio de difusión y propagación del mensaje, en el campo de interacción entre emisores y receptores y en el escenario sobre el cual se sostendrá el modelo de creación de contenidos que complementen los procesos informativos.

6.1 Los medios de propagación de modelos digitales (Las herramientas)

La aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el ámbito periodístico, ha dado lugar al surgimiento de nuevos escenarios para el desarrollo de la misión del periodista. Uno de ellos son los entornos virtuales de formación, nacidos a partir de la convergencia de la informática e internet, como espacios electrónicos que permiten la interacción didáctica remota entre el emisor y receptor.

De este modo, a partir de la década del noventa, la denominada “educación virtual”, ha comenzado a extenderse. Ello ha implicado la afirmación progresiva de nuevas concepciones y prácticas, que han supuesto una redefinición del modelo informativo.

Sustentada en un principio en la tecnología de plataformas o sistemas de gestión del aprendizaje (LMS o Learning Management Systems), desde hace de manera aproximada un quinquenio, la formación virtual ha encontrado un nuevo espacio de desarrollo en las aplicaciones de la web 2.0. Esta nueva generación de la red presenta múltiples herramientas y servicios, algunos de los cuales permiten abrir espacios en el entorno abierto de la web, que dan soporte para la publicación de contenidos, la interacción con otros usuarios y la generación de redes sociales colaborativas. blogs y wikis constituyen los ejemplos más representativos de este tipo de aplicaciones, y se han convertido en una de las herramientas 2.0 más empleadas en la actualidad.

Los blogs, en particular, han encontrado una amplia difusión en dicho ambiente, ligada tanto a su facilidad de creación y uso desde el punto de vista técnico, como a su versatilidad para convertirse en escenarios de muy variadas propuestas de aprendizaje, tanto individuales como grupales. De allí el surgimiento de un tipo específico de blogs, los llamados “edublogs”, es decir blogs de contenido específicamente educativos, que se utilizan como soporte de procesos de enseñanza-aprendizaje (Salinas, 2008, p. 3).

Su facilidad para la edición, su escaso o nulo coste y su potencial de propagación, han trascendido la propia Red para convertirse en uno de los acontecimientos emblemáticos de la Sociedad de la Información. El usuario, como centro del nuevo formato, ha pasado a ser parte activa de Internet, retomando el espíritu 'colaborativo', tan alabado y al mismo tiempo añorado, por los pioneros de Internet Cerezo. 2009, p. 7).

El Blog busca reunir personas afines y el resultado es una comunidad virtual con alto grado de fidelidad. Esa probidad mutua del bloguero y de sus lectores se basa “en intereses comunes y en la construcción compartida de conocimiento” (Orihuela, 2006, p. 39) porque el blog acaba siendo un poco de todos y ahí radica su verdadero éxito y supervivencia. López y Otero (2007, p. 92) confirman esta idea afirmando

que los blogs se alejan de ser un monólogo o una exposición unilateral. Más que nunca, Internet se convierte, en este sentido, en la red de todos.

Sin embargo, el éxito de serie no siempre conduce directamente al éxito del blog, pero sí ayuda porque el espectador, en ambos casos, se mueve por algo que le gusta mucho. Mason (2006, p. 106) dice en su libro de consejos para escribir un blog, que hay que escribir de forma apasionada y devota. No hay que ser un profesional del tema, pero tienes que amar aquello sobre lo que escribes. Solo entonces, otras personas querrán seguir las ideas del Blogger, confiar en sus palabras y recomendaciones, y se animarán a compartir sus impresiones.

Con estas medidas el entorno virtual complementa las medidas del primer y segundo entorno expuestos por Echeverría, dado que la educación ocupa un rol determinante en la sociedad de la información. Por una parte, el nuevo contexto demanda personas capaces de aprender, innovar e informarse mediante las tecnologías de la información y la comunicación. La educación deberá ser un espacio para formar personas creativas e innovadoras, que no solo asistan a una clase para aprender, sino también para crear y enseñar en la medida que aprenden. Ya no basta con “aprender para toda la vida”, sino que el desafío es “aprender toda la vida”.

6.2. El camino hacia lo multimedia:

Para A. Bartolomé (1994) “Los sistemas multimedia, en el sentido que hoy se da al término, son básicamente sistemas interactivos con múltiples códigos”. Según Fred Hoffstetter: “multimedia es el uso del ordenador para presentar y combinar: texto, gráficos, audio y vídeo con enlaces que permitan al usuario navegar, interactuar, crear y comunicarse”. En los procesos de intervención las aplicaciones más utilizadas son las multimedia interactivas que aportan las siguientes ventajas: Permiten utilizar diferentes medios (texto, voz, imágenes), permiten la intervención individualizada, facilitan el trabajo autónomo, facilitan el seguimiento, conociendo

los niveles alcanzados en las diferentes actividades realizadas y el procedimiento seguido por el sujeto en la realización de las actividades.

De igual manera, Para Daniel Insa y Rosario Morata "El texto refuerza el contenido de la información y se usa básicamente para afianzar la recepción del mensaje icónico, para asegurar una mejor comprensión aportando más datos y para inducir a la reflexión" (1998: 5). La inclusión de texto en las aplicaciones multimedia permite desarrollar la comprensión lectora, discriminación visual, fluidez verbal, vocabulario, etc. El texto tiene como función principal favorecer la reflexión y profundización en los temas, potenciando el pensamiento de más alto nivel. En las aplicaciones multimedia, además permite aclarar la información gráfica o icónica.

Por otro lado, la interactividad basada en los sistemas de hipertexto, que permiten decidir y seleccionar la tarea que deseamos realizar, rompiendo la estructura lineal de la información. El término hipertexto fue utilizado en 1967 por Theodor Nelson, haciendo referencia su estructura interactiva que permite la lectura no secuencial, atendiendo a las decisiones del usuario. El hipertexto es una red de información formada a partir de un conjunto de unidades de texto que se conectan por múltiples enlaces. En las aplicaciones multimedia interactivas se pueden establecer diferentes tipos de interrelación entre el usuario y el programa, dando mayor o menor libertad al usuario para poder establecer su propio recorrido dentro de la aplicación. El sistema de navegación que utiliza el usuario por el programa viene determinado por la estructura de la aplicación, que debe atender a la finalidad y características de la aplicación multimedia interactiva.

6.3 El posicionamiento orgánico:

Entre las distintas maneras de conseguir visitas a una página web, una de las más utilizadas es la mejora del posicionamiento orgánico o natural en los resultados que muestran los buscadores de internet, es decir, los resultados que muestra sin previo pago, de manera habitual, excluyendo los resultados publicitarios o patrocinados.

El posicionamiento natural obtenido con el SEO se mantiene en el tiempo más allá de las acciones. Algunos trabajos SEO han obtenido la primera posición y la mantienen durante años, sin realizar ninguna otra acción. Es por ello que, a la larga, resulta más rentable que el resto de acciones. El coste asociado al SEO suele ser menor que los enlaces publicitarios, creación de eventos online, desarrollo de redes sociales, etc. Las acciones a realizar en la propia web suelen ser mínimas y se llevan a cabo rápidamente. Sin embargo, así como en otras acciones, un error traerá la pérdida de tiempo y dinero, un error en las acciones SEO puede acabar totalmente con el posicionamiento de la web, relegándola a posiciones que jamás son visitadas.

El trabajo SEO es un trabajo de calidad, no de cantidad. No se trata de hacer muchos cambios, sino hacer los necesarios para mejorar el posicionamiento en buscadores.

6.4 Elección de las palabras claves:

Las palabras claves o keywords son aquellas palabras o frases que se utilizan al realizar las búsquedas en internet, y por las cuales una empresa desea aparecer en las primeras posiciones de los resultados. En un proyecto SEO no se puede limitar a posicionar una sola palabra clave o keyword, pues sería perder un montón de visitantes a su web, en su lugar tiene que trabajar sobre un conjunto de términos. Una vez se haya definido el público objetivo o target de la web, llevará asociados unos temas de interés, secciones o categorías, que son las que deberá posicionar.

La importancia del posicionamiento web, radica fundamentalmente en acaparar un mayor foco de atención por parte de potenciales visitantes en Internet. Está comprobado que la actividad más practicada por los internautas es realizar búsquedas sobre los diferentes motores. Cada vez es mayor la proporción del tráfico que llega a los sitios web a través de una búsqueda realizada en Google, Yahoo, etc. Se deduce pues, que si nuestra web se encuentra bien posicionada aumentará el número de visitantes y en algunos casos, de posibles clientes para nuestra

empresa. En muchas ocasiones, las búsquedas realizadas por los internautas se originan por un interés de tipo comercial, es decir, es muy posible que estén buscando algún producto o servicio. Cuando un internauta realiza una búsqueda, lo más probable es que atienda a los resultados mostrados en las primeras posiciones sobre la lista de resultados del buscador (SERP). Las estadísticas indican que la inmensa mayoría de los usuarios consultan únicamente las dos o, como máximo, las tres primeras páginas de resultados de los motores de búsqueda. Para complicarlo aún más, es bien conocido que el número de personas que mira la segunda página del SERP, es más pequeño que los que miran la primera, y así sucesivamente con el resto de páginas que puedan existir como resultado de una búsqueda. Como punto a tener en cuenta, cabe destacar que según ciertos estudios, la atención del internauta se dirige hacia la pantalla siguiendo ciertos patrones.

Si disponemos de un sitio o página web con un objetivo comercial, lógicamente nos interesará que nuestra URL aparezca en ciertos lugares de la pantalla, en los cuales lo más probable es que el número de visitas a nuestro sitio sea mayor. Si aumenta el número de visitas a nuestra web, a su vez también aumentará el número de clientes potenciales, con lo cual lo más probable es que finalmente esto se vea traducido en mayores ganancias para nuestro negocio. Es por ello que el objetivo en una campaña sería de posicionamiento en buscadores, debe tener como objetivo primordial, el alcanzar, al menos, un puesto en la primera página del SERP, y a ser posible, entre los diez primeros resultados. A medida que un enlace pierde puestos o posiciones en el SERP, se están perdiendo oportunidades de negocio, es decir, posibles ganancias económicas. Si logramos “escalar” puestos en el ranking, sucederá todo lo contrario, nuestras oportunidades y expectativas empresariales irán en aumento.

6.5 StoryTelling:

El principio de “storytelling” es una de las estrategias clave en el marketing digital, este principio lo encontramos en estrategias de vídeo marketing, social media, eventos y exhibiciones abiertas al público, las cuales buscan interactuar con el público y mostrar su historia. Mediante estas estrategias las marcas buscan mostrar los procesos de creación de sus colecciones, la historia de la marca, sus fundadores, los trabajadores actuales, la procedencia de sus materiales, entre otras cosas. En las estrategias de marketing, convencer a los consumidores a que se unan a la marca es clave, y esto es lo que crea el principio de “storytelling” (Greenhill, 2011). Además de invitar a los consumidores a seguir la marca, las estrategias de marketing digital mediante blogs, foros digitales y redes sociales crean una comunicación paralela con sus consumidores, no únicamente comunican si no que los consumidores también forman parte de esta comunicación, interactuando y creando así el Marketing viral en las redes sociales, conversando con sus consumidores, haciéndoles partícipes del mundo de la marca (Greenhill, 2011).

7. Diseño Metodológico:

La propuesta se evaluó desde su naturaleza descriptiva. Este tipo de estudio permitió analizar como es y cómo se manifiesta el fenómeno de construcción de contenidos en las redes tecnológicas, a su vez, poder identificar las variables que serán vitales para la construcción del blog o micro sitio temático.

Este tipo de investigaciones se caracterizan porque el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Por ende, fue clave para especificar las características más importantes del proceso de creación, producción, usos y pertinencia de contenidos, teniendo en cuenta las condiciones y los hechos que se presentaron en el desarrollo de la propuesta.

En este trabajo la investigación descriptiva resultó valiosa, puesto que a través de ella se logró comprender qué herramientas permiten obtener un modelo que pueda mediar entre las redes tecnológicas y el contenido periodístico.

Por otro lado, este tipo de investigación nos permitió medir la actitud de las audiencias ante las redes tecnológicas, su posición frente al tercer entorno, la forma de ver el internet y su relación; sus críticas y estilos de vida frente a los estudios de esta temática.

La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. El carácter de esta investigación se enmarcó en este enfoque, pues estudió la calidad del medio digital y de las herramientas que nos ofrece, para proponer estrategias y crear modelos de creación de contenidos. Al tiempo, este enfoque nos permitió analizar de manera más clara y detallada la dinámica en la que se construye la red, las características de quienes la integran y la importancia de esta en el crecimiento personal y periodístico.

7.1 Características básicas de las investigaciones cualitativas

Fraenkel y Wallen presentan cinco características básicas que describen las particularidades de este tipo de estudio:

- El ambiente natural y el contexto que se da el asunto o problema es la fuente directa y primaria, y la labor del investigador constituye ser el instrumento clave en la investigación.
- La correlación de los datos es mayormente verbal que cuantitativa.
- Los investigadores enfatizan tanto los procesos como los resultados.
- El análisis de los datos se da más de modo inductivo.
- Se interesa mucho saber cómo los sujetos en una investigación piensan y que significado poseen sus perspectivas en el asunto que se investiga.

Estas características resultaron vitales en el desarrollo de la propuesta y dejan ver la pertinencia del enfoque cualitativo para la investigación:

- La técnica de recolección de datos que se utilizó da cuenta de la importancia de las experiencias verbales de la población de muestra
- La importancia de la apropiación de las herramientas utilizadas
- En este caso, se toma el caso particular de la creación de contenidos de www.elboxeoencartagena.com para descubrir si en términos generales, puede funcionar como fuente de información y como espacio donde se pueda compartir temáticas de interés.
- Fueron y continuarán siendo de vital importancia para esta investigación, las experiencias de los sujetos protagonistas: los profesionales de medios de comunicación, los deportistas, periodistas deportivos y aficionados del boxeo.

Estas características hicieron del método cualitativo permitieron evaluar los comportamientos de la población y de los fenómenos estudiados en esta investigación, teniendo en cuenta que el público a estudiar es hoy constantemente

expuesto a las redes tecnológicas. Además el diálogo, herramienta que nos brinda este tipo de investigación, fue pertinente en el desarrollo de la propuesta.

A continuación se muestran los pasos que se llevaron a cabo en el desarrollo de la idea. Es importante resaltar que la investigación se aplicará hasta la fase de sustentación, con aras de que próximas investigaciones revelen los resultados de la evaluación.

7.1.1 Diseño

En esta fase se realizó la recolección de información para analizar la problemática, se establecieron las necesidades, se justificó la propuesta y se delimitaron las características para desarrollar el estudio.

Las entrevistas, grupos focales, estudios, investigaciones, fuentes, etc., fueron piezas claves para consolidar la etapa. También, se recolectó el marco legal, teórico y referencial de la propuesta y se evaluó la pertinencia de la misma.

7.1.2 Implementación

Pertenecen a esta fase de la investigación, la producción de las ideas presentadas en la etapa de preproducción y la publicación en el blog o micro sitio www.elboxeoencartagena.com

7.1.3 Sustentación

www.elboxeoencartagena.com se muestra tal y como se planteó en la etapa inicial. Interactividad, dinamismo e información de interés para todos aquellos que quieran conocer la evolución del boxeo en Cartagena y que a su vez sirva como espacio de publicación para periodistas o aficionados que conozcan del tema.

7.1.4 Evaluación

Esta etapa no se aplicará dentro de esta propuesta. Sin embargo, es importante dejar claro que consiste en medir el impacto que puede tener los contenidos

digitales en el mundo periodístico. Se espera que a mediano plazo sea evaluable para entender la importancia del producto.

7.2 Población y Muestra:

“Para seleccionar una muestra primero se debe definir la unidad de análisis (esto se entiende como personas, organizaciones, periódicos, etc.) en otras palabras, se refiere a quienes van a ser medidos” (Sampieri, 1998, p.204).

En este caso los periodistas de los distintos medios de comunicación de la ciudad de Cartagena.

7.2.1 Los criterios de selección:

Periodistas deportivos de Cartagena: este criterio fue seleccionado debido al interés que se quiere buscar con el sitio www.elboxeoencartagena.com. El objetivo es probar el modelo sobre profesionales que están asociados con el proceso de preproducción, producción y postproducción de contenidos, dado que este es un espacio efectivo para publicar sus trabajos.

7.3 Técnicas de recolección de información

Para reunir los datos pertinentes en la investigación se utilizaron:

Grupos focales: Estos son grupos de personas que discuten un tema predeterminado en presencia de un moderador. “El investigador propone el tema inicial, mantiene el foco de la discusión y reinicia la discusión cuando llega a decaer o estancarse en un punto muerto. El tema objeto de discusión es, obviamente, uno del cual se conoce poco” (Stewart & Shandasani, 1998, p.505).

Es por eso que a través de esta técnica se reunieron dos grupos, cada uno con seis integrantes, los cuales discutieron desde su experiencia las ventajas y desventajas que proporcionan las redes virtuales en su desarrollo profesional y conceptual. Por otro lado, se debatió sobre las formas y los medios tradicionales y el concepto que les muestra la era del tercer entorno.

8. Etapas de producción del producto de investigación

8.1 Preproducción

Básicamente en este punto se concentra en la concepción de las ideas hasta el punto inicial de ejecución de las mismas. Es tal vez la fase más compleja de todo el proceso, dado que los errores y aciertos que sean obtenidos en el producto serán resultado de esta fase.

Esta primera parte la subdividiremos en tres secciones:

8.1.1 Selección de plataforma:

El trabajo de preproducción empieza desde el mismo momento en que se determina en qué tipo de plataforma se publicarán los contenidos. Existen en el universo de las TIC, diversos espacios que permiten subir información y compartirla, con esto, se infiere que este modelo es aplicable para cualquier escenario virtual que tenga un editor básico de texto. Para el caso específico de la página www.elboxeoencartagena.com la muestra de la plataforma será WordPress, dada su facilidad y usabilidad con su editor de texto y plantillas programadas.

Entre sus características esta herramienta permite un editor de fácil publicación y diseño, dado que para manipularla no es necesario manejar altos conocimientos de HTML o CSS; no tiene ningún costo, simplemente se ejecuta desde el navegador web que se utilice y permite la interacción entre usuarios.

8.1.2 Investigación temática

En esta parte del modelo, se especifican que tipos de contenidos se publicarán y que temas abordaran cada uno de ellos. La amplitud del modelo hace necesario establecer el desarrollo central que se debe trabajar, los más importantes son:

- Conocimiento de la estructura y desarrollo de la temática.

- Conocimiento de los temas propuestos para publicar (si no se domina un tema es mejor no trabajarlo)
- Elaboración del Documento (continúa en el próximo referente).

8.1.3 Creación del guion

Una vez especificados los temas a elaborar, el paso siguiente es la elaboración de un documento que albergue las especificaciones sintácticas o de articulación de lenguaje y las técnicas o tecnológicas.

Esta parte del modelo permite ver grosso modo el desarrollo del tema y calcular la duración del producto que se quiere publicar, es otras palabras, esta parte del proceso permite conocer las características fundamentales de elaboración de producto final.

En el guion se adjuntan todas las características sintácticas del producto (lenguaje), además de las técnicas (efectos de sonido, musicalización, planos y tiempo). De igual manera en este punto se especifica la forma de publicación del producto final (audio, audiovisual, fotografía).

8.2 Producción

El verbo producir, se relaciona con engendrar, procrear, criar, procurar, originar, ocasionar y fabricar. Esta definición ofrecida por el diccionario virtual definición.co y el diccionario de la real academia española funcionará como orientadora en esta etapa del modelo.

Un proceso de producción se puede definir como un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocido como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

El procedimiento a seguir en la etapa de producción consiste en poner “acción” a las ideas planteadas inicialmente en la etapa de preproducción y así tener una transformación visible de las mimas.

En la producción se crean contenidos, se plasma, se hacen realidad. Según las posibilidades planteadas en el modelo para la creación de contenidos tenemos las siguientes narrativas.

8.2.1 Creación de vídeos: una forma dinámica de ver las cosas

La imagen nos brinda la concentración y esa forma más práctica de entender una temática.

El vídeo es una tecnología utilizada para capturar, grabar, procesar, transmitir y reproducir una secuencia de imágenes representativas de una escena que se encuentra en movimiento. El término, que proviene del latín “ver”, actualmente está asociado a distintos formatos de almacenamiento, ya sea análogos (VHS y Betamax) como digitales (MP4, DVD, Quicktime, AVI, etc).

A través del vídeo podemos mostrar realidades, ficciones, tutoriales. Podemos llegar a la gente de manera más explícita y clara, sin perder de vista que tenemos alrededor una sociedad hija de la imagen. En esta etapa fluyen los videotutoriales, los videoblogs, los vídeos caseros, vídeos de alta definición, videoclips, etc. Todo dependiendo de la intención y recursos que tenga el creador. Se necesita una cámara, una buena idea desde la preproducción (Story Board o Gión) y unos buenos recursos desde los personajes hasta las locaciones.

En la actualidad, el uso de vídeos ha alcanzado un carácter masivo que difícilmente se haya soñado cuatro décadas atrás. Con el actual uso de internet, es posible apreciar vídeos personales de todas partes del mundo. El otro punto importante a considerar es el abaratamiento de los medios tecnológicos de grabación, que se hacen cada día más accesibles. Evidentemente, el futuro se muestra promisorio si además consideramos los progresos obtenidos en calidad.

8.2.2 Creación de audio: despertando los sentidos y la imaginación

El audio es la técnica o sistema electrónico de grabación, transmisión y reproducción del sonido.

En esta etapa se realiza, solo a través de sonido, los productos que interesan mostrar desde este ámbito. Con audio se pueden realizar entrevistas, crónicas, documentales, encuestas, etc.

8.2.3 Creación de textos: la palabra escrita permanece

Lo que se implementará desde este aspecto será un acompañamiento en los contenidos interactivos. Cada contenido de vídeo, audio y fotografía tendrá texto para ubicar claramente al usuario.

8.3 Postproducción

El término “post producción” nombra al conjunto de procesos aplicado a todo material grabado o registrado: montaje, subtítulo, voz en off, efectos especiales, inclusión de otras fuentes audiovisuales, etc. Pertenece a un ámbito “tercero” al no trabajar con materia prima”. (Bourriaud, 2004, p. 80)

En esta etapa el material creado en la producción se evaluará estrictamente, se mirará la calidad de cada contenido, los formatos de salida y el más apropiado para lo que se quiere hacer.

8.3.1 Edición y verificación del tiempo

En esta etapa se realiza la edición del producto, se debe tener en cuenta el concepto de tiempo que se maneje dentro de las perspectivas del investigador.

Básicamente esta etapa será un engranaje de los dos escenarios anteriores (preproducción y producción) y dejará el producto terminado para ser publicado.

8.4 Publicación

Una vez culmina el proceso de postproducción, el paso a seguir corresponde a la publicación de los contenidos. Estos serán subidos a la plataforma que con anterioridad y en la etapa de preproducción se ha elegido.

El proceso para subir los diferentes tipos de contenidos al blog tendrá una característica primaria eficiente, además de la utilización de distintos softwares libres.

9. Conclusiones:

La teoría y las nuevas tecnologías son un gran complemento. Esto quedó confirmado cuando a través de esta investigación se relacionó la comunicación, una facultad natural en los seres humanos, con el entorno virtual que llegó sin darnos cuenta y acaparó la atención de diversas ciencias y campos de acción.

El término comunicación definido por L. Beltrán como “el proceso de interacción social democrática basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación”, complementa un nuevo concepto establecido: Comunicación es creación dinámica, con las palabras, con herramientas, con acciones. Mediante los procesos de comunicación podemos definir el mundo en nuestros propios términos.

En el mundo digital están dadas las herramientas, pero sin una buena utilización de la comunicación, como facultad de crear y accionar, ambas facultades quedan reducidas ante una inmensidad de oportunidades.

- A lo largo de la investigación se lograron detectar varias herramientas en el campo de internet capaces de crear contenidos de distintas características (audio, audiovisual y fotográfico), lo que hace pensar, que las herramientas para realizar este tipo de actividades abundan, por lo tanto el punto clave, es el proceso y la capacidad de la comunicación quien le da forma y sentido a la usabilidad de las herramientas. Esto es, que las herramientas por sí mismas no tienen una definición, ni causan un impacto social, necesitan asociarse con los procesos de comunicación y modelos estructurados para causar efectos y planes innovadores en los diferentes entornos sociales del hombre.

- No existe como tal un modelo de creación de contenido digital, hay algunos acercamientos en procesos que conllevan a la creación de contenidos digitales, el

punto a favor de esta propuesta es que presenta un modelo en etapas, estructurado y aplicable para la consecución de contenidos digitales.

- Mediante el producto realizado como muestra del proceso de creación de contenidos digitales, se busca además de mostrar las técnicas aprendidas en el transcurso de la academia, sustentar la vinculación de las tecnologías informáticas de la comunicación en la labor periodística.

10. Referentes bibliográficos:

APARICI, R. (1997). La revolución de los medios audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías.

AREA, M.M. (2010) Las redes sociales en internet como espacios para la formación del profesorado. Razón y palabra, 63.

AREA MOREIRA, M. (2005). La educación en el laberinto tecnológico

ARANCIBIA, Marcelo. (2001). "Reflexiones en torno a la aplicabilidad pedagógica de la informática: apuntes para un trabajo transdisciplinario en el currículo escolar". Estudios Pedagógicos. Vol.27, págs. 75-95.

ALZAGA, R. (1998). Grupos de discusión. En J. Galindo (coordinador), Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: CNCA y Longman.

AL-RODHAN, N. R. F. (2007). The emergence of blogs as a Fifth Estate and their security implications.

BRANIFF, B. y L. Pablos (2004). ¿Por qué seguir haciendo focus groups? Revista AMAI, núm. 41 (2da. época), año 11, julio, pp. 19-21.

BARTOLOMÉ, Antonio. (1997). "Preparando para un nuevo modo de conocer". En: Gorreta, Rosa (coord.). Desenvolupament de capacitats: Noves Estraègies. Hospitalet de Llobregat: Centre Cultural Pineda, págs. 69-86.

Bartolomé, A. (1999) Hipertextos, hipermedia y multimedia: configuración técnica, principios para su diseño y aplicaciones didácticas.

BOSCO, Alejandra. (2005). "Las TIC en los procesos de convergencia europea y la innovación en la universidad: oportunidades y limitaciones". Aula Abierta. Vol. 86, págs. 3-27.

CABELLO, Josefa y ANTÓN, Paloma. (2005). "Conversaciones con el profesorado: un estudio en cuatro universidades españolas sobre el Espacio Europeo y el uso de las TIC". Revista de Educación. N° 337, págs. 149-167.

CANALES, M. Y A. PEINADO (1994). Grupos de discusión. En J. M. Delgado y J. Gutiérrez (editores), Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Madrid: Editorial Síntesis.

CAÑELLAS, Ángel (2006). "Impacto de las TIC en la educación: un acercamiento desde el punto de vista de las funciones de la educación". *Quaderns Digitals: Revista de Nuevas Tecnologías y Sociedad*. Nº 43.

NARANJO, Mila (2007). "Evaluación continuada y apoyo al aprendizaje. Una experiencia de innovación educativa con el apoyo de las TIC en educación superior". *Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa*. Vol.5, nº 13, págs. 783-804.

COMISIÓN EUROPEA (1995). *Libro Blanco sobre la Educación y la Formación. Enseñar y aprender. Hacia la sociedad del conocimiento*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

DE LA RIVA, G. Y D. CARBALLO (2004). Descifrando el consumo: sesiones de grupo vs etnográfica. *Revista AMAI*, núm. 39 (2da. época), año 11, enero, pp. 16-18.

DE PABLOS, Juan (2007). "El cambio metodológico en el Espacio Europeo de Educación Superior y el papel de las tecnologías de la información y la omunicación". *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*. Vol. 10, nº 2, págs. 15-44.

FERNÁNDEZ, Beatriz; SUÁREZ, Leticia y ALVÁREZ, Emilio (2006). "El camino hacia el Espacio Europeo de Educación Superior: deficiencias metodológicas y propuestas de mejora desde la perspectiva del alumno." *Aula Abierta*. Nº 88, págs. 85-105.

FEAST, V. Y J. ANDERSON (2003). A Case Study of Online Support for International Students in a Doctoral Program. *International Education Journal*. Vol 4. No. 2, pp. 78-88.

GARCÍA, Enrique (2002). "Motivación del profesorado universitario para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el acto didáctico". *Anuario de Pedagogía*. Nº 4, págs. 165-196.11

JORDAN, J. U., LYNCH, M. MOUTRAY, M. O'HAGAN, J. ORR, S. PEAKE Y J. POWER (2007). Using Focus Groups to Research Sensitive Issues: Insights from Group Interviews on Nursing in the Northern Ireland Troubles. *International Journal of Qualitative Methods*. December, 6 (4), pp. 1-19.

KAGEHIRO, D. K. Y D. S. Frediani (2000). "Do I Need Jury Research?". *The New York Law Journal*. June 26.

KRUEGER (1988). *Focus Group: a principal guide for applied research*. Newbury Park CA: Sage.

KERCKHOVE, D. (1999). *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*.

LARA, Pablo y DUART, Josep María (2005). "Gestión de contenidos en el e-learning: acceso y uso de objetos de información como recurso estratégico". Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento. Vol. 2, Nº 2, <http://www.uoc.edu/rusc/2/2/dt/esp/lara.pdf>.

LEWIN, K. (1988). La teoría del campo en ciencias sociales. Barcelona: Paidós.

MARTÍNEZ, Susana; TARAZONA, Ana Celia y HERVAS, Antonio (2003). "La calidad en el proceso de formación vía Internet: el planteamiento de la Universidad Politécnica de Valencia". III Congreso Aplicación de las Nuevas Tecnologías en la Docencia Presencial y e-learning, Valencia.

MATA, Francisco (2002). "Universidad y TIC. Implicaciones prácticas". Congreso Europeo de Aplicación de las Nuevas Tecnologías a la Enseñanza, Barcelona.

MARQUÉS, Pere (2001). "Algunas notas sobre el impacto de las TIC en la universidad". Educcar. Vol. 28, págs. 83-98.

OROZCO CÓMEZ, G. (2002): "Mediaciones tecnológicas y desordenamientos comunicacionales" en "Medios, mediaciones y tecnologías", Signo y Pensamiento, nº 41, vol. XXI

ODESKY, S. Y R. KERGER (1994). Using focus groups for a simulated trial process. Quirk's. Marketing Research Review, April.

PETERSON, E. R. (2007). How to Get Focus Group Talking: New Ideas That Will Stick. International Journal of Qualitative Methods, 6 (3), pp. 140-144.

RAMSDELL, E. (2007). Diagnóstico de la investigación cualitativa después de 40 años en México. Revista AMAI, Núm. 11 (2da. época), año 14, abril-junio, pp. 28-32.

RAMOS, R. (1981). Informe-Resumen de los resultados de una investigación sociológica sobre el aborto mediante discusiones de grupo. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, número 21, enero-marzo, pp. 243-254.

ROMERO YÉPEZ, M. (2005) "Un nuevo concepto de universidad para la universalización de la educación superior: misión Sucre", Conferencia Universia

RONTELTAP, Frans y EURELINGS, Anneke. (2002). "Activity and interaction of students in an electronic learning environment for problem-based learning". Distance Education. Vol. 23, nº 1, págs. 11-22.

SALINAS, Jesús (1997). "Nuevos ambientes de aprendizaje para una sociedad de la información". Revista Pensamiento Educativo. Nº 20, págs. 81-104.

SALINAS, Jesús (1999). "Qué se entiende por una institución de educación superior flexible".

SALAVERRÍA, Ramón. 2006, Redacción periodística en Internet, Eunsa, Navarra.

STEWART, D. Y P. N SHANDASANI (1990). Focus Group. Theory and practice, Newbury Park CA: Sage.

STEWART, D. Y P. N SHANDASANI (1998). Focus Group Research. Exploration and Discovery. En L. Bickman y D. J. Rog (ed.), Handbook of Applied Social Research Methods. Newbury Park CA: Sage.

SOLBJOR, M. H. ØSTERLIE, J. SKOLBEKKEN, A. RUDINOW SÆTNAN Y S. FORSMO (2007). Focus Groups in a Medicine-Dominated Field: compromises of Quality Improvements? International Journal of Qualitative Methods. September 6 (3), pp. 45-56.

TURNEY, L. y C. Pocknee (2005). Virtual Focus Groups: New Frontiers. Research, International Journal of Qualitative Methods. June 4 (2), pp. 1-10.

VIÑAS, V. E. (1995). El uso de técnicas cualitativas en la evaluación de programas. Los programas de desarrollo regional financiados por la Unión Europea. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, número 1, pp. 155-177.

VELEZ, I., & DAVILA, R. (1984). De la investigación universitaria en Colombia", Revista Educación Superior y Desarrollo, Vol 3. N 1. 48-54

11. Anexos

Análisis de los resultados:

Grupo focal I

Contexto

Al cuestionar al grupo sobre su utilización del internet, desde diferentes aspectos, se puede dar cuenta que la mayoría de ellos 2/3 utiliza este servicio para poder actualizarse de los hechos alrededor del mundo.

Páginas como Google y Wikipedia resultan de mayor utilidad en cuanto a investigación se refiere, mientras que para divertirse ellos prefieren hacer uso del correo o redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, entre otras.

Desde este aspecto se pudo identificar qué tipo de redes y modelos virtuales son los más utilizados, así mismo definir aspectos de usabilidad y funcionalidad, según sus intereses, pudieron ser visibles en su discurso referente a la construcción de contenidos digitales que aporten al desarrollo de la vida profesional.

Por lo general, los periodistas vieron en internet una herramienta investigativa, que permite encontrar puntualmente cosas, aunque siempre exista cierto grado de desconfianza.

Pertinencia del proyecto

El grupo expresó gran interés sobre un proyecto que abarque la historia de boxeo local dado que no hay muchos referentes digitales que faciliten la búsqueda de información de esta disciplina deportiva.

Periodismo – Herramientas tecnológicas

Desde esta temática pudimos abordar las posiciones de los integrantes del grupo focal sobre la relación periodismo- mediaciones tecnológicas.

Los periodistas respondieron unánimemente que naturalmente la llegada del entorno virtual ha creado un choque pero que es algo a lo que se termina acostumbrando cada uno y que con el tiempo la misma persona termina por demandar más de lo que la herramienta le da.

Coincidieron que lo tecnológico es un excelente complemento para la labor pues aporta nuevas formas dinámicas de comprender las cosas y una manera más accesible a la información y a las fuentes.

Es por ello, que en este aspecto evaluado y el anterior se lograron proponer estrategias de mediación entre la lo tradicional y las redes tecnológicas.

Temática

Encuentran la temática del boxeo ideal para el proyecto, dado que el boxeo es de los deportes nacionales con mayor gloria, pero con menor referencia bibliográfica dentro del tercer entorno. Citan que es fácil tener acceso a referencias de deportes como el fútbol o el béisbol, pero argumentan que es difícil tener acceso a fuentes del boxeo y que mucho de lo que se conoce se debe a tradición oral y no a sitios especializados del tema.

Grupo focal II

Contexto

En este aspecto, otro grupo de periodistas, un poco más jóvenes que los anteriores, ellos hablan de su gran experiencia con el internet, lo útil y productivo que resulta para su vida profesional.

Todos los entrevistados asumieron las nuevas tecnologías como valiosas en el desarrollo de sus proyectos e insistieron que la universidad ha sido un espacio donde han aprendido a desarrollar el ambiente virtual desde diferentes aspectos. Enfocaron su discurso desde la experiencia con el internet y lo útil y productivo que resulta para su vida profesional.

Todos los entrevistados asumieron las nuevas tecnologías como valiosas en el desarrollo de sus proyectos e insisten que la universidad ha sido un espacio donde han aprendido a desarrollar el ambiente virtual desde diferentes aspectos. El internet funciona para los jóvenes como herramienta investigativa, ellos prefieren hacer consultas en páginas como Google, Wikipedia y archivos en formato PDF; afirman que de esta manera encuentran cosas muy interesantes.

Por otro lado, para divertirse prefieren los juegos en línea y las redes sociales como Twitter y Facebook, aunque estas también les sirven en aspectos investigativos y para estar actualizados.

Las páginas en internet cumplen con la demanda aunque como primera opción investigativa tienen los libros, también es cierto que en internet encuentran en PDF opciones interesantes.

Pertinencia del proyecto

Al igual que el grupo uno, este grupo de periodistas evalúan pertinente el proyecto, dado que interviene en una problemática de información dentro del entorno virtual del boxeo en Cartagena. Suscitan que es muy difícil obtener fuentes o buscar información del boxeo en Cartagena y que es este proyecto les supliría en parte esta necesidad.

Periodismo -herramientas tecnológicas

El choque es inminente, todo lo novedoso exige una adaptación. Así respondieron en este aspecto al hablar del encuentro entre las nuevas tecnologías y el periodismo o los medios tradicionales. Afirman que la llegada del internet y de las redes sociales asume un cambio de paradigma pero que finalmente se convierte en un hábito.

Al igual que en primer grupo focal, los entrevistados afirmaron que lo tecnológico, incluido en lo periodístico ya es una realidad pero que seguirá avanzando velozmente en los últimos años.

La industria se pone a la vanguardia de la tecnología de una manera más didáctica y eficaz. Los estudiantes dicen necesitar espacios virtuales de consulta, de guías, propios de su universidad, y aunque admiten que ya hay varios sitios, donde se conectan con las audiencias, creen que necesitan un sitio que muestre artículos y trabajos de otros colegas como guías o producto para sus labores profesionales.

Temática

Argumentan que es difícil para ellos buscar dentro del campo virtual una página que referencie la historia del boxeo en la ciudad, por ello califican que la temática es totalmente pertinente y una necesidad que permita a periodistas o amantes de este deporte a tener un lugar de referencia donde encuentren información valiosa de la primera disciplina deportiva que le dio alegrías a la ciudad Heroica.