

67
AÑOS

Especial Aniversario Diario La Tribuna

La transformación digital de La Tribuna: de medio básico a líder regional



EL SITIO WEB DE LA TRIBUNA experimentó una transformación radical entre 2019 y 2023, pasando de una plataforma con deficiencias técnicas a un sistema especializado en medios.

La multiplataforma triplicó su audiencia en solo seis meses tras migrar a una plataforma especializada para medios. Con el cambio, la cantidad de pageviews o páginas vistas pasó de 500 mil a 2,8 millones entre 2022 y 2023.

A partir de 2019, Diario La Tribuna inició un proceso de transformación digital que lo convirtió en un referente entre los medios regionales de Chile. El cambio tecnológico, que fue acompañado de la incorporación de profesionales nativos en lo digital, resultó en un crecimiento exponencial de las métricas de lectoría.

La historia comenzó cuando el diario enfrentaba serias limitaciones técnicas en su plataforma web original. "El sitio era muy malo. Tenía cero prácticas SEO y UX", explica Darío Morán, fundador de DAST, la empresa tecnológica que lideró la transformación del medio.

Morán, quien en ese momento ya contaba con una trayectoria de 13 años en Terra —el primer sitio de noticias online de Chile— y 9 años dirigiendo la operación regional de Publimetro en México, Chile, Colombia y Ecuador, encontró en La Tribuna su primer gran desafío como empresa independiente. "La Tribuna fue mi primer medio y sitio grande", recuerda el especialista.

DIAGNÓSTICO INICIAL

Previo a su transformación, La Tribuna presentaba graves deficiencias estructurales en el plano web, que fueron detectadas en una auditoría técnica exhaustiva. La plataforma

carecía completamente de certificado de seguridad HTTPS, factor crítico que es penalizado por Google desde 2014 en sus rankings de búsqueda.

El sitio, además, utilizaba URLs no descriptivas y operaba con tres dominios diferentes sin redirecciones apropiadas, lo que generaba una duplicación del contenido.

La infraestructura también presentaba múltiples problemas técnicos, como ausencia de metatítulos y descripciones, falta de encabezados HTML estructurados, inexistencia de archivos robots.txt y sitemap.xml, además de una gestión publicitaria completamente manual.

PRIMERA MIGRACIÓN A WORDPRESS

La primera fase de la transformación, ejecutada en mayo de 2019, implicó la migración desde el sistema propietario original hacia WordPress. El proceso demandó tres meses de revisión y desarrollo para transferir cerca de 30 mil artículos y 50 mil fotografías acumuladas hasta la fecha.

Esta migración inicial introdujo mejoras sustanciales en las prácticas SEO, en la implementación de URLs amigables, la integración con CDN y notificaciones web push.

Pese a las limitaciones técnicas que persistían luego de este primer paso, los datos de

2018 ya revelaban un potencial extraordinario, dado que 1 millón 666 mil 550 usuarios únicos habían generado 8 millones 829 mil 322 páginas vistas. La distribución mostraba una audiencia mayoritariamente móvil (72%) frente a desktop (27%), pero con un paradoja: los usuarios de dispositivos móviles generaban solo 4,1 páginas vistas versus las 8,2 de la versión de escritorio, lo que revelaba una experiencia móvil deficiente.

Las fuentes de tráfico confirmaron que la oportunidad era significativa. Mientras 67,6% del tráfico desktop provenía de búsqueda orgánica, en móvil este porcentaje bajaba dramáticamente a 29%. Además, al ser La Tribuna un medio provincial, paradójicamente, el 51% de su audiencia provenía de la región Metropolitana.

Con las lecciones extraídas desde plataformas como WordPress y el CMS de The Washington Post, DAST desarrolló su propio sistema especializado en medios, que permitió pasar a URLs descriptivas automáticas, HTTPS nativo, gestión unificada entre móvil y desktop, y optimización SEO integrada.

SEGUNDA MIGRACIÓN

Los resultados fueron inmediatos y el crecimiento del tráfico orgánico móvil fue sostenido, lo que permitió consolidar

métricas, esta vez, bajo un único ID de Google Analytics.

La oportunidad para una transformación más profunda llegó cuando La Tribuna obtuvo financiamiento específico para renovar su plataforma digital. En abril de 2023, el medio migró hacia DASTems, lo que coincidía con la participación de la empresa periodística en Google News Initiative, que recomendaba diseñar sitios pensando primero en dispositivos móviles. Fue así que comenzó a idearse una plataforma más robusta.

"Cuando La Tribuna me contactó para cotizar el rediseño del sitio, les presenté mi CMS. Les mostré cómo se actualizaba, la conectividad con redes sociales y muchas cosas que ayudan al periodista a hacer las tareas de manera más fácil", recuerda Morán sobre la propuesta que convenció al directorio.

La plataforma anterior, a juicio del fundador de DAST, "se había vuelto limitante para las necesidades de un medio en crecimiento. El cambio permitió que el equipo editorial trabajara de manera más fluida y eficiente".

La nueva plataforma incorporó tecnología de vanguardia, lo que incluye la conversión de todas las imágenes al formato WebP, para reducir el peso entre 60% y 80% sin pérdida de calidad.

RESULTADOS Y CRECIMIENTO EXPONENCIAL

Los efectos de la transformación fueron contundentes. "En octubre de 2022, La Tribuna tenía 500 mil páginas vistas y 190 mil usuarios por mes. Un

año después, tenían 2,8 millones de páginas vistas y 800 mil usuarios", recuerda Morán.

Este crecimiento permitió superar en audiencia a otros diarios de la zona. "Se nota la diferencia con el resto de los regionales. La Tribuna tiene más audiencia, es más vista e incluso es citada por diarios de alcance nacional, como La Tercera", destaca Darío Morán.

La transformación produjo mejoras como optimización automática de cada artículo para SEO. La introducción de Google Search Console proporcionó una visibilidad completa del rendimiento, lo que permitió la adopción de decisiones editoriales basadas en datos reales.

Una innovación clave fue la automatización del trabajo con redes sociales, lo que solucionó el problema que representaba el bajo tráfico social, de apenas 2,1% del total móvil en 2018. En la actualidad, el sistema permite publicar automáticamente en múltiples plataformas e incluso generar contenido para Instagram con IA. También, se implementaron capacidades para Facebook Instant Articles y Google AMP.

DASTems incorporó además inteligencia artificial para la generación de keywords, enlaces internos y externos, meta descripciones y para la optimización de imágenes. "La intención del CMS era que el periodista estuviera el máximo tiempo posible ahí", resume Morán.

Con todo, el especialista enfatiza en que el éxito no se debió únicamente a los cambios tecnológicos, sino que a la incorporación de una estrategia integral. "Si hubiesen cambiado CMS solamente y no hubiesen traído gente que conociera la parte digital, no habrían tenido esos resultados", concluye.

