

**ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL PROCESO DE CONVERGENCIA DIGITAL
DEL PERIÓDICO EL UNIVERSAL DE LA CIUDAD DE CARTAGENA.**

**JOHANA PAOLA AGUIRRE DÍAZ
DIANA PATRICIA ARENAS LOZANO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T Y C.**

2010

**ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL PROCESO DE CONVERGENCIA DIGITAL
DEL PERIÓDICO EL UNIVERSAL DE LA CIUDAD DE CARTAGENA.**

**JOHANA PAOLA AGUIRRE DÍAZ
DIANA PATRICIA ARENAS LOZANO**

**Asesor
MG. LUIS RICARDO NAVARRO DIAZ**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T Y C.**

2010



ANEXO: Modelo carta cesión de derechos patrimoniales

Cartagena de Indias, D. T. y C.,

Yo, Johana Paola Aguirre Díaz, manifiesto en este documento mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica de Bolívar los derechos patrimoniales, consagrados en el artículo 72 de la Ley 23 de 1982 sobre Derechos de Autor, del trabajo final denominado Análisis descriptivo de la convergencia digital del periódico El Universal de la Ciudad de Cartagena producto de mi actividad académica para optar el título de Comunicadora Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

La Universidad Tecnológica de Bolívar, entidad académica sin ánimo de lucro, queda por lo tanto facultada para ejercer plenamente los derechos anteriormente cedidos en su actividad ordinaria de investigación, docencia y extensión. La cesión otorgada se ajusta a lo que establece la Ley 23 de 1982. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En concordancia suscribo este documento que hace parte integral del trabajo antes mencionado y entrego al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

Johana Aguirre Díaz
1.128.059962 Cartagena

Firma



ANEXO: Modelo carta cesión de derechos patrimoniales

Cartagena de Indias, D. T. y C.,

Yo, Diana Patricia Arenas Lozano, manifiesto en este documento mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica de Bolívar los derechos patrimoniales, consagrados en el artículo 72 de la Ley 23 de 1982 sobre Derechos de Autor, del trabajo final denominado Análisis descriptivo de la convergencia digital del periódico El Universal de la Ciudad de Cartagena producto de mi actividad académica para optar el título de Comunicadora Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

La Universidad Tecnológica de Bolívar, entidad académica sin ánimo de lucro, queda por lo tanto facultada para ejercer plenamente los derechos anteriormente cedidos en su actividad ordinaria de investigación, docencia y extensión. La cesión otorgada se ajusta a lo que establece la Ley 23 de 1982. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En concordancia suscribo este documento que hace parte integral del trabajo antes mencionado y entrego al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

Diana Arenas Lozano
1.104.413.009 San Marcos (S)

Firma

Cartagena de Indias, abril 26 de 2010

Doctor
PEDRO SEGOVIA CABRALES
Director
Programa de Comunicación Social
Facultad de ciencias sociales y humanas
Universidad Tecnológica de Bolívar
La ciudad.

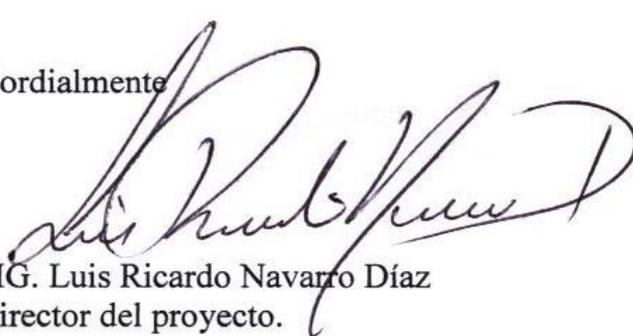
Respetado doctor:

Cordial saludo. De manera respetuosa le informo que el trabajo titulado *Análisis descriptivo del proceso de convergencia digital del periódico el universal de la ciudad de Cartagena*, elaborado bajo mi asesoría por las estudiantes Johana Paola Aguirre Díaz con código T00015843 y Diana Patricia Arenas Lozano con código T00015860, han cumplido cabalmente con todos los procesos pertinentes para ser considerado su aprobación como TRABAJO DE GRADO y optar así al título de pregrado en Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

Cabe destacar el esfuerzo las estudiantes en la realización del documento, teniendo en cuenta que lo que hoy se presenta es un documento que ha incluido no sólo mis sugerencias y observaciones, sino también las propuestas académicas de los miembros del comité curricular del programa, logrando así un resultado totalmente abierto a valiosas consideraciones.

Agradezco su recepción.

Cordialmente



MG. Luis Ricardo Navarro Díaz
Director del proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

FRENTE AL PLANTEAMIENTO DE LA CONVERGENCIA DIGITAL

1. La Transformación Mediática, Conlleva a la Convergencia Digital:
El Caso Del Periódico El Universal.
- 1.2 Exploración de antecedentes: Medios y convergencia.
- 1.3. Tiempo De Conciencia Sobre El Tema De Convergencia

CAPÍTULO II

INICIOS DE UNA NUEVA ERA DIGITAL: RECORRIDO TEÓRICO

2. Antes de convergencia se habla de: Comunicación, modelos y medios masivos.
 - 2.1 Si se habla de prensa escrita: se empieza con Gutenberg.
 - 2.2 Cuando se habla de prensa, se habla de periodismo.
 - 2.3 Primera plana: La tarjeta de presentación del periódico El Universal.
 - 2.4 Un salto del papel a la pantalla: convergencia digital, época de cambios.
 - 2.5 Tecnologías de la Información y la Comunicación, cambiando el periodismo.
 - 2.6 Un mundo globalizado, un mundo de consumo informativo.
 - 2.7 La globalización abre paso a un mundo de alto consumo informativo
 - 2.8 Siglo XXI en plena convergencia digital.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA: EL UNIVERSAL ASUME LA CONVERGENCIA DIGITAL

3. Diseño Metodológico
- 3.1 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO
- 3.2 Cronograma
- 3.3 Presupuesto

CAPÍTULO IV

ANALIZANDO EL UNIVERSAL

4. RESULTADOS
- 4.1. Análisis descriptivo
 - Primera plana del periódico eluniversal.com.co 7 de Febrero 2010
 - Primera plana del periódico eluniversal.com.co 8 de Febrero 2010
 - Primera página del periódico eluniversal.com.co 11 de Marzo 2010
 - Primera página del periódico eluniversal.com.co 13 de Marzo 2010
 - Primera plana del periódico El Universal: 7 de Febrero 2010
 - Primera plana del periódico El Universal: 8 de Febrero 2010
 - Primera página del periódico El Universal: 11 de Marzo 2010
 - Primera página del periódico El Universal: 13 de Marzo 2010
- 4.2 Presentación de resultados
- 4.3 Convergencia digital en el universal
- 4.4 Nuevo perfil profesional del periodista en el periódico el universal

CONCLUSIONES

ANEXOS

ANEXO 9. Bitácora.

ANEXO 10. Entrevistas.

REFERENCIA

AGRADECIMIENTOS

La culminación de una etapa muy importante de mi vida ha llegado, después de cumplir un largo y fructuoso trayecto educativo, es un placer tener un espacio en el cual dedicar y agradecer a las personas que hicieron posible la realización final de mi tesis de grado:

A mi familia, quienes estuvieron desde siempre dándome su apoyo y amor desinteresado, a mis hermanas por su compañía en los buenos y malos momentos. Eternamente agradecida con mis padres Luis Aguirre y Mayra Díaz, por darme la oportunidad de tener una buena formación académica y personal, al enseñarme como enfrentar las adversidades sin perder nunca la paciencia.

A Luis Fernández, quien desde la distancia siempre me dio ánimos para seguir adelante con este proceso académico y me brindo su apoyo en esos momentos en que la angustia y desesperanza se apoderaban de mis pensamientos. *A Hayder Rincón*, que nunca se canso de regalarme su actitud positiva, buenos deseos y fe en mi trabajo, *A Rosa Cassiani* una persona súper genial, una amiga de verdad. Gracias a estas tres personitas, porque en esencia y presencia siempre estuvieron, están y sé que estarán conmigo.

Al periódico El Universal y a docentes de la Universidad Tecnológica de Bolívar, por su colaboración durante la etapa de recolección de datos. Quienes nos abrieron sus puertas y dedicaron el tiempo necesario, para la realización de nuestra investigación. *A Luis Navarro Díaz*, asesor y consejero de la presente tesis de grado, gracias por sus aportes incalculables en el desarrollo de esta investigación. *A Diana Arenas* mi compañera de tesis, por su apoyo.

Por último pero no menos importante, agradezco a: Tegan & Sara, Jona & Claire, Adam Young, Karen O, Travis Clark, Mars Argo, Hayley Williams, Mark-Tom & Travis, The Beach boys, Chopin, Debussy, entre otros, que con su música lograron relajar y animar esos momentos en que la tensión y stress trataron de impedir el desarrollo del proyecto de grado.

Gracias totales.

Johana Paola Aguirre Díaz

AGRADECIMIENTOS

Hoy debo mi gratitud sincera a Dios por su infinito amor y respaldo, por ser mi sustento y darme las fuerzas para sacar adelante este logro que me propuse hace cinco años.

A mis padres, Yaneth Lozano y Jorge Alirio Arenas, por su apoyo incondicional en todo momento, sin su presencia no hubiese sido posible.

A mi hermana Lina Marcela, por su apoyo, comprensión y cariño.

A Ronald Tovar, por su paciencia y permanencia, por esperar a que yo culminara esta experiencia que hoy me hace grande a nivel personal y profesional.

A mi compañera de tesis, por su esfuerzo y dedicación.

A Luis Ricardo Navarro, por su acompañamiento, sabiduría y experiencia en el trabajo de investigación.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, hicieron este logro parte de sus vidas.

Mil y mil gracias
Diana Patricia Arenas Lozano

RESUMEN

Los diarios impresos, han ocupado un lugar muy importante en la construcción del nuevo contexto de representación de la realidad, modificando la creación de contenidos informativos para ser aplicados al medio digital. El principal aporte de este trabajo es construir un referente bibliográfico acerca del desarrollo y proceso de convergencia digital del periódico El Universal de la ciudad de Cartagena. Asimismo plantear cuales son las características básicas del nuevo perfil profesional del periodista.

El análisis gira en torno a las diferencias y relaciones, de la primera página del periódico El Universal y su versión digital eluniversal.com.co, por ser la tarjeta de presentación de dicho periódico, y además describir una temática que no tiene muchos antecedentes por parte de la comunidad académica a nivel regional, con el propósito de contribuir en la consecución de futuras investigaciones, relacionadas con la convergencia digital, la línea temática que se trabajo en el presente proyecto de grado.

PALABRAS CLAVE: Convergencia, periodismo tradicional, periodismo digital, TIC, consumo de información, globalización.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los periodistas enfrentan una época desafiada por los cambios en los medios de comunicación, todo es diferente, desde la estructura, las herramientas y hasta la narración, todo ha cambiado para mejorar la vida del hombre contemporáneo, la innovación en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) trajo consigo una redacción diferente, ahora el público consumidor de información, puede interactuar con las instituciones y grandes empresas de las comunicaciones, debatir con otros usuarios del ciberespacio, todo gracias a la reconstrucción del culto que se rendía a la pirámide invertida, como aquella estructura única de organización de contenido informativo. La cultura de convergencia, logra crear un vínculo más estrecho entre los medios de comunicación nuevos y tradicionales, donde el productor de noticia y el consumidor de ellas, rompen la estructura vertical y análoga, anunciando la nueva era de la revolución tecnológica, al crear un medio en que la comunicación se da de manera horizontal.

Desde hace mucho tiempo, entramos en la era de convergencia digital y la falta de antecedentes investigativos sobre este fenómeno, se convierte hoy en una de las razones principales del presente proyecto de grado, que a su vez, se caracteriza por ser una investigación exploratoria descriptiva, al introducir el tema de la “*convergencia digital del periódico El Universal de Cartagena*” para explorar, conocer y describir el comportamiento, cambios narrativos y estructurales del lenguaje y perfil del periodista en la actualidad.

Cabe resaltar, que las primeras señas de “crisis” de la prensa, ocurren a mediados de los años 90, al producirse el apogeo de la inmediatez, de la información y lo atrayente que resulta ser el audio, los gráficos, videos, diseños, y multimedia, todos reconvertidos en una sola herramienta de información: La Internet, que trajo consigo una revolución tecnológica, cultural, comercial y social, que logro abrir grandes horizontes en el ámbito comunicativo, un cambio tanto en las empresas periodísticas, como en los profesionales de la comunicación y lectores y/o usuarios de los medios masivos. Al invitarlos, pero al mismo tiempo obligarlos a realizar un abordaje pertinente en la nueva cultura

mediática, a través de los nuevos campos digitales contrapuestos por la sociedad contemporánea.

Con la adaptación de las nuevas tecnologías a la prensa, se crea un impacto en la composición, justificación de textos, y demás características tradicionales de la redacción, de esa manera los medios de comunicación cambian, al igual que la sociedad lo hace y con la aparición de medios interactivos, surge un replanteamiento de las herramientas de comunicación y de la misma forma sucede con los roles profesionales del periodista. Jenkins, Henry (2008) señala que: “La convergencia representa un cambio cultural, ya que anima a los consumidores a buscar nueva información y a establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos”. Un ejemplo son los espacios creados por eluniversal.com.co para compartir ideas, tener una discusión abierta en temas ya sean de índole político, económico, social o de cualquier línea de interés público, en la que los usuarios ejerzan un rol de interactividad, y deje de ser un sujeto pasivo.

En este panorama, la tecnología digital causó una reconfiguración en el trabajo periodístico y al abrir nuevos horizontes al periodismo, se dice que el internet llegó y amenazó la seguridad que venía gozando la prensa tradicional, aunque las computadoras y los dispositivos móviles con acceso a internet, conforman hoy en día, el sistema global de transmisión de información, el periódico digital puede considerarse un soporte informativo del ya tradicional periódico impreso, ahora con la funcionalidad de los distintos aparatos telemáticos, con su fácil acceso a la información actualizada y gratuita, no les queda más de otra a los medios de comunicación tradicionales, de tener un paso adelante en la convergencia digital, pues al darle la espalda a la tecnología, lo más seguro es que la herramienta tradicional sea menos frecuentada y utilizada por el lector.

Otro factor fundamental a tomar en cuenta a la hora de diseñar y justificar la presente investigación, es acerca de las particularidades de los medios de comunicación en relación con la era tecnológica, al hacer necesaria las adecuaciones y convergencia de los medios tradicionales, para subsistir y

satisfacer una gama más amplia de las necesidades del lector. Lo que conlleva a desarrollar una guía principalmente teórica, para dar respuesta a las preguntas problemas, formuladas en la investigación, como aporte bibliográfico, para futuras investigaciones por parte de los estudiantes de comunicación social, interesados en el tema de convergencia mediática.

Cuatro son los capítulos en los que Johana Aguirre y Diana Arenas, han dividido su proyecto de grado: El primero, introduce la razón principal de su basada en la convergencia digital del periódico El Universal de Cartagena, para concluir los objetivos de la investigación, después de una exploración en la línea temática del proyecto de grado, se plantea una descripción del problema y antecedentes investigativos, con el fin de exponer una síntesis de la literatura del presente trabajo.

El segundo capítulo está conformado por el marco teórico, en el que se desarrolla de manera más amplia los antecedentes del problema, al integrar las bases teóricas, de reconocidos figuras públicas que hicieron grandes aportes para la sustentación del proyecto, entre ellos cabe mencionar al distinguido McLuhan Marshall, Jenkins Henry y Salaverría Ramón. Se realiza una breve reseña histórica, concerniente a los medios de comunicación, de cómo estos fueron evolucionando poco a poco, para adaptarse a las nuevas tecnologías de la información, y como a través de una serie de transformaciones estructurales y narrativas, lograron un gran impacto en el desarrollo de la formación profesional del periodística. A partir del uso de la literatura que sustente el presente trabajo investigativo y demás conceptos afines a la comunicación mediática, se podrá ampliar un tema que ha sido escasamente estudiado por parte de los estudiantes de comunicación en la ciudad de Cartagena, al crear un material de referencia para investigaciones futuras.

En el tercer capítulo, se describe el procedimiento general y diseño metodológico que se lleva a cabo, para lograr de una manera precisa el objetivo de la investigación, basado en la realización de una bitácora, de un análisis descriptivo de la primera página del periódico El Universal y su versión digital, asimismo de entrevistas semi-estructuradas dirigidas a profesionales de la

comunicación y periodistas de El Universal, que sirvan de soporte a la sustentación de la investigación y así conocer los hechos, fenómenos y demás razones, por las que se ha convergido en la red de redes. Además se trazan los aspectos administrativos del proyecto, basados en el presupuesto y un cronograma para llevar un orden de las actividades realizadas en el transcurso del proyecto.

En cuanto al fundamento metodológico desarrollado en el proceso de investigación, se llevo a cabo un diseño no experimental, los investigadores solo observaron el fenómeno, para conocer como ocurría el desarrollo de la información y cuál era la estructura de cada uno de los formatos periodísticos del periódico El Universal. En la dimensión temporal, el estudio fue de corta duración, se tomo una muestra pequeña, de tan solo 4 días, la fecha fue escogida de manera aleatoria, sin embargo se ha tenido en cuenta la diferencia que existe entre la redacción del diario, en fines de semana y entre semana, por lo que se escoge en el mes de febrero: un Domingo y un Lunes, así como un Jueves y un Sábado en el mes de marzo. Con la aplicación del método no probabilístico por conveniencia, las fechas no hacen inferencia acerca de las características recolectadas en la muestra, ya que los investigadores solo buscan encontrar relaciones y diferencias en ambos medios, para conocer si existe verdaderamente convergencia.

En el cuarto capítulo, se exponen los resultados, el análisis y la interpretación de los datos recolectados en el diseño metodológico. Por último, se abrevia el contenido de este Informe en el apartado conclusiones y asimismo se realizan anexos de las entrevistas que se realizaron a los profesionales que colaboraron en la sustentación de los interrogantes, creados en la realización del proyecto de grado, además de una referencia bibliográfica, en la que se mencionan los libros, revistas y artículos que sirvieron para el desarrollo teórico de la presente investigación.

Capítulo I

FRENTE AL PLANTEAMIENTO DE LA
CONVERGENCIA DIGITAL

1. LA TRANSFORMACIÓN MEDIÁTICA, CONLLEVA A LA CONVERGENCIA DIGITAL: EL CASO DEL PERIÓDICO EL UNIVERSAL.

Con la llegada de la red, a mediados de los años 90, los medios de comunicación vieron una nueva oportunidad de obtener y presentar información actualizada y de fácil alcance para un público mundial. De manera continua los periódicos comenzaron a incursionar en la Internet, con la elaboración de publicaciones virtuales. Al principio, los medios intentaban adaptar sus contenidos de una manera fiel al formato tradicional, la información era colgada en la plataforma virtual, como un escaneo del periódico impreso, era un *Copy-Paste*, pero con el paso del tiempo, estos mismos se dieron cuenta que la inmediatez, actualización e interactividad, eran una de las características más importantes del nuevo medio y debían ser aplicadas lo antes posible, para no quedar como los dinosaurios.

El Universal es uno de los medios de comunicación líderes en la Costa Caribe, salió a la luz pública el 8 de marzo de 1948, gracias a sus fundadores Domingo López Escauriaza, y Eduardo Ferrer Ferrer. Hoy a sus 62 años de continua existencia, El Universal se caracteriza por defender la libertad de opinión, suministrar información general y actualizada sobre tecnología, deportes, política, judiciales, sociales y demás secciones noticiosas, tanto en el formato impreso como en el digital www.eluniversal.com.co. Por otra parte, ha venido experimentando un moderado pero sostenido crecimiento exponencial de la información y aumento de su participación en el mercado globalizado de la Internet, lo que ha significado un aumento, en cuanto a la variedad de exposición informativa, por una necesidad de conocimiento actualizada e inmediata, por parte del nuevo usuario interactivo. Y esta empresa periodística, no solo se quedó con la presentación de información en su medio impreso, sino que de manera paulatina ha ido evolucionando y convergiendo sus contenidos en la web, en el día de hoy cuenta con su versión digital eluniversal.com.co, además de su incursión en las redes sociales como Facebook y Twitter, tiene una edición para la versión móvil, ya que después de los portales y servicios de

correo electrónico, el contenido de noticias periodísticas es el más popular entre los usuarios de celular, es así como el periódico El Universal expone una versión un poco más ligera que la del Internet, para los teléfonos móviles.

Ahora bien, el impacto de la convergencia digital está dando grandes pasos en los medios de comunicación en Colombia, El Tiempo, de Bogotá, El País, de Cali y El Heraldó, de Barranquilla, incursionaron en la web mucho antes que el periódico El Universal, de Cartagena, pero hoy se puede afirmar que dicha empresa periodística, después de 62 años de trayectoria, ha incursionado poco a poco en la categoría de periodismo digital, entra en la web durante el año 2000, como factor de cambio tecnológico, para el futuro de la producción informativa del periodismo en Cartagena. Pedro Luis Mogollón, actual director del periódico El Universal, comenta que *“el medio impreso y su versión digital, son diferentes y lo serán más. El impreso debería desarrollar más y darle mayor valor añadido a las noticias dadas el día anterior en la Web. Todas las noticias de un periódico impreso fueron dadas el día anterior, son viejas, pero pocas fueron bien analizadas. Analizarlas, redondearlas, debe ser una de las labores del impreso”*. Comentario realizado después de una entrevista contestada vía electrónica. A partir de esto, se comprende que aún falta mucho por aprender y mejorar, debido a los nuevos lenguajes y nuevos modos de hacer información y mientras se aproveche la potencialidad que ofrecen los recursos, las empresas periodísticas mejoraran la calidad del trabajo realizado por los periodistas.

Con la aplicación de las nuevas tecnologías para el desarrollo de conocimientos y competitividad frente a otros países y ciudades, Cartagena de Indias posee carencias en el sistema actual de educación, en cuanto a proyectos investigativos acerca del proceso de medios de comunicación tradicionales, enfrentados a la era tecnológica, e implementación de TIC¹ como herramienta de mejora en la calidad de transmisión de información. Cabe

¹ TIC conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes.” Informe del ministerio de comunicaciones de Colombia. Plan nacional de las TIC’S (2008) (Pág. 3).

resaltar que lo mencionado en líneas anteriores, se concluye a partir de una exploración previa de trabajos monográficos y proyectos de grado para obtener título de comunicador social en las universidades de la ciudad de Cartagena, en las cuales existe ausencia de investigaciones con enfoque directo hacia la convergencia digital, en cuanto a lo revisado en la bibliografía. Sin embargo, se han adelantado investigaciones y temas relacionados con la aplicación tecnológica en los medios de comunicación, como aporte de construcción de conocimientos, pero trabajos realizados por el cuerpo docente de la Universidad Tecnológica de Bolívar en la publicación trimestral de Contraste Edición No.23, tales trabajos han sido: *Las redes sociales y la sociedad de la información por Edison Monsalve. Algo más que “escribir bien” El “Periodismo 2.0” y el comunicador del siglo XXI por Anuar Saad Saad. Una mirada al panorama nacional e internacional Las TIC en la educación: experiencias y desafíos por Miguel E. Garcès Prettel y En el contexto Latinoamericano Cibercomunicación y el cambio social por Luis Ricardo Navarro Díaz*, en los cuales se abarcan aspectos sobre el estilo de redacción para el contenido impreso y en la web, el uso de Internet en la actualidad y demás temáticas acerca de la creación de nuevos roles periodísticos.

A partir del párrafo anterior, se sustenta la necesidad de estudio del presente problema de investigación, ya que la poca información investigativa, relacionada a la temática de convergencia en monografías o tesis de grado por parte de los estudiantes de comunicación social, es nula. Ahora bien, los pocos estudios que existen son publicaciones en revistas institucionales por parte de un cuerpo docente, pero no por alumnos en programas de pregrado.

De manera general, la mayoría de investigaciones comunicacionales sobre la convergencia de medios provienen de países como España y Estados Unidos. En Colombia, son pocos los trabajos que se han abordado en esta línea temática y demás fenómenos causados por la revolución tecnológica, desde el campo mediático.

No cabe duda que la era digital se ha instalado definitivamente entre nosotros, generando nuevos perfiles profesionales y diferentes estilos

narrativos. Por tanto, merece que se elabore un estudio detallado, que entregue un marco referencial descriptivo, acerca de la magnitud de la revolución digital y desafíos generados por la convergencia de medios, asimismo este informe final profundiza las principales razones de convergencia digital del periódico regional El Universal, y todo lo relacionado con el crecimiento tecnológico, desarrollo de contenidos y perfiles profesionales de los periodistas de dicha empresa, debido a la creciente demanda de la comunicación en red.

Al ser la comunicación un campo de estudio dentro de las ciencias sociales, que busca conocer el proceso del intercambio de información y su repercusión en la sociedad, se lleva a cabo un proyecto de investigación, para cubrir vacíos de índole informativo, en cuanto al tema de convergencia de medios como punto de referencia en el caso del periódico El Universal. En relación con el tema propuesto, Pasquali, Antonio (1978) afirma que *"la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse (...) y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social"*. He aquí la relevancia de la convergencia en los medios y el impacto de la era tecnológica, la cual permite constituir estructuras sociales que faciliten la transmisión de información. Dicho esto, términos como convergencia, hipertextualidad, multimedialidad, hacen parte fundamental de aspectos que renueven, cambian e incorporan diferentes posibilidades narrativas, gracias a las posibilidades tecnológicas.

Tal como se ha expuesto, es de vital importancia, estar al tanto de la magnitud de la revolución digital y analizar los desafíos generados por la convergencia en los distintos medios implicados. Las circunstancias anteriormente descritas, ponen de manifiesto la inconsistencia de calidad investigativa por parte de los estudiantes de universidades con programa de Comunicación Social en la ciudad de Cartagena, acerca de los comportamientos y cambios que trae la nueva herramienta periodística (la internet).

Fue apenas hacia mediados de los años 90, cuando los diarios de Colombia comenzaron a ofrecer un segundo periódico a través de la Internet,

que copiaba y pegaba literalmente los contenidos del periódico impreso. Fue más o menos en el año 1997, cuando las empresas periodísticas notaron la necesidad de crear redacciones independientes a las del medio impreso, para elaborar contenidos específicos para la versión digital. A lo que Ramón Salaverría (2003, Marzo) reconoce como convergencia:

Aquella que ha abierto nuevas posibilidades a los lenguajes periodísticos. Hasta la llegada de Internet, no existía ninguna plataforma que permitiera difundir mensajes informativos en los que se combinaran códigos textuales y audiovisuales, y con los que, además, el usuario pudiera interactuar. La revolución digital ha abierto en este sentido nuevos horizontes a la expresión periodística: ha planteado el reto de crear una nueva retórica periodística multimedia.

Este informe final, no pretende exponer que versión mediática es mejor que la otra, aquí se sustenta con antecedentes, con soportes teóricos, con estudios descriptivos de las publicaciones impresas y digitales de la empresa periodística objeto de estudio, cuales son las características de cada medio en cuanto al lenguaje, estructura y perfil profesional, frente a la aplicación de nuevas tecnologías, para el desarrollo de contenido informativo. De ahí, se presenta la razón y origen de convergencia del periódico El universal, en la web.

Puede que el estudio del tema resulte un poco complejo por la falta de antecedentes bibliográficos en la ciudad, y sobre todo, porque se trata de un medio de comunicación de naturaleza muy reciente, que enfrenta un constante periodo de transformación tanto en contenidos, como en aspectos formales y estructurales. Por lo cual asumimos una postura imparcial, con respecto a la aplicación de nuevas tecnologías en los medios de comunicación, al tratar de evitar señalamientos en pro o en contra de alguno de los dos medios.

En coherencia con lo anterior, es este conocimiento el que alimenta y enriquece la necesidad de explorar, describir y analizar, la problemática de la convergencia digital y creación de nuevos perfiles profesionales y estructuras narrativas periodísticas. En consecuencia, los investigadores del proyecto de grado, formulan una pregunta-problema, que fue respondida en el transcurrir de la investigación y contribuyo con un material descriptivo sobre el nuevo lenguaje periodístico, precisamente para potenciar la falta de investigación sobre el desarrollo de las dimensiones profesionales y comunicativas que trae consigo la era tecnológica, la convergencia digital. A partir de esto, y al tener en cuenta el propósito de este informe, surgió la siguiente pregunta problema de investigación:

¿Cómo ha sido el proceso e impacto de convergencia digital del periódico El Universal de la ciudad de Cartagena?

Dicha pregunta, se responde mediante unos objetivos que fueron alcanzados por medio de un proceso metodológico, desarrollado y presentado en los próximos capítulos, mientras tanto se plantean los objetivos generales y específicos de este informe final:

Como **objetivo general** se quiso describir el proceso histórico e impacto de la convergencia digital del periódico El Universal de la ciudad de Cartagena. Al tener como **objetivos específicos**, comparar las características y estructura básica del periódico El Universal y su versión digital, mediante un análisis descriptivo referente a la primera plana en las publicaciones del 7 y 8 de febrero del 2010 y de los días 11 y 13 de marzo del mismo año, para identificar relaciones y diferencias significativas en la presentación de información de ambos formatos. Además determinar cuál es el perfil profesional de un periodista de El Universal de Cartagena, conforme a la convergencia digital de este medio de comunicación.

1.2 EXPLORACIÓN DE ANTECEDENTES: MEDIOS Y CONVERGENCIA.

Al pasar los años se han venido realizando estudios determinados por el impacto de las nuevas tecnológicas en los medios de comunicación tradicionales. En el presente proyecto de grado, se citaran artículos e investigaciones que anteceden este estudio. El grupo regional de economía y competitividad del observatorio del Caribe colombiano, del que hace parte la Cámara de Comercio de Cartagena, realizó una investigación titulada *La serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena, 2008*, en la que se plantea que la ciudad posee mayores desventajas competitivas en ciencia, tecnología e infraestructura, con mayor ventaja en áreas de internacionalización de su economía y gestión empresarial, a diferencia de otras ciudades de Colombia como Barranquilla, Medellín y Bogotá. Al mismo tiempo, señalan que debe existir un mayor desarrollo de infraestructuras de telecomunicaciones, en especial de tecnologías de la información y la comunicación, para el desarrollo de una sociedad actualizada en nuevos conocimientos informativos.

A partir de lo mencionado, cabe resaltar que la ciudad de Cartagena, se mantiene en un proceso de convergencia de medios, para estar a la vanguardia y formar parte del desarrollo de competencias tecnológicas, frente a otras ciudades del país. Es indiscutible, la insuficiente información concerniente al desarrollo e innovación de nuevas tecnologías empleadas en los medios de comunicación tradicionales, específicamente en la prensa, es decir, se lleva a cabo un cambio cultural, animando al consumidor a buscar nueva información y establecer conexiones entre los contenidos mediáticos dispersos y se ve demostrado por la falta de estudios en Cartagena, acerca del proceso y evolución de los medios de comunicación, con la llegada de la Internet.

De lo antepuesto, se infiere que en Cartagena no se han realizado investigaciones enfocadas en el proceso de convergencia digital, lo cual se corrobora con una revisión a la literatura disponible sobre este tema, buscadas en las distintas bibliotecas de las universidades de la ciudad, con programas de pregrado en comunicación social. Sin embargo, en terreno nacional se

encuentra, Ortiz Iglesia Jhony Alberto (2009), quien presentó a la Universidad del Norte de la ciudad de Barranquilla, un trabajo de grado titulado: “El nivel de aplicación tecnológica en la prensa digital en Colombia: caso Elheraldo.com.co”, en el cual se analiza el nivel de aplicación tecnológica de la prensa digital en Colombia, teniendo como caso de estudio elheraldo.com.co, a la vez se exponen las características y rasgos existentes del portal en su contexto natural, establece el nivel de participación de cada aplicación tecnológica y profundidad noticiosa, estudia un tema poco indagado en la Región Caribe colombiana, realizado mediante un diseño no experimental en donde la recolección de datos solo se realizó en el primer semestre de 2009. Abordando toda la temática del periodismo digital.

Entre las investigaciones que se acercan a estudios sobre la era digital, en el caso de la ciudad de Cartagena se destacan trabajos investigativos como:

Desde las primeras teorías funcionalistas hasta el periodismo digital Martínez Correa, María Fernanda (2003) en su tesis de grado titulada “*Proyecto de elaboración de página web de periodismo cartagenero*”, plantea como objetivo de su investigación, explorar el proceso evolutivo que han tenido los medios de comunicación de masas, además de estimular la creación y la consulta noticiosa en internet. Hace referencia a la importancia del internet como tendencia global de información por parte de los consumidores y como ha logrado causar una disminución de receptores y compradores de periódicos locales. Otro aporte del proyecto de grado, es que presenta el desarrollo del periodismo electrónico, aquel que revoluciona los conceptos básicos del periodismo impreso y reinventa la prensa tradicional y todos los medios de comunicación. Finalmente, concluye que Cartagena no posee espacios digitales suficientes de opinión para el desarrollo de la comunicación y por ello pretende orientar la comunicación como un fenómeno de masas donde se ejerzan libremente sus ideas, para fortalecer la identidad cultural y el ejercicio de la libertad de expresión. De igual manera, expone una que otra característica de la versión digital del periódico El Universal (www.eluniversal.com.co) y se convierte en uno de los mejores antecedentes

bibliográficos, publicado por un estudiante en la carrera de pregrado de comunicación social de Cartagena, esto a partir de la literatura consultada en las tres universidades que tienen este programa académico en la ciudad, sin menospreciar los otros estudios, pero este fue el más representativo que maneja a su vez categorías encontradas en el presente proyecto de grado, tales como nuevas tecnologías, periodismo digital y la internet.

Por su parte, la monografía titulada *“Los medios y los tiempos”* de Daza Herrera, Ariel (2003) se realiza un reportaje histórico, un recuento sobre la expansión y el desarrollo de los medios de comunicación en la historia, y como los procesos sociales y políticos se han construido desde el telégrafo, el periódico impreso, la radio, la televisión y la computadora, cubriendo un deseo desinteresado del periodista para garantizar las libertades colectivas y evitar la extensión por el autoritarismo. A pesar de que esta investigación no expone una de las categorías principales de proyecto de grado, como convergencia de medios o periodismo digital, realiza un aporte desde la perspectiva de expansión teórica de la comunicación social. Daza concluye, que el periodismo va en constante evolución y se ha apartado de las oficinas telegráficas y de las salas de redacción, al extender su influencia sobre todos los ambientes de la vida social, al intentar sentar las bases de una identidad social que se va perdiendo a través de fenómenos como la globalización, según lo plantea Daza Ariel, absorbe el costumbrismo de las culturas regionales que pueden ser defendidas desde los medios de comunicación.

Por último la monografía *“El Universal bajo la lupa”* elaborada por Franco Cruz, Gustavo (2005) comunicador social de la Universidad Jorge Tadeo Lozano - seccional Caribe, indaga las practicas periodísticas del periódico el universal, con el objetivo de interpretar los rasgos actuales de ese diario y recomendar criterios que mejoren su relación con el lector. Esta investigación se convierte en uno de los principales antecedentes del presente proyecto de grado, primero que todo por la referencia que tiene a la categoría principal de investigación “el Universal” se registran los elementos y estructura relevantes a la publicación escrita al tener en cuenta elementos visuales como:

publicidad, texto y fotografía. Franco Gustavo, opto por el estudio de las páginas 1A, 6A y 7A, enfocándola a un estudio cuantitativo y acoge la propuesta de medir a partir de la superficie impresa y concluye con la incentivación de la lectura del periódico al poner en práctica las estrategias narrativas textuales y visuales, esto en cuanto al ingreso proveniente de la publicidad de las ediciones de mitad de semana siendo estas las piezas de análisis o el periodo de tiempo de recolección de muestras, para revelar tendencias, practicas y comportamientos.

Los tres últimos proyectos de grados mencionados en párrafos anteriores, fueron elaborados por los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. A partir de los títulos investigativos, se destacan categorías claves relacionadas con la investigación descriptiva de la convergencia digital de medios, titulo de esta investigación, pero ninguno verdaderamente enfocado hacia la categoría de convergencia, asimismo se contempla que existe un interés de conocimiento por el periodismo digital, aunque el nivel de investigaciones de esta temática sea aun muy bajo en la ciudad de Cartagena, pero que de manera paulatina ha ido incrementando, acorde a la necesidad de conocer la versatilidad que brindan los nuevos medios, al posibilitar el surgimiento de nuevas maneras de informar, al incorporar multimedia, hipermedia e interactividad de contenido en la comunicación en red. Cabe resaltar que el estudio del periodismo digital apenas está ocupando interés en el marco temático por parte de los futuros comunicadores sociales y periodistas de la región del Caribe, pero a nivel nacional y mundial, es un tema que se viene estudiando desde hace mucho tiempo.

En el artículo, publicado en la revista signo y pensamiento “*Las herramientas interactivas de dos diarios colombianos*”, Zúñiga y Duque (2008) investigan sobre las herramientas empleadas en los sitios web de dos diarios colombianos (El Tiempo, de Bogotá, y El País, de Cali) con la finalidad de posibilitar la interacción con sus lectores. En la investigación realizado, emplearon una matriz que clasifica tales herramientas según las dimensiones

de la interactividad, entendida como la posibilidad que los usuarios reciben de los medios, para modificar contenidos, producirlos y comunicarse con los emisores de información y otros usuarios. Al final se concluye que bien los diarios que se analizaron, ofrecen herramientas para propiciar la interactividad, esta gira en torno a tres aspectos (la adaptabilidad, la navegabilidad y la retroalimentación), con lo cual permanece en un primer nivel (el de la lectura particular de los textos) y aún no permite formas de coproducción de los contenidos y se afirma que luego de doce años de su incursión en la red, dichas publicaciones siguen trabajando dimensiones simples de la interactividad, propias de las lógicas del periodismo impreso.

En un documento publicado en Mediacion.doc², se destaca una investigación de Salaverría, Ramón (2008) titulada “¿Hacia dónde se dirige la convergencia de medios?” en la que se plantea un interrogante basado en el significado del término de convergencia multimedia, lo explica desde varias dimensiones que se articulan entre sí y que pueden sintetizarse en cuatro: la dimensión empresarial, la tecnológica, la profesional y la comunicativa. Luego de una explicación detallada de cada una de las dimensiones trazadas, llega a la conclusión de lo conveniente en insistir, que el reto de la convergencia multimedia no es sólo tecnológico ni gerencial, sino que en su totalidad profesional, que afecta a todas las tareas periodísticas básicas, con la reinención del periodismo, la convergencia multimedia no debía ser entendida sólo como una gestión optimizada de los recursos, sino también como la búsqueda de productos informativos cualitativamente mejores a través de la cooperación entre medios. Y sería ese el gran reto.

En el artículo “Periodismo Digital: Una nueva etapa del periodismo moderno” publicado en la Revista Lasallista de Investigación, (Diego Sánchez. 2007) explica que con la aparición de los diarios online se abordó el concepto de periodismo digital, al crear una nueva forma de hacer periodismo, pero que al realizar una revisión de la Teoría periodística, se advierte que únicamente se

² Mediación: consultora de investigación aplicada y asesoramiento de la Facultad de comunicación de la Universidad de Navarra. Dedicada a la investigación, el estudio y el desarrollo de la calidad de las empresas informativas y de sus profesionales.

trata del reintegro a la génesis del periodismo que habla de la obligación del periodista de investigar, escribir en forma clara y breve, contextualizar y manejar múltiples fuentes para presentar las diversas opiniones acerca de una temática. Como conclusión, habla de una cuarta etapa del periodismo moderno, exponiéndola como: el periodismo global, a la vez hace referencia a un posible señalamiento en cuanto a la Internet, como fuente que trajo cambios de forma y de fondo en lo que al periodismo se refiere. Añadiendo que el periodismo seguirá siendo uno solo.

En la Revista Q, Vol. 3 No. 5 de la publicación de Julio - Diciembre de 2008, Marín Ochoa, Beatriz en su artículo titulado “Una mirada al desarrollo de los medios electrónicos en Colombia” expone que el periodismo exige unas formas de redacción específicas que reciben el nombre de narrativas, las cuales tienen unas características determinadas de acuerdo al medio en el cual se presentan (prensa, radio, televisión e Internet). Explica la integración de narrativas de otros medios periodísticos, impresos, radiales y televisivos que suponen lenguajes escritos, orales y audiovisuales y que propician un nuevo fenómeno denominado Convergencia de medios, que hoy adquiere connotaciones particulares gracias al aporte e impulso de las tecnologías y el auge de los procesos de digitalización de contenidos. Al final concluye que los conceptos: convergencia, hipertextualidad, multimedialidad, respaldan la idea de no hablar de narrativas convencionales, sino de textos renovados que entremezclan varios medios en su estructura. En cuanto a las posibilidades tecnológicas que hoy se ofrecen, es necesario que los medios electrónicos comprendan que la redacción de textos y la presentación de información en red, tienen características particulares que exigen un nivel de formación diferente al que ha recibido un periodista tradicional.

En la descripción del problema se mencionaban los títulos de unos artículos publicados en la revista Contrate, por parte del cuerpo docente de la Universidad Tecnológica de Bolívar, al sustentar la existencia de estudios sobre la temática de nuevas tecnologías, pero la mayoría realizados por docentes, mas no por estudiantes de comunicación social. Los antecedentes a

continuación son relevantes en el presente proyecto de grado, por su contenido temático sobre el internet como herramienta de comunicación:

El artículo publicado por Edison Monsalve (2009) *“Las redes sociales y la sociedad de la información”* expone de manera clara y concisa, la importancia de las redes sociales y su influencia en la generación, publicación e inmediatez de contenidos. Explica como los medios tradicionales, apoyados en las redes sociales, marcan un impacto en términos de difusión y mercadeo de la imagen de una empresa, por medio de la web.

Otro aporte significativo en la edición 23 de la publicación trimestral de Contraste, que circula en la Región Caribe con los periódicos El Universal y El Heraldillo, lleva como título *“Algo más que “escribir bien” El “Periodismo 2.0” y el comunicador del siglo XXI”* por Anuar Saad Saad (2009), quien hace cita de Guillermo Franco³, “...una simple galería de fotos puede contar una historia. Una galería de fotos sincronizada con audio puede contar una historia. Un fragmento de audio puede contar una historia o complementar otra. Un fragmento de video también lo puede hacer. Una infografía animada puede contar una historia prescindiendo del texto. Un video puede contar una historia completa sin ayuda de otros recursos”. Saad conforme a la cita, explica que todo depende de lo que suceda, y si ese se convierte en noticia, y si es estimable de ser comentado por un colectivo y se genera necesidad de más información, se habla de la elaboración de una noticia, que gracias al periodismo 2.0 puede ser divulgado a través de audio, videos, textos y fotos, con adecuada organización, para brindar al usuario la opción de hacer una lectura no lineal de la historia (es decir, escoger el punto de entrada y el orden en que es seguida). Finalmente, comenta sobre cómo se rompe el esquema tradicional de la comunicación social y periodismo, enseñado en la academia, los enfoques varían, de igual manera que el perfil profesional, todo debido a la llegada de la nueva herramienta de comunicación.

³ Guillermo Franco: el prologuista del libro *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*, escrito por Mark Briggs y prologado por Phil Meyer, cuya versión en español es del Centro Knight para el Periodismo de Las Américas, de la Universidad de Texas, en Austin, Estados Unidos.

Miguel E. Garcés Prettel (2009), hace mayor énfasis en el contexto educativo en la publicación titulada *“Una mirada al panorama nacional e internacional Las TIC en la educación: experiencias y desafíos”* en la expone que primero se debería modernizar las escuelas, para así superar el analfabetismo tecnológico y todo lo relevante a la inserción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. A manera de cierre, concluye que es pertinente afirmar la necesidad de formación académica en cuanto a la ética profesional y educar la comunidad estudiantil acerca del uso adecuado de las fuentes y citas bibliográficas, como el uso de recursos informativos.

En el artículo *“En el contexto Latinoamericano Cibercomunicación y el cambio social”* Luis Ricardo Navarro Díaz (2009), expone que en la sociedad-red, el comunicador no dejará de ser argumentativo, creativo e intérprete de diferentes formas del lenguaje, ya que da lugar a la generación de múltiples sentidos de la realidad social, producidos por la interacción con los diferentes elementos del sistema. Como el texto, las imágenes, el video y el audio en una misma plataforma son los nuevos instrumentos del comunicador. Cita a Xosé López en su texto *El ciberperiodismo cultiva sus señas de identidad*: “desde la aparición de Internet como medio de comunicación, la práctica profesional en el nuevo soporte ha ido definiendo un perfil profesional que se caracteriza no sólo por el empleo de un determinado tipo de herramientas, sino por la aplicación de renovadas técnicas en un entorno caracterizado por la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad” (2005, p. 4). Al final concluye que a partir de la red, es posible generar esferas públicas de reconocimiento a través de distintos lenguajes, tal como lo propone la comunicación para el cambio social.

Consecuente al problema de investigación, otro antecedente hallado durante el proceso de exploración bibliográfica, es *La III Jornada de la comunicación 2009*, un evento organizado por el departamento de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar, llevado a cabo en el mes de octubre del 2009, el temático giro alrededor de "Las TIC y los Cibermedios en contextos educativos y sociales". Entre los ponentes invitados a la jornada, se encontraba: Orozco Cera, Humberto (2009) estudiante de

Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, quien presentó un trabajo investigativo titulado *Los desafíos del nuevo periodismo latinoamericano*, la ponencia giró en torno a las ventajas del periodismo digital para los comunicadores de la actualidad y lo indispensable que se ha convertido para el mercado laboral, señalando que el Siglo XXI es el Siglo de la inclusión, el Siglo del desarrollo intelectual y social de las comunidades, a la vez está relacionado con las categorías de la presente investigación, sin embargo, no se manejó el tema de convergencia digital. La ponencia la concluye diciendo “Solo tenemos en nuestra universidad dos materias cibernéticas y no son muy ricas en contenido, y solo en dos universidades del país existe una especialización en periodismo digital”, dice Orozco, lo que hace, que al momento de enfrentarnos a la demanda laboral, quedemos en desventaja con respecto a otros países del mundo.

Por último pero no menos importante, Lucas Velásquez Peláez, el primer comunicador social con énfasis en cibermedios de Colombia, afirmó durante su ponencia en la III Jornada de comunicación 2009, “necesitamos nuevas formas de narrar y contar las historias; antes vivíamos inmersos en medios tradicionales, hoy en cambio, vivimos en cibermedios e hipermedios”. Asimismo expuso su idea acerca de cómo un mundo tradicional se encuentra marcado por el reportaje y un nuevo mundo enmarcado por la hipermedia y los cambios que se deben hacer frente al desafío desde el punto de vista de la formación académica. Para finalizar su ponencia, Velásquez dio las siguientes recomendaciones para lograr un buen producto multimedia: organizar la idea, jerarquizar, claridad, facilidad, limpieza (uso en la pantalla), consistencia, contrastar, proximidad y alineación.

A manera de conclusión, cabe resaltar que el periódico ha dado un gran salto a la plataforma de la Internet, al hacerse indiscutible el nuevo movimiento en el mercado de los medios, el impacto generado por la tecnología digital y el profundo cambio en la producción de contenidos, métodos profesionales, estructura de dirección en las empresas editoras e inclusive en el público, quienes se ven influenciados por esa revolución tecnológica. Así como

surge una nueva herramienta de comunicación, surge un nuevo perfil profesional, a causa de la nueva *“Era de la información: revolución tecnológica y su capacidad de introducción a un mundo de herramientas veloces y eficaces, en el proceso comunicativo de la actividad humana”* (Castells, 1987). Y con los artículos, proyectos, ponencias, monografías e investigaciones anteriormente descritos, se presentan aspectos puntuales sobre los nuevos medios, nuevos modos y nuevos perfiles profesionales.

Además de los significativos aportes y contribuciones acerca de las características de la importancia e impacto de la nueva herramienta de comunicación, frente a los otros medios, a los usuarios y a los productores de la información. Cordeiro, José Luis (1998) señala que *“la tecnología es la que precisamente ayuda al progreso de la humanidad (...) avanzamos más y tenemos más tiempo para nosotros mismos. Cada revolución tecnológica provoca transformaciones fundamentales que conllevan al mejoramiento de la vida de los seres humanos”(p 54)*. Este conocimiento es el que fomenta y enriquece la calidad investigativa de este proyecto de grado, al ser un ejemplo clave de evolución, que conlleva a la búsqueda de satisfacer la necesidad de mantener una cobertura informativa más contextualizada, navegable y de fácil acceso para todo público, en la que se tiene en cuenta los antecedentes investigativos y como aporte, ofrece una perspectiva exploratoria-descriptiva sobre las fortalezas y ventajas que presenta el periodismo, ante el desarrollo de las herramientas tecnológicas, al plantear los principales retos que conlleva a la convergencia mediática.

1.1 TIEMPO DE CONCIENCIA SOBRE EL TEMA DE CONVERGENCIA.

El interés de los comunicadores en fortalecer investigaciones acerca del periodismo digital, crece a medida que pasa el tiempo. Con la consolidación de la red, se ha provocado un nuevo concepto de información, en lo que respecta a la participación del usuario. Con la expansión de la Internet, se ha logrado la transformación de los hábitos de lectura y la forma de adquisición de noticias periodísticas, al desvanecer las barreras entre informador y consumidor. A partir de esto, nuestro interés se centra en la convergencia digital, Salaverría Ramón (2003) afirma, que la convergencia no debe ser entendida sólo como una gestión optimizada de los recursos, sino como la búsqueda de productos informativos de calidad, que apunten al desarrollo de conocimientos culturales, sociales, educativos o tecnológicos y a su vez, que sustenten el gran potencial de las nuevas tecnologías de comunicación.

El interés por la convergencia de medios, no es nueva en la literatura académica, pero a partir de una exploración bibliográfica en tres universidades de la ciudad de Cartagena⁴, con carreras de pregrado en Comunicación Social, se detectó la carencia de trabajos investigativos, relacionados con el periodismo digital, y proceso de convergencia de medios. Por consiguiente, fue necesario llevar a cabo una investigación descriptiva, para incursionar y conocer más a fondo, el tema que trajo consigo esa integración de redacciones y nuevos perfiles profesionales del periodista.

En líneas anteriores se mencionó que los estudios relacionados a la aplicación de nuevas tecnologías en los medios de comunicación y demás temáticas vinculadas a la red de redes, eran temas relativamente poco estudiados en Cartagena. Hasta hace unos 10 años esta literatura investigativa era casi nula. No obstante, ha empezado a cambiar el contexto de investigación y aplicación de nuevos conocimientos en cuestiones referentes al periodismo

⁴ De acuerdo con la exploración bibliográfica realizada en las siguientes instituciones educativas, no se encontraron proyectos temáticos en aplicación de Convergencia Tecnológica: Universidad Jorge Tadeo Lozano – seccional Caribe, Universidad Tecnológica de Bolívar y la Universidad de Cartagena.

digital, otorgando relevancia a los estudios tecnológicos aplicables a los medios de comunicación.

El estudio servirá al mismo tiempo de aporte a la comunicación en el ámbito de ciencia, a partir de los planteamientos, características y resultados arrojados en el análisis descriptivo presentado en el capítulo III de este proyecto de grado. De igual manera, desde la Misión institucional de la Universidad Tecnológica de Bolívar, se responderá a la necesidad de trascender el plano teórico-práctico, al colaborar con el proyecto de investigación, como respuesta al nuevo ambiente de convergencia de medios, causadas por las distintas herramientas y tecnologías de la era digital.

De esta manera, la investigación es importante por ser la primera en su género en Cartagena, teniendo en cuenta la previa exploración realizada en distintas universidades de la ciudad, con el fin de dar a conocer el proceso de convergencia digital del periódico El Universal. Además de plantear las características significativas de los cambios y estilos narrativos como respuesta a la expansión y fortalecimiento de la Internet, al convertirse en un complemento de participación ciudadana y agentes de interacción social.

Debido a un acercamiento a la comunicación globalizada como necesidad humana, que en la actualidad conlleva a “rodearnos de mensajes cada vez más numerosos que circulan con creciente rapidez, amplían nuestra visión del mundo y nos obligan a aumentar nuestros saberes y a modificar nuestros sistemas de interpretación” (Pérez, María de las Casas), se hace menester darle crédito a la reconversión tecnológica, que ha permitido sobrepasar los límites que alguna vez parecerían utópicos y que en hoy en día facilitan la transmisión de dicha información, fusionando la calidad de los medios impresos con las ventajas de la informática.

Esta investigación se diferencia de la mayoría de estudios realizados por los estudiantes de comunicación social de la Universidad Tecnológica de Bolívar, ya que la mayor parte de trabajos como: monografías, artículos, y tesis de grado, hacen referencia a investigaciones con énfasis en comunicación organizacional o para el desarrollo, y en medios los referentes bibliográficos

son muy pocos, sobre todo en los aplicados a las nuevas tecnologías. A partir de esto, se hace justificable otra razón primordial de producir un aporte en elementos y contenido teórico-práctico, con base a las estructuras organizacionales, delegación de trabajo, labores profesionales y todo lo relacionado a las empresas periodísticas, en este caso el periódico impreso, frente al nuevo escenario de lo digital.

Por último, la metodología utilizada se justifica al hacer un paralelo entre los aspectos teóricos y lo encontrado en la práctica del caso del periódico El Universal, por medio de los resultados basados en el estudio de las entrevistas otorgadas por los empleados del periódico y demás académicos de la Universidad Tecnológica de Bolívar, expertos en los temas referentes a la convergencia de medios y el periodismo. Asimismo, basándonos en la descripción estructural de formatos impresos y digitales, en las fechas (7 y 8 de febrero y 11 y 13 de marzo del 2010) del periódico El Universal, se da respuesta a los objetivos propuestos mediante el análisis de las muestras tomadas del periódico, lo cual permite tener unas bases sólidas para conceptuar las líneas de investigación del presente informe sobre la convergencia digital de El Universal de Cartagena.

Capítulo II

INICIOS DE UNA NUEVA ERA
DIGITAL: RECORRIDO TEÓRICO

2. Antes de convergencia se habla de: Comunicación, modelos y medios masivos

En este capítulo se esbozaran los planteamientos generales de las teorías representativas, de aquellas que han alcanzado un mayor auge y que han ejercido mayor influencia en la interpretación y el tratamiento dado al problema de la convergencia de medios. Sin la comunicación sería imposible la subsistencia de la especie humana, que establece una relación entre el desarrollo, la evolución de la especie y los procesos de percepción, comunicación, lenguaje y pensamiento.

Citando a John Fiske (1982), la comunicación es una de las actividades humanas que todo el mundo reconoce, pero poco pueden definir satisfactoriamente. Puede surgir una idea de que la comunicación no es un objeto, en el sentido académico normal de la palabra, sino un área de estudio multidisciplinaria; esta noción propondría que aquello que los psicólogos y los sociólogos nos dicen sobre el comportamiento comunicativo humano tiene poco que ver, con lo que nos puede decir el criterio crítico literario. La comunicación implica el estudio de la cultura a la cual está integrada.

Existen varias maneras de enfrentar un concepto de comunicación, según John Fiske (1982) la define como una "interacción social por medio de mensajes", le interesan la codificación y decodificación que hacen los emisores y los receptores, y como los transmisores usan los canales y los medios de comunicación; se preocupa por la eficiencia y la exactitud de la comunicación, y cree que ésta es un proceso por el cual una persona influye en el comportamiento en otra.

Los medios de comunicación son instrumentos que expresan como se mueve a diario el campo ciudadano. A través de ellos la audiencia como tal, aprende formas de libertades, igualdades y calidad de vida, De la misma forma, los medios de comunicación son controladores de los poderes, son los instrumentos para que se ejerza la ciudadanía en diversos campos, son un ámbito nuevo de ejercicio de la ciudadanía.

Al enfocarnos en las teorías de la comunicación, se escogió como referencia la de Shannon y Weaver (1949), considerada una de las fuentes más importantes para el estudio de la comunicación. Ve a la comunicación como “*la transmisión de mensajes (...) un proceso lineal sencillo*”. Véase en la (Figura 1).



Figura 1. Modelo de Shannon Y Weaver.

Tal como lo presentaban Shannon y Weaver en su modelo de la comunicación, el periódico El Universal de Cartagena y cualquier medio impreso son representados por este modelo, en donde no existe interactividad entre el público y el trasmisor de información, la comunicación se da de manera lineal, siguiendo un orden jerárquico que va desde la fuente de información, ya sea directa de la empresa periodística o de alguna agencia informativa, se transmite por medio de un canal, el mensaje llega al receptor y hasta llega el proceso de información.

Ahora bien, El Universal hace años incursiono en la web, aquí la comunicación se da de manera horizontal, a diferencia del medio impreso, es posible tener en cuenta otro de los modelos factibles, interesante y explicativos de la metodológica del mensaje en los medios de comunicación. Al ser los medios digitales, creadores de espacios en los que se representen los intereses ciudadanos, he aquí un modelo que puede relacionarse con la evolución que han tenido los medios de comunicación, lo que propicia una alternativa de

expresión y reflexión sobre las relaciones de lo público, lo comunicativo y lo democrático, se puede tener en cuenta el modelo de comunicación expuesto en el diagrama de Laswell véase (figura 2), donde hace un perfil de las relaciones y mediaciones que se dan en la comunicación colectiva: No sólo los sujetos que se comunican son considerados, también, sus intenciones, así como lo que comunican, las razones, motivos o justificaciones, que determinan el medio de comunicación, junto con las condiciones de recepción.

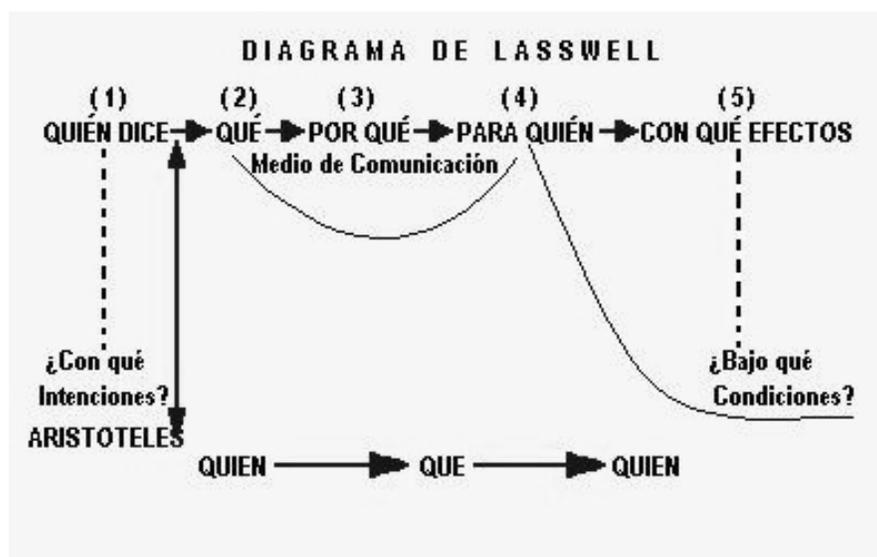


Figura 2. Modelo de Harold Lasswell. (Modificado por Raymond B. Nixon con una referencia a Aristóteles)

Después de mencionar y tratar algunos de los modelos más representativos e importantes en la historia de la comunicación, y relacionarlos con las versiones impresas y digitales del periódico El Universal, es necesario tener presente que muchas veces cuando se habla de comunicación no debe ser confundida con informar, ya que el significado de informar no es lo mismo que comunicar, por informar entiende el envío unidireccional o multidireccional de datos, mensajes, ordenes. Un solo emisor o destinador que está en capacidad de enviar mensajes de manera unilateral a uno o múltiples perceptores o destinatarios, quienes se convierten en perceptores pasivos. Que es lo que sucede con los

medios impresos como el periódico El Universal, cuando se habla de información, se hace alusión a fuente de datos; a cantidad, capacidad y acopio de datos almacenados, organizados y sistematizados a su envío y difusión; a procesos de orden cibernético (tecnología de procesamiento); a su velocidad de transmisión y al uso que se haga de ellos. Que hace característicos a los medios como la radio, la prensa y la televisión.

A diferencia del término de información, el concepto de comunicación se define como la acción recíproca de poner en común, de estar en común, de estar con otro. Se está en comunidad a partir de la comunicación. Comunicarse es inherente a toda estructura social y factor esencial de sociabilidad. Ahora se puede decir que los grandes problemas que aquejan ahora a la comunicación humana se derivan del uso autoritario, vertical, enmudecedor y anti comunitario que se hace de ella, por parte de quienes tienen el poder y el dominio, como las empresas periodísticas, el caso del periódico impreso El universal.

No cabe duda que el poder monopolístico de la producción de información lo tienen los llamados “medios masivos”, prensa, radio, televisión, cine y los nuevos medios que han venido a ampliar una capacidad que ya preexistía. En pocas palabras Marshall McLuhan(1996) afirma que todos los medios de comunicación, antiguos y modernos, son esencialmente aparatos porque están destinados a extender las previas a capacidades humanas de hablar, escuchar, oír, ver, etc. En la realidad, los medios actuales, por complejos y sofisticados que parezcan, no son más que aparatos amplificadores de capacidades sensoriales, o sea, son como las extensiones de los sentidos del hombre. Son simples transportadores de mensajes positivos o negativos, alienantes o liberadores, informadores o distorsionantes.

Pero al final, la comunicación no se puede comprender a fondo si no se la mira como un proceso con diferentes componentes (emisor, mensaje, medio, receptor) y puede ser a su vez personal, grupal o masiva, la que trabajamos en este proyecto de grado. Sin importar si sean viejos o nuevos medios, ambos llegaron para quedarse, e intentar negarlo es ir en contra la historia y contra el desarrollo de la humanidad. Al ser el siglo XXI considerado como el siglo de las

comunicaciones, por el asombroso avance de la tecnología y su aplicación en el mundo de los medios de información, que ha creado un contexto ideal para la propuesta de McLuhan de la “aldea global⁵”. Hoy más que nunca se hace necesario repensar el problema de la estructura y el funcionamiento total de la población, frente al desarrollo de la comunicación e información masiva, por ello el periódico El Universal se vio en la necesidad de convergir en los medios digitales, para enfrentar esos cambios en la comunicación, con nuevos modos de publicación e interacción mundial.

Como se mencionaba en párrafos anteriores, la historia de la comunicación se remonta a los orígenes de la humanidad, pero a partir del desarrollo de los medios impresos, numerosas transformaciones han revolucionado el modo en que el hombre comparte sus pensamientos. Con la tecnología, convirtiéndose en una base imprescindible para los medios de comunicación tradicional, se ha creado un nuevo uso, nuevas funciones y estructuras, para que un medio adquiriera presencia y se imponga en una sociedad.

No se puede negar que la ventaja que tiene el periódico, frente a otros medios de comunicación masivos, es en cuanto a duración, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Ahora, los medios digitales, actualmente son los medios más usados por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Puede que la internet muchos no la consideren un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o una radio, que el que posee un computador. Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios, una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida.

Otra de las ventajas a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta tan sólo

⁵ Aldea global (*global village*) es un término acuñado por el sociólogo canadiense Marshall McLuhan a finales de los años 60 y principios de los 70 para describir la interconectividad humana a escala global generada por los medios electrónicos de comunicación.

con una persona, con los suficientes conocimientos acerca de los recursos de que dispone la red. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios, para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar cualquier tema, ya sea social, económico, político o de entretenimiento, sin necesidad de gastar tiempo y dinero en el proceso que lleva la publicación de contenido en medios impresos. Varios periodistas y profesionales que laboran en el periódico El Universal, se dedican a manejar un blog público, en el que trabajan temáticas de interés social, para estar en contacto con el usuario, un ejemplo es el caso de Ernesto Armenteros Comunicador Social-Periodista y Blogger del universal.com.co, no solo la convergencia digital ha transformado la manera de crear contenidos, sino ha creado un gran cambio en el perfil profesional del periodista del siglo XXI.

2.1 Si se habla de prensa escrita: se empieza con Gutenberg.

Describir cómo ha sido la convergencia digital del periódico El Universal de la ciudad de Cartagena, para identificar la importancia de la aplicación de las nuevas tecnologías en el periodismo tradicional, se convierte en la razón de estudio del presente proyecto de grado.

No cabe duda que los distintos medios de comunicación, compiten por la atención del público y por ocupar un lugar predominante para un buen rating, se dice que los medios impresos llegaran a desaparecer, debido al alto apogeo de la internet y su presentación de información gratuita, pero se debe tener en cuenta lo que señala Fidler, Roger, 1997: *“Los nuevos medios no surgen por generación espontánea ni independientemente. Aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Y cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose.”* Por ello, es necesario que antes de abordar la temática de convergencia digital como categoría clave del presente proyecto de grado, es inevitable revisar e indagar primero que todo, en la historia de los medios de comunicación tradicionales, al dar un recuento hasta el surgimiento de la Internet y aplicaciones de las nuevas tecnologías en la comunicación. Conocer cómo fue el proceso del periódico El Universal frente a los cambios tecnológicos.

Todo empezó, gracias a la invención de la imprenta, uno de los grandes hitos de la historia de la cultura, obra del alemán Johannes Gutenberg, quien facilitó el acceso de un mayor número de personas en todo el mundo al saber escrito y conllevó radicales transformaciones en la política, la religión y las artes. La producción de conocimiento ha sido y seguirá siendo el fundamento que reafirma el porqué con el paso de los años la prensa continua siendo un documento histórico y una guía de las tendencias culturales, teniendo siempre como prioridad a sus lectores, a sus anunciantes y las necesidades de la población.

La llegada de la tipografía (imprenta de tipos de metal) de Johannes Gutenberg, en el siglo XV, supuso una gran revolución para la publicación de

material escrito. Pronto, empezaron a aparecer hojas con información sobre puertos, eventos políticos, sucesos, etc. El primer periódico impreso fue *Núremberg Zeitung*, y se publicó en Alemania en 1457. Poco a poco, estas publicaciones fueron adquiriendo una periodicidad determinada, bien diaria, semanal, y en el siglo XVII, se extendieron por toda Europa y América los periódicos publicados regularmente. Entre otros, en 1615, nació el *Frankfurter Journal*, de Alemania; en 1622, el periódico inglés *Weekly News*; en 1640, la *Gazzeta Publica*, de Italia; en 1641, la *Gaceta semanal*, de Barcelona, y en 1661, *La Gaceta*, de Madrid... Anterior a este último es el *Post-och Inrikes Tidningar*, de Suecia, el periódico más antiguo del mundo que aún hoy continúa editándose, y que fue publicado por primera vez en 1645. En el siglo XIX, se inventaron y perfeccionaron la prensa de vapor (utilizada por primera vez por el diario *The Times*), la fotografía, el telégrafo y, en especial, la rotativa y la linotipia. De esta manera, se pudo automatizar la impresión, ganando en velocidad. Los avances técnicos y el aumento de la alfabetización condujeron a una demanda creciente de periódicos, poniendo en circulación millones de ejemplares a diario. Y en 1738, fue el año en que llegó la primera imprenta y se instaló en territorio Colombiano en la ciudad de Bogotá.

La imprenta de Gutenberg provocó una verdadera revolución en la cultura. El saber escrito dejó de ser patrimonio de una élite y se extendió a amplias capas de la población. La escritura fue sustituyendo a la tradición oral, como forma privilegiada para transmitir conocimientos, a la par que las publicaciones impresas, como libros o periódicos, se generalizaron. A principios del siglo XX la escritura impresa ya era el medio predominante en Occidente para la difusión del saber, organizaron su estructura informativa en torno a agencias estatales de noticias, que pasaron a ser los mediadores entre los gobiernos y los periódicos. Fue este un avance tecnológico que facilitó todos los demás que le siguieron. Cabe resaltar que antes de la prensa había noticias, al igual que antes de la imprenta había libros manuscritos. Con la creación de la imprenta al multiplicar los ejemplares con exactitud permitió una

mayor fidelidad al texto y una más amplia divulgación, siendo esta el resultado de la articulación entre la imprenta y los servicios de correos.

Aunque los cambios que trajo consigo la imprenta de Gutenberg, estén siendo comparados y se dice que pueden ser extinguidos por la generalización de la informática en el umbral del siglo XXI. Lo impreso, continuará siendo de gran utilidad durante mucho tiempo. Es más, aún vivimos en lo que el sociólogo canadiense Marshall McLuhan denominó la «galaxia Gutenberg»⁶, la época de la historia marcada por el predominio de la letra impresa, pocos inventos han tenido la influencia en el ser humano como la creación de la imprenta, gracias a esta, los periódicos de información diaria conforman la variedad de prensa escrita de mayor difusión. Se publican a diario y ofrecen información general sobre temas como política, sociedad, deportes, cultura, etcétera.

A través de una entrevista realizada al periodista Juan Martín Sánchez del periódico El Universal, se le preguntaba si consideraba posible que los medios impresos dejaran de existir o por lo menos fueran reemplazados por sus versiones digitales, como estaba ocurriendo en estados Unidos con muchos de los diarios impresos de ese país; a lo que nos respondió *“la tendencia en los países industrializados, es que los periódicos están tendiendo a desaparecer, (...) pero aquí en Colombia estamos lejos de eso, tenemos 40 a 50 años mas de periódicos”*. A modo de complementación, se toma en cuenta lo que señalaba Friedbrich Burkhardt ha mediado de los sesenta “El impacto que produce la palabra impresa, es algo que otros medios solo sueñan con imitar algún día” El Universal como medio impreso actualmente atiende las demandas de sus lectores, que cada vez son más exigentes, pero a la par, han ido invirtiendo en nuevas tecnologías para renovar equipos, adaptándolos a las nuevas exigencias del mercado, es decir, de manera paulatina converge en la era digital.

En cuanto a una definición más sencilla y concreta, se puede decir que el periódico El Universal es un conjunto de publicaciones impresas en papel que

⁶ En la introducción a The Gutenberg Galaxy McLuhan dice que la palabra *ambiente* hubiera sido preferible para describir el período pero luego reflexiona: El término galaxia expresa perfectamente al conjunto simultáneo y recíproco de diversos factores no directamente relacionados entre sí.

tienen como objetivo informar y entretener a la sociedad. Dentro se pueden encontrar desde publicaciones diarias, dedicadas a la información de la actualidad, hasta cómics y cualquier noticia de entretenimiento. El surgimiento de la prensa de masas trajo como consecuencia la necesidad de redefinir “la noticia” de tal manera que se adaptara a los gustos, intereses y capacidad de la lectura de un sector social escasamente instruido.

La prensa con el pasar del tiempo tuvo que darle solución a unos problemas básicos para convertirse en un medio de comunicación masivo, lo cual permitió su rápida difusión, citando López Forero, Luis (2003) se plantea lo siguiente:

- *La solución del problema de la obtención de las noticias:* lo cual influyo notablemente en el incremento del uso del telégrafo, de reciente aparición, como medio para transmitir rápidamente las noticias desde el lugar en que ocurrían los hechos hasta las oficinas de redacción de los periódicos. Además de la creciente actividad de los redactores y corresponsales extranjeros y locales que se encargaron de recoger noticias de distintas clases sociales.
- Un segundo problema consistió a *la tecnología de la impresión:* la solución no se hizo esperar, pues las técnicas de impresión avanzaron a pasos agigantados hacia una automatización cada vez mayor. Las prensas rotativas, empleando lingotes de plomo, llegaron a imprimir hasta más de 20 mil páginas por hora.
- Y por último a *la distribución de los periódicos:* al menos en forma local, y se resolvió a medida que estos fueron ganando popularidad. La misma gente los buscaba en tiendas o lugares de reparto. Posteriormente con el progreso de los periódicos locales irían cobrando un carácter nacional.

El periódico tiene un público lector que le sigue con fidelidad, pero el precio, el desarrollo del producto y las promociones constituyen una amenaza permanente. Afortunadamente, las noticias importantes todavía incitan a la

compra de periódicos. Según EGM (Estudio General de Medios) el 58% de los lectores de prensa son personas mayores de 30 años, que confían plenamente en la información que les brinda este medio y son quienes más se interesan por las noticias locales y regionales. La prensa es el medio en el cual creen y al cual acuden para obtener información, por tal razón aun se está lejos de la desaparición de estos. Rubén Darío Álvarez periodista del periódico El Universal señala *“que el periódico no desaparecerá, solo porque la tecnología se ha vuelto avasallante, el periódico podría desaparecer si no se pone a tono con la tecnología (...) los medios impresos se especialicen y no compitan por noticias, sino con informes, reportajes, crónica, notas de análisis o de opinión (...) ponerse a competir con noticia, es condenarse a desaparecer”*.

A partir de lo mencionado en el párrafo anterior, cabe resaltar cuales son los GÉNEROS PERIODÍSTICOS que se manejan en la prensa, modelos de creación lingüística que permiten presentar de forma adecuada la información, la interpretación y opinión en la prensa. Véase (figura 1.)

Informativos	- Noticia - Reportaje -Entrevista
Opinión	- Editorial - Comentario, artículo de opinión o columna - Crítica - Cartas al Director
Géneros mixtos	Crónica
Otros géneros	Humor, pasatiempos, publicidad (anuncios por palabras, etc.)...

Figura 1. Géneros periodísticos.

Ahora bien, si los géneros mencionados en la (Figura1) son característicos de la prensa, acaso estos se manejan de la misma manera o comparten las mismas características en los cibermedios. Al responder a ese planteamiento cabe resaltar que las nuevas tecnologías y la internet ha influido en los géneros los han hecho evolucionar y pasar por varias etapas entre ellas las relacionadas con la:

- **Reproducción:** nos referimos a cuando nace el periodismo en Internet cómo esos medios se dedican a reproducir lo que estaba en el soporte impreso y estamos hablando de reproducción. Esto en el caso de los periódicos que tengan versión impresa y digital. Pero hay portales de Internet que repiten en el sentido de que no tienen un soporte impreso pero la forma de redacción no varía. Perpetúan los formatos textuales y no innovan.
- **Enriquecimiento:** el formato de una noticia es igual al soporte impreso pero le añaden otras posibilidades, como enlaces para ampliar la documentación, un video.
- **Renovación:** la renovación sería la infografía digital.
- **Innovación:** crear productos nuevos que no existen en el medio impreso, como por ej el Blog. Es un género que incluye características de textos periodísticos pero también tiene el carácter personal.

Es así como el periódico El Universal ha hecho caso a todos estos cambios, y de manera paulatina, han sido aplicados a su versión digital, un portal donde hace presencia la suma de texto, voz, la imagen, vídeo y los recursos de la infografía. De tal manera pone a disposición del usuario, un periódico que rompe las barreras de la comunicación, crea un espacio para la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización, entre otras características, por lo cual se demuestra que se está trabajando en la creación de un nuevo medio informativo, que esta a un paso adelante de la convergencia digital, dicho esto a partir de un análisis

descriptivo de una muestra del periódico impreso y del mismo día, la toma del digital, se encontraron muchas diferencias, así como algunas semejanzas, que las encontraron planteadas en el análisis propuesto en el capítulo IV. Asimismo desde una fuente directa de dicha empresa periodística, en la cual se tuvo la oportunidad de realizar una entrevista semi-estructurada a la editora de eluniversal.com.co Ledis Caro, quien comentaba que El Universal se encontraba *“en un proceso de convergencia de medios del impreso a la web, no ha sido fácil, pero la idea es que todos trabajemos en esto (...) hay que cambiar de mentalidad (...) el periodismo digital implica inmediatez y rapidez, el medio te obliga a buscar herramientas para sacar noticias de forma inmediata (...) incluso internamente nos han cambiado el perfil de los cargos, para que todo el que llegue y los que estamos aquí sepan que no solo se trabaja para el universal impreso sino para el universal multimedia.”*

Después de lo expuesto en líneas anteriores, es necesario hablar sobre lo que hace El Universal, en cuanto a la presentación de su producto mediático, para hacerlo más llamativo al ojo público, una de las razones principales para buscar la perfección tanto en diseño como en contenido en la creación de la primera página y es precisamente un buen diseño periodístico, que implica orden y jerarquía, al eliminar obstáculos para la búsqueda de lo esencial e interesante que será el contenido. Actualmente, El Universal trabaja con un formato de publicación impreso, conocido como formato sábana (broadsheet), se trata de un periódico de tamaño 60 x 30 centímetros, que ha sido usado por los más prestigiosos periódicos del mundo. Es de fácil acceso para el lector en cuanto a la movilidad visual, que representa entre el contenido de la publicación, con las columnas y espacios de la página.

De hecho, los textos, ilustraciones y diseños deben formar, en su conjunto, un todo orgánico al servicio de la claridad del mensaje y la facilidad de la lectura para el público. La idea no es sobrecargar la primera página, ya que eso no ayuda al lector en la localización del contenido realmente noticioso. El cuidado de la estética; la utilización del color con moderación; la selección de las fotos y gráficos que aporten realmente un buen contenido y sobre todo

lograr que el diseño pase inadvertido entre el contenido, sin descuidar los aspectos formales del diario, ya que todos los días, los periódicos han de librar una batalla para que el usuario los adquiera en los establecimientos de compra, y para ganar esa batalla, el diseño y el cuidado de la portada resultan cruciales para despertar el interés del lector.

Por otra parte, el lenguaje periodístico, en general, reúne ciertas características entre ellas:

- *Permanencia*, el lector puede pasarlo a otra persona o conservarlo lo que da un valor importante desde el punto de vista publicitario.
- *Imagen*, tradicionalmente este medio se considera cultural ya que además de aportar la noticia, ofrece el comentario, la investigación y la reflexión, lo que provoca credibilidad en la opinión pública.
- *Selectividad geográfica*, la mayoría de los periódicos tienen distribución local, lo que permite segmentar geográficamente los contenidos.
- *Interés del público*, la lectura de este medio es voluntaria lo que representa un esfuerzo diferente del espectador ante otros medios, asimismo el hecho de pagar un importe por su adquisición distingue en forma especial a este medio.
- *Es medible*, existen fuentes que permiten conocer el número de ejemplares vendidos, su distribución y la composición de la audiencia.

A manera de conclusión, el periodismo se ha convertido en una parte fundamental de la sociedad. Gracias a él es posible saber lo que sucedió en el pasado, lo que se registra en el presente y lo que se esboza para el futuro. Es frecuente escuchar decir que el periodismo está en crisis, que no están haciendo las cosas como deberían ser, esto debido a la aparición de los diarios online y de ahí se empezó a hablar del concepto de periodismo digital como una nueva forma de hacer periodismo, advirtiendo una supuesta desaparición del tradicional, pero los lectores necesitan el aspecto físico de la lectura, ya que ninguna pantalla puede reemplazar el placer táctil del papel. Tiene tanta importancia el texto como el contexto. Así lo comentan todos los profesionales

entrevistados del periódico El Universal, no niegan que los usuarios se sienten cada vez mas atraídos por las pantallas, pero estos mismos exponen que a pesar del reinado que llevan los medios digitales, los impresos siguen representando más significado, profundidad y sobre todo más peso, como medio de corroboración de ideas, ya que el papel se puede tocar, cosa de las que carece la internet. De hecho, a partir de eso, se despertó un interés renovado por parte del medio impreso, al modernizarse sin traicionar sus principios básicos, utilizando el medio electrónico como aquel que ayuda a promocionar su versión impresa, entre ambas versiones se complementan, aunque el digital promocioe mas la versión impresa que viceversa, para ampliación de las entrevistas realizadas a dichos profesionales del periodismo, de la empresa mediática El Universal de Cartagena, se recomienda revisar los anexos del CD-Room que incluye carpeta con las entrevistas estos personajes de la comunicación de medios impresos y digitales.

2.2 Cuando se habla de prensa, se habla de periodismo.

En los últimos años y en la actualidad, la expresión “*prensa escrita*” se utiliza para distinguirla de la “*prensa audiovisual*”. Y en ambos casos la expresión “*prensa*” se utiliza como sinónimo de “*periodismo*”, o sea información de actualidad emitida en forma regular e independientemente del medio concreto que se utilice. Según la Real Academia Española (RAE) define el periodismo como,

1. m. Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades.
2. m. Estudios o carrera de periodista.

Por otra parte, Ortega, Félix y Humanes, María Luisa (2000), definen en su libro *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*, que el periodismo es el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. Si se define como oficio o profesión es porque puede ser cualquiera de las dos, ya que, anteriormente, para ser periodista no era necesario estudiar una carrera universitaria, y aunque en la actualidad esto sucede en muchos casos, hoy en día en muchas universidades existe la carrera de comunicación social, en donde, además de estudiarse las bases del periodismo, se enseña todo lo concerniente a los medios de comunicación.

En una entrevista vía electrónica realizada al director de programa de Comunicación Social, de la Universidad Tecnológica de Bolívar, Pedro Segovia, se le preguntaba: ¿Cuán importante resultaba incluir el periodismo “on line o digital” en los planes de estudios Y si sería posible un cambio en el pensum académico, para enfatizarlo un poco más en la aplicación de nuevas tecnologías, debido a la necesidad en términos de capacitación en la creación de productos multimedia? A lo que respondió:

Dentro del quehacer periodístico, los cibermedios cobran una fuerza importante en el campo académico, por tal motivo es esencial que los planes curriculares incorporen materias que informen y enseñen al periodista a enfrentar los nuevos retos del paradigma digital. La UTB debe tomar conciencia de la reciente demanda en nuevas tecnologías y capacitar a la comunidad estudiantil de estos acontecimientos, ya que las tecnologías de la información se mantienen en permanente actualización y a gran velocidad. Los currículos académicos deben ser flexibles y mantenerse a la delantera del contexto actual, por lo que resulta necesario ofrecer capacitaciones en productos multimediales y adaptar el pensum a los cambios tecnológicos en la eventualidad que sea procedente.

De lo expuesto en el párrafo anterior, cabe contextualizar la importancia del estudio del periodismo digital desde la academia, ya que la presencia o manejo de una sola clase de periodismo, no es suficiente en la actualidad, hoy en día existe una diversidad grande en que se puede ver al periodismo, tantas como temas en la sociedad, cada uno con un tratamiento específico, un fin y un público especial, pero todos con la intención de mantener a la sociedad informada, desde distintas versiones, empleando distintas herramientas y lenguajes específicos para cada medio. Para este trabajo de grado, se decidió tomar como referencia el periodismo informativo tradicional y el periodismo digital.

- *El periodismo informativo tradicional* está basado fundamentalmente en los hechos, no en los comentarios. La modalidad literaria predominante es lo que se conoce como Story. Que es, el relato de acontecimientos con una modalidad muy variada de géneros periodísticos. (se ven a continuación, la información, la crónica, el reportaje...) característico de la versión impresa del periódico El universal, donde se da una proceso de información lineal.

- *El periodismo digital o nuevo periodismo* que presenta un cambio en los estilos narrativos y, por lo tanto, una revolución periodística desde el resultado formal que finalmente se entrega al público, aproximándose a los personajes del acontecimiento que a la vez crea un periodismo participativo y más ciudadano. Que es como trabaja actualmente eluniversal.com.co donde la interactividad entre usuarios y reporteros aumenta con el pasar del tiempo, convirtiendo al público en interactores y creadores de conciencia, ejemplo que se expone desde la sección Reportero Ciudadano, desde la versión digital del periódico El Universal.

En Colombia el avance tecnológico de la imprenta y el incremento de las relaciones sociales, surgieron desde 1990 y hasta la fecha de hoy, ha sido muy notorio el auge del periodismo en Colombia, las publicaciones diarias y semanales de carácter político, religioso, cultural, etc., haciendo aparición de estos recursos informativos en muchas ciudades y poblaciones, a tal punto que para mediados del siglo XX prácticamente no ha habido población que se estime que no tenga su periódico propio. A continuación se mencionaran los principales periódicos capitalinos de Colombia:

PERIÓDICOS
El tiempo
El espectador
El espacio
Diario deportivo
La republica
El nuevo siglo
portafolio
Hoy

Además de los capitalinos, a continuación se presentan los principales periódicos regionales en Colombia, siendo el periódico El Universal nuestro objeto de estudio.

CIUDAD	PERIÓDICOS
Armenia	La Tarde La Crónica del Quindío.
Barranquilla	El Heraldo
Bucaramanga	Vanguardia Liberal
Cali	El País
Cartagena	El Universal
Cúcuta (norte de Santander, parte norte de Santander del Sur y Caracas)	La Opinión
Ibagué	El Nuevo Día
Manizales	La Patria
Medellín	El Colombiano
Pereira	La Tarde
Popayán	El Liberal
Valledupar	Vanguardia

A manera de conclusión se puede decir que el periodismo del siglo XXI es una especie de espejo, donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber qué ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es, en últimas, la forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él. Así como lo planteaba la editora del universal.com.co acerca de la importancia que ha tenido el proceso de convergencia de El universal en el mundo digital, a pesar de que sea de manera paulatina, está enfrentando los retos que traen consigo los cambios de lenguaje, de estructura, de perfil profesional y terminología incluso de lector a usuario (véase capítulo IV)

2.3 Primera plana: La tarjeta de presentación del periódico El Universal

La primera página viene a ser la tarjeta de presentación del periódico y debe ser un reflejo fiel de lo que se ofrece en el interior. *“El diseño de una página implica un planteamiento previo de ‘cómo’ ira cada uno de los elementos, ‘donde’ se va a colocar y ‘que’ efecto tendrá en el aspecto general de la pagina”* (García, M. 1982, 57). La importancia de la primera página es indiscutible y se suele aplicar el calificativo de “noble” para la página impar, es una de las páginas que se privilegia basándose en nuestra forma de leer.

De acuerdo a la forma establecida por nuestro sistema de percepción visual, influenciados por factores culturales, procedemos siempre a leer la información gráfica según un esquema direccional constante y preestablecido. Siguiendo el mismo marco de descripción sobre el periódico El universal, es importante tener en cuenta que los recursos propios del lenguaje periodístico aplicados en esta empresa periodística, tiene en cuenta las siguientes pautas a seguir, como referencia al código visual de la prensa escrita o digital. Si la noticia aparece en *portada* será más importante desde el punto de vista del periódico, que las localizadas en las páginas o enlaces interiores. A continuación, se presenta la estructura que se estudia de la primera página del periódico El Universal de igual manera para eluniversal.com.co.

- **Texto** - Un formato común para el cuerpo de texto en periódicos es el tipo serifado (fuente), con cuerpo (tamaño) 12 puntos.
- **Encabezado** y **Pie** - marcan la cumbre y la base de la página, respectivamente, incluyendo marcas básicas como nombre del periódico, editorial, fecha, número de la edición y número de la página; cuando es usado en la primera página, la cabecera incluye aún la marca del diario, precio y algunos nombres del equipo periodístico (presidente, director, editor-jefe).

- **Títulos o Titulares** - desde el titular de la primera página, hasta los titulares menores de artículos.
 - **subtítulos o subtulares** - colocados abajo de la titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto.
 - **antetítulos o ante titulares** - colocados arriba de la titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto. Entradillas: son pequeños resúmenes a modo de leads o cabeceras que introducen las noticias. Mismo cuerpo que el texto pero en negrita.
 - **intertítulos, intertitulares o quiebras** - colocados en el medio del texto, para seccionarlo y facilitar la comprensión.
 - **destacados u ojos** - colocados en el medio de la masa de texto, entre columnas, para resaltar trechos y sustituir quiebres; son muy utilizados en entrevistas.
- **Índices y sumarios:** las unidades informativas que se destinan a orientar al lector para indicarle dónde se centran las noticias más destacadas. Suelen estar en la primera página. menciona los temas más relevantes y centrales de la información.
- **Fotos** - fotografías, que en los diarios y revistas siempre vienen acompañadas por **pie de fotos** descriptivos y el **crédito** del fotógrafo. La fotografía periodística se entrelaza con textos escritos (titulares, pies de foto, cuerpo verbal de la información) componiendo un mensaje verbo icónico conjunto. Pueden distinguirse:
 - *Foto-noticia:* fotografía que en sí misma es una noticia.
 - *Reportaje fotográfico:* conjunto de fotografías que tratan de reflejar un acontecimiento o realidad informativa.
 - *Fotomontajes:* fotografías manipuladas con el fin de hacer más expresiva la realidad o deformarla. .
- **Arte** - lo que se llama *arte* en diagramación son imágenes producidas para ilustrar o complementar visualmente la información del texto. Pueden ser:

- **Infografías** - que incluyen mapas, gráficos estadísticos, secuenciales y esquemas visuales;
- **Caricaturas** - dibujos generalmente satíricos con personajes del noticiero;
- **Ilustraciones** - todo tipo de dibujo ilustrativo para el texto periodístico.
- **Viñetas** - mini-titulares que marcan un tema o asunto recurrente o destacado; pueden incluir mini-ilustraciones y generalmente vienen arriba de la titular del artículo o en el alto de la página.
- **Espacios para publicidad**, único elemento de contenido no-editorial de la diagramación, producido por el equipo comercial.

En El Universal suelen aparecer unas líneas gráficas que marcan o distinguen los diversos textos:

- *Recuadro*: se emplea para resaltar la importancia de una información.
- *Corondel*: línea vertical que separa las columnas. Cuando la línea es un pasillo en blanco, se denomina *medianilla*.
- *Pleca*, línea horizontal fina que suele separar titulares de una misma información o informaciones distintas que comparten una misma columna.
- *Filete*, línea horizontal más gruesa que la pleca.

Dentro del análisis descriptivo de la primera página del periódico El Universal de Cartagena (incluyendo su versión digital), se tiene en cuenta además de las categorías mencionadas en los párrafos anteriores, otras que se refieren a las fuentes de información por la cuales llegan las noticias:

1. *Las agencias*: aquellas empresas periodísticas dedicadas a suministrar noticias a los periódicos; éstos, a cambio de la información recibida, les pagan una cuota mensual para poder hacer uso de ella.

2. *Las notas de prensa*: los comunicados enviados a los periódicos por las oficinas de prensa de los organismos de la Administración, sindicatos, partidos políticos, etc.
3. *Los corresponsales del periódico*: aquellos periodistas que trabajan para el periódico en una población o país diferente e informan desde cualquier parte de Cartagena, del país o del mundo en la que se encuentren, así informan de manera exclusiva para el medio en el que trabajan.
4. *Los servicios de documentación*: existen en el propio periódico y fuera del éste. Son una fuente de información fundamental que proporciona datos complementarios necesarios para cualquier información.
5. *Los Redactores y Reporteros*: se dedican además de escribir, a investigar, preguntar y analizar para obtener nuevos datos y nuevas noticias.

Y por último, los aspectos que determinan la composición de estos elementos en la página, se tuvieron en cuenta:

- **Número de columnas**: la distribución del texto en columnas verticales de tamaño regular, espaciadas y válidas para encajar los elementos.
- **color**. Cuando los negros y grises dejaron de llamar la atención del lector y los anunciantes demandaron el color, terminó imponiéndose, pese a que su uso encarece la producción y a los prejuicios que asocian la seriedad con el negro y la popularidad con el colorido. Usado con moderación, es una aportación informativa que no debe despreciarse
- **Espaciamiento**: interlínea, entre columnas y entre cada elemento gráfico.
- **Tipología**: variedad y tipos de fuentes tipográficas utilizadas.

Todas estas categorías expuestas, son los componentes principales que se exponen a diario en la primera página del periódico El Universal y han sido tenido en cuenta para el análisis descriptivo de las muestras tomadas de los medios que se estudiaron en el presente proyecto de grado.

2.4 Primera página, la nueva ventana del mundo informativo a través de la red.

Páginas en lugar de secciones: “El concepto de página deja de tener el sentido de un espacio físico limitado y se asimila al concepto de sección”. Es decir, en el nuevo periódico digital, se habla de la página de política, la página de tecnología, o de la página de opinión. En ese caso se incluye la totalidad de las noticias de cada sección, condensadas en una página electrónica con sus textos íntegros.

La repartición de las columnas de la izquierda y derecha, es variante según la jerarquización empleada por el periódico, en ellas se recoge la información complementaria, archivo de artículos, servicios de comunicación, publicidad, contacto con la empresa periodística o cualquier otro servicio de valor agregado⁷. Ahora, se habla de un nuevo lenguaje del periodismo, es totalmente diferente al empleado en el periódico impreso, este nuevo medio es muy frecuente el uso de bloques estructurales, que se dividen en la siguiente manera:

- Elementos textuales: encabezados más simples, titulares con cuerpos más pequeños, textos informativos a cuerpos entre 10-12 puntos, alienación izquierda.
- Elementos gráficos: dos formatos de imagen en baja resolución GIF, JPEG, de tal manera poder descargar rápidamente los elementos que se ofrecen en la web.
- Recursos visuales: Para una navegación más cómoda y eficaz. Enlaces, frames o marcos (subpáginas que pueden ser cargadas en diferentes áreas del mismo documento), tablas, mapas, animaciones y “rollovers” (para los banners publicitarios), formularios (comunican al lector con el servidor web del periódico), fondos (sirven para destacar informaciones).

⁷ **SVA (Servicios de valor Agregado)** aquellos servicios que sólo se ofrecen en la edición digital aprovechando la naturaleza misma de Internet, es decir, son servicios que no se pueden ofrecer en la versión impresa. Hay distintos tipos de SVA, por ejemplo como: ofrecer la hora local, dar a conocer los e-mails para comunicarse con las distintas dependencias del periódico, la actualización constante de la información, tener a disposición las ediciones anteriores, un sistema o motor de búsqueda, información sobre el clima o estado del tiempo, servicio de suscripción on line para el periódico impreso, entre otros.

- Servicios añadidos: engloban informaciones complementarias (ej. El prostico), utilidades de acceso a información (ej. Búsqueda), servicios de comunicación con el lector (ej. Cartas al Director), foros, juegos y pasatiempos.
- Publicidad y servicios comerciales: a través de los banners de publicidad es como se amortiza la información que ofrecen los diarios y publicaciones on line.

A demás de las especificaciones expuesta en líneas anteriores, acerca de la estructura de la primera página del periódico digital, también se maneja un poco la concepción de la literatura basada en las noticias en cuanto a los titulares, entradilla, ladillos, fotografías, encabezado, etc. Es decir, en la retícula para la página digital también se tiene en cuenta:

- La orientación del papel.
- El número de columnas y el tamaño, junto a la separación existente entre ellas.
- El color y formato del texto (tipografía y tamaño),
- Y demás elementos ornamentales, tales como los filetes decorativos, que se trabajan de igual manera en el medio impreso.

Para concluir la importancia de esta etapa en el campo de los periódicos digitales, se puede decir que los medios de comunicación ya conocidos serán fuentes fidedignas, más que el resto de las páginas encontradas en la WWW. Por ello hoy el universal.com.co puede considerarse confiable en cuanto a las noticias que expone a diario, ya que proviene de una empresa periodística que tiene una transcendencia estricta, en cuanto a las normas periodísticas, conocida desde hace 62 años, y que poco a poco ha ido realizando cambios como los desarrollados en la actualidad, quienes después de muchos años de incursión en la web, se están desplegando como es debido los medios digitales gracias a esa convergencia mediática.

2.4 Un salto del papel a la pantalla: convergencia digital, época de cambios.

Luego de un recorrido por el mundo de los medios masivos, llegamos a los años ochenta, donde los medios de comunicación tradicionales emprenden su reconversión tecnológica. La adaptación de la informática a la prensa, no solo afecta a la composición, sino a la justificación de textos, al control de datos y a las tareas tradicionales de la redacción, también a los servicios administrativos, publicitarios y de difusión. Con la llegada de la Internet, como un nuevo medio de comunicación o un nuevo soporte. Que dio paso al periodismo digital, como aquel periodismo en red, que rompe con la comunicación lineal y unidireccional y cambia las rutinas del periodismo tradicional.

Primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión. Ahora asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información. El periodismo se hace digital en el momento en que este comienza a ganarse un sitio en el ciberespacio. Si un periódico es entendido como una edición en papel impreso y distribuido en diferentes lugares por de vendedores, la idea de un periódico *digital*, es aquel que se ve a través de un ordenador conectado a una red de Internet. Por otra parte, un periódico en papel es pagado directamente, ejemplar por ejemplar y, en el Internet, la mayoría de las personas pueden ingresar a leerlo sin tener que *pagar*, al menos como es entendido por algunos.

Hoy el concepto del periodismo digital, es conocido a su vez desde varios términos, entre ellos:

- **Ciberperiodismo:** es una especialidad de periodismos que emplea el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo difundir contenidos periodísticos.
- **Periodismo electrónico** es un producto interactivo y multimedia que integra diferentes recursos como texto, imagen, video y sonido. Está revolucionando los conceptos básicos del periodismo impreso.

- **periodismo en Internet** no solo se refiere a los periódicos on line, radio on line, sino que también está en otros sitios como la recepción de información en los móviles. El uso de Internet ha de ser considerado como un nuevo medio. La prensa ha de adaptarse a esta competencia entrando con nuevos productos. La prensa e Internet son complementarios la aparición de uno no tiene por qué suponer la aparición de otro ya que el negocio no es el soporte sino la información.

Todos los conceptos anteriores, forman una sola clave, se dirigen a lo mismo, aunque utilicen diferentes términos, pero al final lo que buscan es captar la atención de los usuarios, lo cual radica en la "usabilidad⁸" del sitio web. En este sentido, Cordeiro (1998) señala que *"La historia de la humanidad ha sido un proceso largo y complejo a través de muchos miles de años. Dicho proceso no ha sido lineal sino que, por el contrario, ha pasado por grandes revoluciones que han transformado completamente la forma en que los seres humanos se relacionan con el universo, cuya historia es muchísimo más larga."* (P.43). y por más complejo que parezca, pasar todos los contenidos de los medios impresos a un portal web, el periodismo digital descansa en la virtud de los enlaces que crean una inmensa integralidad de la información.

Una de las virtudes que ofrece eluniversal.com.co es la capacidad de inmediatez y actualidad que posee, los medios digitales pueden actualizar la información a cualquier hora y desde cualquier parte, solo se necesita que el periodista digital cuente con un ordenador y una conexión a una red de Internet en cualquier parte del planeta y podrá hacer entrega de una información noticiosa instantánea e inmediata. Si ahora se habla de una sala de redacción para los medios tradicionales, en este momento queda superada esa categoría para los medios digitales, la cual se puede transformar en una sala virtual de un Chat u otro tipo canal, las audiencias encontraron en la red de redes abundante

⁸ Usabilidad: pretende expresar un cambio de paradigma creativo, mediante el cual el diseño se realiza en función del público y no en función de las exigencias y condiciones impuestas por la tecnología o las empresas.

información que las obligaron a ver en Internet una potente alternativa de consumo, lo cual se trabaja a través de la teoría de consumo.

Con la llegada del periódico digital, se puede decir que es la manera más innovadora de hacer periodismo. Su medio de difusión es electrónico, pretende ubicar en la red informática mundial (*world-wide-web*) publicaciones ya conocidas de forma gratuita y con un diseño propicio para ello. También hay medios hechos exclusivamente para este nuevo formato, que han logrado posesionarse ampliamente debido a su fácil acceso, desde cualquier parte del mundo y a su manera ágil de transmitir las noticias.

Retomando el aspecto histórico, los periódicos digitales, surgen en su fase inicial en 1993 y 1995, cuando un gran número de empresas estadounidenses, tomaron la decisión de aventurarse en la nueva plataforma de Internet y otras opciones digitales. Para Albornoz (2007) no le sorprende el hecho de que Estados Unidos haya sido el país en donde nace la prensa en línea, puesto que es el país que cuenta con la infraestructura informática empresarial y doméstica más avanzada. El periódico digital y también conocido como electrónico, se define como un producto interactivo y de multimedia, que ha revolucionado los conceptos básicos del periodismo impreso.

Desde el punto de vista de Gil (1999), teórico que afirma que el propio concepto de periodista viene discutiéndose desde hace décadas, especialmente desde la implantación masiva de la radio y la televisión. Actualmente la definición de periodismo no afecta sólo a los periodistas digitales, sino a la profesión entera. Hasta hace poco los periodistas eran los que informaban, los profesionales de la información. Pero con la aparición del medio digital estas afirmaciones cuestionables ya de por sí han perdido todo fundamento.

Al seguir la misma línea investigativa, Flores Vivar y Miguel Arruti, (2001) señalan que "En los albores de las nuevas comunicaciones digitales, la sociedad se convierte realmente en una pequeña aldea. El concepto de distancia, de lejanía, no tiene razón de ser en esta nueva sociedad. El medio Internet nos permite acercarnos en cuestión de nano segundos o micro

segundos a sitios y lugares virtuales y recabar información que antes sólo se lograba con gran esfuerzo. Internet crece cada vez más y el mundo analógico se hace cada vez más pequeño, convirtiéndose en una aldea digital, en una sociedad informatizada." (P. 27). Es decir, con la nueva etapa de la historia humana que se caracteriza por términos como informático, digital, electrónico, virtual, computarizado; tiene como protagonista a la Web: una Red de redes (La mayor red de ordenadores del mundo) a libre disposición que todo individuo que, por supuesto, cuente con los instrumentos mínimos necesarios para estar conectado y ha abierto un canal de comunicación directa con el público, permitiendo su identificación y participación focalizada en cada una de las secciones de un diario. Y proporciona la retroalimentación⁹ casi inmediata a las noticias que publican los periodistas o reporteros, incluyendo posibilidades de modificación de esos contenidos en tiempo real.

Para Albornoz (2007) las nuevas redes digitales significan un cambio no sólo tecnológico sino también conceptual, alterando la manera de aprender el mundo: un modo de acceso al conocimiento basado en la escritura lineal y textual. También considera que está siendo progresivamente sustituido por un nuevo modo basado en los tres principios fundadores de Internet postulados por Pélissier (2001) que son:

1. *La multimedialidad*: la cual para las editoras periodísticas supone la posibilidad de integrar en un mismo soporte todos los formatos: texto, audio, video, gráficos, fotografías, animaciones, etc.
2. *La hipertextualidad*: una forma multidireccional, no lineal de estructurar y de acceder a la información en los entornos digitales a través de enlaces.

⁹ La realimentación, también denominada retroalimentación o *feedback*, significa "ida y vuelta" es, desde el punto de vista social y psicológico, el proceso de compartir observaciones, preocupaciones y sugerencias, con la intención de recabar información, a nivel individual o colectivo, para intentar mejorar el funcionamiento de una organización o de cualquier grupo formado por seres humanos. Para que la mejora continua sea posible, la realimentación tiene que ser pluridireccional, es decir, tanto entre iguales como en el escalafón jerárquico, en el que debería funcionar en ambos sentidos, de arriba para abajo y de abajo para arriba. (Extraído de <http://es.wikipedia.org/wiki/Realimentaci%C3%B3n>)

3. *La interactividad*: un concepto que remite a la idea de que los miembros de la audiencia pueden iniciar y desarrollar acciones de comunicación tanto con el medio como con otros usuarios.

Documentación ilimitada: No hay límites de espacio ni de tiempo para almacenar información por lo que permite una extensa documentación de la actualidad. La propiedad de la documentación se basa en la **ausencia de límites de espacio y de tiempo** en la acumulación y disposición de la información¹⁰. Por primera vez en la historia, existe un medio que no tiene las limitaciones de espacio de los medios impresos o la escasez de tiempo de los medios audiovisuales que les obliga a hacer una fuerte selección de contenidos. Los periódicos digitales pueden almacenar toda la información que sean capaces de recoger y procesar los periodistas del medio. Mucho más si se trata de texto.

Actualidad múltiple: Conviven cinco “actualidades” diferentes: *actualidad sincrónica, reciente, prolongada, permanente y no actualidad*. La capacidad de actualización constante que tiene el periódico digital es mencionada a menudo como uno de los rasgos característicos del nuevo medio, sobre todo en oposición al diario impreso.

Personalización: El periódico responde hasta cierto punto a lo que necesita el usuario. La propiedad de la personalización implica que cada lector pueda acceder a un periódico que responda lo más fielmente posible a sus expectativas e intereses. La versatilidad y flexibilidad que da el soporte digital para el almacenamiento y la gestión de la información hace que el lector tenga mayores herramientas para decidir en los contenidos que se expondrán y cómo deben estar presentados, es decir Contenido y forma de presentación de información.

¹⁰ Otros autores aluden a esta propiedad denominándola “abundancia” (Orihuela, 2002), o “profundidad” (Navarro Zamora, 2000; Boggio, 2001). En Brasil, se ha introducido también el concepto de “memoria” para referirse a estos mismos servicios (Machado, Borges y Miranda, 2004).

2.5 Tecnologías de la Información y la Comunicación, cambiando el periodismo.

Son las tecnologías de la Información y Comunicación, es decir, son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma. Es un conjunto de herramienta, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información, para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos digitalizados. Según un estudio realizado por el Ministerio de Comunicaciones de la república de Colombia, se realiza un plan con la implantación de las TIC, principalmente en la educación, a continuación a manera de introducción e dan respuesta al significado de TIC:

Son el conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes. En la actualidad, se reconoce el impacto de estas tecnologías en la competitividad, su potencial para apoyar su inserción en la economía globalizada e impulsar el desarrollo económico y social de los países. Estos beneficios sólo pueden convertirse en resultados concretos a medida que la sociedad se apropie de estas tecnologías y las haga parte de su desempeño cotidiano. Es decir, con usuarios preparados que utilicen las TIC, se puede lograr una verdadera transformación económica y social. Un dominio amplio de estas tecnologías en el sector público y privado es una condición necesaria para reducir la pobreza, elevar la competitividad y alcanzar el tan ansiado desarrollo sostenido de los países.

El desarrollo de las TIC ha desencadenado un cambio estructural en el ámbito productivo y social de las sociedades modernas. Y no es para menos: su uso ha implicado una revolución que ha

transformado la forma como se produce, divulga y utiliza la información en la sociedad.

El uso de estas tecnologías ha cambiado las costumbres sociales y la forma cómo interactúan las personas. Las TIC han mejorado las oportunidades para grandes grupos de la población tradicionalmente excluidos, con lo cual se ha aumentado la movilidad dentro de la sociedad. Han producido, además, una revolución del aprendizaje que ha cambiado la manera como las personas aprenden y el papel de los estudiantes y docentes. También, el uso de estas tecnologías ha evidenciado que el período del aprendizaje no puede ser un proceso limitado en el tiempo sino que debe propiciarse a lo largo de toda la vida.

El Gobierno Nacional ha considerado estratégicas las TIC para fomentar la competitividad y la igualdad de oportunidades en Colombia. Por ello se ha fijado como objetivo que, en el 2019, todos los colombianos estén conectados e informados haciendo uso eficiente de las TIC para mejorar la inclusión social y la competitividad. Al tener presente la visión trazada para el 2019 y así “Lograr un salto en la inclusión social y en la competitividad del país a través de la apropiación y el uso adecuado de las TIC, tanto en la vida cotidiana como productiva de los ciudadanos, las empresas, la academia y el Gobierno.

Por otra parte, en un documento encontrado en la web¹¹. Se desarrollan unos cuadros representativos de ventajas y desventajas de las TIC, que facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices:

¹¹ *¿Qué son las TIC'S?* Consultado marzo 10 del 2010, extraído de http://www.educaentic.org/congreso/contenido/pdf/doc_ventajas.pdf

Hablar de nuevos medios significa referirse a internet, a los medios electrónicos y a todas las formas de comunicación derivadas de estos medios de comunicación, los cuales han revolucionado los procesos de información y comunicación mientras crecen a pasos agigantados en el mundo entero. Aunque en Colombia la historia de los nuevos medios es bastante corta, pues no tiene más de quince años, pero ya se ha comenzado a sentir y a entender su enorme influencia. Internet ha cambiado y mejorado diversos procesos, ha logrado unir al mundo en cuanto a su capacidad de conexión y representa sin duda una oportunidad para nuevas creaciones.

Al respecto, Bill Gates, (Citado por Cordeiro, 1998) asegura que "La nueva tecnología ofrecerá a las personas un nuevo medio de expresarse. La autopista de la información abrirá oportunidades artísticas y científicas jamás soñadas a una nueva generación de genios." (P, 58). El fenómeno Internet se destaca particularmente porque se trata de un instrumento que facilita a las personas el rápido acceso a cantidades infinitas de información, a un costo relativamente bajo, sobre cualquier índole y proveniente de cualquier rincón del mundo. Será por esta razón entonces que se escucha hablar de una Sociedad de la Información, un conglomerado humano que parece tener ahora toda la información que desee a su alcance.

Ferrero Barberá afirma en tal sentido que "La mayoría concibe Internet como un metamedio o, mejor, un supramedio. Es una especie de gran contenedor en el que caben todos los medios que hemos conocido hasta ahora. Internet no sería entonces un medio sino solo el canal: como el aire por el cual circulan todas las ondas." Por su parte, Pablos, (2001) dice que "Internet, la red de redes, no es un medio de información en el sentido de (mass) media sino un medio de comunicación, en el concepto de vía de comunicación, una red, valga la metáfora, pero sólo como metáfora, de carreteras, calles y autopistas digitales, que llevan a los usuarios (hace que éstos puedan acceder) desde sus monitores de trabajo hasta los bancos de datos abiertos y a la espera de la visita de los cibernautas."

Internet es entonces un nuevo canal de comunicación que resalta, además, porque permite en su particular ambiente la combinación de todos los demás medios. En la Red están la escritura y la fotografía de la prensa, las imágenes en video de la televisión y el sonido de la radio, sumados a la interacción y personalización de mensajes. La Red, más que un medio de comunicación, es un soporte con enormes capacidades, para todos los medios de comunicación que el hombre ha utilizado hasta ahora; sus características permiten la combinación de todo, es a partir de estas aseveraciones que se justifica la denominación de la Web como un supramedio, un metamedio.

En este sentido, Flores Vivar y Miguel Arruti, (2001) señalan que "En los albores de las nuevas comunicaciones digitales, la sociedad se convierte realmente en una pequeña aldea. El concepto de distancia, de lejanía, no tiene razón de ser en esta nueva sociedad. El medio Internet nos permite acercarnos en cuestión de nano segundos o micro segundos a sitios y lugares virtuales y recabar información que antes sólo se lograba con gran esfuerzo. Internet crece cada vez más y el mundo analógico se hace cada vez más pequeño, convirtiéndose en una aldea digital, en una sociedad informatizada." (Pág. 27). La nueva etapa de la historia humana que se caracteriza por términos como informático, digital, electrónico, virtual, computarizado; tiene como protagonista a la Web: una Red de redes (La mayor red de ordenadores del mundo) a libre disposición que todo individuo que, por supuesto, cuente con los instrumentos mínimos necesarios para estar conectado.

En este sentido, Díaz (2002), afirma que "Cabe decir que Internet es una red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva, características ausentes en el caso de los medios informativos convencionales" y es lo que da origen a lo que se conoce hoy como periodismo ciudadano, que a la vez se deriva del periodismo digital y se refiere al uso generalizado de los blog en Internet.

Aterrizando en un concepto más exacto acerca de las nuevas tecnologías, se dice que estas se refieren a todos los nuevos medios que, en los últimos años, han facilitado el flujo de información, es decir, la internet, los

computadores portátiles, los celulares y todos los aparatos tecnológicos que sirven para producir, desarrollar y llevar a cabo la comunicación. En lo que se refiere a los medios de comunicación, las nuevas tecnologías han posibilitado la existencia de periódicos digitales, de publicidad en Internet, de la emisión de música y videos sin necesidad de aparatos de radio o equipos de sonido, así como de la comunicación instantánea entre personas de diversos países, con un costo económico mucho menor, que el que implican los servicios telefónicos convencionales. Un efecto notable que han tenido las nuevas tecnologías en el ámbito de los medios de comunicación ha sido el de hacer que los medios manuscritos de comunicación, es decir, las cartas y mensajes que se enviaban de un lado a otro por medio del servicio postal, hayan disminuido considerablemente.

2.6 Un mundo globalizado, un mundo de consumo informativo.

A finales del siglo veinte, la humanidad experimenta un aumento en la dispersión de la información, acompañado por un creciente abuso en el manejo de las palabras y de sus significados, tal es el caso de la palabra “globalización”, un término que ha dado de que hablar desde la década de los noventa. La temática de la globalización es poco lo que se puede afirmar. En estos últimos años, se han formulado muchos interrogantes alrededor del tema, lo cual representa un gran desafío para aquellos interesados en profundizar en esta. La trayectoria del desarrollo de este proceso sigue siendo incierta, debido a que dependen tanto de una conjunción específica de las circunstancias, como de repercusiones históricas complejas y sumamente diferenciadas, pero al final se puede establecer una definición del termino globalización como aquel que ocupa un lugar central en las ciencias sociales contemporáneas, constituyéndose en la actualidad en uno de los temas más controvertidos.

La globalización supone la desaparición de las fronteras geográficas, materiales y espaciales. Las redes de comunicación, desde Internet a los teléfonos móviles, ponen en relación e interdependencia a todos los países y todas las economías del mundo, haciendo realidad la llamada “ALDEA GLOBAL”, término acuñado por el filósofo canadiense Marshall McLuhan, como expresión de la exponencialmente creciente interconectividad humana a escala global generada por los medios electrónicos de comunicación. En 1968, McLuhan escribiría el libro *Guerra y paz en la Aldea Global*. El término se refiere a la idea de que, debido a la velocidad de las comunicaciones, toda la sociedad humana comenzaría a transformarse y su estilo de vida se volvería similar al de una aldea. Debido al progreso tecnológico, todos los habitantes del planeta empezarían a conocerse unos a otros y a comunicarse de manera instantánea y directa.

Herbert Marshall McLuhan fue el primer autor en hablar del mundo como una “aldea global” y de la humanidad como una “tribu planetaria” a raíz de sus análisis de los medios de comunicación, particularmente de la televisión, en los años sesenta del siglo pasado. A pesar de no llegar a conocer Internet ni la

revolución microinformática, sus análisis resultaron proféticos. Los medios de comunicación de masas han convertido al planeta en una aldea, una gran aldea planetaria pero aldea al fin y al cabo. Este concepto, por su indudable pertinencia, ha sido largamente empleado, aunque nunca ha dejado de tener detractores. Y es que esta aldea o, mejor dicho, su realidad, se reconstruyen y destruyen a través de los medios de comunicación, es cierto, pero es inexacta su descripción como fruto exclusivo del sistema comunicativo.

Debido a que el término globalización es utilizado en diferentes sentidos e interpretado de distintas maneras, se tomara como referencia el postulado de Bodemer (1998:5960) quien establece los siguientes elementos comunes al fenómeno de la globalización:

- Primero, la globalización no es un fenómeno nuevo, sino la continuación e intensificación de las transacciones transversales que hasta ahora habían sido consideradas dentro de la categoría de internacionalización.
- Segundo, existe acuerdo en que el núcleo de la globalización es tecnológico y económico. Es decir, la globalización es en primer lugar la de las finanzas, el comercio, la producción, los servicios y la información.
- Tercero, existe la convicción de que cualquier intento de desacoplarse o liberarse del proceso de globalización está condenado al fracaso.

La globalización es un hecho, pero también constituye una ideología: se está convirtiendo, en una ideología prefabricada. El término en cuestión oculta más que revela la complejidad del nuevo orden mundial. Según Beck (1999:40) "globalización es a buen seguro la palabra (a la vez eslogan y consigna) peor empleada, menos definida, probablemente la menos comprendida, la más nebulosa y políticamente la más eficaz de los últimos -y sin duda también de los próximos- años". Hoy en día, vivimos en una sociedad informatizada, cuyas relaciones se han globalizado con redes telemáticas, especialmente por el creciente desarrollo de Internet.

El Universal de Cartagena, es una empresa periodística que ha sabido dar los pasos necesarios para no ser derrotada por la aplicación de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación. El proceso ha sido lento, pero a través de entrevistas realizadas a profesionales de la comunicación y el periodismo que laboran hoy en El Universal, dieron a entender que aunque su propuesta digital www.eluniversal.com.co en sus inicios solo fue un Copy & paste de la versión impresa, se vio en la necesidad de cambiar la manera de trabajo periodístico para la web, enfrentados a un mundo globalizado y monopolizado por unos cuantos, que desde arriba trataban de impedir una comunicación cercana con el público, hoy se rompen las barreras lineales de la información.

A decir verdad, contestar a la interrogante de qué es la globalización no es una tarea sencilla, debido a la complejidad de los procesos que envuelve en sí mismo, dicho concepto y a la variedad de posturas existentes con respecto al mismo. Una definición del concepto es la que propone Beck (1999:42) diciendo que "globalización significa la perceptible pérdida de fronteras del quehacer cotidiano en las distintas dimensiones de la economía, la información, la ecología, la técnica, los conflictos transculturales y la sociedad civil y, relacionada con todo esto, una cosa que es al mismo tiempo familiar e inasible, que modifica a todas luces con perceptible violencia la vida cotidiana y que fuerza a todos a adaptarse a responder". Es decir, se refiere al creciente grado de interacción, integración y correlación entre los distintos actores, sectores económico, político, cultural, social, etc. y niveles local y/o nacional y externo y/o internacional del sistema internacional. Sin embargo, vale la pena aclarar que a pesar de que el término globalización denota unión, integración, interacción, correlación, etc., ello no quiere decir que éste sea un proceso pacífico o igualitario, e incluso un proceso concretado. A continuación, es pertinente mencionar unas cuantas características de esta temática que mueve al mundo en el sentido que este desee:

1. Se trata de un proceso universal, pues afecta a todos los países del planeta, independientemente de la posición que ocupen dentro de la economía mundial y del orden político.
2. Al existir un proceso irreversible de integración de los mercados, se parte de la existencia de países mejor posicionados que otros, es decir que su naturaleza económica es excluyente, porque aquellas naciones o regiones que no pueden ser competitivas, quedarán a la saga del desarrollo,
3. al ser en mercado el elemento primordial de la globalización, el Estado como unidad política y como espacio en el cual se desarrolla el gobierno y la soberanía de los países, queda en segundo plano,
4. al ser el mercado el mecanismo que rige las relaciones entre los países y regiones, la capacidad de consumo determinará su valor y no su condición humana. Por esa razón se dice que la globalización es deshumanizante;
5. está cimentada por los Medios Masivos de Comunicación, y su influencia es sobre los aspectos socio-culturales, políticos y económicos de los involucrados (el mundo entero, en otras palabras), porque permiten difundir ideas a cientos o miles de millones de personas.
6. Los mercados, el capital, la producción, la gestión, la fuerza de trabajo, la información, el conocimiento y la tecnología se organizan en flujos que atraviesan las fronteras nacionales.
7. La competencia y las estrategias económicas, tanto de grandes como de pequeñas y medianas empresas, tienden a definirse y a decidirse en un espacio regional, mundial o global.
8. La globalización empuja a las empresas y mercados a organizarse en redes estrechamente hilvanadas a escala planetaria.
9. La ciencia, el conocimiento, la información, la cultura, la educación, etc. Tienden a escapar de los límites o controles nacionales y asumir, al igual que los mercados, una lógica de red transnacional y global.

El impacto de la tecnología en la sociedad no sólo ha traído comodidad, sino que nos hace percibir el mundo de forma diferente, desde el punto de vista social, implica la reducción de las distancias entre todos los países. Juega un papel primordial en el desarrollo de las comunicaciones, ejemplo de ello es el uso de Internet. A manera de conclusión, la globalización se expone como proceso por el que la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. Así, los modos de producción y de movimientos de capital se configuran a escala planetaria, mientras los gobiernos van perdiendo atribuciones ante lo que se ha denominado la sociedad en red.

2.7 La globalización abre paso a un mundo de alto consumo informativo

Para el antropólogo García-Canclini el consumo es «el conjunto de procesos socioculturales en los que se realizan la apropiación y los usos de los productos» Cuando se habla de consumo, de manera inmediata nos convoca a pensar en el mercado o gasto. Por otra parte Salaverría, Ramón (2001) expone en su estudio sobre el mensaje periodístico titulado, Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental, que “El consumidor de información de hoy, demanda de los medios una información cada vez más profunda y actualizada sobre aquello que le interesa. Reclama imágenes que se lo muestren, sonidos que se lo cuenten, textos que se lo expliquen. Y, los reclama al instante de haberse producido la noticia.”¹²

Acaso todo se debe a la sociedad actual globalizada, en la cual se expone una idea en que el consumo no responde solamente a una satisfacción de las necesidades, sino que es una modalidad característica de nuestra civilización, al ser la única manera de actuar, en un modo activo de relación, dada de manera sistemática, y sobre la cual se basa todo nuestro sistema cultural. A partir de esta temática, se le pregunto a Pedro Mogollon, director del periodico El Universal si, ¿Las necesidades del lector es lo que demanda el desarrollo de los medios tecnológicos de la comunicación? ¿O es el avance tecnológico el que ha moldeado al lector y lo hace elegir entre un periódico digital ante el tradicional? A lo cual nos respondió “*¿Qué es primero, el huevo o la gallina? La ciencia avanza y todo lo que mejore la calidad de vida es irreversible. Las generaciones más jóvenes son “electrónicas” porque se levantan en ese entorno y prefieren la Web al impreso*” A partir de eso, se puede decir que la globalización, tanto en su origen como en sus manifestaciones, resulta ser impredecible. Pero a pesar de eso muchos tratan de alcanzar los significados de sus efectos y consecuencias.

¹² SALAVERRIA, Ramón. *Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental*. Estudios sobre el mensaje periodístico. Número 7. 2001. Edita Universidad Complutense Pag 393.

Martín Barbero (1987); considera al consumo como una producción de sentido, lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales. El consumo de medios está cambiando y a su vez está variando el modo en que los consumidores deciden interactuar con las marcas. Tal y como indicó recientemente John Deighton, de la Harvard Business School, en la era digital las marcas serán un tema de conversación habitual. En la actualidad, el consumidor medio se pasa 14 horas a la semana viendo la televisión y otras 14 en Internet, según un nuevo Informe de la EIAA13. Cada vez más, esas horas se comparten: los consumidores más influyentes y mejor valorados consumen medios realizando varias tareas al mismo tiempo, utilizan activamente medios digitales al tiempo que captan canales tradicionales como telón de fondo.

El ser humano vive en un mundo de consumo que está asociado a la necesidad de satisfacer ciertas carencias, carencias que varían de un individuo a otro y que están inevitablemente influenciadas por: las costumbres, creencias, religión, edad, sexo, nivel socioeconómico, entre otros. El periódico El Universal frente a su misión y visión institucional, comprometidos en estar siempre a la vanguardia y liderazgo, finalmente trabajan en la convergencia digital, detectan la importancia de crear contenidos para la web, y de manera paulatina le brindan al público consumidor de información, lo que ellos necesitan, un espacio en el cual interactuar y cambiar ideas.

El consumo de medios es un fenómeno constante de estudio para la comunidad académica de la comunicación, la sociología y la psicología social, entre otras ciencias, que procuran dar cuenta del papel de los medios como

¹³ La mayoría de las personas que realizan múltiples tareas a la vez en cuanto a los medios de comunicación son menores de 35 años, el 25% de ellos se encuentran en la categoría de “Jóvenes de la Era Digital” con edades comprendidas entre los 16 y los 24 años, y el 29% en la categoría demográfica denominada “Juventud Dorada” con edades entre los 24 y los 35 años. Compran casi el doble de artículos que las personas que no realizan múltiples tareas a la vez y participan mucho más en la comunicación en Internet. El 53% de ellos utiliza redes sociales (en comparación con el 33% de las personas que no realizan múltiples tareas a la vez) y el 51% usa servicios de mensajería instantánea como Windows Live Messenger (frente al 27% de los que no realizan múltiples tareas a la vez). Extraído de: http://www.educaentic.org/congreso/contenido/pdf/doc_ventajas.pdf

fuentes de información y productores de contenidos, y sobre su impacto en las audiencias. La idea del consumo no debe ser asumida solamente en perspectiva de racionalidad económica. (Rey y Barbero, 1999) dice que el consumo cultural debe ser considerado como la apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las re-significaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que los someten y los motivos de su selección.

Es por ello que el periódico el universal en la actualidad está aprovechando todas las herramientas posibles para informar y mantener activo a un público principalmente local, pero que va desde lo nacional hasta lo internacional, quienes a través de las distintas redes sociales como Facebook o microbloggings como Twitter, se acercan a una sociedad joven cautivada por las nuevas herramientas mediáticas, hasta una población adulta que entra a la convergencia tecnológica para no ser desplazados, ni rechazados por la nueva convergencia cultural.

Por otra parte puede verse en la descripción de Roberts de lo que él llama “consumidores inspiradores” y otros denominan “defensores de la marca” como aquellos que promocionan y recomiendan la marca. Aquellos [...] que sugieren mejoras y refinamientos, que crean sitios web y corren la voz. Son también las personas que actúan como guardianes morales de las marcas que les gustan. Se aseguran de que se rectifiquen los errores y de que la marca no se separe de sus principios declarados¹⁴ es lo que sucede frecuentemente con los blogs o los espacios de opinión, como foros o comentarios a hechos noticiosos, propuestos por el periódico El universal, en el que se abre un espacio de debate, de compartir ideologías y pensamientos a manera de colaboración de creación y desarrollo de conocimientos que beneficien a la sociedad de la información.

¹⁴ Roberts, *Lovemakers*, Pág. 170.

2.8 Siglo XXI en plena convergencia digital.

Con la llegada de la tecnología de la información, principalmente se creyó que lo nuevo reemplazaría rápidamente a lo antiguo, pero en realidad es resultado ser un complemento para los medios masivos, al convertirse en un nuevo soporte para la información. De ahí el significado de convergencia, para algunos es la fusión de computadoras y demás medios de comunicación, para otros el complemento de los medios o sinónimo de inteligencia colectiva. Para Henry Jenkins (2008), el término convergencia describe cambios tecnológicos, pero más culturales y sociales. Aunque en los últimos años el proceso de convergencia no se ha definido tanto por la fusión de tecnologías, como la de distintos canales de distribución, en torno a contenidos similares o iguales, principalmente Jenkins plantea, que la cultura de la convergencia representa un cambio en los modos de pensar, acerca de las relaciones que el hombre tiene con los medios de comunicación.

Antes de que se convirtiera en una idea asociada al periodismo, el concepto de convergencia fue utilizado en ámbitos tan distintos como las matemáticas, la economía o la biología (Gordon, 2003). Desde finales de los años ochenta, el término “convergencia” se emplea para aludir a una variedad de conceptos relacionados con la transformación tecnológica de las telecomunicaciones, con significados heterogéneos, que en ocasiones se complementan y en otras se vuelven elusivos. Ello se debe a la variedad de enfoques y perspectivas adoptadas en los estudios sobre la convergencia de medios: *empresarial* (Killebrew, 2005; Lawson-Borders, 2006), *jurídica* (Clements, 1998), *tecnológica* (Forgacs, 2001; Idei, 2002), *multiplataforma* (Theorodopoulou, 2003; Thompson, 1999) y *cultural* (Jenkins, Henry, 2006), al poner así de relieve la estrecha relación entre tecnologías, industrias, mercados, géneros y audiencias.

Las industrias mediáticas están experimentando otro cambio de paradigma. En la década de 1990, la retórica sobre una próxima revolución digital contenía la asunción implícita y a menudo explícita de que los medios iban a desplazar a los viejos, que internet iba a desplazar a la radio y la

televisión, y que todo permitiría a los consumidores acceder con más facilidad a los contenidos mediáticos que les resulten personalmente significativos. Asimismo, Jenkins, Henry (2007) dice que la historia nos enseña que los viejos medios nunca mueren y ni siquiera se desvanecen. Lo que mueren son simplemente las herramientas que utilizamos para acceder al contenido de los medios. [...]Las tecnologías de distribución quedan obsoletas y son reemplazadas; pero al final sencillamente los medios evolucionan.

Con la llegada de la Revolución de la Información, nombrada de esa manera por Cordeiro en 1998, como aquella etapa de cambios rápidos y constantes, se dio inicio a los grandes pasos de la computación, la informática y el Internet, de tal manera, que esa red registrada como una nueva forma de comunicación humana empezó a causar un impacto profundo en el trabajo, ocio y sobre todo en el conocimiento y formación de nuevos perfiles profesionales a nivel mundial, al hacer un gran salto en el proceso comunicativo.

Negroponte Nicholas (1978), usa por primera vez la palabra “convergencia” para describir la intersección de medios, empezó a popularizarla, y la describió como el proceso a través del cual las diversas industrias de medios empezarían a combinarse y crear un nuevo medio de comunicación. El pronóstico de Negroponte fue una proyección muy exacta de lo que ocurrió, y sirvió para establecer el marco del pensamiento actual respecto a los medios digitales.

Citando a Henry Jenkins, en su obra *Convergence Culture*, la convergencia mediática es más que un mero cambio tecnológico. Que altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público. Igualmente cambia la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y el entretenimiento los consumidores de los medios.

Existen diversas maneras en que se puede entender el concepto de convergencia, ya sean desde el ámbito tecnológico, mediático, en los contenidos, acerca de los usuarios y, por supuesto, de los profesionales de los medios de comunicación. Debido a las innovaciones tecnológicas, hoy se tiene

la posibilidad de permitir la integración de sistemas y aplicaciones digitales en un solo canal, como señala Manuel Castells (2001), al final todos se convierten en eslabones de las cadenas comunicativas: redes técnicas, sociales y económicas que tienen como finalidad sobrevivir en un mundo de constante reconversión mediática, sobrevive solo el que enfrente la revolución digital, lo cual exige medidas grandes de planificación, creatividad y competencia por parte de los profesionales.

A mediados de los noventa, la digitalización ha facilitado la denominada convergencia tecnológica, concebida como la capacidad de las infraestructuras para adquirir, procesar, transportar y presentar simultáneamente voz, datos y video sobre una misma red y un terminal integrado (Prado y Franquet, 1998). Los medios tradicionales se adaptan a la incursión y desarrollo de los nuevos medios interactivos; donde los medios convencionales (prensa, radio, televisión) han de reorganizarse para evitar la extinción. Precisa la renovación de los soportes y formatos. (Herrerros, Cebrián, 2001) señala que la convergencia digital no supone un cambio brusco, sino una evolución crecientemente acelerada que consume etapas en menos tiempo y que, en lugar de sustituciones, produce acumulaciones o momentos de convivencia de unas técnicas y procesos comunicativos tradicionales con otros innovadores (p. 13).

Con la intención de ofrecer una definición que abarque los ámbitos mencionados, varios autores han descrito la convergencia con la aplicación de diversos términos, por el solo hecho de que dicho fenómeno adquiera una connotación particular en la participación e impulso de las tecnologías así como en el auge de los procesos de digitalización de contenidos de los diferentes soportes, lenguajes, mensajes, códigos, modos de distribución y consumo de información. Se puede hablar, por consiguiente, en diferentes terminologías de convergencia: puede ser digital, mediática o de medios y tecnológica.

Gracie Lawson-Borders (2006: 4) define la convergencia como “un conjunto de posibilidades concurrentes de cooperación entre medios impresos y electrónicos en la distribución de contenidos multimedia por medio del uso de

ordenadores y de internet”. Se puede desprender de su definición que la red y los ordenadores son las fuentes agregadoras de contenidos generados por diferentes medios, y distribuidos a través de diversas plataformas.

La convergencia también incide en el producto periodístico, ya que posibilita modificar las características formales de los contenidos así como lo propios hábitos de la audiencia para usar e interactuar con dichos contenidos. En el entorno de convergencia de medios, la comunicación se caracteriza por la inmediatez, multimedialidad, interactividad, participación, profundización, estructura no lineal y personalización que ofrece a los usuarios. García Avilés enumera los siguientes cuatro como los principales ámbitos de la convergencia digital:

- **Tecnológica:** La convergencia va mucho más allá de la transmisión de contenidos de manera conjunta por las mismas redes, como en los medios tradicionales. El acceso a Internet a través del móvil, la edición de audio y vídeo, la emisión de información mediante servicios vía satélite o digitales terrestres, la distribución de contenidos por redes de banda ancha y las posibilidades de almacenamiento e intercambio de programas a través de sistemas digitales, modifican el esquema tradicional de medios basados en un único soporte.
- **Empresarial:** Favorece la cooperación entre empresas de distintos sectores y la diversificación de soportes y canales de distribución por parte de los grandes grupos. Así, las empresas suelen estar presentes en uno o más elementos de la cadena de valor, por lo que la convergencia les induce a considerar la posibilidad de participar en actividades distintas a las de su negocio tradicional. Las alianzas horizontales se realizan para compartir riesgos y para reunir competencias complementarias. Las alianzas verticales se apoyan en la convergencia tecnológica para penetrar en otros segmentos de la cadena de valor superior o crear economías de escala.

- **Los medios integrados** en un mismo grupo pueden beneficiarse de las colaboraciones en varios ámbitos: comparten fuentes informativas y documentales; gestionan publicidad conjuntamente para varios soportes; el prestigio de los medios más consolidados favorece a las iniciativas más recientes; pueden utilizar los mismos inmuebles y sistemas de producción, así como aprovechar los estudios de mercado del grupo.
- **Comunicativa:** Alude a las nuevas actitudes de los usuarios y los hábitos de consumo en los distintos soportes. En este sentido, los jóvenes ya han aprendido a usar los medios de modo convergente (Internet, SMS, videojuegos, revistas...) [...]
- **Profesional:** [...] la convergencia de redacciones implica la redefinición del trabajo y de las destrezas de los periodistas. Los índices de incremento en el número de usuarios y en la inversión publicitaria en Internet propician la transformación de las redacciones separadas en una estructura organizativa que responda a las nuevas necesidades que debe afrontar la empresa de comunicación multimedia. El soporte digital permite una mayor versatilidad en los contenidos y una interactividad que transforma algunos aspectos del periodismo tradicional.

En el mismo orden de ideas, la convergencia realizada por las industrias de medios de comunicación análogos, como el periódico El Universal, al ser una de las principales causas, que ha llevado a contemplar de manera detallada, cada una de las herramientas de las actividades tradicionales de comunicación periodística, en cuanto a géneros, formatos y lenguajes que exponen las características sociales para la existencia de una buena comunicación, así proveer al público de información, cuando lo quieran, donde lo quieran y en el formato que prefieran, mientras se mantenga la calidad y veracidad en la información. (Salaverría, Ramón, 1999, resumen, 1) señala:

La prensa digital en Internet, a medida que se multiplicaba durante los últimos años, ha experimentado un primer asentamiento de

estándares técnicos y profesionales (...) Las técnicas redaccionales clásicas de la prensa de papel, tales como el empleo en la escritura de noticias del formato textual conocido como pirámide invertida, se han trasladado a la publicación en Internet y apenas se han incoado formas nuevas de informar que aprovechen a fondo las potencialidades hipertextuales del nuevo medio(...) el empleo de los tipos básicos de escrito —narración, descripción, exposición y argumentación— como nuevo criterio para organizar y redactar las informaciones periodísticas en Internet.

En coherencia con lo anterior, cabe resaltar que a principios de los noventa, muchos periódicos se animaron a lanzar las primeras ediciones digitales en la World Wide Web de tal manera que los estándares profesionales de la prensa en Internet, experimentaron un rápido proceso de expansión, asentamiento y paso a lo que hoy llamamos convergencia de medios. Por otra parte, Berelson, Bernard (1964, citado en Fiske, 1984) plantea que la comunicación es “el acto de transmitir información, ideas, emociones, habilidades, por medio del uso de símbolos, palabras, cuadros, figuras y graficas” (p. 112). A partir de esta definición, se plantea que cada medio está destinado para un tipo de información o datos idóneos, a ser transmitido de forma correcta y apropiada por su respectivo canal, hacia su receptor. Lo importante es comprender cómo se puede mejorar la exactitud y eficiencia del proceso de la información.

El intercambio de mensajes entre personas, es uno de los muchos significados que se le da al término de comunicación, el cual a través de los tiempos ha ido cambiado, de manera independiente a los aparatos o canales que se empleen, para facilitar la interrelación a distancia. Según McLuhan, Marshall (1987) “*los medios por más complejos y sofisticados que parezcan, (...) son simples transportadores de mensajes positivos o negativos, alienantes o liberadores, informadores o distorsionantes*” (pág. 30) al final no importa el

medio, sino como se emplee para difundir información, para facilitar el acceso de dicha información por parte del lector. Martín Barbero, Jesús Abril, 2003 *“La prensa, la radio y la televisión colombiana incorporaron las nuevas tecnologías, modernizaron los formatos y se adaptaron a las tendencias predominantes en la comunicación actual”* A partir de esta racionalidad, se puede explicar la búsqueda del hombre, en mejorar su forma de vida, incluido el proceso de comunicación entre el periodista y el público, causado por las ansias de emplear nuevas y mejores tecnologías, para satisfacer las necesidades de conocimiento adaptables en la actualidad.

De esta forma, el proyecto de grado quiso explorar los nuevos retos enfrentados por el periódico El Universal y profesionales de la comunicación y periodismo, como necesidad de cambio social, causado por la Internet y las nuevas tecnologías que desarrollaron nuevas formas y canales de información, y es preciso cuando El Universal por no quedarse como los desadaptados mediáticos, enfrentan al principio con recelo, el proceso de transformación metódica en creación de contenidos para la web. Como señala Martínez Mahugo (2006, parra 5) *“Gracias a internet todos nos hemos enriquecido con un nuevo derecho: el derecho a editar, el derecho a publicar informaciones, opiniones, comentarios o cualquier asunto que nos venga en gana y pregonarlos en una audiencia potencialmente mundial”*. Las posibilidades editoriales y participativas se han expandido de forma sorprendente y con base en los medios de comunicación, la industria periodística se ha ido extendiendo de manera fulminante, brindando al publico diversidad de formatos informativos, dependiendo del consumo de información de cada individuo.

Anteriormente, se mencionaba que la convergencia representa un cambio cultural, y no debe encasillarse en un solo significado, ya que es una palabra que logra describir desde los cambios tecnológicos, industriales, culturales hasta los sociales, por ello se trabajan desde diversos puntos de vistas, para establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos. Se puede hablar de la convergencia tecnológica como aquella que alude a la capacidad de las infraestructuras para adquirir, procesar, transportar y

presentar simultáneamente voz, datos y vídeo sobre una misma red y un terminal integrado. Las nuevas aplicaciones y servicios se solapan y confluyen en los sectores de la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual.

La convergencia no implica la estabilidad o la unidad definitiva, la convergencia crea múltiples formas de vender contenidos a los consumidores, opera como una constante fuerza de unificación, mas siempre en tensión dinámica con el tiempo, porque la convergencia fortalece la fidelidad del consumidor en un tiempo en que la fragmentación del mercado y la proliferación de los ficheros compartidos amenaza las viejas formas de hacer negocio.

Según (Jenkins Henry, 2005) ninguno de nosotros sabe realmente como vivir en esta era de convergencia mediática, inteligencia colectiva y cultura participativa. Estos cambios provocan ansiedades e incertidumbres, incluso pánico, pues imaginamos un mundo sin porteros y vivimos la realidad de un poder mediático corporativo en expansión. Nuestras respuestas a estos cambios no pueden plasmarse fácilmente en los términos ideológicos tradicionales: no existe una respuesta unánime a la cultura de la convergencia por parte de la derecha ni de la izquierda. (p. 176) y es lo que enfrentan a diario los periodistas del periódico El Universal, Ledis Caro Editora digital nos comentaba en una entrevista que se le realizo y dejo claro que en cuanto a la convergencia digital *“el cambio ha sido brusco (...) veníamos de un medio impreso, antes se tenía más tiempo para investigar cosas, pero con el periodismo digital trajo la rapidez y la inmediatez (...) se debe afrontar un cambio de mentalidad para un buen proceso de convergencia”* no ha sido la única que ha visto difícil, pero necesario el cambio. En general, El Universal sito la necesidad de poder ofrecer la posibilidad de que cada uno de los usuarios del servicio recibiera y escojera de una amplia gama de posibilidades, solamente lo que a él le interesa. Gracias a la interactividad, el periódico conocerá cuáles son las necesidades de cada uno de sus lectores y de forma automática le hará llegar las informaciones más importantes que él desee.

De acuerdo a lo anterior, la aplicación de las tecnologías de información en los medios de comunicación, facilitan la permanencia de usuarios conectados y así convierten al receptor en un potencial emisor que puede compartir información desde cualquier lugar y momento. El Universal, al ser la muestra en este proyecto de grado, se tiene en cuenta que publica información actualizada en su página web www.eluniversal.com.co y en las redes sociales como Twitter y Facebook, maneja contenido RSS y ofrece sus servicios directamente a los teléfonos móviles o cualquier aparato que soporte la internet.

La cultura de la convergencia del periódico El Universal y los medios en general, han enfrentado un cambio continuo, ampliando las oportunidades de que los grupos populares, puedan hablar con los medios masivos, promueve una reingeniería en la gestión de información en los medios de comunicación. La tendencia es la convergencia de las redacciones. "Los directivos que abogan por la convergencia comparten la visión estratégica de que su negocio no se basa en el papel, en la televisión o en Internet, sino en la información. De esta manera, pretenden aprovechar las ventajas que incorpora la tecnología digital".¹⁵ Al aceptar a la Internet como nueva herramienta de comunicación, El universal de Cartagena, da un gran paso a la convergencia y a la creación de redacciones digitales, trabajando con múltiples medios integrados de forma simultánea. De tal manera que se transformo de un modelo basado en la producción, a otro basado en la gestión de información, para establecer una verdadera comunicación.

El desplazamiento y convergencia del periódico El Universal, hacia el internet, pasa por una asociación digital, una diversidad de contenidos, una interactividad con los usuarios en la red, causado por la globalización, que a su vez a generado serios debates sobre la existencia de una doble y simultánea tendencia de la comunicación en este nuevo siglo, de la atención a lo local, dos caras dentro del mismo mundo informativo. Lo local en búsqueda de un espacio en la proximidad, mientras que la tecnología y la economía conducen a un

¹⁵ Centro de Estudios Audiovisuales (CEA). Universidad de Navarra. Las tendencias que marcarán la televisión del futuro. Disponible en: http://profesional.latino-television.com/noticia_01.phtml?id=2711&aut=0&fec=1

escenario que cada vez tiene menos barreras (*Fernandez Parratt, Sonia*)¹⁶. Sin embargo, la equidad en el manejo de la información, permite que los medios locales tengan relevancia global.

Por supuesto, la evolución de la tecnología ha tenido gran presencia y significado en los procesos de comunicación, ha sido lenta, pero a su vez progresiva a través del tiempo y el espacio, siempre congruente en la mejora de la calidad de vida, en la cual cada medio ha tenido su respectiva atención o apogeo en distintas épocas, causando un interés en explorar y mejorar los instrumentos o canales de transmisión de información, al complementarse uno con otro, dando paso a lo que hoy conocemos como: periodismo digital, lenguaje periodístico, la internet y convergencia de medios, al convertir la transmisión y transferencia de información por vía electrónica, en un fortalecimiento informativo para las empresas periodísticas.

Las nuevas tecnologías mediáticas han disminuido los costes de producción y distribución, han ampliado el repertorio de canales de distribución disponibles, y han facilitado a los consumidores para archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos de maneras nuevas y poderosas *“La información de actualidad o periodística tiene una importancia vital hasta el punto de que podría considerársele como un factor de desarrollo, de hecho en sentido general responde a una necesidad de conocimiento y de formación, así se convierte a la información de actualidad en documentación social”* (Donaldo Vilorio, Donaldo A., 2005, Pág. 21). Lo cual indica, la importancia del manejo de contenidos, al tener como naturaleza misma la comunicación, al determinar el influjo que puede tener en el hombre, enfatizando que no existiría periodismo, sin la efectividad de la información que se recoge, procesa y emite.

McLuhan (1996 citado por López Forero, Luis, 2003) afirma que: *“Los medios actuales, son como las extensiones de los sentidos del hombre”*(pág. 30) Al ser la comunicación y la información imperiosas necesidades vitales de

¹⁶ Tomado de un aporte acerca del macro fenómeno de la globalización. Fernández Parratt, Sonia. La globalización de la comunicación. *Robertexto*. Extraído el 29 de diciembre del 2009 de http://www.robertexto.com/archivo14/globaliz_comu.htm

los individuos, surgen como intermediarios los canales o los medios de comunicación, encargados de transportar mensajes e información positivas o negativas, al perceptor de dicho medio. La importancia de la información no radica sobre qué medio es más cosmopolita y cual no lo es, todo radica en llevar el mensaje sobre determinado fenómeno de la manera más clara y organizada posible.

A partir del orden de ideas planteado en párrafos anteriores, sobre las principales contribuciones de revitalización y convergencia de medios impresos con los electrónicos, Donado Vilorio, Donald A. realiza un aporte que cabe resaltar acerca de: *“La presentación impresa de un diario y su versión digital en Internet son absolutamente complementarias. La base de ambas es el periodismo escrito. Son dos ofertas distintas en su soporte”* (P. 174). Considerando que el internet no reemplazara a la prensa escrita, al ser estos últimos los que imponen un nuevo medio, con nueva lógica a través de sus versiones en la red, como es el caso del periódico El Universal en la ciudad de Cartagena.

Los medios de comunicación son un poderoso mecanismo que pretenden ir desplegándose en el cambio y evolución informativa y estructural, para así transmitir los hechos actuales de mayor importancia, de la forma más rápida, verídica, eficaz e interactiva, así como se transforman los medios, se transforman los perfiles profesionales de los periodistas, García Avilés, José Alberto (2006, marzo 6) habla acerca de la necesidad de preparar nuevos periodistas:

La convergencia lleva tiempo. Al periodista ahora se le pide que elabore la noticia no sólo para su medio, sino para otros. Ello requiere aprendizaje, porque ha de redactar la noticia del modo apropiado para el medio audiovisual, y ha de reescribirse para el diario en Internet. Mientras que los hechos de la información son los mismos, cada medio tiene su estilo propio. También el flujo informativo y la presión del cierre son distintos.

Como resultado de lo expuesto en la anterior, se infiere que la convergencia no tiene por qué cambiar la filosofía y la responsabilidad de un medio de comunicación, nos comentaba Germán Mendoza Diago, Editor general del periódico El Universal. Quien piensa que solo se debe reforzar la responsabilidad y el perfil de cada personal de redacción, para fomentar a los periodistas, a utilizar una nueva retórica y el compartir de valores comunes y demás fundamentos de su profesión.

En cuanto a la convergencia digital de texto, imagen y sonido posibilita que las redacciones tradicionales se transformen en las redacciones multimedia del futuro. Se trata de un término que se ha venido utilizando desde mediados de la década de los ochenta, para aludir a una variedad de asuntos relacionados con la transformación tecnológica introducida por la digitalización en el desarrollo de las telecomunicaciones. Al preguntar a Edison Monsalve, docente de cátedra de creación de contenidos web, del programa de comunicación de social de la Universidad Tecnológica de Bolívar, acerca de cómo las transformaciones de las nuevas tecnologías afectan a la enseñanza del periodismo en la academia nos respondió que *“En el momento de pensar en comunicación o periodismo el impacto y cambio es mucho más grande, hay que pensar más que información plana, pensar en video u audio que sustente mucho más un hecho, hay que cambiar de pensamiento, antes el personal periodístico era más lineal, mas de texto, pero las nuevas generaciones no lo son tanto, ahora nacen con esa parte de la tecnología, como ciudadano digital”*, es decir, que se debe aprender a escribir y redactar para acoplarse al nuevo medio.

Ante el aporte teórico de los anteriores autores y opiniones de profesionales del periodismo en Cartagena, se constituyen como nuestra fuente bibliográfica, al hacer pertinente la categorización destinada al análisis de los distintos aspectos, donde la convergencia digital ha comenzado a marcar un camino y, a la vez, transformado evidentemente los perfiles profesionales de los periodistas, empresarios de los medios, educadores y consumidores de la información. Cabe resaltar que a partir de las mencionadas teorías, se

sustentan las brechas existentes del proceso de transformación e impacto de los cambios de la función, estructura, diseño e importancia de la aplicación tecnológica en la prensa escrita, a partir de los orígenes y usos naturales de la comunicación en los dos formatos de presentación de información del periódico El Universal, al ser este el objeto de estudio del presente proyecto de grado.

Asimismo, se hace cada vez más necesaria la integración entre los periodistas que trabajan en cibermedios y los de medios tradicionales, esto es el llamado de la convergencia, a ese proceso, que no es un punto final. Como lo planteaba Henry Jenkins en su libro *Convergence Culture “Bienvenidos a la cultura de la convergencia, donde los viejos medios chocan con los nuevos, donde los medios populares y los corporativas se entrecruzan, donde el poder del productor mediático y el poder del consumidor mediático interaccionan de maneras impredecibles”*.

A manera de conclusión, cabe resaltar que el periódico el universal , se encuentra en una etapa de convergencia digital, necesaria y obligatoria para la evolución y progreso de dicha empresa periodística, al brindar al lector y/o usuarios la opción de elegir entre dos ediciones distintas, pero a la vez complementarias; lo cual determina la elección de los lectores a la hora de leer el periódico, según las circunstancias y gustos de cada individuo, ya sean por factores como el lugar, la finalidad o el tiempo, ya que ambas ediciones se compaginan, para ofrecer la información tanto en la pantalla como en el papel. De este modo, se alude a un proceso de integración de modos de comunicación, que se convierte en una nueva alternativa de complemento informativo, para la empresa periodística de la región Caribe, dirigida a un primeramente a un público local, pero a la vez a un público mundial.

Capítulo III

METODOLOGÍA: EL UNIVERSAL
ASUME LA CONVERGENCIA DIGITAL

3. DISEÑO METODOLÓGICO

De una manera breve, se define a continuación desde los objetivos de la investigación de grado, la forma en que se expone en conjunto la sustentación en cuanto a la metodología empleada para el desarrollo del presente proyecto:

- Al tener como objetivo principal de este estudio, describir el proceso histórico e impacto de la convergencia digital del periódico El Universal de la ciudad de Cartagena. El trabajo realizado en el marco teórico capítulo II hace de sí mismo, una reseña histórico-descriptivo sobre el proceso evolutivo de los medios de comunicación masivos, junto a la aplicación y convergencia de los medios en un campo digital, con una significativa referencia bibliográfica que expone los más importantes aspectos del desarrollo tecnológico de los medios de información hasta el día de hoy.

Seguido de un reportaje que lleva como título “historia y proceso de convergencia digital del periódico el universal” en el que se destaca el objeto de estudio del proyecto de grado, de cómo ha ido progresando el Universal a través del tiempo, desde sus inicios como empresa periodística que empezó como un medio impreso y luego de 6 décadas incursiona en la web, como lo hicieron los principales diarios del país. En sus primeros pasos, enfrentados a las nuevas tecnologías, se da conocimiento acerca de la forma en que El Universal, enfrente los cambios al mundo digital, y de cómo en sus inicios se realizaba el montaje completo del material impreso a la web, pero con el pasar del tiempo se dieron cuenta de la necesidad de mejorar los contenidos del medio digital, giraba en torno a la inmediatez, actualización constante, hipertextualidad y por tener un lenguaje y retórica diferente a la del impreso, hasta el momento le falta mucho camino por recorrer, pero en la actualidad se encuentran en un proceso paulatino de convergencia, descrito por los mismos directivos y profesionales del periódico, a través de entrevistas semi-

estructuradas con dichos profesionales, donde nos comentan las razones e importancia de la convergencia a la plataforma digital www.eluniversal.com.co, y sobre los nuevos modos de hacer periodismo.

- Uno de los objetivos específicos de la tesis, es el de presentar las características y estructura básica del periódico El Universal y su versión digital, mediante un análisis descriptivo referente a la primera plana en las publicaciones del 7 y 8 de febrero del 2010 y de los días 11 y 13 de marzo del mismo año, para identificar relaciones y diferencias significativas en la presentación de información de ambos formatos. La descripción y análisis de la información cualitativa están estrechamente vinculados, de ahí la técnica de *análisis descriptivo*. La investigación cualitativa proporciona una descripción y explicación de un fenómeno, su esencia, naturaleza y comportamiento, al ser una de las razones por la que se fundamenta la realización de dicho análisis en el primer objetivo específico, fue la mejor forma de recoger e identificar las características principales del periódico El Universal y la pagina web www.eluniversal.com.co, nos centramos en revisar la información periodística, su estructura, en la identificación de los vínculos, patrones y temas comunes en el medio impreso y en el digital, para luego ordenar los hechos y presentarlos en el informe del capítulo IV, en la en la sección de Resultados.
- El segundo objetivo específico de la tesis de grado, es determinar cuál es el perfil profesional de un periodista de El Universal de Cartagena, conforme a la convergencia digital de este medio de comunicación. La metodología empleada fue la entrevista semi-estructurada, para conseguir de la fuente directa la información requerida para armar el perfil, en sumatoria con la referencia encontrada en el campo de exploración de literatura, como soporte teórico a lo expuesto por los profesionales del periódico.

Dentro de los estudios investigativos explorados en las universidades de Cartagena con carreras de comunicación social, acerca del periodismo, se encontraron distintos trabajos que se encargan de analizar el comportamiento de los emisores o receptores de información de los medios masivos, sin embargo, existen muy pocos estudios sobre el proceso, el desarrollo o los cambios aplicados a los medios masivos y su aplicabilidad en cuanto a las nuevas tecnologías, es más, las investigaciones en la temática de convergencia digital de la prensa, es nula, sustentado desde la revisión bibliográfica, de monografías y tesis de grado en tres universidades de la ciudad de Cartagena¹⁷, lo cual se convierte en una característica de *estudio exploratorio*, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (1991, p. 59) ocurre “cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”.

Patton define los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. En este trabajo de grado, se contemplaron técnicas y procedimientos, particulares de una *investigación cualitativa*, desde la definición que brinda Hernández Sampieri, 1997, en “metodología de la investigación”, se presentan ciertas características básicas, que describen las particularidades de esta tesis.

1. Se utilizo la recolección de datos sin medición numérica para descubrir y perfeccionar preguntas de investigación durante el proceso de interpretación de las teorías y fundamentos teóricos mencionados en el capítulo II.
2. El enfoque se basa en métodos de recolección de datos. Al utilizar técnicas como la observación, entrevistas, revisión de documentos, evaluación de experiencias personales e interacción.
3. El proceso de indagación es flexible y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría.

¹⁷ Universidad Tecnológica de bolívar, Universidad Jorge Tadeo Lozano y la Universidad de Cartagena.

4. Postula que la “realidad” se define a través de las interpretaciones de los participantes de la investigación respecto a sus propias realidades. Además son realidades que van modificándose conforme transcurre el estudio. Estas realidades son las fuentes de datos.

Además de las características anteriores, el estudio se enfocó en una investigación de carácter descriptivo, Danhke citado por Hernández, Fernández y Baptista (2003), señala que *“los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”* es decir, se permitió medir la información recolectada para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las características de la convergencia digital del periódico El universal.

Para Tamayo (1998) la investigación descriptiva: *“Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque que se hace sobre conclusiones es dominante, o como una persona, grupo o cosa, conduce a funciones en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de los hechos y sus características fundamentales es de presentarnos una interpretación correcta”*. En el cual se describieron las propiedades importantes del objeto de estudio, en las que mediante un análisis descriptivo de la primera plana del periódico El Universal y www.eluniversal.com.co de las publicaciones: domingo 7, lunes 8 del mes de febrero del 2010 y jueves 11, sábado 13 del mes de marzo del 2010, se llevó a cabo una descripción de la estructura del lenguaje y estructura periodística, en cuanto al diseño, tanto del formato digital como impreso, con la finalidad de exponer como se está dando la convergencia digital en el periódico regional El Universal. El estudio de la primera página tuvo en cuenta la revisión de título, antetítulo lead, ubicación de contenidos, fotografía, gráficos, agencias y empleo de multimedia, para el caso de la versión digital. Que se exponen en el capítulo IV, en los resultados.

Con este capítulo se presentan los procesos que permitieron sustentar, analizar, verificar la pregunta problema, y objetivos de la investigación. Para ello se tuvo en cuenta:

Población objeto de estudio: Compuesta por el periódico el universal de Cartagena y su versión digital www.eluniversal.com.co. Así como un Sustancioso abordaje a profesionales del periódico; además de docentes del área de comunicación y materias afines con las nuevas tecnologías, catedráticos de la Universidad Tecnológica de Bolívar, sustentado desde la obtención de testimonios por parte de los responsables en la formación integral, académica social y publica de la comunicación e información en la ciudad. De tal manera, que los conocimientos complementen la sustentación de la temática que gira alrededor de la creación de un nuevo perfil profesional del periodista.

Muestra: La recolección de la muestra específica, está sustentada como una investigación transversal debido a su realización y estudio de corta duración, construida por el estudio de la primera plana del periódico El Universal, en los días: domingo 7, lunes 8 del mes de febrero del 2010 y jueves 11, sábado 13 del mes de marzo del 2010 con su respectivo análisis de la versión digital www.eluniversal.com.co.

Los días escogidos para el análisis fueron elegidos de manera circunstancial, eso en cuanto a la fecha. Sin embargo, se tuvo en cuenta la diferencia que existe entre la redacción y estructura del diario en el fin de semana y al inicio de la misma, con la finalidad de conocer la condición en que se da el periodismo tradicional y el digital en la presentación de contenidos en diferentes días. La muestra fue escogida solo para especificar si www.eluniversal.com.co era solo una plataforma en la web en la que el contenido era el mismo encontrado en el impreso, o si se estaba creando un contenido diferente, característico del periodismo digital, asimismo para plantear y demostrar la diferencia en cuanto al estilo, diseño y narración de las noticias, en ambos medios masivos.

Como unidad de análisis, se escogió la descripción de la estructura básica y manejo informativo de la primera pagina de periódico El universal y su versión digital www.eluniversal.com.co. ¿Por qué la primera pagina? Porque es rica en contenido, por su amplia descripción de lo que se encontrara en el interior del periódico. A raíz de eso, se realizo un cuadro descriptivo, seleccionando aspectos o categorías tales como la revisión de los titulares, características narrativas, número de publicación de noticias, imágenes, extensión, utilización de otros recursos narrativos, gráficos, textuales u audiovisuales (el medio digital). Ya explicados ampliamente en el capítulo II.

En este *estudio cualitativo*, se emplea una muestra pequeña no aleatoria, lo cual no significa que como investigadoras naturalistas no nos interese la calidad de las muestras, sino que se aplicaron criterios distintos de selección. Se tuvo en cuenta que el interés de la presente investigación cualitativa, es centrarse en un caso que presenta interés intrínseco, para descubrir significado y manifestar una realidad, esa realidad es la convergencia digital del periódico El Universal, con el fin de desarrollar y estudiar la teoría de aplicabilidad de la convergencia, en el periódico El universal de Cartagena, entonces la selección de los casos, se diseño de forma que se puedan generar varias categorías y propiedades para encontrar relaciones y diferencias entre medio impreso y versión digital, esas muestras teóricas fueron planteadas de forma amplia, en el capítulo II, donde se represento un problema teórico, desde una situación social y meramente cultural.

- Se llevaron a cabo *Entrevistas Semi-Estructuradas*: “aquella en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas. No se guían por un cuestionario o modelo rígido.”. (Hernández Sampieri, et al.) fueron realizadas al personal profesional del periódico El Universal (periodista tradicional, editor del periódico digital, director del periódico, jefes de prensa y web máster), además, entrevistas a docentes de cátedra en comunicación y aplicación de nuevas tecnologías, de tal manera conocer cómo ha sido el proceso de convergencia digital de la

prensa a la web, conocer las características estructurales de cada medio y crear un referente bibliográfico con un tema que no ha sido estudiado en profundidad en la ciudad de Cartagena, y a la vez con la información recogida en las entrevistas, y demás referencias bibliográficas, describir las características principales del perfil actual del periodista digital.

En las entrevistas se tuvieron en cuenta:

- Muestra de Expertos, por ser característicos y frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios, se tuvo en cuenta la opinión de sujetos expertos en el tema de periodismo tradicional y aplicado al mundo digital. Se empleo esta muestra porque el objetivo fundamental es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad, ni la estandarización, y con la elección de las fechas domingo 7, lunes 8 del mes de febrero del 2010 y jueves 11, sábado 13 del mes de marzo del 2010, son suficientes para demostrar que si existe una convergencia digital del periodico El Universal de Cartagena, que aunque actualmente se están desarrollando estrategias para mejorar e introducir mas características de estructura y manejo de contenido web a la pagina www.eluniversal.com.co el proceso ha sido largo, pero latente y consistente al desarrollo tecnológico del medio de dicha empresa periodística. Sustentado a través del cuadro descriptivo y de las entrevistas realizadas a directivos, editores y periodistas del periódico El universal, nuestra población de estudio. Y fue utilizado porque desde la perspectiva fenomenológica se analizan los valores y significados que arrojo el estudio descriptivo de las publicaciones del medio impreso y digital del periódico El Universal, junto con el sustento de profesionales de la misma empresa periodística cartagenera.

Para la sustentación de esta investigación, se tomaron dos tipos de expertos:

- Profesionales en el tema de nuevas tecnologías aplicadas a las comunicaciones y periodismo tradicional (docentes universitarios de la Universidad tecnológica de Bolívar)
- Profesionales del periodismo de El Universal de Cartagena (versión impresa y digital). A continuación se exponen, los nombres, profesión y cargos de los expertos entrevistados, en torno a la temática de la convergencia digital:

1. Director del periódico El Universal: Pedro Luis Mogollón-periodista.
2. Editor del periódico El Universal: Germán Mendoza Diago, Periodista.
3. Editora digital del periódico El Universal: Ledis Caro. Comunicadora social-periodista.
4. Periodista El Universal: Rubén Darío Álvarez- Comunicador Social- Periodista.
5. Periodista El Universal: Juan Martín Sánchez Gómez - Comunicador Social- Periodista.
6. Analista y desarrollador web del www.eluniversal.com.co: Elkin Taharon- Ingeniero de sistemas.
7. Director de programa de comunicación social de la Universidad Tecnológica de Bolívar: Pedro Segovia Cabrales, Magíster en Comunicación, Politólogo y Licenciado en Literatura Hispánica.
8. Docente de cátedra de creación de contenidos web de la Universidad Tecnológica de Bolívar: Edison Monsalve Cuartas. Técnico Tecnólogo en Sistemas - Análisis y Programación de Computadores con certificaciones de casos matrices.

Para conocer las respuestas arrojadas en las entrevistas (ver anexos en el formato CD-R).

Este informe final, ofrece una visión *exploratoria descriptiva* acerca de las características que afronta el periódico El Universal ante el desarrollo de la convergencia digital. De la misma forma, por medio de una investigación y planteamiento histórico, se encontraron aportes que han hecho otros estudiosos acerca del periodismo digital, mencionados desde los antecedentes investigativos de temáticas relacionada con las nuevas tecnologías. Se realizó un listado de los aportes más representativos e influyentes en el estudio sobre los cambios que han traído los nuevos medios.

A partir de toda esta recolección de datos, basadas en la sustentación por medios audiovisuales, con grabación y pruebas físicas o digitales de entrevistas realizadas al personal seleccionado del periódico El Universal, de archivos obtenidos de charlas y jornadas vinculadas a la temática central del proyecto de investigación dictadas por profesionales capacitados en la temática de medios de comunicación con manejo de aplicación de nuevas tecnologías, se presentara más adelante un análisis e interpretación de todos los resultados obtenidos en el proceso investigativo, para finalizar con las conclusiones derivadas del presente proyecto de grado.

3.1 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO

3.2 Cronograma de Actividades

El proyecto de grado, primeramente surgió en una clase en el año 2008, pero la elaboración se llevo a cabo en un período de seis meses, se dio inicio concretamente y de manera inmediata a partir de noviembre del 2009 y se finalizo en el mes de abril de 2010.

DURACIÓN FASES	Oct. 2009	Nov. 2009	Dic. 2009	Ene. 2010	Feb. 2010	Mar. 2010	Abr. 2010
1. Observación Exploratoria							
2. Exploración y Revisión de la literatura							
3. Perspectiva teórica							
4. Población y muestra							
5. Recopilación de datos							
6. Análisis de datos							
7. Anteproyecto							
8. Informe final							

En el cronograma anterior se plantea la duración, a continuación se explica en un cuadro de resumen la metodología, de dichas Fases de la investigación.

FASES	ESPECIFICACIÓN
Fase 1	Conceptualización del periodismo digital, periodismo tradicional, perfil profesional del periodista convergencia, (orígenes, características y problemáticas) a partir de la bibliografía sobre el tema desde sus orígenes e impacto hasta la actualidad.
Fase 2	Elaboración de una lista de monografías, publicaciones investigativas y

	proyectos de grado de las universidades de Cartagena que tienen carreras de pregrado en comunicación social, con relación al periodismo digital.
Fase 3	Selección de fecha del periódico El Universal, para el inicio de un análisis descriptivo de la estructura de la primera página del periódico impreso y pantallazo a la versión digital (www.eluniversal.com.co)
Fase 4	Envío de preguntas a profesionales del periodismo y académicos de la Universidad Tecnológica de Bolívar, para que conozcan la temática de nuestro proyecto de grado, y estén en disposición de responderlas todas.
Fase 5	Entrevista semi-estructurada con periodistas del periódico El Universal y profesionales encargados del manejo de la plataforma virtual del periódico en línea (www.eluniversal.com.co)
Fase 6	Análisis descriptivo de la muestra del periódico El Universal en sus dos versiones, impresa y digital. Y análisis de las entrevistas.
Fase 7	Análisis de los resultados arrojados por las entrevistas y muestras del periódico impreso y digital de El Universal.

3.3 Presupuesto

En el desarrollo del proyecto de grado, no se requirieron gastos especiales a parte de los recursos básicos como (internet, transporte papelería etc.), a continuación se hace una descripción de los mismos:

REFERENCIA	VALOR
Asesor	600.000
Impresión	150.000
Fotocopias	70.000
Alimentación	100.000
Transporte	400.000
Empaste y anillado	40.000
Imprevisto/Otros	200.000
TOTAL	1.560.000

Capítulo IV

ANALIZANDO EL UNIVERSAL

4. Resultados
4.1 Análisis Descriptivo

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

www.eluniversal.com.co

Domingo, Febrero 7 del 2010.

Publicidad



Informes:
Departamento de Publicidad
cmendez@eluniversal.com.co

 Cartagena de Indias - Colombia
Domingo 07 Febrero de 2010
[Ediciones anteriores](#)

eluniversal.com.co
Actualizado hace 40 segs

Regístrate o iniciar sesión
Síguenos en:  
Otras versiones:  Móvil

La publicidad encontrada encima del logotipo del periódico, es llamativa es un banner publicitario del mismo periódico El Universal que promociona ese espacio, para pautas publicitarias, el recuadro está dividido en dos, del lado izquierdo dice en mayúscula (ANUNCIE AQUÍ) en letras grises con sombreado blanco, en Times New Roman, fondo negro y en la parte derecha fondo rojo letras blancas en Times New Roman, se da los informes con el correo electrónico donde pueden averiguar más acerca ese espacio publicitario.

Fecha	Logo	Otros datos
<p>En la parte superior izquierda, se encuentra una bandera de Colombia, tamaño pequeño, seguido de la ciudad y país (Cartagena de Indias-Colombia) en letra arial 8pt. Luego la fecha (Domingo 7 de Febrero de 2010) y a manera de link se ofrecen las ediciones anteriores, en letras azules y negrita sostenida, para resaltar dicha opción.</p>	<p>Esta en minúscula, letras negra a diferencia del .com que lo colocan en rojo, y el fondo de toda la pagina que es blanco, continúan con los colores que representan al periódico impreso. Debajo del logo se encuentra la hora o el tiempo en que fue actualizada la pagina por última vez. En una letra minúscula, el tamaño en mucho menos que el resto del texto de la pagina. Y tiene una alineación justificada.</p>	<p>En la parte superior derecha, al lado del logotipo se encuentra la opción de registro o inicio de sesión en letras azules. Seguido por los links de sus redes sociales como Twitter y Facebook. Además la opción para versión en móviles. Se le hace promoción a las terceras opciones de publicación de información del periódico El Universal, al ser participe de la aplicación de nuevas tecnología.</p>

Noticias ↓
Opinión ↓
Regionales ↓
Suplementos ↓
Clasificados ↓
Turismo ↓
Servicios ↓
Multimedia
El Universal ↓

Inicio >>

UNIVERSIDAD SAN BUENAVENTURA

EL menú principal, tiene nueve categorías o enlaces diferentes y cada uno de ellos despliega un submenú, donde se encuentran secciones o diferentes categorías noticiosas, de entretenimiento, multimedia, interactividad, buzón, información institucional entre otros. Debajo del menú se encuentra en letras azules la palabra Inicio que es la de retorno siempre a la pagina principal, tiene una barra buscadora, seguida de un pequeño espacio para pauta publicitaria.

Categoría	Titulo, Sección, cuerpo de texto.	Agencias informativas contratadas	Tipología y color	Espacio para imágenes y/o fotos	Espacio por géneros informativos
Estructura					

PRIMERA COLUMNA (IZQUIERDA)

<p>Noticia destacada 1</p>	<p>Sección: Actualidad. 7:30 pm Título: La operación al Ex presidente argentino Kirchner “salió bien: canciller.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sección: Actualidad, se da inicio de noticia con esta sección, ya que el tema había sido noticia destacada en todos los medios de comunicación, al tratarse de la salud de un representante público internacional. Se le dice al lector donde está ubicada la información de una manera completa, seguido de la hora en que fue actualizada (7:30pm). - El título expone de manera directa sobre los resultados del un hecho, se puede decir que al leer este se obtiene la información necesaria de la conclusión de la noticia. - El texto, fue escrito de una manera clara y precisa se da la idea completa de la noticia, constatada con una fuente directa. Y dice nuevamente lo confirmado en el título, es decir, se complemento uno con el otro. 	<p>En la primera página de esta versión digital no anuncian de qué agencia se extrajo la noticia, dicha información es obtenida al dar link que direcciona a la noticia completa.</p>	<p>Para el nombre de (Actualidad) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (2:50pm) en color rojo. Para el título, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Al ser un relato y hecho noticioso ocurrido recientemente, se clasifica en el género de noticia.</p>
<p>Noticia destacada 2</p>	<p>Sección: Internacional 7:13pm. Título: Costa rica vota por presidente, podría elegir una mujer.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al seguir el orden de publicación de noticias, encontramos la sección Internacional, donde la temática se basa en las elecciones presidenciales en costa rica. - La redacción del título no es la mejor, tratan de ser directos y breves, pero para ser un encabezado, la utilización y 	<p>La agencia no se coloca en la primera página del digital pero al realizar un clic en la noticia completa, se puede encontrar de qué agencia proviene.</p>	<p>Se trabajo de igual manera que la noticia anterior, es decir, con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado. Para el nombre de (Internacional) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (2:50pm) en color rojo. Para el título, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Se clasifico en el género de noticia. Al ser este el género más escogido para la narración de los hechos., en este periódico.</p>

	<p>organización de términos no fue la apropiada, para llamar la atención del lector. Se adelantan a los hechos y hacen suposiciones. Lo cual pierde objetividad.</p> <p>- El texto no complementa de a mucho lo ya planteado en el titular, el lenguaje utilizado es sencillo, se tiene en cuenta que es una nota introductoria que ofrece datos básicos que serán profundizados al dar clic en el título, para que direcciona a la noticia completa, lo cual debe estar sustentado por fuentes o datos estadísticos que sustenten el título.</p>		color negro.		
Noticia destacada 3	<p>Sección: deportes 5:35pm Título: Real 2 – Boyacá Chicó 0</p> <p>El título es directo, dan los resultados del partido, sin dar vuelta en el asunto. El texto es breve y dan los aportes importantes de quien y en qué tiempo, se hicieron las anotaciones de los goles, es decir, el lenguaje y la redacción fue concreta, y concisa. Complementando la información dada en el título.</p>	No dice el nombre de la agencia.	<p>Para el nombre de (deportes) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (2:50pm) en color rojo. Para el título, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman).</p> <p>Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>	No hay imagen.	Noticia deportiva.
Noticia destacada 4	<p>Sección: Actualidad 2:50pm Título: hasta 50 muertos en explosión de central eléctrica en EEUU (hospital)</p> <p>- Título: contiene las palabras "muertos" y "explosión", causan impresión en cualquier lector, se suma la numeración, en este caso (50) al plantear el número de vidas perdidas en un trágico evento ocurrido en estados unidos. Nada mas con el título nos dan información acerca el número de muertes el lugar.</p> <p>- Texto: se complementa lo mencionado en el título, al dar la fuente directa de donde se obtuvo la información con respecto al número de muertos, la fecha y</p>	Agence France Press (AFP) para dar a conocer la información de manera concreta y de una fuente confiable.	<p>Se continúa con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado. Para el nombre de (actualidad) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (2:50pm) en color rojo. Para el título, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman).</p> <p>Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>	No hay imagen.	Al ser un relato y hecho noticioso ocurrido recientemente, se clasifica en el género de noticia.

	<p>el lugar exacto de donde ocurrieron los hechos, y la agencia de la cual se saco la información. Logra causar interés para conocer la causa de la explosión ya que en el sumario no se menciona, por lo cual hace necesario dar clic al título para conocer de manera más amplia la noticia. En cuanto a la redacción y el lenguaje empleado, es claro, sencillo y concreto.</p>				
<p>Noticia destacada 5</p>	<p>Sección : gente 2:06pm Título `Poncho` Zuleta habría hecho acuerdo con la fiscalía</p> <p>-Título: es un poco inconcluso, no se sabe porque se iba a realizar un acuerdo a causa de que. - Sumario: no se informa acerca del motivo de dicho acuerdo, puede que la noticia se esté desarrollando desde tiempo atrás, pero debería de mencionarse el motivo de la acusación ya que se omite la razón y causa por la cual se pretende llegar a un acuerdo con la fiscalía en cuanto a la orden de captura que se había establecido en su contra. Se plantean comentarios de apoyo por parte del alcalde de Valledupar hacia el cantante de vallenato poncho Zuleta. El lenguaje y redacción del sumario es muy inconcluso, no tiene la información necesaria de la información, pero esta se encuentra ampliada en el documento completo de la sección de Gente. Pero por lo menos permite tener una idea global de los acontecimientos noticiosos en el caso expuesto.</p>	<p>En la primera página no se menciona.</p>	<p>Se trabajo de igual manera que las noticias anteriores, es decir, con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado.</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Noticia</p>
<p>Noticia destacada 6</p>	<p>Sección: nacional 1:47 pm Título: Uribe reitera que POS no será desmejorado</p> <p>El titulo y el sumario definitivamente se</p>	<p>No se menciona la agencia.</p>	<p>Se continúa con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado. Para el nombre del Sección (nacional) el tamaño es más reducido que el resto del</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Noticia</p>

	<p>complementan perfectamente uno con el otro, esta noticia fue planteada sin dar vuelta al asunto, ni tantas palabras decorativas, la redacción es buena y el lenguaje que se empleo es sencillo, en cuanto al contenido es claro y preciso, informa que la fuente directa (el presidente de Colombia) es quien habla sobre la revisión del POS y asegura al pueblo, que solo se hará para mejorarlo. Por la hora y la fecha, se da hincapié a decir que es noticia de último momento de interés nacional.</p> <p>Después del sumario se aprecia como valor agregado un link que se titula <i>"esta noche, por el canal institucional, gobierno responde dudas sobre emergencia social. 1:52pm"</i> por la hora de actualización se nota que el editor continuo su labor de periodista digital para complementar la información brindada minutos previos, acerca del tema de Emergencia social.</p>		<p>texto, la misma fuente tipográfica (Times New Roman). La hora actualización de la noticia va en rojo. Para el título, la letra es más grande y azul agua marina Para el cuerpo de texto se utiliza el color negro tipología de fuente arial Debajo del sumario encontramos un valor complementario a la noticia, que se dio de último minuto, este va en color azul, igual al título. Con la fuente times new roman</p>		
Noticia destacada 7	<p>Sección: actualidad 1: 45pm Título: Piedad Córdoba asegura que liberaciones se darán este mes.</p> <p>- El titulo cuenta con una formulación bien estructurada, empieza con el ¿quien? (piedad córdoba) dice que (liberaciones se darán) cuando (este mes) y se complementa la información con el sumario que es precisa y concisa, nos brindan fuentes para hacer mas verídica y confiable la información que se da, los pocos detalles que faltarían para sustentar de manera más amplia la noticia, no son necesarios en el sumario, ya que este mismo expone lo más importante del hecho noticioso.</p>	No se menciona la agencia.	<p>Al igual que las noticias anteriores se sigue empleando para el nombre del Sección (actualidad) el tamaño es más reducido que el resto del texto, la misma fuente tipográfica (Times New Roman). La hora actualización de la noticia va en rojo. Para el titulo, la letra es más grande y azul agua marina Para el cuerpo de texto se utiliza el color negro tipología de fuente arial Debajo del sumario encontramos un valor complementario a la noticia, que se dio de último minuto, este va en color azul, igual al título. Con la fuente times new roman</p>	No hay imagen.	En este caso vuelve a reinar el género de la Noticia, por la narración en que se dan los hechos.

<p>Noticia destacada 8</p>	<p>Sección: sociales 1:05pm Título: congreso de la republica condecorara a la diseñadora cartagenera jabí Arenas</p> <p>- En el sumario se repitió el titulo literalmente, redactaron mal el nombre de la persona que será condecorada, solo se agrego información del día en que se realizaría la ceremonia y el lugar. No se detalla la razón por la cual la hizo merecedora de la condecoración. A manera general el contenido de la información es escaza y no llamativo.</p>	<p>Ninguna agencia, redacción general del periódico El Universal. Por ser de carácter local.</p>	<p>Sección (sociales) el tamaño es más reducido que el resto del texto, fuente tipográfica (Times New Roman). La hora actualización de la noticia va en rojo. Para el titulo, la letra es más grande y azul agua marina Para el cuerpo de texto se utiliza el color negro tipología de fuente arial Debajo del sumario encontramos un valor complementario a la noticia, que se dio de último minuto, este va en color azul, igual al título. Con la fuente times new roman</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>En este caso es una nota breve.</p>
<p>Editorial</p>	<p>Sección: Editorial Título: De ciertos discursos</p> <p>- Un titulo corto, pero con una firme postura despectiva frente al manejo de un tema que ciertamente es de interés público. - El cuerpo de texto toca un tema de actualidad, es de contenido político, de trascendencia e interés público, no se puede decir a ciencia cierta si va dirigido hacia un candidato presidencial o a otro de cualquier instancia del poder público, con tan solo leer 6 líneas, que conforman un pequeño párrafo, por ello de manera notoria colocan en mayor tamaño la palabra (Editorial) para recalcar la importancia de este género, dentro del periódico.</p>	<p>Aunque no se menciona agencia, por ser el editorial se deduce que es de El Universal.</p>	<p>La palabra Editorial vendría siendo el Sección, es más grande que el mismo título, la fuente tipográfica es de Arial en color negro, a diferencia del título que el tamaño es menor pero se diferencia del Sección por estar en color azul y con tipografía Time New Roman que le da más seriedad y embellecimiento al título, el resto del cuerpo de texto está escrito en arial color negro. Y resalta más que cualquier otra noticia de la primera columna por tener un cuadro de fondo color naranja (en marca de agua) separado también por plecas al igual que las otras noticias.</p>	<p>Sin imagen, solo un cuadro de fondo descrito en la casilla anterior.</p>	<p>Editorial, genero de opinión.</p>
<p>Primer plano</p>	<p>"Titulo" Primer plano</p> <p>No existe un titulo alusivo o que haga introducción a la temática que se encuentra encerrada en un cuadro, separada de las demás noticias. La redacción y lenguaje utilizado queda muy</p>	<p>El Universal</p>	<p>El contenido del texto es en arial color negro alineado a la izquierda.</p>	<p>La única noticia o nota que contiene una fotografía y no tiene pie de foto, no dicen quien es el personaje,</p>	<p>Nota breve. Primer plano.</p>

	en el aire, hacen énfasis a una obra de beneficencia a favor familias desplazadas, gracias a un proyecto habitacional, es muy confusa y falta más contenido.			que aparece representando el cuadro noticioso, es una mujer y no se dice si es una de las beneficiadas del proyecto o si es una de las encargadas de este.	
Plecas	Son las rayitas decorativas que dividen las notas en la primera plana, en toda la columna izquierda		Color negro, delgada. El espacio separativo entre el texto y la otra pleca es aproximadamente de 5 cm.		
SEGUNDA COLUMNA (CENTRAL)					
Categoría	Detalle	Estructura general	Tipología y color	Espacio dentro de la primera pagina	
Estructura					
Foto-noticia (otra noticia destacada)	El Universal ofrece en la columna central alrededor de 4 a 5 fotonoticias, a las que se puede acceder por medio de un clic sobre los botones con triángulos o flechas que se encuentran en la fotografía, los cuales indican que existen otras fotonoticias y para ampliarlas solo se le debe dar un clic a los botones y esta de inmediato te direcciona a una página nueva donde está completa y más grande la información, con su respectivo pie de foto y sumario más amplio. A continuación se escogió una sola, para exponerla como ejemplo de la estructura de esta.	<p>Titulo: control en las carreteras. Es corto y preciso, aunque le falta un detalle o más precisión en cuanto a que carreteras se referían. Crédito: AROLDO MESTRE - EL UNIVERSAL.</p> <p>- Pie de foto: la policía de carreteras realiza operativos en las vías del departamento con miras a frenar los accidentes por alta velocidad. Describe y complementa la imagen. Aporta dinamismo</p>	<p>Titulo en letras times new roman, azul, un tamaño de letra normal, aproximadamente de 10pt.</p> <p>Crédito: el nombre del fotógrafo y el nombre del periódico en mayúscula, haciéndole énfasis al autor de la fotografía)</p> <p>Fotografía: la vista de las carreteras con los agentes siendo vigías del camino.</p>	La ubicación de la fotonoticia tiene un lugar muy importante en la pagina, ya que está centrado y le dinamismo a esta. Además de los colores que hacen que resalte y capte la atención del usuario.	

		visual al periódico.		
Encuesta del día	Es un espacio dedicado a los usuarios del periódico, se debe estar registrado para ser participe de la encuesta diaria, los temas varían, pueden ser desde políticos, económicos, culturales o sociales,	Pregunta: ¿Usted conoce a alguien que haya vendido el voto? Respuestas: SI = 100% (3 votos) NO = 0% (0 votos) Total de votos: 3	El titulo que dice (Encuesta) está encerrado en un rectángulo de color rojo y la fuente es arial, 11pt, color blanco. La pregunta está escrita con la fuente arial 12pt, color azul. A medida que voten, una franja de color azul va aumentando.	Se encuentra debajo de la fotonoticia, este es uno de las propuestas de multimedia, que caracteriza la interactividad que ofrece el periódico al usuario. Ofrecen preguntas de respuesta de sí o no.
Foro reciente	Pregunta. ¿Usted cree que los motociclistas conocen las normas de tránsito para circular o les hacen falta campañas educativas? Un espacio de interacción entre periodista y el usuario o entre el usuario con el usuario. Se colocó una pregunta debatible de acerca de una temática social muy común en Cartagena, y es acerca de la aplicación de normas de tránsito por parte de muchos motociclistas. En cuanto a los colores, en el título se denota en un rectángulo de color verde, con letras blanco en arial con negrita. Para el resto del texto se emplea el color verde en arial y destacándola con una viñeta de color verde.			
Cuéntanos tu caso	Pregunta: ¿Alguna vez una empresa de servicio público ha cometido un abuso contra usted? ¡Cuéntenos su caso! Los usuarios pueden interactuar directamente con periodistas y otros usuarios. Es una de las principales características que brinda la Internet. Como separación de la categoría anterior con esta, está formado un rectángulo de color verde y dentro de este el título que dice Cuéntenos tu caso, escrito en letras blanca, arial 12. El color del texto que indica la pregunta es Azul, arial 11pt y lo antecede una viñeta, para hacer más énfasis en la pregunta. Una línea (pleca) delgada de color azul, separa el rectángulo que contiene el nombre del título, con el resto del texto que conforma la pregunta del foto. Y más abajo dice ver más casos. En letras arial 12pt. Todo esto está dentro de un recuadro color azul claro, con aplicación de marco de agua. Lo cual hace más llamativo delante de las demás noticias.			
Sección de video, audio y foto (multimedia)	Se destaca un espacio variado, que además de los tradicionales textos e imágenes que se analizaban anteriormente, se encuentra una combinación de contenidos con respecto a sonidos, videos y fotos con archivos noticiosos. En los cuales se hacen entrevistas, reportajes y demás géneros periodísticos en cualquier tema (social, económico, político, judicial, entretenimiento cultura etc.) de los cuales además son direccionados a otra página, para hacer una ampliación de los contenidos publicados en ese cuadro. Debajo del cuadro donde se incrustan los archivos con soporte multimedia, se encuentran como una referencia de los demás videos, fotos o audio que aparecen en esa sección.			

Caricatura del día	<p>Caricatura del día</p> <p>Nuestro programa espacial</p>  <p>En la lustración se hace alusión a un tema controvertido, por lo general las caricaturas son un sistema de lucha dirigido con ironía contra personajes o entidades de la vida pública, con ánimo de burla para resaltar sus errores. Colores blanco y negro, al final del dibujo el autor firma su obra.</p>
Columnista	<p>Columnistas</p> <p>Una deuda universal por : NADIA CELIS SALGADO Domingo 7 de Feb de 2010</p> <p>Los decretos de la emergencia por : MIGUEL YANCES PEÑA Domingo 7 de Feb de 2010</p> <p>Más sobre el "Heredia" por : VICENTE MARTÍNEZ EMILIANI Domingo 7 de Feb de 2010</p> <p>Sobre tu Palabra echaré la red por : JUDITH ARAÚJO DE PANIZA Sábado 6 de Feb de 2010</p> <p>del periódico digital. Y al empezar el título también se hace separación por medio de una pleca más gruesa, gracias a esas rayitas decorativas que dividen todas las notas en la primera plana, la página luce más armónica.</p> <p>En esta sección de manera vertical se presenta 4 columnistas, en donde se expresa la opinión sobre un tema de actualidad, sobre la situación general del ámbito político, económico, deportivo, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para resaltar los títulos se colocan en color azul, fuente Times New Roman. - La firma del autor, es el nombre del periodista, se coloca en mayúscula, letra color negro, fuente Arial, negrilla. - La fecha de publicación en color negro, fuente arial y tamaño más pequeño que el título y la firma. <p>Al dar clic en el título nos direcciona a otra página dentro del mismo periódico, en donde se puede contemplar la columna completa.</p> <p>Cada columna está separada una de la otra por medio de unas plecas, pero esta vez no lineal completamente sino por varios puntos o rayitas. Lo cual hacen más agradable a la vista la estructura</p>
Blogs	<div data-bbox="394 997 890 1192" style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px;"> <p>Blogs</p> <p>Los dominios .CO se tomarán Colombia</p> <p>Por STALIN CHAPUEL en Tecnobitácora</p> <p>Ver más blogs</p> </div> <p>Recogen temática diferente como política, internet, cine, etc. Permiten plantear problemas, realizar críticas, comentar novedades o últimas tendencias, etc. La información sobre los Blogs se encuentra en un recuadro de fondo azul (marca de agua) la palabra "Blog" está escrita en arial, color negro. El título en azul, tipología de fuente Times New Roman. Debajo la firma del blogger. Su nombre lo coloca en mayúscula y hace énfasis sobre que se trata el blog, en este caso de tecnología.</p> <p>Deben estar registrados en la página y deben tener iniciada la sesión, para poder dejar comentarios en los blogs publicados en El Universal.</p>
TERCERA COLUMNA (DERECHA)	
Categoría Estructura	Descripción general

Pautefacil.com	<p>Este espacio es para la realización de pautas publicitarias pequeñas, esta vez se encuentran las de: www.Poli.edu.co, dell.com.co y www.worldoffcie.com.co. Se utiliza el color negro para la descripción de la pauta, el título en negrita y los link en color rojo.</p> <p>En este caso la publicidad que aparece en la parte superior de la columna derecha de la pagina web, es primeramente al lado de la barra de buscar, una foto link de color naranja que dice en letras negras Universidad San Buenaventura y al dar clic dirección a su página oficial, debajo de este se encuentra un banner animado de la Fundación Universitaria Tecnológico de Comfenalco, da más color a la pagina, y es de mayor tamaño que la publicidad de la San buenaventura.</p>														
Zona comercial	<div data-bbox="409 495 898 565" style="background-color: black; color: white; padding: 5px; display: inline-block;"> Ver Zona Comercial </div> <p>Donde encontramos más pautas publicitarias entidades comerciales, se muestran banner animados que direccionan a las páginas oficiales de cada una de las entidades.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>Zona Comercial</p>  <p>Endodoncia, Ortodoncia, Periodoncia, Rehabilitación oral, Cirugía Oral y Maxilofacial, Odontología Estética e Implantología.</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>A wonderful world for your children's education.</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Inscripciones abiertas en programas de pregrado y postgrado, amplios planes de financiación.</p> </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div>														
Indicadores económicos	<div style="display: flex;"> <div style="flex: 1;"> <p>Indicadores económicos</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Dólar (TRM)</td><td>\$1.997,13</td></tr> <tr><td>Dólar, Venta</td><td>\$ 1.960</td></tr> <tr><td>Dólar, Compra</td><td>\$1.870</td></tr> <tr><td>Café (Libra)</td><td>US\$ 2,07</td></tr> <tr><td>Euro</td><td>\$2.731,67</td></tr> <tr><td>UVR, Hoy</td><td>\$186,3256</td></tr> <tr><td>UVR, Ayer</td><td>\$186,3112</td></tr> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Un cuadro donde se presenta la tasa monetaria diaria. Se emplean los colores que representan el logo del periódico El universal, es decir, Rojo negro y blanco (como fondo)</p> </div> </div>	Dólar (TRM)	\$1.997,13	Dólar, Venta	\$ 1.960	Dólar, Compra	\$1.870	Café (Libra)	US\$ 2,07	Euro	\$2.731,67	UVR, Hoy	\$186,3256	UVR, Ayer	\$186,3112
Dólar (TRM)	\$1.997,13														
Dólar, Venta	\$ 1.960														
Dólar, Compra	\$1.870														
Café (Libra)	US\$ 2,07														
Euro	\$2.731,67														
UVR, Hoy	\$186,3256														
UVR, Ayer	\$186,3112														
Donde.com.co	<p>Espacio dedicado a la página web www.donde.com.co (guía turística de Cartagena) se direcciona a una página nueva. De manera vertical ocupa una parte larga, predominante por los colores que esta emplea que son llamativos como (el rojo, azul y amarillo) ese banner publicitario logra darle más dinamismo a la pagina.</p>														
Publicidad	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 20px;">Publicidad</div>  </div> <p>Es una publicidad muy pequeña, casi no se nota en la pagina, y logra resaltar un poco solo por el color de fondo del cuadro, como las demás pautas publicitarias, esta al dar el clic sobre ella direcciona a otra página, en este caso a www.activamotriz.com</p>														

PICO Y PLACA

PICO Y PLACA				
TAXIS PARA FEBRERO				
De 6:00 a.m. (hoy) a 4:00 a.m. (mañana)				
Lun	Mar	Mie	Jue	Vie
7	9	1	3	5
8	0	2	4	6
VEHÍCULOS PARTICULARES				
De 07:00 a 9:00, de 12:00 a 02:00 y de 05:00 a 07:30 p.m.				
Lun	Mar	Mie	Jue	Vie
3	5	7	9	1
4	6	8	0	2

Espacio dedicado a la publicación de un horario para los taxis y vehículos particulares que dependiendo del último número de placa el automóvil, se restringe la circulación de dichos vehículos, aparece en una tabla en colores amarillo y negro: la hora, los días y último número de placa.

Pronóstico de hoy

PRONÓSTICO DE HOY

MAREAS (VER MÁS)
 Marea mín.: -20cms. Hora: 00:39
 Marea máx.: 13cms. Hora: 08:06
 Dirección viento: Noreste
 Intensidad viento: 20 a 30 kms/h
 Temp. superficial del mar: 28 °C

OLEAJE (VER MÁS)
 Cartagena-Islas del Rosario:
 1.4 metro(s) de altura

CLIMA PARA HOY(VER MÁS)

 Min.: 26°C
 Máx.: 32 °C

Nublado

Nota: Bruma en horas de la mañana
 Fuente: CIOH www.cioh.org.co
 Pronóstico del 2010-02-08

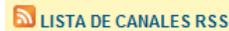
Portada en PDF de Hoy



[Pdf's anteriores](#)

Feeds RSS

Reciba en tiempo real las noticias de www.eluniversal.com.co



Otros diarios

Noticias en su email

Suscríbese y reciba diariamente en su correo electrónico nuestros titulares.

EMAIL

Escriba su email

Suscribirme!

Es la última categoría o sección que aparece en la columna derecha del periódico eluniversal.com.co, Como valor agregado se encuentran diversos links que son complementos informativos, de entretenimiento, cultural, social, noticiosos, entre otros. Cada link direcciona a otra pagina donde se completa la información, hay dos links rotos y son los de: sudoku y suscripciones.

<p>cuadro con una imagen de fondo títulos en mayúsculas color amarillo, textos en letras color negro, diferentes tamaños de letra, y los links o vínculos en color azul.</p>	<p>Las empresa editora del periódico digital ha decidido ofrecer a sus lectores en archivo pdf la portada de su formato impreso, como una oferta gratuita de <i>eluniversal.com.co</i> para que conozcan el contenido noticioso que ofrece la primera pagina del impreso. Es un ejemplo de la convergencia que realizo el periódico el universal, uno complementa al otro y le hace “promoción” a la otra versión.</p>	<p>El titulo lo colocan en color rojo, para que llame más la atención y utilizan signo de admiración. Debajo dentro de un cuadro naranja dice EMAIL y escriba su email, con opción de Suscribirme, para así poder recibir los titulares, solo hay que estar registrados como usuario del Periódico El universal, para recibir las noticias en el correo electrónico los titulares del día.</p>	<p>Al igual que los títulos de los complementos que trae la versión digital, este título de Feeds RSS lo colocan en color rojo, para destacarlo. Esta opción permite que los titulares de El Periódico El Universal puedan leerse y enlazarse fácilmente desde otras páginas web o desde programas agregados con (lectores de RSS). Como en los blogs. Cada titular incluye un enlace para la lectura del artículo completo en la web del periódico.</p>	
<p>Nota: Las categorías expuestas anteriormente, son añadiduras de las nuevas funciones que trae consigo lo digital, ya que destaca la posibilidad de agregar enlaces activos a las noticias y direcciones electrónicas tanto informativas como publicitarias. Lo que la diferencia de la versión impresa.</p>				

A continuación, se decidió mostrar las cinco categorías restantes, situadas en la parte inferior de la primera página del periódico digital www.eluniversal.com.co, las anteriores categorías descritas en el cuadro superior se pueden considerar como las destacadas de dicho medio por la colocación estratégica de noticias, fotos, redacción de titulares, y contenido noticioso etc. Ahora se presentaran los complementos que trae consigo el diario digital de El universal, en su página principal o homepage.

CATEGORÍAS	DETALLE GENERAL
Publicidad	<p>Se presenta un conjunto de espacio publicitario para la comunicación de un producto en este caso se expone las promociones productos y servicios como: www.poli.edu.co, www.dell.com.co y www.worldoffice.com.co.</p> <p>- Los títulos de la publicidad van en negrita, fuente arial y los link en rojo</p> <p>Dicha publicidad va dentro de un rectángulo en un tono gris. Para diferenciarlo del fondo blanco de la página.</p> 
Destacados	<p>Presentan mediante titulo el nombre de la revista interna que esta el periódico dependiendo el día. Con una fotografía, que tiene de puede de foto una descripción vinculada a la imagen, que hace de titilo de esta misma. Estos son: revista viernes, Facetas, Dominical y Nueva.</p>
Zona Comercial	<p>Ya descrita en la parte superior de este cuadro descriptivo. Como las pautas publicitarias de diferentes entidades:</p> 
Mas Noticias	<p>Resumen de titulares de cada uno de los enlaces con contenidos de: Actualidad, económica, deportes, política. Ciencia y tecnológica, vida sana, ambiente, gente sucesos, local y educación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - nombre de la sección o enlaces principales: en letras rojas, arial y primera letra en mayúscula. - titulares en letras azules, arial, identificados con viñetas, para separar uno de los otros.
Suplementos	<p>Se repiten los destacados, pero ahora debajo de cada nombre de las revistas, se colocan unos cuantos titulares con enlaces a las publicaciones. Pero solo se usan como una muestra de lo que se encontrara en las páginas impresas.</p>
<p>Nota: Cada "sección" o "categoría" es separada por una pleca gris más gruesa que las de la columna izquierda superior.</p>	

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

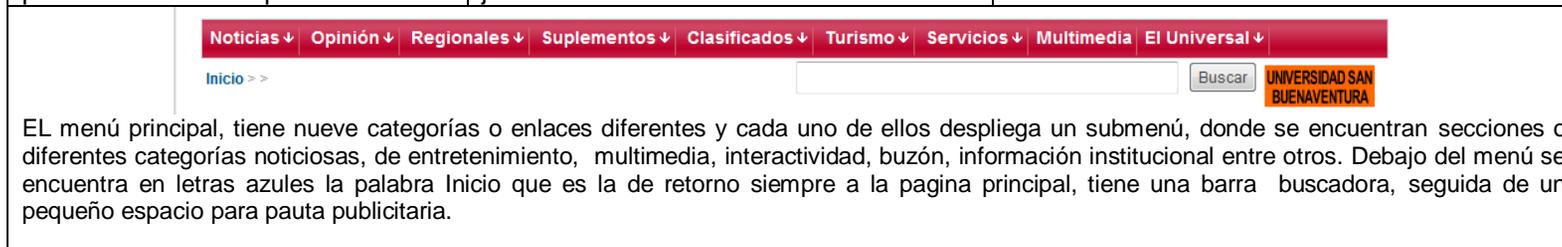
www.eluniversal.co.co

Lunes, Febrero 8 del 2010.



La publicidad encontrada encima del logotipo del periódico, es llamativa es un banner publicitario del mismo periódico El Universal que promociona ese espacio, para pautas publicitarias, el recuadro está dividido en dos, del lado izquierdo dice en mayúscula (ANUNCIE AQUÍ) en letras grises con sombreado blanco, en Times New Roman, fondo negro y en la parte derecha fondo rojo letras blancas en Times New Roman, se da los informes con el correo electrónico donde pueden averiguar más acerca ese espacio publicitario.

Fecha	Logo	Otros datos
<p>En la parte superior izquierda, se encuentra una bandera de Colombia, tamaño pequeño, seguido de la ciudad y país (Cartagena de Indias-Colombia) en letra arial 8pt.</p> <p>Luego la fecha (Lunes 8 de Febrero de 2010) y a manera de link se ofrecen las ediciones anteriores, en letras azules y negrita sostenida, para resaltar dicha opción.</p>	<p>Esta en minúscula, letras negra a diferencia del .com que lo colocan en rojo, y el fondo de toda la pagina que es blanco, continúan con los colores que representan al periódico impreso. Debajo del logo se encuentra la hora o el tiempo en que fue actualizada la pagina por última vez. En una letra minúscula, el tamaño en mucho menos que el resto del texto de la pagina. Y tiene una alineación justificada.</p>	<p>En la parte superior derecha, al lado del logotipo se encuentra la opción de registro o inicio de sesión en letras azules. Seguido por los links de sus redes sociales como Twitter y Facebook.</p> <p>Además la opción para versión en móviles. Se le hace promoción a las terceras opciones de publicación de información del periódico El Universal, al ser participe de la aplicación de nuevas tecnología.</p>



EL menú principal, tiene nueve categorías o enlaces diferentes y cada uno de ellos despliega un submenú, donde se encuentran secciones o diferentes categorías noticiosas, de entretenimiento, multimedia, interactividad, buzón, información institucional entre otros. Debajo del menú se encuentra en letras azules la palabra Inicio que es la de retorno siempre a la pagina principal, tiene una barra buscadora, seguida de un pequeño espacio para pauta publicitaria.

Categoría	Titulo, Sección, cuerpo de texto.	Agencias informativas contratadas	Tipología y color	Espacio para imágenes y/o fotos	Espacio por géneros informativos
Estructura					

PRIMERA COLUMNA (IZQUIERDA)

Noticia destacada 1	<p>Sección: económica 1:32pm Título: Dólar gana 6,82 pesos y acciones locales 0,10 por ciento</p> <p>- Sección: económica, con introducción al lector, acerca de donde está ubicada la información de una manera completa, seguido de la hora en que fue actualizada (1:32pm). - Título: la redacción de este es directo, es una oración simple. se dice el porcentaje y valor sobre el dólar y acciones locales - Sumario: el lenguaje utilizado en el sumario es especializado, complejo para los usuarios o lectores que no manejen términos como (divisa, TRM, Igbc)</p>	<p>No anuncia de qué agencia se extrajo la noticia, es necesario dar clic al título para que se direccionen directamente a la noticia.</p>	<p>Para el nombre de (económica) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (2:32pm) en color rojo.(actualizada) Para el título, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Género de noticia.</p>
Noticia destacada 2	<p>Sección: actualidad 12:50m Título: gobierno no podrá pronunciarse en canales institucionales sobre decretos de emergencia social.</p> <p>- Sección: actualidad, con introducción al lector, acerca de donde está ubicada la información de una manera completa, seguido de la hora en que fue actualizada (12:50m). - Título: es muy largo para ser el titular en un medio digital, aunque sea claro y con temática política. - sumario: la redacción del cuerpo del texto es clara y precisa, señalaban fuentes de sustentación de lo mencionado en el título, el lenguaje es entendible y directo dejando un resumen práctico de la noticia.</p>	<p>La agencia no se coloca en la primera página del digital pero al realizar un clic en la noticia completa, se puede encontrar de qué agencia proviene.</p>	<p>Para el nombre de (actualidad) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (12:50m) en color rojo. Para el título, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Se clasifico en el género de noticia.</p>
Noticia destacada 3	<p>Sección: Gente 12:30m Título: seleccionados 26 videos para el Concurso Nuevos Creadores.</p> <p>- Título: solo nos informan la cantidad y el para</p>	<p>No dice el nombre de la agencia.</p>	<p>Para el nombre de (gente) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (12:30pm)</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Noticia.</p>

	<p>qué fueron escogidos los videos, sin embargo se puede decir que es un buen titulo, ya que da la idea general de la noticia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumario: complementa lo que se dijo con el titular, se conoce los organizadores del concurso, desde cuando se empezó la convocatoria y en cantidad referida a trabajos enviados para participar. La redacción es entendible, ligera, corta y sencilla. 		<p>en color rojo. Para el titulo, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>		
Noticia destacada 4	<p>Sección : vida sana 12:00m Titulo: POS incluye acceso a servicios de salud de baja, mediana y alta complejidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sección: no es una sección con actualización diaria, como la económica, social política entre otras, esta vez se enfoca en las entidades de la salud, más no concejos para cuidar la salud. - Titulo: Un poco largo, pero al ser la idea central de la noticia, se puede considerar que es pertinente para lo que se expone en el sumario. - Sumario: Es como la continuación del largo titulo, es muy breve pero complementa la noticia con pequeños detalles, de tan solo tres líneas. 	No menciona agencia	<p>Se continúa con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado. Para el nombre de (actualidad) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (12:00m) en color rojo. Para el titulo, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>	No hay imagen.	Al ser un relato y hecho noticioso ocurrido recientemente, se clasifica en el género de noticia.
Noticia destacada 5	<p>Sección: sucesos 11:22 am Titulo: Autoridades capturaron 21 integrantes de los grandes carteles de droga en el país</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sección: sucesos se caracteriza por ser una sección diaria, no falta nunca en el periódico, esta vez ocupa un lugar destacado entre las demás noticias. - Titulo: con la palabra "capturaron" y el número de integrantes involucrados en el crimen, se logra crear atracción al usuario, lo importante del título es emplear bien el juego de palabras, el presente titulo es entendible, con lenguaje sencillo y directo. - Sumario: el lenguaje es sencillo, formal y concreto. Existe una falla de redacción al finalizar el sumario, donde se hace repetición de palabras (<i>De de esas personas fueron</i> 	En la primera página no se menciona.	Se trabajo de igual manera que las noticias anteriores, es decir, con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado.	No hay imagen.	Noticia

	<i>capturadas en Cartagena</i>) pierde coordinación la noticia o la idea final de esta misma.				
Noticia destacada 6	<p>Sección: política 11:15am Título: El PIN depurara sus lista a cámara y senado</p> <p>- Sección: política, una de las secciones que manejan un lenguaje más producido y complejo en cuanto a terminología. - Título y sumario: es corto y directo, se trabaja con el ¿Quién? (PIN) y a Quien (Cámara y senado) - Sumario: se hace una pequeña ampliación en cuanto a la definición de la sigla PIN y se menciona quienes estarán a cargo de realizar dicha actividad. El lenguaje no es sencillo, para la persona que no maneje conocimientos sobre cierta terminología técnica política. Falto mencionar porque se dio el hecho, pero eso deberá estar incluido en la página que corresponde la noticia completa.</p>	No se menciona la agencia.	Se continúa con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado. Para el nombre de la Sección (política) el tamaño es más reducido que el resto del texto, la misma fuente tipográfica (Times New Roman). La hora actualización de la noticia va en rojo. Para el título, la letra es más grande y azul agua marina Para el cuerpo de texto se utiliza el color negro tipología de fuente arial Debajo del sumario encontramos un valor complementario a la noticia, que se dio de último minuto, este va en color azul, igual al título. Con la fuente times new roman	No hay imagen.	Noticia de política
Noticia destacada 7	<p>Sección: Deporte 10:55am Título: se única copa La candelaria de Boxeo.</p> <p>- Título: Es corto y sencillo, anuncia el inicio de un evento. - Sumario: da aviso de un evento que va a suceder, y una "muestra" de quienes serán los que asistirán a la Copa de Boxeo. Es muy breve la información que se hace en el sumario, es obligatorio seguir la noticia completa, porque no se da información de lugar exacto u horario. La redacción y el lenguaje son entendibles y sencillos.</p>	No se menciona la agencia.	Al igual que las noticias anteriores se sigue empleando para el nombre del Sección (deporte) el tamaño es más reducido que el resto del texto, la misma fuente tipográfica (Times New Roman). La hora actualización de la noticia va en rojo. Para el título, la letra es más grande y azul agua marina Para el cuerpo de texto se utiliza el color negro tipología de fuente arial Debajo del sumario encontramos un valor complementario a la noticia, que se dio de último minuto, este va en color azul, igual al título. Con la fuente times new roman	No hay imagen.	Vuelve a reinar el género de la Noticia.
Noticia destacada 8	<p>Sección: Sucesos 10.30am Título: 21 presuntos narcotraficantes caen tras</p>	Dentro del sumario se	Sección (sucesos) el tamaño es más	No hay imagen.	Noticia.

	<p>redada con apoyo de EE.UU</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sección: a las 11:22am se hizo una actualización de la presente noticia, como se describió en recuadros anteriores. Esta fue la primera publicación del suceso. - Título: es diferente al que se presento luego de la actualización que se realizo una hora después. Este fue más detallado, se mencionaba a los criminales y a quienes estuvieron a cargo de la captura. Es más corto y con más alto contenido informativo, la redacción de este fue más llamativa y precisa que la de la última actualización. - Sumario: no da precisión de cuantos fueron los involucrados en el crimen, pero se dan fuentes de información que hacen la noticia más creíble o confiable, a pesar que en la redacción de comienzo del sumario, no se dio precisión, sino una idea aproximada. El lenguaje empleado es sencillo y concreto. 	menciona que la agencia fue la AFP	<p>reducido que el resto del texto, fuente tipográfica (Times New Roman). La hora actualización de la noticia va en rojo.</p> <p>Para el titulo, la letra es más grande y azul agua marina</p> <p>Para el cuerpo de texto se utiliza el color negro tipología de fuente arial</p> <p>Debajo del sumario encontramos un valor complementario a la noticia, que se dio de último minuto, este va en color azul, igual al título. Con la fuente times new roman</p>		
Editorial	<p>Sección: Editorial</p> <p>Título: Control estricto a las -clínicas de garaje</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título: Corto y amenazante frente al manejo temático y delicado sobre "entidades de la salud", un tema que ciertamente es de interés público. Un error, que se presenta, es que no se cerraron comillas en la titulación y queda abierta y no se concluye la idea. - Sumario: falta de uso de signos de puntuación, la redacción es muy confusa, utiliza terminológicos como "astronómica" en lugares que no son precisamente los apropiados para la descripción de la idea del párrafo. 	Aunque no se menciona agencia, por ser el editorial se deduce que es de El Universal.	<p>La palabra Editorial vendría siendo el Sección, es más grande que el mismo título, la fuente tipográfica es de Arial en color negro, a diferencia del título que el tamaño es menor pero se diferencia del Sección por estar en color azul y con tipografía Time New Roman que le da más seriedad y embellecimiento al título, el resto del cuerpo de texto está escrito en arial color negro. Y resalta más que cualquier otra noticia de la primera columna por tener un cuadro de fondo color naranja (en marca de agua) separado también por plecas al igual que las otras noticias.</p>	Sin imagen. Solo un cuadro con fondo naranja en marca de agua.	Editorial, genero de opinión.
Primer plano	<p>Sección (sección): Editorial</p> <p>Título: Control estricto a las -clínicas de garaje</p> <p>No existe un titulo alusivo o que haga</p>	No se menciona agencia	<p>El contenido del texto es en arial color negro alineado a la izquierda.</p>	<p>Contiene una fotografía y no tiene pie de foto, pero al lado se</p>	<p>Nota breve. Primer plano.</p>

	introducción a la temática que se encuentra encerrada en el recuadro, separada de las demás noticias. La redacción y lenguaje utilizado queda muy en el aire, no se explica la finalidad de colocar a ese personaje como primer plano, solo se relación que el de la fotografía es el señor Mario Cabeza, hablan sobre su cargo y lugar en el cual labora, pero no se explica que finalidad tiene en la sección. Es muy confuso y le falta más contenido, porque a fin de cuenta, muchas palabras y poco significado, la redacción en muy pobre.			describe el personaje; Mario Cabezas, director del Parque Nacional Natural Corales del Rosario	
Plecas	Son las rayitas decorativas que dividen las notas en la primera plana, en toda la columna izquierda		Color negro, delgada. El espacio separativo entre el texto y la otra pleca es aproximadamente de 5 cm.		

SEGUNDA COLUMNA (CENTRAL)

Categoría Estructura	Detalle	Estructura general	Tipología y color	Espacio dentro de la primera pagina
Foto-noticia (otra noticia destacada)	El Universal ofrece en la columna central alrededor de 4 a 5 fotonoticias, a las que se puede acceder por medio de un clic sobre los botones con triángulos o flechas que se encuentran en la fotografía, los cuales indican que existen otras fotonoticias y para ampliarlas solo se le debe dar un clic a los botones y esta de inmediato te direcciona a una página nueva donde está completa y más grande la información, con su respectivo pie de foto y sumario más amplio. A continuación se escogió una sola, para exponerla como ejemplo de la estructura de esta.	<p>Titulo: New Orleans se lleva el SuperBowl. + Es corto y preciso, la idea principal está planteada, sin más ni menos palabras.</p> <p>Crédito o agencia: AP</p> <p>Pie de foto: Los saints de New Orleans vencieron ayer a los Colts de la Indianápolis 31 - 17 y se alzaron por primera vez en la historia de la franquicia con el título del SuperBowl , que en su edición número 44 se jugó en el Sun Life de Miami ante</p>	<p>Titulo en letras times new roman, azul, un tamaño de letra normal, aproximadamente de 10pt.</p> <p>Crédito: Las siglas de la agencia en mayúscula,</p> <p>Fotografía: captura de celebración de jugadores en el partido.</p>	La ubicación de la fotonoticia tiene un lugar muy importante en la pagina, ya que está centrado y le dinamismo a esta. Además de los colores que hacen que resalte y capte la atención del usuario.

		más de 70.000 espectadores. + La redacción es buena, es entendible y contiene lo necesario y la idea principal del hecho noticioso.		
Encuesta del día	Es un espacio dedicado a los usuarios del periódico, se debe estar registrado para ser participe de la encuesta diaria, los temas varían, pueden ser desde políticos, económicos, culturales o sociales. Sigue la misma encuesta del día anterior.	Pregunta: ¿Usted conoce a alguien que haya vendido el voto? Respuestas: SI = 100% (32 votos) NO = 0% (2 votos) Total de votos: 34 A diferencia del día anterior, hoy hubo un incremento de 31 votantes.	El título que dice (Encuesta) está encerrado en un rectángulo de color rojo y la fuente es arial, 11pt, color blanco. La pregunta está escrita con la fuente arial 12pt, color azul. A medida que voten, una franja de color azul va aumentando.	Se encuentra debajo de la fotonoticia, este es uno de las propuestas de multimedia, que caracteriza la interactividad que ofrece el periódico al usuario. Ofrecen preguntas de respuesta de sí o no.
Foro reciente	Pregunta. ¿Usted cree que los motociclistas conocen las normas de tránsito para circular o les hacen falta campañas educativas? Un espacio de interacción entre periodista y el usuario o entre el usuario con el usuario. Se colocó una pregunta debatible de acerca de una temática social muy común en Cartagena, y es acerca de la aplicación de normas de tránsito por parte de muchos motociclistas. En cuanto a los colores, en el título se denota en un rectángulo de color verde, con letras blancas en arial con negrita. Para el resto del texto se emplea el color verde en arial y destacándola con una viñeta de color verde. Nota: sigue abierto el mismo foro del día anterior.			
Cuéntanos tu caso	Pregunta: ¿Alguna vez una empresa de servicio público ha cometido un abuso contra usted? ¡Cuéntenos su caso! Los usuarios pueden interactuar directamente con periodistas y otros usuarios. Es una de las principales características que brinda la Internet. Como separación de la categoría anterior con esta, está formado un rectángulo de color verde y dentro de este el título que dice Cuéntanos tu caso, escrito en letras blancas, arial 12. El color del texto que indica la pregunta es azul, arial 11pt y lo antecede una viñeta, para hacer más énfasis en la pregunta. Una línea (pleca) delgada de color azul, separa el rectángulo que contiene el nombre del título, con el resto del texto que conforma la pregunta del foro. Y más abajo dice ver más casos. En letras arial 12pt. Todo esto está dentro de un recuadro color azul claro, con aplicación de marco de agua. Lo cual hace más llamativo delante de las demás noticias. Nota: sigue abierta la misma temática del día anterior.			
Sección de video, audio y foto	Se destaca un espacio variado, que además de los tradicionales textos e imágenes que se analizaban anteriormente, se encuentra una combinación de contenidos con respecto a sonidos, videos y fotos con archivos noticiosos. En los cuales se hacen entrevistas, reportajes y demás géneros periodísticos en cualquier tema (social, económico, político, judicial, entretenimiento cultura etc.) de los cuales además son direccionados a otra página, para hacer una ampliación de los contenidos publicados en ese cuadro.			

(multimedia)	Debajo del cuadro donde se incrustan los archivos con soporte multimedia, se encuentran como una referencia de los demás videos, fotos o audio que aparecen en esa sección.	
Caricatura del día	<p>Caricatura del día Nuestro programa espacial</p> 	En la lustración se hace alusión a un tema controvertido, por lo general las caricaturas son un sistema de lucha dirigido con ironía contra personajes o entidades de la vida pública, con ánimo de burla para resaltar sus errores. Colores blanco y negro, al final del dibujo el autor firma su obra.
Columnista	<p>Columnistas</p> <hr/> <p>Una deuda universal por : NADIA CELIS SALGADO Domingo 7 de Feb de 2010</p> <hr/> <p>Los decretos de la emergencia por : MIGUEL YANCES PEÑA Domingo 7 de Feb de 2010</p> <hr/> <p>Más sobre el "Heredia" por : VICENTE MARTÍNEZ EMILIANI Domingo 7 de Feb de 2010</p> <hr/> <p>Sobre tu Palabra echaré la red por : JUDITH ARAÚJO DE PANIZA Sábado 6 de Feb de 2010</p>	<p>En esta sección de manera vertical se presenta 4 columnistas, en donde se expresa la opinión sobre un tema de actualidad, sobre la situación general del ámbito político, económico, deportivo, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para resaltar los títulos se colocan en color azul, fuente Times New Roman. - La firma del autor, es el nombre del periodista, se coloca en mayúscula, letra color negro, fuente Arial, negrilla. - La fecha de publicación en color negro, fuente arial y tamaño más pequeño que el título y la firma. Al dar clic en el título nos direcciona a otra página dentro del mismo periódico, en donde se puede contemplar la columna completa. <p>Cada columna está separada una de la otra por medio de unas plecas, pero esta vez no lineal completamente sino por varios puntos o rayitas. Lo cual hacen más agradable a la vista la estructura del periódico digital.</p> <p>Y al empezar el título también se hace separación por medio de una pleca más gruesa, gracias a esas rayitas decorativas que dividen todas las notas en la primera plana, la página luce más armónica.</p>
Blogs	<p>Blogs</p> <p>Los dominios .CO se tomarán Colombia Por STALIN CHAPUEL en Tecnobitácora</p> <p>Ver más blogs</p>	<p>Recogen temática diferente como política, internet, cine, etc. Permiten plantear problemas, realizar críticas, presentar novedades o últimas tendencias, etc.</p> <p>información sobre los Blogs se encuentra en un cuadro de fondo azul (marca de agua) la palabra "Blog" á escrita en arial, color negro.</p> <p>título en azul, tipología de fuente Times New Roman.</p> <p>bajo la firma del blogger. Su nombre lo coloca en mayúscula y hace énfasis sobre que se trata el blog, en este caso de tecnología.</p> <p>Deben estar registrados en la página y deben tener iniciada la sesión, para poder dejar comentarios en los blogs publicados en El Universal.</p>
TERCERA COLUMNA (DERECHA)		

Categoría	Descripción general															
Estructura																
Pautefacil.com	<p>Este espacio es para la realización de pautas publicitarias pequeñas, esta vez se encuentran las de: www.Poli.edu.co, dell.com.co y www.worldoffcie.com.co. Se utiliza el color negro para la descripción de la pauta, el título en negrita y los link en color rojo.</p> <p>En este caso la publicidad que aparece en la parte superior de la columna derecha de la pagina web, es primeramente al lado de la barra de buscar, una foto link de color naranja que dice en letras negras Universidad San Buenaventura y al dar clic dirección a su página oficial, debajo de este se encuentra un banner animado de la Fundación Universitaria Tecnológico de Comfenalco, da más color a la pagina, y es de mayor tamaño que la publicidad de la San buenaventura.</p>															
Zona comercial	 <p>Donde encontramos más pautas publicitarias de entidades comerciales, se muestran banner animados que direccionan a las páginas oficiales de cada una de las entidades.</p>	<p>Debajo de la publicidad anteriormente mencionada, encontramos un rectángulo de color gris que dice (Zona Comercial) en letras de color blanco, al pasar el puntero por encima y al hacer clic nos direcciona a la parte inferior de la pagina.</p> <p>Zona Comercial</p>  <p>Unidad de Estética Dental Marlon Becerra Díaz Endodoncia, Ortodoncia, Periodoncia, Rehabilitación oral, Cirugía Oral y Maxilofacial, Odontología Estética e Implantología.</p> <p>Gimnasio Altair A wonderful world for your children's education.</p> <p>UNIVERSIDAD LIBRE Inscripciones abiertas en programas de pregrado y postgrado, amplios planes de financiación.</p> <p>15 años</p>														
Indicadores económicos	<p>Indicadores económicos</p> <table border="1" data-bbox="457 1016 793 1243"> <tbody> <tr> <td>Dólar (TRM)</td> <td>\$1.997,13</td> </tr> <tr> <td>Dólar, Venta</td> <td>\$ 1.960</td> </tr> <tr> <td>Dólar, Compra</td> <td>\$1.870</td> </tr> <tr> <td>Café (Libra)</td> <td>US\$ 2,07</td> </tr> <tr> <td>Euro</td> <td>\$2.731,67</td> </tr> <tr> <td>UVR, Hoy</td> <td>\$186,3256</td> </tr> <tr> <td>UVR, Ayer</td> <td>\$186,3112</td> </tr> </tbody> </table> <p>Un cuadro donde se presenta la tasa monetaria diaria. Se emplean los colores que representan el logo del periódico El universal, es decir, Rojo negro y blanco (como fondo)</p>		Dólar (TRM)	\$1.997,13	Dólar, Venta	\$ 1.960	Dólar, Compra	\$1.870	Café (Libra)	US\$ 2,07	Euro	\$2.731,67	UVR, Hoy	\$186,3256	UVR, Ayer	\$186,3112
Dólar (TRM)	\$1.997,13															
Dólar, Venta	\$ 1.960															
Dólar, Compra	\$1.870															
Café (Libra)	US\$ 2,07															
Euro	\$2.731,67															
UVR, Hoy	\$186,3256															
UVR, Ayer	\$186,3112															

<p>Donde.com.co</p>		<p>Espacio dedicado a la página web www.donde.com.co (guía turística de Cartagena) se direcciona a una página nueva. De manera vertical ocupa una parte larga, predominante por los colores que esta emplea que son llamativos como (el rojo, azul y amarillo) ese banner publicitario logra darle más dinamismo a la pagina.</p>
<p>Publicidad</p>	<p>Publicidad</p> 	<p>Es una publicidad muy pequeña, casi no se nota en la pagina, y logra resaltar un poco solo por el color de fondo del cuadro, como las demás pautas publicitarias, esta al dar el clic sobre ella direcciona a otra página, en este caso a www.activamotriz.com</p>
<p>PICO Y PLACA</p>		<p>Espacio dedicado a la publicacion de un horario para los taxis y vehiculos particulares que dependiendo del último número de placa el automóvil, se rentinge la circulación de dichos vehiculos, aparece en una tabla en colores amarillo y negro: la hora, los dias y último número de placa.</p>

<p>Pronostico de hoy</p>  <p>Utiliza un cuadro con una imagen de fondo títulos en mayúsculas color amarillo, textos en letras color negro, diferentes tamaños de letra, y los links o vínculos en color azul.</p>	<p>Portada en PDF de Hoy</p>  <p>Las empresa editora del periódico digital ha decidido ofrecer a sus lectores en archivo pdf la portada de su formato impreso, como una oferta gratuita de <i>eluniversal.com.co</i> para que conozcan el contenido noticioso que ofrece la primera pagina del impreso. Es un ejemplo de la convergencia que realizo el periódico el universal, uno complementa al otro y le hace “promoción” a la otra versión.</p>	<p>Feeds RSS</p> <p>Reciba en tiempo real las noticias de www.eluniversal.com.co</p>  <p>Otros diarios</p> <p>El titulo lo colocan en color rojo, para que llame más la atención y utilizan signo de admiración. Debajo dentro de un cuadro naranja dice EMAIL y escriba su email, con opción de Suscribirme, para así poder recibir los titulares, solo hay que estar registrados como usuario del Periódico El universal, para recibir las noticias en el correo electrónico los titulares del día.</p>	<p>! Noticias en su email</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Suscríbese y reciba diariamente en su correo electrónico nuestros titulares.</p> <p>EMAIL</p> <input type="text" value="Escriba su email"/> <p>Suscribirme!</p> <p>Al igual que los títulos de los complementos que trae la versión digital, este título de Feeds RSS lo colocan en color rojo, para destacarlo. Esta opción permite que los titulares de El Periódico El Universal puedan leerse y enlazarse fácilmente desde otras páginas web o desde programas agregados con (lectores de RSS). Como en los blogs. Cada titular incluye un enlace para la lectura del artículo completo en la web del periódico.</p>	<p>Zona de servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> Sudoku Consultorio Jurídico Clasificados Suscripciones Ciudadano Reportero Guía Domicilios GUIA MÉDICA ESPECIALIZADA A SU SALUD Tarifas Publicidad Otras 	<p>Es la última categoría o sección que aparece en la columna derecha del periódico eluniversal.com.co , Como valor agregado se encuentran diversos links que son complementos informativos, de entretenimiento, cultural, social, noticiosos, entre otros. Cada link direcciona a otra pagina donde se completa la información, hay dos links rotos y son los de: sudoku y suscripciones.</p>
<p>Nota: Las categorías expuestas anteriormente, son añadiduras de las nuevas funciones que trae consigo lo digital, ya que destaca la posibilidad de agregar enlaces activos a las noticias y direcciones electrónicas tanto informativas como publicitarias. Lo que la diferencia de la versión impresa. La parte superior del periódico digital, trabajo con la misma información en cuanto al foro y exposición de casos, videos y audio de multimedia, durante los dos días que se analizo el periódico, lo variante estuvo en la primera y segunda columna de análisis, donde se reportaban hechos noticiosos de la cotidianidad.</p>					

A continuación, se decidió mostrar las cinco categorías restantes, situadas en la parte inferior de la primera página del periódico digital www.eluniversal.com.co, las anteriores categorías descritas en el cuadro superior se pueden considerar como las destacadas de dicho medio por la colocación estratégica de noticias, fotos, redacción de titulares, y contenido noticioso etc. Ahora se presentaran los complementos que trae consigo el diario digital de El universal, en su página principal o homepage.

CATEGORÍAS	DETALLE GENERAL
Publicidad	<p>Se presenta un conjunto de espacio publicitario para la comunicación de un producto en este caso se expone las promociones productos y servicios como: www.poli.edu.co, www.dell.com.co y www.worldoffice.com.co.</p> <p>- Los títulos de la publicidad van en negrita, fuente arial y los link en rojo</p> <p>Dicha publicidad va dentro de un rectángulo en un tono gris. Para diferenciarlo del fondo blanco de la página.</p> 
Destacados	<p>Presentan mediante titulo el nombre de la revista interna que esta el periódico dependiendo el día. Con una fotografía, que tiene de puede de foto una descripción vinculada a la imagen, que hace de título de esta misma. Estos son: revista viernes, Facetas, Dominical y Nueva.</p>
Zona Comercial	<p>Ya descrita en la parte superior de este cuadro descriptivo. Como las pautas publicitarias de diferentes entidades:</p> 
Mas Noticias	<p>Resumen de titulares de cada uno de los enlaces con contenidos de: Actualidad, económica, deportes, política. Ciencia y tecnológica, vida sana, ambiente, gente sucesos, local y educación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - nombre de la sección o enlaces principales: en letras rojas, arial y primera letra en mayúscula. - titulares en letras azules, arial, identificados con viñetas, para separar uno de los otros.

Suplementos	Se repiten los destacados, pero ahora debajo de cada nombre de las revistas, se colocan unos cuantos titulares con enlaces a las publicaciones. Pero solo se usan como una muestra de lo que se encontrara en las páginas impresas.
Nota: Cada "sección" o "categoría" es separada por una pleca gris más gruesa que las de la columna izquierda superior. La parte superior del periódico digital, trabajo con la misma información en cuanto al foro y exposición de casos, videos y audio de multimedia, durante los dos días que se analizo el periódico, lo variante estuvo en la primera y segunda columna de análisis, donde se reportaban hechos noticiosos de la cotidianidad.	

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

www.eluniversal.co.co

Jueves, Marzo 11 del 2010.

Estructura de la versión digital del periódico eluniversal.com.co
Jueves, Marzo 11 del 2010.

<p>Cabecera</p>	 <p>La publicidad encontrada encima del logotipo del periódico, es llamativa utiliza el color rojo como fondo y letras blanco en arial negrita sostenida, junto a la fotografía vectorizada del candidato a la cámara de representante por el partido Cambio Radical. (publicidad política pagada)</p>				
<p>Fecha</p> <p>En la parte superior izquierda, se encuentra una bandera de Colombia, tamaño pequeño, seguido de la ciudad y país (Cartagena de Indias-Colombia) en letra arial 8pt. Luego la fecha (jueves 11 de marzo de 2010) y a manera de link se ofrecen las ediciones anteriores, en letras azules y negrita sostenida, para resaltar dicha opción.</p>	<p>Logo</p> <p>Esta en minúscula, letras negra a diferencia del .com que lo colocan en rojo, y el fondo de toda la pagina que es blanco, continúan con los colores que representan al periódico impreso. Debajo del logo se encuentra la hora o el tiempo en que fue actualizada la pagina por última vez. En una letra minúscula, el tamaño en mucho menos que el resto del texto de la pagina. Y tiene una alineación justificada.</p>	<p>Otros datos</p> <p>En la parte superior derecha, al lado del logotipo se encuentra la opción de registro o inicio de sesión en letras azules. Seguido por los links de sus redes sociales como Twitter y Facebook. Además la opción para versión en móviles. Se le hace promoción a las terceras opciones de publicación de información del periódico El Universal, al ser partícipe de la aplicación de nuevas tecnología.</p>			
<p>Menú</p>	 <p>EL menú principal, tiene nueve categorías o enlaces diferentes y cada uno de ellos despliega un submenú, donde se encuentran secciones o diferentes categorías noticiosas, de entretenimiento, multimedia, interactividad, buzón, información institucional entre otros. Debajo del menú se encuentra en letras azules la palabra Inicio que es la de retorno siempre a la pagina principal, tiene una barra buscadora, seguida de un pequeño espacio para pauta publicitaria.</p>				
<p>Categoría</p> <p>Estructura</p>	<p>Título, Sección, cuerpo de texto.</p>	<p>Agencias informativas contratadas</p>	<p>Tipología y color</p>	<p>Espacio para imágenes y/o fotos</p>	<p>Espacio por géneros informativos</p>

PRIMERA COLUMNA (IZQUIERDA)

<p>Noticia destacada 1</p>	<p>Sección: política 6:25pm Titulo: Aníbal Gaviria Correa, formula vicepresidencial de Pardo. - Sección: la primera noticia empieza con política. - Título: es breve, es claro y ubica de inmediato al lector acerca del hecho. - Sumario: despeja alguna duda que halla quedado contexto al título, explica quien es Aníbal Gaviria y la posición actual de este, brinda al lector la información necesaria para saber de qué se trata la noticia completa.</p>	<p>En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.</p>	<p>Para el nombre de (política) el tamaño es más reducido que el resto del texto, en color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (6:25pm) en color rojo. Para el titulo, la letra es más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Género de noticia.</p>
<p>Noticia destacada 2</p>	<p>Sección: política 6:18pm Titulo: CNE prohíbe a candidatos usar imagen de Uribe en sus campañas - Sección: continúan las noticias políticas, como destacadas. -Titulo: es corto y directo, introduce al lector sobre que es la noticia sin necesidad de leerla por completo. Porque el titulo da toda la información necesaria. - Sumario de manera clara y corta, se complementa lo ya mencionado en el titulo, al agregarla la fuente directa con nombre y cargo completos de los personajes que hacen la prohibición de la imagen de Uribe en campañas electorales.</p>	<p>En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.</p>	<p>(Política) en tamaño reducido a comparación con el resto del texto, color negro, letra Times New Roman, seguido por la hora (6:25pm) en color rojo. Titulo, en letra más grande y en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Género de noticia.</p>
<p>Noticia destacada 3</p>	<p>Sección: Ciencia Publicado: 2010-03-12 Titulo: investigadores británicos habrían logrado leer los pensamientos - Sección: se observa que esta noticia tiene</p>	<p>En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.</p>	<p>Se continúa con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado. Titulo más grande que el resto del texto en color azul</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Articulo noticioso.</p>

	<p>como fecha de publicación, el día siguiente es decir 12 de marzo, lo que indica que la noticia será ampliada en la versión impresa del día de mañana.</p> <p>-Titulo: el lenguaje es sencillo y claro, aunque demuestra una posición dudosa de lo que se expone.</p> <p>- Sumario: el texto es breve y conciso, pero aquí a diferencia del título se nota mas seguridad de la información de la que se explica en el hecho noticioso, ya que afirman un logro se complementa lo ya mencionado. Aunque por un momento la lectura se ve enredada cuando tratan de explicar el descubrimiento, pero en conjunto la redacción es buena.</p>		<p>agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.</p>		
Noticia destacada 4	<p>Antetítulo: Internacional 4:28pm Titulo: Disidente cubano en huelga de hambre está en estado "grave" en hospital</p> <p>-Titulo: Es muy largo, inicia con una palabra muy rebuscada "Disidente" como para ser utilizada en el titulo, debería de emplear un vocabulario mas común y fluido por el hecho de ser una noticia que está ubicada en la primera pagina</p> <p>- Sumario: en este caso, el vocabulario y redacción del texto es fluido corto y conciso, complementa eficientemente al título, dice quien es el cubano (nombre, profesión) es una buena introducción de la noticia para sentir interés en conocer las razones por las que sigue en la huelga y el porqué.</p>	<p>En la primera página no se menciona.</p>	<p>Se trabajo de igual manera que las noticias anteriores, es decir, con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado.</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Noticia</p>
Noticia destacada 5	<p>Antetítulo: Elecciones 2010 4:00pm Titulo: Conteo de votos el domingo será mas dispendioso que en años anteriores</p> <p>-Antetítulo: por lo general en la primera pagina</p>	<p>No se menciona la agencia.</p>	<p>Se continúa con los mismos colores, letra, tamaño, interlineado y alineado. Para el nombre de la Sección</p>	<p>No hay imagen.</p>	<p>Noticia de política</p>

	<p>no se colocan antetítulos, sino el nombre de la sección o el enlace en donde se encuentra la información completa del hecho noticioso, pero esta vez se coloco como antetítulo un tema político y son las (ELECCIONES 2010)</p> <p>-Titulo: muy largo y nuevamente emplean palabras que pueden ser reemplazadas por otras, que no sean tan decorosas, que tienden a confundir al usuario.</p> <p>- Sumario: Un lenguaje claro, directo, mantienen informado al usuario sobre la actividad noticiosa, y además en letras mayúsculas (VEA MAS EN) hacen énfasis en donde se puede conseguir mas información de la noticia y se deja el link con la información.</p>		<p>(elecciones 2010) el tamaño es más reducido que el resto del texto, la misma fuente tipográfica (Times New Roman). La hora actualización de la noticia va en rojo.</p> <p>Para el título, la letra es más grande y azul agua marina</p> <p>Para el cuerpo de texto se utiliza el color negro tipología de fuente arial</p> <p>Debajo del sumario encontramos un valor complementario a la noticia, que se dio de último minuto, este va en color azul, igual al título. Con la fuente times new roman</p>		
Noticia destacada 6	<p>Antetítulo: Elecciones 2010 4:00pm</p> <p>Antetítulo: Elecciones 2010 2:52pm</p> <p>Titulo: ¿Usted sería capaz de vender el voto?</p> <p>-Antetítulo: como sucedió en la nota descrita en el cuadro anterior, por lo general en la primera pagina no se colocan antetítulos, sino el nombre de la sección o el enlace en donde se encuentra la información completa del hecho noticioso, pero esta vez se coloco como antetítulo un tema político y son las (ELECCIONES 2010)</p> <p>-Titulo: se realiza en manera de pregunta, en realidad vendría siendo parte de un foro.</p> <p>- Subtitulo: repite y hace énfasis en la pregunta realizada en el título, y complementa con él la oración (esta es la pregunta que hace hoy el universal.com.co vote...) y se deja el link de la pagina en la pueden dejar las respuestas. Una características de los medios digitales es la interactividad y el universal tiene en cuenta al</p>	No se menciona la agencia.	Al igual que las noticias anteriores. Times new Roman, letra negra, para todo el texto y el titulo en color azul.	No hay imagen.	No se puede decir que es un género, pero se trata de una encuesta.

	usuario y lo reafirma en el contenido del texto que aparece en dicho subtítulo.				
Noticia destacada 7	<p>Sección: internacional 1:31pm Título: Pinera teme "daños significativos" por últimos sismos pero espera evaluación. Valor Agregado: Pinera asume presidencia en medio de alerta de Tsunami 11:30am</p> <p>- Título: es claro, bien redactado y recalca entre comillas una línea importante: "daños significativos" dichas por el presidente frente a la tragedia a nivel general que dejó el sismo. - Sumario: hay un complemento de fuentes informativas, lenguaje apropiado para una noticia de carácter delicado y serio. - Cuando se habla de valor agregado en esta noticia, se hace énfasis que anteriormente se había realizado una noticia que se tituló (Piñera asume presidencia en medio de alerta de tsunami) pero que la presente fue una actualización, cambios y valor agregado noticioso de la anterior, sin embargo a manera de enlace se puede dar clic sobre el título y direcciona a otra página donde se encuentra la noticia completa que se había dado minutos antes.</p>	Dentro del sumario se menciona que la agencia fue la AFP	Sección (Internacional) el tamaño es más reducido que el resto del texto, fuente tipográfica (Times New Roman). La hora actualización de la noticia va en rojo. Para el título, la letra es más grande y azul agua marina Para el cuerpo de texto se utiliza el color negro tipología de fuente arial Debajo del sumario encontramos un valor complementario a la noticia, que se dio de último minuto, este va en color azul, igual al título. Con la fuente times new roman	No hay imagen.	Noticia.
Noticia destacada 8	<p>Sección: Internacional 1:20pm Título: Derecha acusa al gobierno español de "debilidad" en política con Venezuela.</p> <p>Título: de interés público, de carácter polémico y acusatorio, la redacción de este es breve y de gran carga política. Sumario: complementa un poco la idea que se plasma en el título, la redacción es formal, con un uso léxico entendible, el flujo de las ideas se</p>	No se menciona agencia en la primera página.	Título más grande que el resto del texto en color azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	Sin imagen. Solo un cuadro con fondo naranja en marca de agua.	Noticia

	da de forma ordenada en cuanto sucedieron los hechos. A pesar de ser solo 6 líneas, el contenido lo hizo sustancioso.				
Editorial	<p>Sección: Editorial Título: Sail Cartagena de Indias 2010. No es llamativo y no dice mucho, no contiene conectores o verbos que impacten.</p> <p>Sumario: Solo dan una pequeña introducción de la editorial, no es muy profunda, además, la redacción no es la mejor para ser el párrafo introductorio, no ayudo a complementar el título, aun no se sabe de que se trata el artículo o nota de opinión de la editorial.</p>	No se menciona agencia	La palabra Editorial vendría siendo la sección, es más grande que el mismo título, la fuente tipográfica es de Arial en color negro, a diferencia del título que el tamaño es menor pero se diferencia del Sección por estar en color azul y con tipografía Time New Roman que le da más seriedad y resalta al título, el resto del cuerpo de texto está escrito en arial color negro. Y resalta más que cualquier otra noticia de la primera columna por tener un cuadro de fondo color naranja (en marca de agua) separado también por plecas al igual que las otras noticias.	Sin imagen, solo se caracteriza por el recuadro de color naranja en marca de agua.	Editorial, genero de opinión.
Primer plano	Sumario: con la fotografía del presidente de Chile, se hace un breve comentario sobre su apoyo y compromiso contra las FARC. Este se convierte en la tercera noticia centrada en el país chileno. En tan solo la primera columna del diario digital.		El contenido del texto es en arial color negro alineado a la izquierda.	Fotografía primer plano del presidente de Chile.	Nota breve.
Plecas	Son las rayitas decorativas que dividen las notas en la primera plana, en toda la columna izquierda		Color negro, delgada. El espacio separativo entre el texto y la otra pleca es aproximadamente de 5 cm.		
SEGUNDA COLUMNA (CENTRAL)					
Categoría	Detalle	Estructura general	Tipología y color	Espacio dentro de la primera página	

Estructura				
Foto-noticia (otra noticia destacada)	<p>El Universal ofrece en la columna central alrededor de 4 a 5 fotonoticias, a las que se puede acceder por medio de un clic sobre los botones con triángulos o flechas que se encuentran en la fotografía, los cuales indican que existen otras fotonoticias y para ampliarlas solo se le debe dar un clic a los botones y esta de inmediato te direcciona a una página nueva donde está completa y más grande la información, con su respectivo pie de foto y sumario más amplio. A continuación se escogió una sola, para exponerla como ejemplo de la estructura de esta.</p>	<p>Titulo: Chiquinquirá con vía nueva.</p> <p>Crédito: Aroldo Mestre, EL UNIVERSAL</p> <p>El nombre del autor de la fotografía aparece en minúscula letras negras times new roman, el nombre de la agencia, predomina en mayúscula, time new roman, color negro, le dan más importancia a la agencia que al autor de la fotografía.</p> <p>- Fotografía: se captura el momento en que los trabajadores están realizando la labor de pavimentación, lo cual sustenta lo que se dice en el título y pie de foto.</p> <p>- Pie de foto: "a buen ritmo marchan las obras de pavimentación en concreto. Vía sufrió daños considerables cuando se tomó como vía alterna por los trabajos de transcribe.</p> <p>Es corto, y a la vez expone lo suficiente o lo necesario que se necesita en la noticia.</p>	<p>Titulo en letras times new roman, azul, un tamaño de letra normal, aproximadamente de 10pt.</p>	<p>La ubicación de la fotonoticia tiene un lugar muy importante en la página, ya que está centrado y le dinamismo a esta. Además de los colores que hacen que resalte y capte la atención del usuario.</p>
Publicidad		<ul style="list-style-type: none"> • Una espacio para generar nuevas comunidades de sentido, en el cual el ciudadano y la gente del común es la que expone casos noticiosos, por medio de fotografías y videos. L dar clic al banner, nos direcciona a otra pagina donde se informa de manera más completa sobre este espacio. <ul style="list-style-type: none"> - El banner publicitario, es de la misma empresa periodística (El Universal), donde los exponentes de noticias es la misma comunidad, el fondo de las fotografías que conforman la animación es blanco. • Publicidad dedicada a la promoción de las elecciones presidenciales del 2010. Los colores empleados amarillo azul y rojo, de fondo (la bandera colombiana) las letras en mayúscula, para denotar importancia y hay una pestaña que dice infórmese y al dar clic direcciona a 		

	otra pagina donde está la información más completa del día y candidatos a la presidencia.			
Encuesta del día	Es un espacio dedicado a los usuarios del periódico, se debe estar registrado para ser partícipe de la encuesta diaria, los temas varían, pueden ser desde políticos, económicos, culturales o sociales.	¿Ya usted identifico al candidato por el cual va a votar en el tarjetón? Respuestas Si= 17% (1 voto) No =83% (5 votos) Total de votos: 6	El titulo que dice (Encuesta) está encerrado en un rectángulo de color rojo y la fuente es arial, 11pt, color blanco. La pregunta está escrita con la fuente arial 12pt, color azul. A medida que voten, una franja de color azul va aumentando.	Se encuentra debajo de la imagen de Elecciones 2010. Siendo esta como una introducción o presentación a lo que sería la encuesta.
Foro reciente	Pregunta: Si en sus manos estuviera moldearlo, ¿Como seria el representante y senador que necesita el departamento de Bolívar? Un espacio de interacción entre periodista y el usuario o entre el usuario con el usuario. Se colocó una pregunta debatible de acerca de una temática social en este caso fue política. En cuanto a los colores, en el titulo se denota en un rectángulo de color verde, con letras blanco en arial con negrita. Para el resto del texto se emplea el color verde en arial y destacándola con una viñeta de color verde.			
Cuéntanos tu caso	Pregunta: ¿En cuál o cuáles de los servicios públicos usted ve que los planes de ahorro se les reflejan en la (s) factura(s) Una de las principales características que brinda la Internet es la interactividad, este es otro espacio en que el público puede interactuar entre ellos y con los emisores de la noticia, peor principalmente se crean estos espacios para debatir temas de interés social. Como separación de la categoría anterior con esta, está formado un rectángulo de color verde y dentro de este el titulo que dice Cuéntanos tu caso, escrito en letras blanca, arial 12. El color del texto que indica la pregunta es Azul, arial 11pt y lo antecede una viñeta, para hacer más énfasis en la pregunta. Una línea (pleca) delgada de color azul, separa el rectángulo que contiene el nombre del título, con el resto del texto que conforma la pregunta del foto. Y más abajo dice ver más casos. En letras arial 12pt. Todo esto está dentro de un recuadro color azul claro, con aplicación de marco de agua. Lo cual hace más llamativo delante de las demás noticias.			
Sección de video, audio y foto (multimedia)	Se destaca un espacio variado, que además de los tradicionales textos e imágenes que se analizaban anteriormente, se encuentra una combinación de contenidos con respecto a sonidos, videos y fotos con archivos noticiosos. En los cuales se hacen entrevistas, reportajes y demás géneros periodísticos en cualquier tema (social, económico, político, judicial, entretenimiento cultura etc.) de los cuales además son direccionados a otra página, para hacer una ampliación de los contenidos publicados en ese cuadro. Debajo del cuadro donde se incrustan los archivos con soporte multimedia, se encuentran como una referencia de los demás videos, fotos o audio que aparecen en esa sección.			

<p>Caricatura del día</p>	 <p>En la lustración se hace alusión a un tema controvertido, por lo general las caricaturas son un sistema de lucha dirigido con ironía contra personajes o entidades de la vida pública, con ánimo de burla para resaltar sus errores. Colores blanco y negro, al final de la caricatura, el autor firma su obra, con un seudónimo.</p>		
<p>Columnista</p>	<p>En esta sección de manera vertical se presenta 4 columnistas, en donde se expresa la opinión sobre un tema de actualidad, sobre la situación general del ámbito político, económico, deportivo, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para resaltar los títulos se colocan en color azul, fuente Times New Roman. - La firma del autor, es el nombre del periodista, se coloca en mayúscula, letra color negro, fuente Arial, negrilla. - La fecha de publicación en color negro, fuente arial y tamaño más pequeño que el título y la firma. <p>Al dar clic en el título nos direcciona a otra página dentro del mismo periódico, en donde se puede contemplar la columna completa.</p> <p>Columnistas</p> <p>En San Onofre hay una escuela... por: CRISTO RAFAEL GARCÍA TAPIA Miércoles 10 de Mar de 2010</p> <p>Premonición de Cambio por: GERARDO MÉNDEZ SOLANO Miércoles 10 de Mar de 2010</p> <p>Cartagena revisa el POT por: ALICIA BOZZI MARTÍNEZ Miércoles 10 de Mar de 2010</p> <p>Se buscan fallos en derecho y pertinentes por: BORIS F. ZAPATA ROMERO Martes 9 de Mar de 2010</p> <p>Cada columna está separada una de la otra por medio de unas plecas, pero esta vez no lineal completamente sino por varios puntos o rayitas. Lo cual hacen más agradable a la vista la estructura del periódico digital. Y al empezar el título también se hace separación por medio de una pleca más gruesa, gracias a esas rayitas decorativas que dividen todas las notas en la primera plana, la página luce más armónica.</p>		
<p>Blogs</p>	<p>Blogs</p> <p>Cartagena, ¿inmóvil en la salsa? Por Ernesto Armenteros D. en Pentagrama Musical</p> <p>Líderes de opinión en la red se suman a la causa Caribe Por STALIN CHAPUEL en Tecnobitácora</p> <p>Google Buzz = Gmail + Social Networks Por STALIN CHAPUEL en Tecnobitácora</p> <p>Ver más blogs</p>	<p>Recogen temática diferente como política, internet, cine, etc. Permiten plantear problemas, realizar críticas, comentar novedades o últimas tendencias, etc.</p> <p>La información sobre los Blogs se encuentra en un recuadro de fondo azul (marca de agua) la palabra "Blog" está escrita en arial, color negro.</p> <p>El título en azul, tipología de fuente Times New Roman. Debajo la firma del blogger. Su nombre lo coloca en mayúscula y hace énfasis sobre que se trata el blog, en este caso de tecnología.</p>	<p>Deben estar registrados en la página y deben tener iniciada la sesión, para poder dejar comentarios en los blogs publicados en El Universal.</p>

TERCERA COLUMNA (DERECHA)

<p>Categoría</p> <p>Estructura</p>	<p align="center">Descripción general</p>														
<p>Pautefacil.com</p>	<p>Este espacio es para la realización de pautas publicitarias pequeñas, esta vez se encuentran las de: www.Poli.edu.co, dell.com.co y www.worldoffcie.com.co. Se utiliza el color negro para la descripción de la pauta, el título en negrita y los link en color rojo.</p> <p>En este caso la publicidad que aparece en la parte superior de la columna derecha de la pagina web, es primeramente al lado de la barra de buscar, una foto link de color naranja que dice en letras negras Universidad San Buenaventura y al dar clic dirección a su página oficial, debajo de este se encuentra un banner animado de la Fundación Universitaria Tecnológico de Comfenalco, da más color a la pagina, y es de mayor tamaño que la publicidad de la San buenaventura.</p>														
<p>Zona comercial</p>	<div data-bbox="430 665 913 738" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p align="center">Ver Zona Comercial ▾</p> </div> <p>Debajo de la publicidad anteriormente mencionada, encontramos un rectángulo de color gris que dice (Zona Comercial) en letras de color blanco, al pasar el puntero por encima y al hacer clic nos direcciona a la parte inferior de la pagina.</p> <p align="center">Zona Comercial</p> <hr/> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div data-bbox="409 803 934 958" style="width: 30%;"> <p>Donde encontramos más pautas publicitarias de entidades comerciales, se muestran banner animados que direccionan a las páginas oficiales de cada una de las entidades.</p> </div> <div data-bbox="976 803 1113 909" style="width: 20%; text-align: center;">  <p><small>A wonderful world for your children's education.</small></p> </div> <div data-bbox="1134 803 1270 941" style="width: 20%; text-align: center;">  <p><small>Inscripciones abiertas en programas de pregrado y postgrado, amplios planes de financiación.</small></p> </div> <div data-bbox="1291 803 1428 868" style="width: 20%; text-align: center;">  </div> </div>														
<p>Indicadores económicos</p>	<div data-bbox="420 1047 703 1088" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p align="center">Ver Zona Comercial ▾</p> </div> <div data-bbox="420 1104 703 1347" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Indicadores económicos</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Dólar (TRM)</td><td>\$ 1.894,30</td></tr> <tr><td>Dólar, Venta</td><td>\$1.920</td></tr> <tr><td>Dólar, Compra</td><td>\$ 1.940</td></tr> <tr><td>Café (Libra)</td><td>US\$ 2,03</td></tr> <tr><td>Euro</td><td>\$ 2.576,57</td></tr> <tr><td>UVR, Hoy</td><td>\$ 187,4149</td></tr> <tr><td>UVR, Ayer</td><td>\$ 187,3689</td></tr> </table> </div> <p>Un cuadro donde se presenta la taza monetaria diaria. Se emplean los colores que representan el logo del periódico El universal, es decir, Rojo negro y blanco (como fondo)</p>	Dólar (TRM)	\$ 1.894,30	Dólar, Venta	\$1.920	Dólar, Compra	\$ 1.940	Café (Libra)	US\$ 2,03	Euro	\$ 2.576,57	UVR, Hoy	\$ 187,4149	UVR, Ayer	\$ 187,3689
Dólar (TRM)	\$ 1.894,30														
Dólar, Venta	\$1.920														
Dólar, Compra	\$ 1.940														
Café (Libra)	US\$ 2,03														
Euro	\$ 2.576,57														
UVR, Hoy	\$ 187,4149														
UVR, Ayer	\$ 187,3689														

Donde.com.co	Espacio dedicado a la página web www.donde.com.co (guía turística de Cartagena) se direcciona a una página nueva. De manera vertical ocupa una parte larga, predominante por los colores que esta emplea que son llamativos como (el rojo, azul y amarillo) ese banner publicitario logra darle más dinamismo a la pagina.	
Publicidad		Es una publicidad muy pequeña, casi no se nota en la pagina, y logra resaltar un poco solo por el color de fondo del cuadro, como las demás pautas publicitarias, esta al dar el clic sobre ella direcciona a otra página, en este caso a www.activamotriz.com
PICO Y PLACA		Espacio dedicado a la publicacion de un horario para los taxis y vehiculos particulares que dependiendo del último número de placa el automóvil, se rentinge la circulación de dichos vehiculos, aparece en una tabla en colores amarillo y negro: la hora, los dias y último número de placa.

<p>Pronostico de hoy</p>  <p>Utiliza un cuadro con una imagen de fondo títulos en mayúsculas color amarillo, textos en letras color negro, diferentes tamaños de letra, y los links o vínculos en color azul.</p>	<p>Portada en PDF de Hoy</p>  <p>Pdfs anteriores</p> <p>Las empresa editora del periódico digital ha decidido ofrecer a sus lectores en archivo pdf la portada de su formato impreso, como una oferta gratuita de <i>eluniversal.com.co</i> para que conozcan el contenido noticioso que ofrece la primera pagina del impreso. Es un ejemplo de la convergencia que realizo el periódico el universal, uno complementa al otro y le hace “promoción” a la otra versión.</p>	<p>Feeds RSS</p> <p>Reciba en tiempo real las noticias de www.eluniversal.com.co</p> <p>LISTA DE CANALES RSS</p> <p>Otros diarios</p> <p>El titulo lo colocan en color rojo, para que llame más la atención y utilizan signo de admiración. Debajo dentro de un cuadro naranja dice EMAIL y escriba su email, con opción de Suscribirme, para así poder recibir los titulares, solo hay que estar registrados como usuario del Periódico El universal, para recibir las noticias en el correo electrónico los titulares del día.</p>	<p>! Noticias en su email</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Suscríbese y reciba diariamente en su correo electrónico nuestros titulares.</p> <p>EMAIL</p> <p>Escriba su email</p> <p>Suscribirme!</p> <p>Al igual que los títulos de los complementos que trae la versión digital, este título de Feeds RSS lo colocan en color rojo, para destacarlo. Esta opción permite que los titulares de El Periódico El Universal puedan leerse y enlazarse fácilmente desde otras páginas web o desde programas agregados con (lectores de RSS). Como en los blogs. Cada titular incluye un enlace para la lectura del artículo completo en la web del periódico.</p>	<p>Zona de servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> Sudoku Consultorio Jurídico Clasificados Suscripciones Ciudadano Reportero Guia Domicilios GUÍA MÉDICA ESPECIALIZADA A SU SALUD Tarifas Publicidad Obras 	<p>Es la última categoría o sección que aparece en la columna derecha del periódico eluniversal.com.co , Como valor agregado se encuentran diversos links que son complementos informativos, de entretenimiento, cultural, social, noticiosos, entre otros. Cada link direcciona a otra pagina donde se completa la información, hay dos links rotos y son los de: sudoku y suscripciones.</p>
<p>Nota: Las categorías expuestas anteriormente, son añadiduras de las nuevas funciones que trae consigo lo digital, ya que destaca la posibilidad de agregar enlaces activos a las noticias y direcciones electrónicas tanto informativas como publicitarias. Lo que la diferencia de la versión impresa.</p>					

A continuación, se decidió mostrar las cinco categorías restantes, situadas en la parte inferior de la primera página del periódico digital www.eluniversal.com.co, las anteriores categorías descritas en el cuadro superior se pueden considerar como las destacadas de dicho medio por la colocación estratégica de noticias, fotos, redacción de titulares, y contenido noticioso etc. Ahora se presentaran los complementos que trae consigo el diario digital de El universal, en su página principal o homepage.

CATEGORÍAS	DETALLE GENERAL
Publicidad	<p>Se presenta un conjunto de espacio publicitario para la comunicación de un producto en este caso se expone las promociones productos y servicios como: www.poli.edu.co, www.dell.com.co y www.worldoffice.com.co.</p> <p>- Los títulos de la publicidad van en negrita, fuente arial y los link en rojo</p> <p>Dicha publicidad va dentro de un rectángulo en un tono gris. Para diferenciarlo del fondo blanco de la página.</p> 
Destacados	<p>Presentan mediante titulo el nombre de la revista interna que esta el periódico dependiendo el día. Con una fotografía, que tiene de puede de foto una descripción vinculada a la imagen, que hace de titilo de esta misma. Estos son: revista viernes, Facetas, Dominical y Nueva.</p>
Zona Comercial	<p style="text-align: center;">Zona Comercial</p> <p>Ya descrita en la parte superior de este cuadro descriptivo. Como las pautas publicitarias de diferentes entidades:</p> 
Mas Noticias	<p>Resumen de titulares de cada uno de los enlaces con contenidos de: Actualidad, económica, deportes, política. Ciencia y tecnológica, vida sana, ambiente, gente sucesos, local y educación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - nombre de la sección o enlaces principales: en letras rojas, arial y primera letra en mayúscula. - titulares en letras azules, arial, identificados con viñetas, para separar uno de los otros.
Suplementos	<p>Se repiten los destacados, pero ahora debajo de cada nombre de las revistas, se colocan unos cuantos titulares con enlaces a las publicaciones. Pero solo se usan como una muestra de lo que se encontrara en las páginas impresas.</p>
<p>Nota: Cada "sección" o "categoría" es separada por una pleca gris más gruesa que las de la columna izquierda superior.</p>	

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

www.eluniversal.co.co

Sábado, Marzo 13 del 2010.

Publicidad



Informes:
Departamento de Publicidad
cmendez@eluniversal.com.co

 Cartagena de Indias - Colombia
Sábado 13 Marzo de 2010
[Ediciones anteriores](#)

eluniversal.com.co

Actualizado hace: 59 mins 12 segs

[Registrarse o Iniciar sesión](#)
Síguenos en:  [twitter](#)  [Facebook](#)
Otras versiones:  [Móvil](#)

La publicidad encontrada encima del logotipo del periódico, es llamativa utiliza el color rojo como fondo y letras blanco en arial negrita sostenida, junto a la fotografía vectorizada del candidato a la cámara de representante por el partido Cambio Radical. (publicidad política pagada)

Fecha	Logo	Otros datos
<p>En la parte superior izquierda, se encuentra una bandera de Colombia, tamaño pequeño, seguido de la ciudad y país (Cartagena de Indias-Colombia) en letra arial 8pt. Luego la fecha (Sábado 13 de marzo de 2010) y a manera de link se ofrecen las ediciones anteriores, en letras azules y negrita sostenida, para resaltar dicha opción.</p>	<p>Esta en minúscula, letras negra a diferencia del .com que lo colocan en rojo, y el fondo de toda la pagina que es blanco, continúan con los colores que representan al periódico impreso. Debajo del logo se encuentra la hora o el tiempo en que fue actualizada la pagina por última vez. En una letra minúscula, el tamaño en mucho menos que el resto del texto de la pagina. Y tiene una alineación justificada.</p>	<p>En la parte superior derecha, al lado del logotipo se encuentra la opción de registro o inicio de sesión en letras azules. Seguido por los links de sus redes sociales como Twitter y Facebook. Además la opción para versión en móviles. Se le hace promoción a las terceras opciones de publicación de información del periódico El Universal, al ser participe de la aplicación de nuevas tecnología.</p>

[Noticias](#) ↓ [Opinión](#) ↓ [Regionales](#) ↓ [Suplementos](#) ↓ [Clasificados](#) ↓ [Turismo](#) ↓ [Servicios](#) ↓ [Multimedia](#) | [El Universal](#) ↓

[Inicio](#) >>

Buscar

UNIVERSIDAD SAN BUENAVENTURA

EL menú principal, tiene nueve categorías o enlaces diferentes y cada uno de ellos despliega un submenú, donde se encuentran secciones o diferentes categorías noticiosas, de entretenimiento, multimedia, interactividad, buzón, información institucional entre otros. Debajo del menú se encuentra en letras azules la palabra Inicio que es la de retorno siempre a la página principal, tiene una barra buscadora, seguida de un pequeño espacio para pauta publicitaria.

ELECCIONES 2010

eluniversal.com.co



Banners publicitarios dedicados especialmente para hacer referencia a las elecciones 2010, más adelante se toma casi completamente una columna con notas breves y noticias, sobre perfiles de los candidatos a la presidencia. Se encuentran ubicados en la parte superior debajo del menú principal de la pagina, un producto multimedia llamativo, con muchos colores lo cual hacen más dinámica la homepage.

Categoría Estructura	Titulo, Sección, cuerpo de texto.	Agencias informativas contratadas	Tipología y color	Espacio para imágenes y/o fotos	Espacio por géneros informativos
PRIMERA COLUMNA (IZQUIERDA)					
Noticia destacada 1	<p>- Titulo: Las elecciones en cifras. El titulo se planteo de manera breve, interesante y clara.</p> <p>- Subtitulo: " los colombianos votaran para elegir miembros a corporaciones públicas (...)" A manera de introducción de una nota o un comunicado se hace un breve aporte a lo que se refiere el titulo, no es muy completa la información, por su brevedad, solo se mencionan algunos de las corporaciones públicas por las que los colombianos votarían.</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	No hay imagen.	Nota de prensa.
Noticia destacada 2	<p>Titulo: El deber de votar</p> <p>Subtitulo: Después de una de las campañas más cuestionadas por (...) Segunda noticia destacada con la temática política en cuanto a las elecciones del 2010, el titulo impone fuerza al usuario, y da hincapié a que se darán razones por la que es necesario e importante el voto. La información obtenida o plasmada en esas líneas, no es suficiente como para conocer de qué se trata</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	No hay imagen alusiva a la noticia	Género de noticia.

	la noticia, es necesario recurrir a la noticia completa.				
Noticia destacada 3	<p>Título: Perfiles de los candidatos verdes</p> <p>Subtítulo: "PEÑALOSA, DE LA MANO CON LA PROYECCION, enrique Peñalosa fue alcalde (...)"</p> <p>Prosiguen las noticias enfocadas a las elecciones 2010. Se hace una introducción del perfil de uno de los candidatos del partido verde, solo es la introducción del primer párrafo de la noticia, de hecho se deja incompleta para que el usuario se dirija directamente al enlace que lo lleve a la noticia completa.</p> <p>- En mayúscula colocan el nombre de uno de los candidatos del partido verde, para diferenciarlo del texto.</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	No hay imagen	Noticia.
Noticia destacada 4	<p>Título: Perfiles de los candidatos azules</p> <p>Subtítulo: "ALVARO LEYVA, EL HOMBRE DEL DIALOGO. Con estudios en Derecho (...)"</p> <p>En la nota anterior se hacia referencia al partido verde, a continuación se prosigue con los perfiles de los candidatos azules, de igual forma como se hacía anteriormente, se empieza con el perfil de uno de los candidatos y se deja inconclusa la idea, es decir, con puntos suspensivos se hace referencia a que la noticia sigue y es necesario hacer clic en el enlace para verla completa.</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	No hay imagen	Nota de prensa.
Noticia destacada 5	<p>Título: Toda la región está enterada del "Voto Caribe"</p> <p>Subtítulo: "desde Maicao en la alta Guajira hasta Montería (...)"</p> <p>El titulo es llamativo encierran entre comillas la frase Voto Caribe, lo que resalta una posición específica en cuanto a la región frente al campo de votaciones. Como sucede con las notas anteriores, se hace presencia de un párrafo introductorio que para</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	No hay imagen	Noticia

	entender la idea completa de este, es necesario ir a la noticia completa. Por lo que se aprecia en las cuatro líneas, la noticia se da a manera de reportaje.				
Noticia destacada 6	<p>Titulo: Gobierno invita a votar libre y responsable. Subtitulo:"una investigación para que los colombianos salgan a votar este domingo libre (...)"</p> <p>El titulo es corto y directo, a manera a de recomendación para la comunidad. Existe el planteamiento de la fuente directa, la información del comunicado es clara, sencillo, breve y preciso, se aplica el (Quien dice: Que, a Quienes) complementa lo que se mencionaba en el titulo.</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	No hay imagen	Noticia
Pleca	A diferencia de las otras plecas, que separan las noticias unas de otras, esta es más gruesa que las demás, donde se hace énfasis que hasta ahí terminaban las noticias sobre las elecciones presidenciales 2010, espacio que se le había otorgado mas denotación que el resto, ya que a principio de columna aparece imagen o publicidad alusiva a las elecciones.				
Noticia destacada 7	<p>Sección: deportes 6:55pm Titulo Villegas subió dos puestos; ahora es undécimo en el CA championship</p> <p>Sumario: Faltan signos de puntuación, pero se da la noticia de manera breve y concreta. Se habla de un personaje, de cómo logro disputarse en un buen lugar y cuando es la finalización de evento, en el que participa.</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	Sin imagen	Noticia
Noticia destacada 8	<p>Sección: local 2.51pm Titulo: Procuraduría solicita revocar preclusión de investigación contra Hilsaca.</p> <p>Sumario: se hace una descripción clara de los hechos, contextualizando al lector con lo ocurrido sin necesidad de leer toda la noticia, ya con esas seis líneas, se obtiene la información necesaria a manera de complemento por el título.</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	Sin imagen	Noticia
Noticia destacada 9	<p>Sección: Actualidad 2:00pm Titulo: Uribe celebra elecciones y habla de copa del mundo "Colombia 2026"</p> <p>Sumario: Se complemento lo dicho en el titulo, al citar literalmente las palabras mencionadas por el</p>	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	Sin imagen	Nota de prensa.

	presidente, en tan solo seis líneas se dio la idea general o mejor dicho, lo básico que se necesita saber de la noticia.				
Noticia destacada 10	Sección: Actualidad 10:43am Titulo: Se entrego hombre que durante 15 horas mantuvo retenida a su ex mujer Titulo: dice lo más importante de la noticia, de manera resumida. Sumario: Aunque es corto deja claro el suceso noticioso, y permite que el lector este contextualizado aún sin terminar de leer la nota completa.	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	Sin imagen	Noticia
Noticia destacada 11	Sección: Ambiente 9:15am Titulo: Que el Domingo de Ramos bendigan plantas de jardín y no palmas de cera. Sumario: a manera de introducción se sustenta lo Mencionado en el titulo, se incluyen las fuentes directas de la noticia, y de manera breve se hace un buen sumario, entendible, pero que abre la necesidad del usuario en conocer más sobre el asunto, para despejar dudas.	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	Sin imagen	Noticia
Noticia destacada 12	Elecciones 2010 Política Titulo: 509.000 jurados en jornada electoral de mañana. Sumario: nuevamente en la primeras pagina se expone una nota de carácter político, en cuanto a las elecciones 2010, la redacción y lenguaje Empleado es breve y sencillo, ofrece suficiente información para dar a conocer la finalidad de la nota, en dicho espacio recalcan donde se puede ver la noticia completa, al dejar el link al final del párrafo, ara que el usuario de manera inmediata se direcciona a dicha noticia.	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	Sin imagen	Noticia
Noticia destacada 13	Elecciones 2010 Local Titulo: Máxima seguridad en elecciones. -Titulo: escrito de manera corta y sencilla.	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman).	Sin imagen	Noticia

	-Sumario: se informa del procedimiento que se esta Llevando a cabo para un evento político que se realizara al día siguiente. La redacción es clara en su brevedad expone lo mas importante de la noticia.		Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.		
Noticia destacada 14	Sección: Vida sana Titulo Mujeres que usan pastillas anticonceptivas podrían vivir más. - Titulo: se maneja un tema que será de principal interés por parte del sexo femenino. No se enfatiza en la fuente del suceso, pero expone parte interesante del hecho. - Sumario: Aunque sea breve, expone una descripción clara de los hechos, motiva al lector a conocer más sobre el nuevo descubrimiento que se plantea, para saber que tan verídico es lo que se plantea desde el titulo.	En primera pagina o HomePage no se presenta agencia.	Para el titulo, la letra es más grande que el resto del texto, es en azul agua marina, fuente tipográfica (Times New Roman). Y el sumario con tipología de fuente Arial color negro.	Sin imagen	noticia
Editorial	Editorial Titulo: Mañana es el día Sumario: A manera de relato se plantea una situación polémica que enfrenta el país, en el campo de la política. La redacción y lenguaje utilizado hacen interesante la lectura. Además de la ubicación y la forma en que se presenta el contenido del Editorial, es decir, lo resaltan con un cuadro de fondo naranja claro para diferenciarlo de las demás noticias.		La palabra Editorial vendría siendo el Sección, es más grande que el mismo título, la fuente tipográfica es de Arial en color negro, a diferencia del título que el tamaño es menor pero se diferencia del Sección por estar en color azul y con tipografía Time New Roman que le da más seriedad y adorno al título, el resto del cuerpo de texto está escrito en arial color negro. Y resalta más que cualquier otra noticia de la primera columna por tener un cuadro de fondo color naranja (en marca de agua) separado también por plecas al igual que las otras noticias.	Sin imagen. Solo un cuadro con fondo naranja en marca de agua, que lo resalta de las demás noticias.	Editorial, genero de opinión.
Primer plano	Titulo: Primer Plano Se presenta un personaje (María del pilar Gómez) en el cuerpo del texto solo nos informan de su cargo		El contenido del texto es en arial color negro alineado a la izquierda.	Contiene una fotografía en primer plano, de María del pilar	Nota breve. Primer plano.

	y la labor que hizo merecedora para aparecer en primer plano. El lenguaje empleado es sencillo y puede que es suficiente para resaltar la obra que realizado a favor de la comunidad.			Gómez), Gerente de la fundación puerto de Cartagena.	
Plecas	Son las rayitas decorativas que dividen las notas en la primera plana, en toda la columna izquierda		Color negro, delgada. El espacio separativo entre el texto y la otra pleca es aproximadamente de 5 cm.		
SEGUNDA COLUMNA (CENTRAL)					
Categoría	Detalle	Estructura general	Tipología y color	Espacio dentro de la primera pagina	
Estructura					
Foto-noticia (otra noticia destacada)	El Universal ofrece en la columna central alrededor de 4 a 5 fotonoticias, a las que se puede acceder por medio de un clic sobre los botones con triángulos o flechas que se encuentran en la fotografía, los cuales indican que existen otras fotonoticias y para ampliarlas solo se le debe dar un clic a los botones y esta de inmediato te direcciona a una página nueva donde está completa y más grande la información, con su respectivo pie de foto y sumario más amplio. A continuación se escogió una sola, para exponerla como ejemplo de la estructura de esta.	-Título: Mindefensa revisa plan Democracia en Cartagena -Crédito: PRENSA GOBERNACION -Pie de foto:"Una inversión de 274 millones de pesos, de recursos propios (...)" + El título es corto y sustancioso, resume la importancia de la noticia en tan solo una línea, el complemento que aparece en el pie de foto es clara y emplea un lenguaje apropiado para la sustentación de la noticia, la fotografía connota como soporte la aparición de personajes que hacían presencia y exposición en la temática de la inversión.	Título en letras times new roman, azul, un tamaño de letra normal, aproximadamente de 10pt. Crédito: Las siglas de la agencia en mayúscula, resalta la propiedad o autoría de la imagen. Fotografía: captura de celebración de jugadores en el partido.	La ubicación de la fotonoticia tiene un lugar muy importante en la pagina, ya que está centrado y por los colores resalta entre la supremacía de la monocromía de los textos de las demás noticias.	
Nota Breve (política)	- Título: Píldoras Electorales. Con el nombre se realiza un juego de palabras, lo cual hace que sea más atractivo e interesante para seguir leyendo la información. - Sumario: la información es más larga a diferencia de las demás noticas presentadas		Título en letras rojas, Arial aproximadamente de 11pt. El texto está escrito en	Debajo de la fotonoticia	

	<p>en esta página, en cuanto al contenido, se emplean estadísticas y valores exactos para sustentar el número de personas que se encargaran de ser en este caso, jurados de mesas o puestos de votación.</p> <p>La nota es breve, no tiene enlace para complementar la noticia, como lo tenían las demás, ya que esta nota de prensa, solo anuncia unos datos que no necesitaban ser extendidos.</p>	<p>Times New Roman con un tamaño de letra menor al título.</p>		
<p>Publicidad Reportero Ciudadano</p>	 <p>El banner publicitario, es de la misma empresa periodística (El Universal), donde se promueve al ciudadano, a ser reportero grafico o periodista, un espacio para generar nuevas comunidades de sentido, en el cual el ciudadano y la gente del común es la que expone casos noticiosos, por medio de fotografías y videos. Los colores son llamativos y 3 fuentes diferentes de tipografía.</p>			
<p>Encuesta del día</p>	<p>Es un espacio dedicado a los usuarios del periódico, se debe estar registrado para ser partícipe de la encuesta diaria, los temas varían, pueden ser desde políticos, económicos, culturales o sociales. Sigue la misma encuesta del día anterior.</p>	<p>Pregunta: ¿Ya usted identifico al candidato por el cual va a votar en el tarjetón?</p> <p>Si: 57% (16 votos) No: 43% (12 votos)</p> <p>Total de votos:28</p> <p>Y en la parte de abajo se hace énfasis que para la votación debe ser usuario registrado de la página.</p>	<p>El titulo que dice (Encuesta) está encerrado en un rectángulo de color rojo y la fuente es arial, 11pt, color blanco. La pregunta está escrita con la fuente arial 12pt, color azul. A medida que voten, una franja de color azul va aumentando.</p>	<p>Se encuentra debajo de la publicidad del reportero ciudadano, este es uno de las propuestas de multimedia, que caracteriza la interactividad que ofrece el periódico al usuario. Ofrecen preguntas de respuesta de sí o no.</p>
<p>Foro reciente</p>	<p>Pregunta: Si en sus manos estuviera moldearlo, ¿Como seria el representante y senador que necesita el departamento de Bolívar?</p> <p>Un espacio de interacción entre periodista y el usuario o entre el usuario con el usuario. Se coloco una pregunta debatible de acerca de una temática social en este caso fue política.</p> <p>En cuanto a los colores, en el titulo se denota en un rectángulo de color verde, con letras blanco en arial con negrita. Para el resto del texto se emplea el color verde en arial y destacándola con una viñeta de color verde.</p> <p>Nota. Sigue el mismo foro que se planteaba en el análisis anterior del día 11 de marzo del 2010.</p>			

<p>Cuéntanos tu caso</p>	<p>Pregunta: ¿En cuál o cuáles de los servicios públicos usted ve que los planes de ahorro se les reflejan en la (s) factura(s)</p> <p>Una de las principales características que brinda la Internet es la interactividad, este es otro espacio en que el público puede interactuar entre ellos y con los emisores de la noticia, peor principalmente se crean estos espacios para debatir temas de interés social. Como separación de la categoría anterior con esta, está formado un rectángulo de color verde y dentro de este el título que dice Cuéntanos tu caso, escrito en letras blanca, arial 12. El color del texto que indica la pregunta es Azul, arial 11pt y lo antecede una viñeta, para hacer más énfasis en la pregunta. Una línea (pleca) delgada de color azul, separa el rectángulo que contiene el nombre del título, con el resto del texto que conforma la pregunta del foto. Y más abajo dice ver más casos. En letras arial 12pt. Todo esto está dentro de un recuadro color azul claro, con aplicación de marco de agua. Lo cual hace más llamativo delante de las demás noticias.</p> <p>Nota. Sigue el mismo caso que se planteaba en el análisis anterior del día 11 de marzo del 2010.</p>		
<p>Sección de video, audio y foto (multimedia)</p>	<p>Se destaca un espacio variado, que además de los tradicionales textos e imágenes que se analizaban anteriormente, se encuentra una combinación de contenidos con respecto a sonidos, videos y fotos con archivos noticiosos. En los cuales se hacen entrevistas, reportajes y demás géneros periodísticos en cualquier tema (social, económico, político, judicial, entretenimiento cultura etc.) de los cuales además son direccionados a otra página, para hacer una ampliación de los contenidos publicados en ese cuadro. Debajo del video (Trancón en manga) se enumeran del 1 al 5 otros videos publicados por los ciudadanos reporteros o demás periodistas de El Universal. Además de video, hay otros soportes de multimedia, como fotos y audio.</p>		
<p>Caricatura del día</p>	<p>Caricatura del día En broma y en serio</p>	<p>En la lustración se hace alusión a un tema controvertido, por lo general las caricaturas son un sistema de lucha dirigido con ironía contra personajes o entidades de la vida pública, con ánimo de burla para resaltar sus errores.</p> <p>Colores blanco y negro, al final de la caricatura, el autor firma su obra, con un seudónimo.</p>	
<p>Blogs</p>		<p>Recogen temática diferente como política, internet, cine, etc. Permiten plantear problemas, realizar críticas, comentar novedades o últimas tendencias, etc.</p> <p>La información sobre los Blogs se encuentra en un recuadro de fondo azul (marca de agua) la palabra "Blog" está escrita en arial, color negro.</p> <p>El título en azul, tipología de fuente Times New Roman. Debajo la firma del blogger. Su nombre lo coloca en mayúscula y hace énfasis sobre que se trata el blog, en este caso de tecnología.</p>	<p>Deben estar registrados en la página y deben tener iniciada la sesión, para poder dejar comentarios en los blogs publicados en El Universal.</p> <p>Los creadores de los blogs que se presentan en esta sección, son de periodistas, profesionales varios colaboradores del periódico El universal.</p>

TERCERA COLUMNA (DERECHA)

Categoría Estructura	Descripción general																
Pautefacil.com	<p>Este espacio es para la realización de pautas publicitarias pequeñas, esta vez se encuentran las de: www.Poli.edu.co, dell.com.co y www.worldoffcie.com.co. Se utiliza el color negro para la descripción de la pauta, el titulo en negrita y los link en color rojo.</p> <p>En este caso la publicidad que aparece en la parte superior de la columna derecha de la pagina web, es primeramente al lado de la barra de buscar, una foto link de color naranja que dice en letras negras Universidad San Buenaventura y al dar clic dirección a su página oficial, debajo de este se encuentra un banner animado de la Fundación Universitaria Tecnológico de Comfenalco, da más color a la pagina, y es de mayor tamaño que la publicidad de la San buenaventura.</p>																
Zona comercial	<div data-bbox="466 695 957 769" style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <p>Ver Zona Comercial ▼</p> </div> <p>Debajo de la publicidad anteriormente mencionada, encontramos un rectángulo de color gris que dice (Zona Comercial) en letras de color blanco, al pasar el puntero por encima y al hacer clic nos direcciona a la parte inferior de la pagina.</p> <p>Donde encontramos más pautas publicitarias de entidades comerciales, se muestran banner animados que direccionan a las páginas oficiales de cada una de las entidades.</p>																
Indicadores económicos	<table border="1" data-bbox="441 889 730 1149"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left;">Indicadores económicos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dólar (TRM)</td> <td>\$ 1.892,99</td> </tr> <tr> <td>Dólar, Venta</td> <td>\$ 1.900</td> </tr> <tr> <td>Dólar, Compra</td> <td>\$ 1.820</td> </tr> <tr> <td>Café (Libra)</td> <td>US\$2,05</td> </tr> <tr> <td>Euro</td> <td>\$2.605,62</td> </tr> <tr> <td>UVR, Hoy</td> <td>\$187,6452</td> </tr> <tr> <td>UVR, Ayer</td> <td>\$ 187,507</td> </tr> </tbody> </table> <p>Un cuadro donde se presenta la taza monetaria diaria. Se emplean los colores que representan el logo del periódico El universal, es decir, Rojo negro y blanco (como fondo)</p>	Indicadores económicos		Dólar (TRM)	\$ 1.892,99	Dólar, Venta	\$ 1.900	Dólar, Compra	\$ 1.820	Café (Libra)	US\$2,05	Euro	\$2.605,62	UVR, Hoy	\$187,6452	UVR, Ayer	\$ 187,507
Indicadores económicos																	
Dólar (TRM)	\$ 1.892,99																
Dólar, Venta	\$ 1.900																
Dólar, Compra	\$ 1.820																
Café (Libra)	US\$2,05																
Euro	\$2.605,62																
UVR, Hoy	\$187,6452																
UVR, Ayer	\$ 187,507																
Donde.com.co	<div data-bbox="466 1208 819 1386" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  </div> <p>Espacio dedicado a la página web www.donde.com.co (guía turística de Cartagena) se direcciona a una página nueva. De manera vertical ocupa una parte larga, predominante por los colores que esta emplea que son llamativos como (el rojo, azul y amarillo) ese banner publicitario logra darle más dinamismo a la pagina.</p>																

<p>Publicidad</p>	<p>Publicidad</p> 	<p>Es una publicidad muy pequeña, casi no se nota en la pagina, y logra resaltar un poco solo por el color de fondo del cuadro, como las demás pautas publicitarias, esta al dar el clic sobre ella direcciona a otra página, en este caso a www.activamotriz.com</p>
<p>PICO Y PLACA</p>		<p>Espacio dedicado a la publicacion de un horario para los taxis y vehiculos particulares que dependiendo del último número de placa el automóvil, se restringe la circulación de dichos vehiculos, aparece en una tabla en colores amarillo y negro: la hora, los dias y último número de placa.</p>

<p>Pronostico de hoy</p>  <p>Utiliz a un cuadr o con una imag en de fondo título s en mayú scula s color amari llo, texto s en letras color negro, diferentes tamaños de letra, y los links o vínculos en color azul.</p>	<p>Portada en PDF de Hoy</p>  <p>Descargar</p> <p>Pdfs anteriores</p> <p>Las empresa editora del periódico digital ha decidido ofrecer a sus lectores en archivo pdf la portada de su formato impreso, como una oferta gratuita de <i>eluniversal.com.co</i> para que conozcan el contenido noticioso que ofrece la primera pagina del impreso. Es un ejemplo de la convergencia que realizo el periódico el universal, uno complementa al otro y le hace "promoción" a la otra versión.</p>	<p>Feeds RSS</p> <p>Reciba en tiempo real las noticias de www.eluniversal.com.co</p> <p> LISTA DE CANALES RSS</p> <p>Otros diarios</p> <p>-----</p> <p>El titulo lo colocan en color rojo, para que llame más la atención y utilizan signo de admiración. Debajo dentro de un cuadro naranja dice EMAIL y escriba su email, con opción de Suscribirse, para así poder recibir los titulares, solo hay que estar registrados como usuario del Periódico El universal, para recibir las noticias en el correo electrónico los titulares del día.</p>	<p>! Noticias en su email</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Suscríbese y reciba diariamente en su correo electrónico nuestros titulares.</p> <p>EMAIL</p> <p>Escriba su email</p> <p><input type="text"/></p> <p><input type="button" value="Suscribirse!"/></p> <p>Al igual que los títulos de los complementos que trae la versión digital, este título de Feeds RSS lo colocan en color rojo, para destacarlo. Esta opción permite que los titulares de El Periódico El Universal puedan leerse y enlazarse fácilmente desde otras páginas web o desde programas agregados con (lectores de RSS). Como en los blogs. Cada titular incluye un enlace para la lectura del artículo completo en la web del periódico.</p>	<p>Zona de servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> Sudoku Consultorio Jurídico Clasificados Suscripciones Ciudadano Reportero Guía Domicilios GUIA MÉDICA ESPECIALIZADA A SU SALUD Tarifa Publicidad Obras <p>Es la última categoría o sección que aparece en la columna derecha del periódico <i>eluniversal.com.co</i> , Como valor agregado se encuentran diversos links que son complementos informativos, de entretenimiento, cultural, social, noticiosos, entre otros. Cada link direcciona a otra pagina donde se completa la información, hay dos links rotos y son los de: sudoku y suscripciones.</p>
<p>Nota: Las categorías expuestas anteriormente, son añadiduras de las nuevas funciones que trae consigo lo digital, ya que destaca la posibilidad de agregar enlaces activos a las noticias y direcciones electrónicas tanto informativas como publicitarias. Lo que la diferencia de la versión impresa.</p>				

A continuación, se decidió mostrar las cinco categorías restantes, situadas en la parte inferior de la primera página del periódico digital www.eluniversal.com.co, las anteriores categorías descritas en el cuadro superior se pueden considerar como las destacadas de dicho medio por la colocación estratégica de noticias, fotos, redacción de titulares, y contenido noticioso etc. Ahora se presentaran los complementos que trae consigo el diario digital de El universal, en su página principal o homepage.

CATEGORÍAS	DETALLE GENERAL
<p>Publicidad</p>	<p>Se presenta un conjunto de espacio publicitario para la comunicación de un producto en este caso se expone las promociones productos y servicios como: www.poli.edu.co, www.dell.com.co y www.worldoffice.com.co.</p>  <p>- Los títulos de la publicidad van en negrita, fuente arial y los link en rojo Dicha publicidad va dentro de un rectángulo en un tono gris. Para diferenciarlo del fondo blanco de la página.</p>
<p>Destacados</p>	<p>Presentan mediante titulo el nombre de la revista interna que esta el periódico dependiendo el día. Con una fotografía, que tiene de puede de foto una descripción vinculada a la imagen, que hace de titulo de esta misma. Estos son: revista viernes, Facetas, Dominical y Nueva.</p> 
<p>Zona Comercial</p>	<p>Zona Comercial</p>  <p>Ya descrita en la parte superior de este cuadro descriptivo. Como las pautas publicitarias de diferentes entidades:</p>
<p>Mas Noticias</p>	<p>Resumen de titulares de cada uno de los enlaces con contenidos de: Actualidad, económica, deportes, política. Ciencia y tecnológica, vida sana, ambiente, gente sucesos, local y educación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - nombre de la sección o enlaces principales: en letras rojas, arial y primera letra en mayúscula. - titulares en letras azules, arial, identificados con viñetas, para separar uno de los otros. -
<p>Suplementos</p>	<p>Se repiten los destacados, pero ahora debajo de cada nombre de las revistas, se colocan unos cuantos titulares con enlaces a las publicaciones. Pero solo se usan como una muestra de lo que se encontrara en las páginas impresas.</p>
<p>Nota: Cada "sección" o "categoría" es separada por una pleca gris más gruesa que las de la columna izquierda superior.</p>	

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El universal
Domingo, Febrero 7 del 2010

**Estructura de la primera página del periódico El universal
Domingo, Febrero 7 del 2010.**



Cabecera

En orden de aparición:

- El logo de El Universal está centrado con letras Times New Roman, de tamaño grande, con un sombreado en la parte inferior de las letras.
- Titulo antes del logo: EL SUCREÑO Jorge Mario Alfaro quiere brillas en Grandes Ligas, se hace énfasis que la noticia es ampliada en la pagina 1D, en letras azules, negrita sostenida, fuente Arial. Y como soporte una imagen en primer plano del personaje que se menciona en el titulo, fotografía en el lado superior a la par del logo del lado izquierdo.
- Datos técnicos: " Año Lx- Edición 22.903. 7 Secciones 62 Páginas. Issn 0122- 6843. Licencia Mingobierno 003384. Tarifa Postal Reducida 2009-431 4-72 - Vence Dic. 31 de 2009. Afiliado a la Sipy Andiaríos "
- Del lado superior derecho, al lado del logo, ubicada una publicidad de postobon.
- En un rectángulo rojo, está ubicado la fecha, el valor etc.
 - Lado izquierdo= la ciudad, el país y la fecha en que fue fundado
 - Lado derecho= La fecha (febrero 7 de 2010) letras color blanco, en el centro aparece el día (Domingo) la fuente tipológica de esa Arial en blanco y en amarillo pálido. Con el valor del periódico \$2.000 (por ser domingo, el contenido es más grande que en los días de semana) esto ubicado dentro de un rectángulo de color de fondo rojo.

Debajo del toda la cabecera, colocan una pleca delgada de color negro, que separa el cabezote de la publicidad y de las noticias.

<p>Categoría</p> <p>Estructura</p>	<p>Título, Antetítulo, Sección, cuerpo de texto.</p>	<p>Agencias informativas contratadas</p>	<p>Tipología y color</p>	<p>Espacio para imágenes y/o fotos</p>	<p>Géneros informativos</p>
<p>Noticia del día</p>	<p>T: Empezó la mudanza A: Primeras 50 familias S: Llegaron ayersanchocho trifásico</p> <p>-El título de la noticia principal utiliza palabras coloquiales acorde con la información brindada en la noticia. El</p>	<p>EL UNIVERSAL</p> <p>El hecho es cubierto por los periodistas del diario cartagenero. Así no ha sido necesario recurrir a agencia de prensa.</p>	<p>El texto es diseñado con discreción: Todo en negro. Sin embargo, la fotografía dinamiza la nota, da una mejor perspectiva a la imagen del</p>	<p>La fotografía, de 19.5 cm de largo por 11 cm de ancho, por su gran tamaño y la calidad en la información de la misma permite una agradable vista que</p>	<p>El género aplicado en este caso es <i>la noticia</i>. Se le concede el mayor espacio de la primera plana por tratarse de la noticia del día, lo cual permite presentar con mayor extensión los datos relevantes del artículo en la introducción.</p>

	<p>tamaño del título da dinamismo al concederle gran espacio al mismo</p> <p>-En el antetítulo se observan datos relevantes para el cuerpo de la noticia ya que incluye cantidades específicas para su desarrollo.</p> <p>-El sumario se escribe a forma de lead. Es más bien una introducción a la noticia. Se menciona lo más importante de manera atrayente para que el lector se interese en la publicación.</p>		<p>artículo en general incluso a la primera plana.</p>	<p>motiva a continuar leyendo el periódico. Por ser la primera noticia ilustra más de la mitad superior del lado izquierdo del diario. La imagen va acompañada con su respectivo pie de foto.</p>	
<p>Noticias destacadas 1</p>	<p>T: Real, por 3 puntos de "altura".</p> <p>A: Frente a Boyacá Chicó</p> <p>S: "No vamos... ...en Cartagena.</p> <p>-El título amenizado por un juego de palabras, lo cual es válido para los deportes, con gran sagacidad imprime un diseño propio a la noticia.</p> <p>-El antetítulo en esta ocasión solo informa con brevedad un dato de la noticia.</p> <p>-El sumario por su parte introduce con certeza al hecho deportivo que se realizará el mismo día</p>	<p>EL UNIVERSAL</p> <p>Con mayor ánimo y dinamismo el domingo por representar fecha de futbol se presentan las noticias escritas desde el mismo periódico.</p>	<p>Esta noticia se presenta monocromática para dejar la mayor atención a la noticia principal.</p>	<p>No tiene fotografía.</p>	<p>El género es noticioso en este caso se trata de <i>noticia</i> deportiva</p>
<p>Noticias destacadas 2</p>	<p>T: "Convivir" explicó ejecución de masacre</p> <p>A: En Chengue fueron asesinadas 27 personas el 17 de enero de 2001</p> <p>S: El 17 de enero... ...Meriño Herazo</p>	<p>EL UNIVERSAL</p> <p>Corresponsal en Sincelejo.</p> <p>Por ser un hecho de gran importancia en el público, además de contar con</p>	<p>Como en el caso de la noticia anterior, los únicos colores que se observan en el texto son el negro y el gris sólo en el</p>	<p>No tiene fotos ni imágenes, este espacio fue únicamente reservado para la primera noticia.</p>	<p>El género seleccionado para el desarrollo del evento es la <i>noticia</i>, así todos los hechos hasta ahora mencionados han sido narrados desde la noticia.</p>

	<p>El título describe un hecho que se tratará en la noticia, sin embargo se volvería confuso si el antetítulo que lo precede no explicara con exactitud lo que referirá el escrito. Así el antetítulo se vuelve primordial en este caso de noticias donde el titular puede llegar a ser impreciso ya sea con o sin intención del periodista. En el sumario se introduce más a fondo y con brevedad la importancia del asunto a tratar.</p>	<p>corresponsalía desde el lugar de los hechos, el mismo periódico obtiene, edita y provee la información.</p>	<p>antetítulo.</p>		
<p>Noticias destacadas 3</p>	<p>T: Sembrarán 2.200 hectáreas con palma. A: En Marialabaja S: En el 2010... ...varias incertidumbres</p> <p>El título es específico, informa de inmediato y acerca a los hechos. Permite junto con el antetítulo y el breve sumario ubicar con certeza al lector en la línea de los hechos.</p>	<p>EL UNIVERSAL</p> <p>De nuevo la noticia se desarrolla en un contexto de cobertura regional, donde el periódico está presente.</p>	<p>En esta noticia permanecen los colores tenues en especial el negro para el texto. Así las cosas, la mayor atención se concentra en el punto de la noticia que abre la primera plana</p>	<p>Igual que en las noticias secundarias del día, este hecho periodístico carece de fotografía o imágenes.</p>	<p>La <i>noticia</i> prima en la primera plana, esta vez no es la excepción, el hecho narrado se desarrolla en el género de la <i>noticia</i>.</p>
<p>Fotonoticia (otra noticia destacada)</p>	<p>T: Los montes de María A: En actualidad S: La red... ...de la región</p> <p>Es el único titular con lead y fotografía en el día. Informa con brevedad lo que será la noticia al interior del periódico</p>	<p>EL UNIVERSAL</p> <p>Es un hecho que involucra directamente al periódico, por esto es narrado directamente del diario.</p>	<p>El título en este caso se presenta en gris, el texto negro con subrayados en lugares específicos donde se involucra el periódico</p>	<p>En este caso se presenta una foto de 3.5 de largo por 4.5 de ancho otorgándole dinamismo a la línea de titulares que en este día es corto.</p>	<p>Es el titular y lead de una noticia con tintes de reportaje pues a esta se le denotan ciertas diferencias que proyectan hacia el reportaje.</p>

**Publicidad y
valor agregado**

En la primera pagina del día domingo la publicidad y valores agregados como obituarios y pronóstico del día, ocuparon mayor parte de la página.

- Cinco obituarios.
- Cuatro pautas publicitarias del mismo periódico El universal, promocionando suplementos de su diario.
- Un espacio en el lado izquierdo dedicado al pronóstico del día.
- Una publicidad de vehicosta.

Se utiliza un código de barras para rellenar un espacio en blanco y sirve a la vez de separador.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

**El universal
Lunes, Febrero 8 del 2010.**

**Estructura de la primera página del periódico El universal
Lunes, Febrero 8 del 2010.**



Cabecera

En orden de aparición:

- El logo de El Universal está centrado con letras Times New Roman, de tamaño grande, con un sombreado en la parte inferior de las letras.
- Título antes del logo: EL PRESIDENTE Uribe promete que el pos no será desmejorado, se hace énfasis que la noticia es ampliada en la pagina | 3B |, en letras azules, negrita sostenida, fuente Arial.
- Datos técnicos: " Año Lx- Edición 22.904. 4 Secciones 24 Páginas. Issn 0122- 6843. Licencia Mingobierno 003384. Tarifa Postal Reducida 2009-431 4-72. Afiliado a la Sipy Andarios " estos se encuentra en un tamaño de letra muy reducida, debajo del logo.
- Del lado superior derecho, al lado del logo, se presenta una publicidad de postobon.
- En un rectángulo rojo, está ubicado la fecha, el valor etc.
 - Lado izquierdo= la ciudad, el país y la fecha en que fue fundado
 - Lado derecho= La fecha (febrero 8 de 2010) letras color blanco, en el centro aparece el día (Lunes) la fuente tipológica de esa Arial en blanco y en amarillo pálido. Con el valor del periódico \$1.300 (por ser día de semana) esto ubicado dentro de un rectángulo de color de fondo rojo.

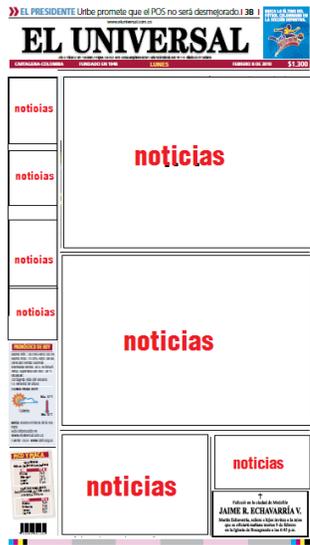
Debajo del toda la cabecera, colocan una pleca delgada de color negro, que separa el cabezote de la publicidad y de las noticias.

Categoría Estructura	Titulo, Antetítulo, Sección, cuerpo de texto.	Agencias informativas contratadas	Tipología y color	Espacio para imágenes y/o fotos	Géneros informativos
Noticia del día	T: Freno a la velocidad S: El DATT... ...del perímetro urbano El título capta la atención del lector. Está ubicado sobre la fotografía. Por la precisión del título en el cual se acude a un juego de palabras que permite la ausencia de antetítulo. De otro lado el sumario con una extensión prudente cumple su función de introducir al lector en la	EL UNIVERSAL En este caso no se acude a las agencias de prensa por tratarse de la noticia principal que es también un hecho producido en la ciudad.	En el titular de la noticia haciendo alusión al juego de palabras empleado, se puede observar también en la parte estética. El color usado en <i>Freno a la</i> es blanco y en <i>velocidad</i> se utiliza el rojo, Así, por medio de la policromía se le otorgan cualidades	La fotografía en la noticia del día cuyas medidas son 6.6 cm de largo por 5.5 de ancho, toma protagonismo, puesto que el texto se desarrolla sobre la imagen: fotonoticia. Ambas intrínsecamente relacionadas brindan dinamismo a la información principal.	La <i>noticia</i> es el género seleccionado para el desarrollo e la información. En su estructura y narración es visible su característica noticiosa.

	<p>noticia. Brinda información concisa que invita a continuar la lectura al interior del diario.</p>		<p>diversas a los colores empleados. El resto del texto es negro.</p>		
<p>Noticias destacadas 1</p>	<p>T: Real también gana de visita. A: Derrotó 2 – 0 al Boyacá Chicó S: Real Cartagena... ...con menor diferencia.</p> <p>En esta noticia el título especifica explícitamente lo que tratará la misma. Atrae al público interesado. Aparece como segunda noticia por su importancia en la ciudad. El antetítulo describe información útil para el cuerpo de la noticia. El sumario se escribe a forma de lead. Introduce al cuerpo de la noticia.</p>	<p>COLPRENSA. Tunja</p> <p>Se acude a la agencia colombiana de prensa, ya que el hecho noticioso se desarrolla fuera de la ciudad en un contexto donde no hubo corresponsalía directa de El Universal.</p>	<p>Se emplean colores tenues, sutiles. Así se le infunde mayor importancia al contenido que al diseño estético de la nota.</p>	<p>La fotografía que aparece con pie de foto y cuyas medidas son 2.3 cm de largo por 3.8 cm de ancho, capta a dos jugadores (uno de cada equipo) disputando el balón. Trata de informar por medio de la imagen el buen momento que pasa el equipo de fútbol cartagenero.</p>	<p>El género en que se desarrolla el hecho narrado es la noticia. Prevalece la información. Por ser la segunda noticia del día se le ubica de manera estratégica, lo cual permite un fácil acceso a los datos contenidos en la noticia.</p>
<p>Noticias destacadas 2</p>	<p>T: “Rectores no dejan entrar alumnos sin el uniforme” A: Padres se quejan ante la personería distrital S: Un número demasiado... ...serán amonestados.</p> <p>El título es sencillo y conciso, característico de la noticia. Maneja lenguaje coloquial. El antetítulo brinda información pertinente a cerca la misma. S: Por ser información destacada, el sumario se presenta a forma de lead.</p>	<p>EL UNIVERSAL</p> <p>Por tratarse de un noticia desarrollada en un rango de cubrimiento periodístico directo del periódico.</p>	<p>Sutil. Monocromático. Sólo se maneja el negro del texto; así se mantiene la atención en la primera noticia.</p>	<p>No tiene fotografías. Predomina el texto en esta noticia complementaria que le da mayor atención al contenido.</p>	<p>Género noticioso. La característica de este periódico en día de semana es que se maneja en su mayoría la <i>noticia</i> para dar a conocer la información.</p>

<p>Noticias destacadas 3</p>	<p>T: "No hay evidencia de peligro en Tierra Bomba" A: Tribunal se abstiene de ordenar estudio de riesgo S: La Armada Nacional... ...para los habitantes</p> <p>En el primer punto de este cuadro (título) da a conocer un dato relevante y con brevedad. Con la información del antetítulo se da paso a hechos que serán narrados con mayor profundidad en el cuerpo de la noticia. Por estar en primer plano y para mayo información introductoria el sumario está escrito a manera de lead.</p>	<p>EL UNIVERSAL</p> <p>Noticia local. No fue necesario recurrir a agencias de prensa.</p>	<p>De igual manera que la noticia anterior, se maneja un solo color: El negro del texto. Sin embargo, esto no determina la importancia del escrito.</p>	<p>Sin imagen ni fotografía. En días de semana por lo general el periódico se enfoca más en la información escrita. La primera página suele ser seria y discreta, por ello carece de fotografías, imágenes y/o gráficos que dinamicen la lectura del diario.</p>	<p>Prevalece la noticia. Se ha caracterizado el día lunes por emplear este género periodístico como el principal en la narración de los hechos.</p>
--	--	---	---	--	---

<p>Noticias destacadas 4</p>	<p>T. Revisan contrato del acueducto de Magangue con grupo Nule. A: Anuncia el ministro de ambiente S: El ministro de ambiente... ... de la obra</p> <p>El título es explícito. Describe con exactitud la información que tratará la nota. El antetítulo sólo informa la fuente principal, así se da a conocer que el hecho se ha basado principalmente en una fuente específica. En el caso del sumario, se extiende más que un lead. Es en esta ocasión más bien una nota introductoria que ofrece datos básicos que serán ahondados en la noticia.</p>	<p>COLPRENSA Bogotá</p> <p>Noticia nacional. Abarca información general que ha sido redactada por periodistas o medios adscritos a Colprensa. De esta manera se capta una perspectiva menos regional para llegar a ser más general.</p>	<p>Prevalece el negro. El antetítulo como en las noticias anteriores noticias destacadas es de color gris. Permanece la discreción con los colores.</p>	<p>No tiene fotografías ni otra imagen</p>	<p>Se transmite la información a través de la <i>noticia</i> como género periodístico.</p>
<p>Noticias destacadas 5</p>	<p>T: Empiezan clases en Ceres A: Con 1450 estudiantes. S: La Fundación tecnológica... ...terminación de la obra</p> <p>En el título se maneja la precisión a pesar de no especificar por completo la información. El antetítulo responde a una de las interrogantes de la noticia. Así se otorgan datos relevantes en la entrada de la nota. El sumario, también a forma de lead, es más corto que en las noticias anteriores. Da a</p>	<p>Redacción Local de EL UNIVERSAL</p>	<p>Los colores negro y gris permanecen en la página principal (quizás) para proporcionarle mayor atención a la primera nota.</p>	<p>No tiene fotografía. Es la última noticia de la primera plana sin embargo ocupa su lugar allí como nota importante del día. No obstante, su espacio es reducido, su texto también lo es y no tiene imágenes.</p>	<p>Noticia. Continúa siendo este género el más escogido para la narración de los hechos en este diario.</p>

	conocer datos necesarios en el desarrollo de la información.				
Fotonoticia	<p>Título: El parque natural más visitado del país. Pie de foto: El año pasado... ... los demás de Colombia</p> <p>El título presentado concuerda con la fotonoticia. Describe con certeza el contenido de la misma En el caso del sumario, se fusiona con el cuerpo de la noticia. La información es dada breve pero concreta.</p>	EL UNIVERSAL	Policromático. Se distingue al ser fotonoticia por la multiplicidad de colores, tanto en el texto como en la imagen misma.	En este caso la fotografía, de 16.5 cm de largo por 9.5 cm de ancho, es la noticia misma, el espacio y la calidad de la información e imagen, son importantes, de ello depende el éxito o fracaso de la fotonoticia	Es la única fotonoticia en primera plana. Ilustra y dinamiza la monografía que se maneja con las noticias. Además varía el género pues la noticia predomina en los casos anteriores.
Publicidad		<p>En la publicación de la primera pagina del día 8 de febrero de 2010, las noticias se destacan más que la publicidad en la parte superior al lado del logo aparece la única publicidad del día y es una de postobon.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por otra parte como valor agregado aparece el pronóstico del día, el pico y placa, en la parte inferior de la primera columna del lado izquierdo. - Y un obituario en la esquina inferior del lado derecho. 			

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

**El universal
Jueves, Marzo 11 del 2010.**

**Estructura de la primera página del periódico El universal
Jueves, Marzo 11 del 2010.**



» LA INVEROSIMIL aventura de "Kéner" terminó en la cárcel. | 3B |

www.eluniversal.com.co

EL UNIVERSAL

Año LX- Edición 22.935. 4 Secciones 24 Páginas. ISSN 0122- 6843. Licencia Mingobierno 003384. Tarifa Postal Reducida 2010-431 4-72 - Vence Dic 31 de 2010. Afiliado a la SIP y Andarios

CARTAGENA-COLOMBIA

FUNDADO EN 1948

JUEVES

MARZO 11 DE 2010

\$1.300

Cabecera

En orden de aparición:

- El logo de El Universal está centrado con letras Times New Roman, de tamaño grande, con un sombreado en la parte inferior de las letras.
- Título con fotografía antes del logo: LA INVEROSIMIL aventura de "kener" termino en la cárcel, en letras azules, negrita sostenida, fuente Arial. se hace énfasis que la noticia es ampliada en la pagina | 3B | Y como soporte una imagen en primer plano del personaje que se menciona en el titulo, fotografía en el lado superior a la par del logo del lado izquierdo.
- Datos técnicos: "Año Lx- Edición 22.937. 5 Secciones 64 Páginas. Issn 0122- 6843. Licencia Mingobierno 003384. Tarifa Postal Reducida 2010-431 4-72 - Vence Dic. 31 de 2010. Afiliado a la Sip y Andarios" estos se encuentra en un tamaño de letra muy reducida, debajo del logo.
- En un rectángulo rojo, está ubicado la fecha, el valor etc.
 - Lado izquierdo= la ciudad, el país y la fecha en que fue fundado
 - Lado derecho= La fecha (marzo 11 de 2010) letras color blanco, en el centro aparece el día (Jueves) la fuente tipológica de esa Arial en blanco y en amarillo pálido. Con el valor del periódico \$1.300 (por ser día de semana) esto ubicado dentro de un rectángulo de color de fondo rojo.

Debajo del toda la cabecera, colocan una pleca delgada de color negro, que separa el cabezote de la publicidad y de las noticias.

Categoría / Estructura	Título, Antetítulo, Sección, cuerpo de texto.	Agencias informativas contratadas	Tipología y color	Espacio para imágenes y/o fotos	Géneros informativos
Noticia del día	TITULO: Se quemaron 7 carros. ANTETITULO: -----SUMARIO: Una explosión...manos criminales Título: El título de esta noticia es corto y solo específico una parte del hecho ocurrido, pero deja al lector con la curiosidad de saber cómo ocurrieron	EL UNIVERSAL No se recurrió a ninguna agencia informativa para la realización de la noticia puesto que el periodista encargado es de planta.	El color utilizado en el fondo del sumario es azul a diferencia de los demás que no poseen ningún fondo, esto resalta la importancia de la noticia con relación a	La fotografía mide 25 cm de largo x 12 cm de ancho, ocupando de esta manera casi toda la parte superior de la página, connotando la importancia de la	El género periodístico utilizado por el periodista es la noticia, esta ocupa gran espacio en la página principal debido a su importancia, sin

	<p>los hechos y porque causa, lo que incita al lector a continuar la lectura. El título está escrito en letras grandes, acorde con el espacio destinado para la noticia, pues es la más importante del día.</p> <p>Sumario: Hace una descripción clara de los hechos, contextualizando al lector con lo ocurrido sin necesidad de leer toda la noticia.</p>		<p>las demás; Las letras se encuentran en color negro como es tradicional.</p>	<p>noticia y atrayendo la atención del lector.</p>	<p>embargo, la mayor parte se encuentra ocupado por la fotografía, el texto es solo una pequeña introducción de tres líneas.</p>
<p>Noticia Destacada 1</p>	<p>TITULO: Alto riesgo electoral en Cartagena.</p> <p>ANTETITULO: Defensoría alerta sobre delitos como el fraude.</p> <p>SUMARIO: Según... actos de violencia...</p> <p>Título: El título de esta noticia es bastante claro, ya que ubica de inmediato al lector acerca del hecho que se quiere dar a conocer. El título está escrito en letras grandes, resaltando la importancia de la noticia.</p> <p>Antetítulo: Resalta un dato importante de la noticia, dándole a conocer al lector de lo que se va a tratar más adelante.</p> <p>Sumario: El sumario introduce al lector de inmediato en la noticia sin necesidad de que este continúe leyendo.</p>	<p>EL UNIVERSAL</p> <p>Esta noticia es redactada por periodistas del universal, no involucra a ninguna otra agencia informativa.</p>	<p>En esta noticia no se incluye ninguna gama de colores, el título y el texto se encuentran en color negro</p>	<p>Esta noticia no tiene fotografía se encuentra únicamente sustentada por texto.</p>	<p>El género aplicado es la noticia.</p>

<p>Noticia Destacada 2</p>	<p>TÍTULO: Discrepancia sobre el avance de la vía transversal de Barú. ANTETÍTULO: Director de valorización, dice que va en 12 por ciento. SUMARIO: Para el director... es poco.</p> <p>Título: El título no permite entender con claridad de que va a tratar la noticia, solo se puede comprender una vez leída la nota, está escrito en tamaño medio. Antetítulo: El antetítulo no es muy claro, solo contiene un dato que hace parte de la noticia, pero que no es el más importante ni el más adecuado para el antetítulo, pues no ubica al lector con lo que trata el cuerpo de la noticia. Sumario: En el sumario se encuentran todos los datos para comprender la noticia. Este sumario está escrito a manera de introducción, contiene lo más importante de la noticia y contesta adecuadamente a las 6W, dejando al lector bien informado.</p>	<p>EL UNIVERSAL La nota fue redactada por un periodista del periódico por lo que no se encuentra involucrada otra agencia informativa.</p>	<p>La noticia no es resalta con color, a diferencia del negro en el que está escrito el título y el texto en general.</p>	<p>No posee ninguna imagen, únicamente texto.</p>	<p>El género utilizado para dar a conocer el suceso es la noticia, la cual nos da una información clara de lo ocurrido.</p>
<p>Noticia Destacada 3</p>	<p>TÍTULO: Personería archivó proceso contra exjefe de valorización. ANTETÍTULO: Había denunciado irregularidades. SUMARIO: Para no encontrar meritos...mes vencido...</p> <p>Título: Este título describe con palabras claras y de una manera directa la noticia.</p> <p>Antetítulo: No se relaciona con lo descrito en el título, aparece como un</p>	<p>EL UNIVERSAL. No se recurrió a ninguna agencia informativa.</p>	<p>La nota solo posee texto escrito en color negro.</p>	<p>No contienen imágenes o fotos, el espacio está ocupado solo por texto.</p>	<p>En este caso se utiliza la noticia como genero informativo, no ocupa mucho espacio en la página, pero tampoco es la más pequeña de esta y posee título de un tamaño mediano.</p>

	<p>hecho aislado lo que lo hace poco comprensible.</p> <p>Sumario: Aunque es corto deja claro lo que trata la noticia y permite que el lector este contextualizado aún sin terminar de leer la nota.</p>				
fotonoticia	<p>TÍTULO: Real Madrid volvió a estrellarse en octavos. PIE DE FOTO: Con un gol... octavos de final.</p>	<p>: Madrid AFP Fue necesario recurrir a una agencia informativa alterna al periódico El Universal, se trata de una noticia internacional.</p>	<p>Los colores utilizados en la foto noticia es el verde en el fondo de la fotografía, que a la vez es la grama de la cancha, lo que hace interesante la nota, el blanco se utiliza en el texto lo cual contrasta con el fondo.</p>	<p>La fotografía se encuentra ubicada en el centro de la página, mide 16.3 cm de largo x 14.5 cm de ancho, ocupa un espacio relativamente grande en la página.</p>	<p>El género periodístico que se utiliza en este caso es noticia deportiva.</p>
Publicidad		<p>Al inferior de la columna de lado izquierdo de la página, se encuentran 2 cuadros de interés general con datos como: el pico y placa y el pronóstico del día.</p> <p>En la parte inferior de la página se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una pauta publicitaria de política pagada - Una publicidad propia del universal a uno de los complementos que ofrece su diario impreso. - Una publicidad de comercial. 			

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El universal
Martes, Marzo 13 del 2010.

**Estructura de la primera página del periódico El universal
Martes, Marzo 13 del 2010.**



Cabecera

En orden de aparición:

- El logo de El Universal está centrado con letras Times New Roman, de tamaño grande, con un sombreado en la parte inferior de las letras.
- Título con fotografía antes del logo: VIA DE BARÚ, en letras azules, negrita sostenida, fuente Arial. Seguida de "en el 2011: Director de Valorización. | 9A |" se hace énfasis que la noticia es ampliada en la pagina 9 A. Y como soporte una imagen en primer plano del personaje que se menciona en el titulo, fotografía en el lado superior a la par del logo del lado izquierdo.
- Datos técnicos: "Año Lx- Edición 22.937. 5 Secciones 64 Páginas. Issn 0122- 6843. Licencia Mingobierno 003384. Tarifa Postal Reducida 2010-431 4-72 - Vence Dic. 31 de 2010. Afiliado a la Sip y Andianos" estos se encuentra en un tamaño de letra muy reducida, debajo del logo.
- En un rectángulo rojo, está ubicado la fecha, el valor etc.
 - Lado izquierdo= la ciudad, el país y la fecha en que fue fundado
 - Lado derecho= La fecha, en el cual se cometió un error, el 13 de marzo fue sábado y en el periódico colocaron mal la fecha aparece como (12 de marzo-sábado) en el centro aparece el día (Sábado) la fuente tipológica de esa Arial en blanco y en amarillo pálido.

Debajo del toda la cabecera, colocan una pleca delgada de color negro, que separa el cabezote de la publicidad y de las noticias.

Categoría Estructura	Titulo, Antetítulo, Sección, cuerpo de texto.	Agencias	Tipología y color	Espacio para imágenes y/o fotos	Géneros informativos
Noticia del día	Antetítulo: REGISTADURÍA ENTREGARÁ CÉDULAS HASTA EL MEDIO DÍA DE HOY. Título: Máxima seguridad electoral. Periodista: MIGUEL MONTES CAMACHO Antetítulo: la idea es clara, redactada de manera sencilla, pero no contiene suficiente información noticiosa. Título, ocupa gran parte en el encabezamiento de la noticia, está escrita de manera breve, específica	Población: EL UNIVERSAL	Subtítulo: Letras en mayúscula, negrita sostenida, tamaño de la letra pequeña, color negro Título: Primera letra mayúscula, las demás en minúscula, negrita sostenida, tamaño grande por ser el: titular del día, color negro Sumario: fuente parecida	La fotografía mide 16 cm de largo x 13 cm de ancho, ocupando gran parte del espacio de la noticia del día, connotando la importancia de la noticia y atrayendo la atención del lector.	Noticia

	<p>una parte del hecho y gracias al antetítulo, se complementa la orientación de la noticia, pero aun así es necesario leer toda la noticia para saber que se quiere informar. Sumario: Desde el primer párrafo introductorio se presenta la información de manera clara y complementa, lo mencionado en el antetítulo y título, toma forma y se ve la relación de esos con el texto, es una noticia que está bien elaborado, en tan dolo la presentación de sumario, ya que responde a las preguntas: ¿QUIÉN?, ¿QUÉ?, ¿CUÁNDO?, ¿DÓNDE?, ¿POR QUÉ? y ¿CÓMO?, a finalizar párrafo, aparecen unas flechas rojas, que indican la pagina en la que se conseguirá la noticia completa.</p>		<p>a Times New Roman, color negro, tamaño aproximado 11pt.</p>		
<p>Información complementaria de la noticia del día:</p>	<p>En el lado derecho de la parte superior del periódico, en completo a la noticia del día, se destacan de esa misma tres puntos o notas breves en las que se hace énfasis en mayúsculas y negrita sostenida de recomendaciones para el día de las votaciones que serian al día siguiente, para evitar contratiempos en los lugares o mesas de votaciones.</p> <p>»Título: SIN CELULARES Sumario: "Durante la jornada electoral de mañana (8 a.m. a 4 p.m.) no podrán (...)"</p> <p>»Título: TRANS PORTE Sumario: "Las empresas de transporte están obligadas a prestar mañana (...)"</p> <p>»Título: PROHI BICIONES Sumario: "Mañana, no habrá propaganda móvil, estática y sonora (...)" los sumarios de dichas notas, son breves y precisos, directos en lo que se platea.</p> <p>Fotografía: Alusiva a la noticia, se relaciona perfectamente, se encuentra centrada y es y la que se encuentra en la parte superior de la primera pagina, se encuentra entre dos columnas de textos , es decir la imagen está centrada, el tamaño es predominante (grande) Fotógrafo: Oscar Díaz Empresa : El Universal Pie de foto: "La Policía realizó retenes de control ayer en distintos puntos de Cartagena". La redacción es sencilla, expone una realidad, al explicas y sustentas la situación presentada en la imagen. Destacada con una viñeta de color rojo, para resaltar dicho pie de foto.</p>				
<p>Noticia destacada 2</p>	<p>Antetítulo: PARA TRABAJADORES PORTUARIOS Título: Se entregaron en Cartagena otras 107 casas Corresponsal: RUBÉN DARÍO ÁLVAREZ</p> <p>Título: Primera letra en mayúscula, las demás en minúsculas, emplean la</p>	<p>Empresa periodística: EL UNIVERSAL</p>	<p>Antetítulo: color gris, mayúscula, fuente Frutiger.</p> <p>Título: color negro, letra más grande que el resto de la noticia, fuente de tipología Frutiger</p>	<p>Sin imagen</p>	<p>Noticia</p>

	<p>palabra "otras" para hacer énfasis que anteriormente se había hecho entrega viviendas a un sector necesitado. Se muestra más interesante por la numeración (107) que es una cantidad grande y significativa en la noticia.</p> <p>Antetítulo: En letras mayúsculas en negrita, tamaño de letra pequeña, no informa nada, a menos que se lea el titular, ya que este, complementa al título de la noticia y responde a quien va dirigido.</p> <p>Sumario: no se menciona quienes entregaron las viviendas, solo mencionan quienes la recibieron y en qué sector. No responde a las 6w, sin embargo, la redacción es buena y el lenguaje empleado es sencillo. Al finalizar el párrafo se colocan unas flechas de color rojo con indicación de la página en que se encuentra la información completa.</p>		<p>Sumario: color negro y fuente de tipología Frutiger aproximadamente de 10pt.</p>		
<p>Noticia destacada 3</p>	<p>Antetítulo: OTRO FUE CAPTURADO EN BARRANQUILLA Título: Condenado miembro de banda "Los Paisas" a 37 años de prisión</p> <p>Antetítulo: Al igual que la noticia anterior, no informa nada preciso, la idea no se concluye, contiene un dato de la noticia, pero no lo más importante como para ser usado de antetítulo.</p> <p>Título: Es claro, ubica al lector al hecho noticioso, escrito en letras grandes, al resaltar la importancia de la noticia.</p> <p>Sumario: la redacción no es la mejor, aunque la información necesaria para entender la noticia se hace presente, relatan cómo se dieron los hechos y que pena que le darían a la persona delictuosa. Al finalizar el párrafo, se colocan unas flechas de color rojo con indicación de la página en que se encuentra la información completa.</p>	<p>Empresa periodística: EL UNIVERSAL</p>	<p>Antetítulo: color gris, mayúscula, fuente Frutiger.</p> <p>Título: color negro, letra más grande que el resto de la noticia, fuente de tipología Frutiger</p> <p>Sumario: color negro y fuente de tipología Frutiger aproximadamente de 10pt.</p>	<p>Sin imagen.</p>	<p>Noticia</p>

<p>Fotonoticia</p>	<p>Antetítulo: LEA MAÑANA EN EL UNIVERSAL Título: El estadio que tendremos. Sumario: El estadio Jaime Morón albergará cómodamente a 17 mil espectadores y sus servicios deportivos y logísticos se actualizarán para el Mundial Sub 20 en el 2011.</p> <p>Con el antetítulo se "promociona" la publicación noticiosa del día siguiente, haciendo referencia como un complemento de la publicada en este día.</p> <p>Con el título, se responde a la razón que se expone en el antetítulo, ambos son breves pero uno con el otro se complementan y hacen de carácter sencillo la fotonoticia.</p> <p>Con el sumario se aclara más de que se trata la noticia y cuál es el estadio al que se refieren, es decir, que entre el título, subtítulo, sumario y fotografía se completa o se hace entendible la noticia, ya que si se toman por separado todas quedan de manera inconclusa.</p>	<p>Antetítulo: la sección va en color gris y rojo, mayúscula.</p> <p>Título: color negro, letra mas grande.</p> <p>Sumario: color negro, tamaño de letra aproximadamente de 10pt.</p> <p>Variación de fuente tipológica.</p>	<p>La fotografía, muestra un estadio y por los colores de este, se convierte en una ayuda visual para el periódico, al hacerlo más policromático. Tamaño de la imagen 16cm de ancho y 11cm de alto.</p>	<p>Genero fotonoticia.</p>
<p>Noticia destacada 5</p>	<p>Título: El mejor segunda base de Colombia. Sumario: "Humberto Bayuelo estuvo en las tres series mundiales De béisbol aficionado, en las que Colombia estuvo (...)" Fotografía: en primer plano del rostro de un hombre.</p> <p>Título: breve, pero la información es básica para un primer plano, enseguida nos transporta a que la noticia es sobre deporte. Sumario: introduce al lector de inmediato hacia la relación del personaje de la foto, con lo que se que describe en el cuadro. la nota es breve peor contiene una</p>	<p>Título: color negro, tamaño de letra aproximado de 182pt, fuente de tipología Arial.</p> <p>Sumario: color negro y fuente de tipología Frutiger tamaño de letra aproximadamente de 11pt.</p>	<p>Fotografía de personaje en primer plano.</p>	<p>Primer plano, Nota breve.</p>

	información básica de lo que es importante de la noticia.				
Noticia destacada 6	<p>La pleca que divide la publicidad de la siguiente noticia es más gruesa que las demás.</p> <p>Antetítulo (la sección): EN NACIONAL 15A Título: LIBERACION INMINENTE Sumario: "El Ministerio de Defensa y el Comité Internacional de la Cruz Roja definieron el procedimiento para la liberación de dos militares por las Farc"</p> <p>El titulo en mayúsculas, tiene más impacto en el momento de la lectura y connota más importancia, es corto pero sustancioso.</p> <p>El sumario amplía lo planteado en el titulo, menciona fuentes directas que dan veracidad a la noticia. el lenguaje empleado es sencillo y directo, se hace la ampliación de la noticia en la pagina 15A como se anuncia antes del titulo.</p>	No se menciona la agencia.	<p>colores y tipología:</p> <p>Antetítulo: la sección va en color negro, mayúscula, fuente Frutiger y el numero de la pagina, misma fuente de tipología pero en color rojo Título: En mayúscula, color gris, letra más grande que el resto de la noticia, fuente de tipología Frutiger Sumario: en minúscula, color negro y fuente de tipología Frutiger. Tamaño aproximado de letra 10pt.</p>	<p>Fotografía: complementa el titulo y sumario, ya que muestran al comité reunido para la supuesta definición del proceso de liberación de militares.</p> <p>Debajo de la fotografía se coloca otra pleca que separa una noticia de la otra.</p>	Noticia
Noticia destacada 7	<p>Antetítulo: EN CARTAGENA 11A Título: VELEROS EN LA BAHÍA 11A Sumario: "El 19 de mayo, la Bahía de Cartagena de Indias estará plétórica de veleros procedentes de 12 países del mundo."</p> <p>Título: corto, pero da a conocer de que se trata la noticia</p> <p>Sumario: es breve, sencillo y agrega satisfactoriamente datos informativos, como el lugar, la fecha y quienes asistirán al evento que se plantea.</p> <p>Fotografía: Un velero lo cual hace alusión a la nota.</p>	No se menciona la agencia.	<p>Antetítulo: la sección va en color negro, mayúscula, fuente Frutiger y el numero de la pagina, misma fuente de tipología pero en color rojo Título: En mayúscula, color gris, letra más grande que el resto de la noticia, fuente de tipología Frutiger Sumario: en minúscula, color negro y fuente de tipología Frutiger. Tamaño aproximado de letra 10pt.</p>	Fotografía de tamaño pequeño, 5cm de ancho y 4cm de alto.	Noticia
	Antetítulo: Bolívar Título: CONTRA EL AGUA		Antetítulo: la sección va en color blanco, dentro	No fotografía	

	<p>Sumario: "Con una inversión de más de 19.000 millones de pesos (...)</p> <p>El título no es claro, y el sumario no ayuda a la comprensión de la noticia, la información ofrecida no es suficiente y no es la principal para hacer introducción a una noticia. En el contexto de la noticia, se logra tener una duda si la palabra que se quería usar dentro del párrafo era el de "blindar" o "brindar" además al finalizar el pequeño párrafo se identifica con las flechas rojas la continuación de la noticia en la PAG.</p> <p>1D</p> <p>La pleca que separa decorativamente las noticias, esta vez es más gruesa y de color diferente, en este caso es un rectángulo con letras blancas que dicen Bolívar y el título en mayúscula, en color verde y más grande que el resto de la noticia.</p>		<p>de un rectángulo fondo verde, en letras mayúsculas.</p> <p>Título: Letras mayúsculas, color verde, letra más grande que el resto de la noticia, fuente de tipología Frutiger</p> <p>Sumario: en minúscula, color negro y fuente de tipología Frutiger tamaño aproximado de 10pt.</p>		
<p>Publicidad</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Al inferior de la columna de lado izquierdo de la página, se encuentran 1 cuadro de interés general con datos del pronóstico del día. - En la parte inferior de la página se encuentran 4 pautas publicitarias de política pagada. - Un Obituario en la parte inferior de la primera columna del lado izquierdo de la página. - Una publicidad propia del periódico El universal con un banner alusivo a venta de espacios para pautas publicitarias que ofrece dicha empresa periodística. - 			

4.2 Análisis de resultados

A partir de la aplicación de los instrumentos, se presenta el análisis de la información recolectada en el transcurso del proyecto de grado. Al ser El Universal el objeto de estudio, se hace introducción a que este lanzó su versión digital en el año de 1998, la cual de manera paulatina ha ido evolucionando, hasta el día de hoy.

Para el análisis descriptivo del presente proyecto de grado, se escogió como unidad de estudio la primera página del periódico impreso El Universal y su versión digital www.eluniversal.com.co, con las muestras específicas de las fechas domingo 7, lunes 8 del mes de febrero y jueves 11, sábado 13 del mes de marzo del 2010.

De acuerdo a los planteamiento de María Ángeles Cabrera¹⁸ (1999), quien señala que existen tres modelos de reproducción gráfica de la información¹⁹, se puede afirmar del [eluniversal.com.co](http://www.eluniversal.com.co) en sus inicios se caracterizo por ser un *Modelo Primitivo*, al ser solo una reproducción igual del periódico impreso, realizada mediante un escaneo de páginas y un “Copy & paste”, pero con el transcurrir de los años se decide reestructurar la manera de publicación del contenido en la web, por la necesidad de actualizar de manera frecuente la información noticiosa del día, las nuevas características que trajo el nuevo medio, fue el origen de una estructura horizontal, en la que la interacción por parte del usuario rige, y a beneficio de la empresa periodística, se crea nueva oportunidad de negocio, mediante la venta de la pauta publicitaria en la web.

Lo anterior, son características de que El Universal de Cartagena está pasando por un proceso de convergencia, actualmente se puede describir como un *Modelo Adaptado* que es más avanzado que el anterior, es decir, sin aplicar todos los recursos de interactividad que ofrece el propio medio, son capaces de crear elementos gráficos diferentes a los que se utilizan en su versión en papel.

¹⁸ María Ángeles Cabrera, profesora universitaria y periodista de la Asociación para el Progreso de la Comunicación ACP, <http://www.acpnet.org>

¹⁹ El Estado Actual del Diseño de Periódicos en Internet” María Ángeles Cabrera. Sección “Documentos” No. 10 Abril-Mayo 1999 Asociación para el Progreso de la Comunicación <http://www.acpnet.org/documentos/n10/informe5.htm>

Por ejemplo: el diseño de la cabecera, la introducción de hipertextos, blogs, foros, enlaces, banners, utilización de audio, video y fotografías como recursos de multimedia como complementos de noticias.

Existe por último, el Modelo Digital, es el modelo gráfico mas evolucionado, creado expresamente para la edición on line, el cual goza de textos y diseño exclusivo para su edición, y empieza a utilizar recursos expresivos y multimediales, cada vez más presentes y extendidos en las ediciones de los periódicos on line, propias del nuevo medio. Según directivos y periodistas del periódico El Universal, se encuentran analizando un proceso más notorio de implicación total de convergencia digital, en que se aplique mejor los recursos de multimedia, hipertexto e interactividad en la estructura y contenidos del www.eluniversal.com.co, pero como todo, eso tiene un proceso que lleva tiempo y están encaminándose para ello.

A continuación, se realiza un análisis descriptivo de la estructura de la información de la primera página de www.eluniversal.com.co periódico digital de El Universal de Cartagena, entre las categorías o indicadores que se tuvieron en cuenta fueron: La cabecera (nombre de la web, el año, el número, la antigüedad o el precio), banners publicitarios, ciudad y fecha, menú horizontal de servicios añadidos, columnas, plecas, anuncios publicitarios, ubicación de la información, fotografía, pie de foto, agencias, antetítulo, titulares, subtulares, texto, sumario, caricaturas, viñetas, tipología y espaciamento.

Hoy en día, la mayoría de los periódicos en la red se estructuran en tres columnas. Y eluniversal.com.co es uno de ellos, en primera instancia, está la reserva de espacio para el nombre del periódico, mucho más simple que el de las ediciones en papel, muy llamativos y con elementos gráficos atractivos, generalmente acompañado de un banner animado de alguna publicidad.

Debajo del logotipo del periódico, se encuentra la reserva o borde compartido, que separa al resto de la página, apartando una barra horizontal, donde se encuentra el menú principal, en la que se ofrecen las secciones o este caso, categorías de: Noticias Regional, Local, Internacional, Economía, entre otras), con servicios agregados que no ofrece el medio impreso tales como:

blogs, foros, chats, servicios institucionales, ciudadano reportero, correo. Lo cual refleja los cambios formales que han acogido la mayoría de los diarios, en aras de atender una mayor demanda informativa y comunicacional con el usuario registrado en el sitio web.

A demás de las especificaciones expuesta en líneas anteriores, acerca de la estructura de la primera página del periódico digital, también se maneja un poco la concepción de la literatura basada en las noticias, en cuanto a los titulares, entradilla, ladillos, fotografías, encabezado, etc. Es decir, en la retícula para la página digital se tiene en cuenta la orientación del papel, el número de columnas y el tamaño, junto a la separación existente entre ellas. El color y formato del texto (tipografía) y demás elementos ornamentales, tales como los filetes decorativos, etc.

Cada titular va vinculado a su respectiva página. Para ello, los textos ofrecen fácil legibilidad, un fondo blanco, y una tipografía atractiva y de fácil lectura. El título a través de un link permitiría la redirección para ampliar la información sobre un determinado tema, de interés para el lector, asimismo cuenta con su respectivo clic de retornar a la FrontPage, para seguir leyendo el resto de noticias o adentrarse al resto del periódico.

La frecuencia de actualización del periódico es continua, influenciada por el ritmo noticioso del momento, todo depende del hecho o noticia que acontezca en el momento, se le da un espacio y se plantea en la FrontPage o Pagina principal del universal.com.co

El Universal on line no posee un personal de redacción diferente al del impreso, estos mismos son los encargados de crear una segunda redacción noticiosa para la web, pero si tiene una editora digital que se encarga de las respectivas ediciones y actualizaciones del contenido de la página web. Además del profesional encargado de la redacción y/o edición de eluniversal.com.co se encuentra el departamento de sistema, conformado por el web máster y un Ingeniero de Sistemas graduado, encargados del diseño, creación y mantenimiento de la página web.

Por otra parte, eluniversal.com.co ofrece un menú sencillo, que contiene vínculos a la información y en dicha página tiene su respectivo enlace de regreso desde páginas internas hacia la página principal, es decir, el esquema de navegación es de fácil entendimiento, de igual manera, se motiva al lector a buscar la versión impresa para la ampliación de noticias. Con la adición de servicios complementarios como foros, correos, encuestas, juegos entre otros le dan al periódico algo que lo diferencia de su versión impresa, al motivar a los usuarios a entrar y consultar la página web.

A partir de una observación directa de las dos versiones informativas del periódico El universal, se puede decir que ambas están trabajadas con el mismo tipo de letra (Arial y Times New Roman) en diferentes tamaños. Constan de encabezados y pie de páginas similares. Aunque en el impreso la fotografía tiene más presencia que en el digital, y el empleo de los colores en ambas es de manera igualitaria. Que se nota más en la página web debido a los banners, y demás anuncios publicitarios característicos por la multimedia.

La primera página de la versión impresa de El Universal, como se mencionaba en párrafos anteriores, no sigue un orden específico de columnas o número de publicación de titulares noticiosos o fotografías, lo que se mantuvo frecuente según lo observado en las muestras, es que siempre en la columna izquierda de manera ordenada y descendente se presentaron unos titulares en negrita, mayúscula, y tamaño de fuente superior a la del resto del cuerpo de la noticia, con una fotografía que hacía referencia al contenido del párrafo introductorio de dicha noticia, y como antetítulo la sección en que se encuentra con su número de página. En este caso las plecas que separaban una noticia de la otra, se encuentran desde delgadas líneas negras, a gruesas con colores llamativos que identifican a cada sección del periódico.

Aparte del cabezote con el logo, la primera plana de El Universal a partir de los 4 días seleccionados del análisis, se pudo observar que no existe un frecuente orden en cuanto a la división y presentación de los párrafos o fotonoticias, en cambio, la página principal de eluniversal.com.co está dividida en tres columnas, la del centro y la de la izquierda tienen casi el mismo grosor

de espaciado, dedicada a la publicación de noticias, videos, foros, encuestas, fotonoticias. La columna de la derecha, es más angosta que las otras dos anteriores, en ella se encuentran anuncios publicitarios y otros valores agregados y servicios.

De manera más amplia, en la columna de la izquierda de la página principal de eluniversal.com.co es la que contiene las noticias que se despliegan en la página principal de la edición impresa (de manera modificada para la web) además de las frecuentes actualizaciones de noticias locales, nacionales o internacionales. No existe un número exacto de publicaciones de titulares o actualizaciones. En las muestras tomadas para el análisis, hubo desde 7 a 14 titulares en dicha columna, colocadas una debajo de otras, separadas por las plecas (líneas delgadas). Las noticias se presentaban de la siguiente forma: Titular en negrita, con su respectivo enlace a una página completa a manera de link (al hacer clic se conduce a la noticia completa del titular correspondiente), en la versión digital como antetítulo llevaban la categoría o sección a la que pertenece la noticia seguido de la hora en que se publico dicha noticia, en la versión impresa llevaba un antetítulo complementario al título y subtítulo de la noticia y debajo el crédito a la fuente del periodista o agencias, y finalmente el lead sumario de la noticia. Por lo general los titulares son cortos, los textos que se ofrecen son un resumen de no más de 7 líneas, que ofrecen legibilidad, y una tipografía de fácil lectura.

Además de lo expuesto en el párrafo anterior, la página principal de eluniversal.com.co se compone por bloques estructurales:

- Elementos textuales: encabezados más simples, titulares con cuerpos más pequeños, textos informativos a cuerpos entre 10-12 puntos, alienación izquierda.
- Elementos gráficos: dos formatos de imagen en baja resolución GIF (para los banners), JPEG (para las fotografías).

- Recursos visuales: Para una navegación más cómoda y eficaz. Enlaces, frames o marcos (subpáginas que pueden ser cargadas en diferentes áreas del mismo documento), tablas, animaciones y “Rollovers” (para los banners publicitarios), fondos (para destacar informaciones).
- Servicios añadidos: abarcan informaciones complementarias (pronostico de hoy, indicadores económicos), utilidades de acceso a información (Buscar), Zona de servicios (juegos, ciudadano reportero, clasificados, etc.)
- Publicidad y servicios comerciales: a través de los banners de publicidad es como se paga la información que ofrecen los diarios y publicaciones on line. Precio de los banners determinado por el número de visitas.

En la columna del centro en el caso de la versión digital está ubicado un espacio de multimedia: que empieza con una sección de fotonoticias, opr lo general es seguido por las categorías de encuestas, foros, cuéntenos su caso, la sección de multimedia (videos, fotos, audio), luego la caricatura del día y por último los blogs (lo resaltan en un cuadro color azul diferente del fondo blanco de toda la pagina principal)

En la columna derecha, según la jerarquización empleada por el periódico, se recoge la información complementaria, servicios de comunicación, publicidad contacto con la empresa periodística o cualquier otro servicio de valor agregado²⁰. Se encuentran banners de publicidad externa e interna, seguido de zona comercial (mas publicidad), indicadores económicos, publicidad de la revista online Donde, Pronostico de hoy, la portada del impreso para descargar en PDF, noticias en su mail, Feeds RSS, otros diarios y por ultimo un menú con zona de servicios (Sudoku, consultorio jurídico, clasificados, suscripciones, ciudadano reportero, tarifas de publicidad y otros), es decir, que

²⁰ **SVA (Servicios de valor Agregado)** aquellos servicios que sólo se ofrecen en la edición digital aprovechando la naturaleza misma de Internet, es decir, son servicios que no se pueden ofrecer en la versión impresa. Hay distintos tipos de SVA, por ejemplo como: ofrecer la hora local, dar a conocer los e-mails para comunicarse con las distintas dependencias del periódico, la actualización constante de la información, tener a disposición las ediciones anteriores, un sistema o motor de búsqueda, información sobre el clima o estado del tiempo, servicio de suscripción on line para el periódico impreso, entre otros.

lo que se encuentra en la columna central y la columna derecha, son ejemplos o en este caso, los complementos que diferencian la edición digital de la impresa, con valores agregados como multimedia e interactividad.

Después de las columnas expuestas y descritas anteriormente, se encuentra una delgada línea o pleca, debajo de esta un menú de hipertextos donde se encuentran a manera de vínculos a las secciones básicas del periódico, con los titulares del día y demás suplementos (revistas que aparecen en la edición impresa, etc). Que a diferencia del periódico impreso contiene publicidad y obituarios.

Por último, como género emblemático del periodismo se tiene a la noticia, encontrados en la mayor parte del contenido de la primera página del periódico impreso de El Universal, por lo general es lo que sucede con su versión digital www.eluniversal.com.co, aunque también se encuentran editorial, columnas de opinión y primer plano, con una posibilidad de enlace en el titular, para la documentación completa del hecho noticioso.

Para finalizar, se puede decir que el manejo de la investigación y el tratamiento de la información para elaborar las noticias en El Universal y su versión digital son muy parecidas, en el hecho de que en ambas laboran el mismo personal profesional de redacción, pero existen diferencias que radican en el contenido noticioso, la edición final, en el manejo del contenido, en su diseño, en su diagramación, en la escogencia de la información y en su rapidez, pues un periódico electrónico permite publicar más rápidamente y actualizadas las noticias locales, nacionales e internaciones, y el contenido es más breve y preciso que el impreso.

4.3 CONVERGENCIA DIGITAL EN EL UNIVERSAL

A continuación se presenta el análisis obtenido de la aplicación de los instrumentos de estudio.

Un fenómeno social como la convergencia digital del periódico El Universal, no se puede entender si no se le ubica primero en un contexto espacio- temporal, es decir, conocer sus orígenes, su desarrollo y sus características, hasta el momento actual. Por ello, es de primordial importancia dar un breve recorrido a través del tiempo, para observar cómo nació y como ha sido el proceso de desarrollo tecnológico y digital del periódico El Universal, el cual a sus 62 años de existencia, está marcada por defender la democracia, libertad de información y de opinión.

La primera vez que El Universal salió a la luz pública fue el día 8 de marzo de 1948, gracias a sus fundadores Domingo López Escauriaza, periodista de brillante trayectoria y Eduardo Ferrer Ferrer. En esos tiempos, se considero otro nombre para el periódico regional, querían llamarlo La Patria en recuerdo a un diario que editó en Cartagena, Domingo López Escauriaza en asocio con José Vicente Mogollón; pero dicho nombre se encontraba registrado por el periódico de Manizales, al final el nombre designado para el diario fue El Universal, tomado de un periódico venezolano, inclusive se manejó el mismo modelo de cabezote. A la vez, se recuerda que en los tiempos en que El Universal daba sus primeros pasos, Colombia vivía tiempos de violencia política, enfrentó la censura y un gran cerco publicitario; y un mes después ocurrió el asesinato de Jorge Eliecer Gaitán, pero se trabajo fuerte y consistentemente, para seguir con la debida publicación periódica e informar sobre los principales acontecimientos del momento.

En cuanto a la maquinaria utilizada en El Universal, en primera instancia se editó en una impresora Duplex-Goss, plana, adquirida por Eduardo Ferrer con la asesoría de Juan Zuleta Ferrer de El Colombiano, en Medellín, en un remate de equipo que había quedado de El Pueblo, un semanario eclesiástico.

El equipo lo complementaba un linotipo²¹, uno de fundición con sus respectivos utensilios para el procesamiento de matrices, algunos tipos de chibaletes para la titulación y un empírico taller de fotograbado. Más adelante se adquirió otro linotipo y una tituladora, operado por dos linotipistas, los hermanos Germán y Dámaso Rodríguez, un armador José Alcázar y el prensista Octavio Ríos con sus respectivos ayudantes. Cuando se adquirió otro linotipo y una tituladora ingresaron dos linotipistas Ricardo Burgos y Jaime Franco y un titulador Alberto Espinosa.

Lo descrito en el párrafo anterior, ocupa relevancia en el equipo físico y de mano de obra en cuanto al proceso de impresión. Al tener en cuenta la parte que involucra la redacción del periódico, El Universal estuvo representado por un número de profesionales muy reducido. Haciendo parte de ellos se recuerdan a los periodistas Manuel Esteban Pomares, Guillermo Guerrero Ramos, Herlinda Pizza de Escobar, Antonio Morales, el fotógrafo Hermes Lombana, el fotograbador Carlos Delgado y el corrector de pruebas Guillermo Espeleta. Con este personal se hacía toda la información local, nacional, internacional, deportiva, sociales y sucesos.

En cuanto a los colaboradores, completaba al equipo de periodistas: el premio Nobel García Márquez, el novelista y pintor Héctor Rojas Herazo, Donald Bossa Herazo, Gabriel Porrás Troconis, Daniel Lemaitre, Miguel Gómez Fernández, Alejandro Amador y Cortes, José Manuel Gurrero, Aníbal Esquivia Vásquez, Jorge Artel, Antonio González de Langrad, "Fulminate", Francisco de Bustamante, quien también fue su administrador, Miguel A. Pión, Ramón León, Felipe Santiago Colorado y otros muchos más de alcurnia intelectual. Contó también con la colaboración femenina de Josefina Tono de Covo, Judith Porto de González, Victoria Guerrero y Olga Quintero Caraballo.

Otra importante etapa de transformación del periódico, sucedió en el año 1977, cuando López Escauriaza vendió El Universal a la sociedad Editora

²¹ Linotipo: máquina inventada por Ottmar Mergenthaler que mecaniza el proceso de composición de un texto para ser impreso. Antes de que se inventase la linotipia el proceso de impresión era manual. Cada página de un periódico o una publicación se componía a mano con componedor y regleta. Sobre una regleta se iban disponiendo las letras, o caracteres tipográficos componiendo palabras, signos de puntuación y espacios en blanco, que el operario debía de coger de unos depósitos en los que se encontraban una gran cantidad de caracteres clasificados por orden.

Cartagena Ltda., cuyos socios, haciendo esfuerzos y sacrificios económicos, lo sostuvieron contra todos los pronósticos de su desaparición. Tres años después con el asocio creativo de la empresa periodística Vanguardia Liberal y con la participación de inversionistas locales, se creó la sociedad Editora del Mar S.A., su actual propietaria. Con la finalidad de crear un producto de mejor calidad, con imagen y textos más claros; El Universal ingresó a la impresión rotativa, al cambiar el antiguo equipo por el que adquirió de Vanguardia Liberal, en su primera vinculación con El Universal. Así operó hasta el 30 de marzo de 1982, cuando adoptó al moderno sistema Offset²², empezando la transformación que tiene actualmente.

A partir de ese momento, se consolidó su completa y acabada modernización, con incorporación a las más avanzadas conquistas de tecnología electrónica de la impresión y fotocomposición sistematizada offset, a una redacción completamente computarizada, a la información nacional e internacional por satélite y otros adelantos no menos importantes, siempre en prolongado e ininterrumpido proceso de renovación y perfeccionamiento.

En 1992, se construye y empieza a funcionar la nueva sede del Universal, distinguiéndose por un largo trabajo de renovación, que había sido iniciado en 1981, un año significativo para la vida del periódico, pues sus antiguos linotipos y todos los equipos que hasta esos días habían servido para su impresión, son vendidos y posteriormente fundidos.

El cambio en maquinaria y producción de contenidos tenía que darse y se fue haciendo de manera paulatina y aun se hace, pero mientras tanto, El Universal no podía seguir con un tiraje mínimo de 1.000 ejemplares, cubriendo con grandes limitaciones los hechos ocurridos en toda la región y siendo inferior al reto impuesto por la competencia de ese momento.

El periódico santandereano Vanguardia Liberal se vinculó a El Universal. Compró el 50% de las acciones de El Universal y comienza a gestarse un gran empuje en todos los niveles del diario. Fueron días de fuerte compromiso que

²² La impresión offset: es un método de impresión indirecta, ya que se pasa indirectamente de la plancha de aluminio al caucho para después pasar al papel (u otro sustrato) ejerciendo presión entre el cilindro porta caucho y el cilindro de presión (conocido también como cilindro de impresión o de contrapresión).

buscaban transformar la vieja empresa familiar en una empresa periodística moderna y estable, con la acertada administración que requieren los grandes negocios y una orientación periodística que sirviera de guía para la región Caribe.

Como se menciona anteriormente, los cambios no se realizaron de un día para otro, duraron meses y años. Hubo un tiempo en que El Universal se imprimió en la rotativa de El Heraldillo en Barranquilla y todos los periodistas debían redactar sus informaciones en el menor tiempo posible para entregar el material, de tal manera que se trasladaba todas las tardes hasta la capital del Atlántico, debido a una restauración que se le dio a la casa ubicada en la calle San Juan de Dios, de igual forma El Universal volvió a editarse en Cartagena, cuando llegaron una plegadora y tres unidades de la actual rotativa, que fueron compradas a un diario norteamericano y a su vez se adquirieron todos los equipos de fotomecánica.

Una dirección ajustada con estrictas normas periodísticas, una administración ágil, una organizada red de distribución, una redacción integrada por profesionales jóvenes, hombres y mujeres que aportan energía al periodismo cartagenero, que representan un cambio generacional para orgullo y satisfacción de quienes, en su momento entregaron lo que tuvieron y pudieron dar a dicha empresa periodística, hoy permiten a El Universal colocarse y mantenerse en un lugar representativo, entre los más importantes diarios colombianos.

En la actualidad, El Universal suministra información general y actualizada sobre tecnología, deportes, política, judiciales, sociales y demás secciones noticiosas. Hoy es un medio de comunicación líder en Cartagena, revelado en los últimos resultados del Estudio General de Medios – EGM, El Universal pasó de 111.500 lectores a 119.000, es decir, tuvo un crecimiento de 6,72%. Dicha medición a su vez mostró que el periódico El Tiempo de Bogotá tiene en Cartagena 18.800 lectores y El Espectador, 1.800. El propósito inicial que inspiró a los fundadores, seguido fielmente y reforzado por sus editores, directores, administradores y periodistas de hoy, lo conserva y mantienen El

Universal en alto con dedicación y alta laboriosidad, determinado por el emprendimiento que ha tenido dicho medio de comunicación regional.

El Universal no solo ha enfrentado cambios basados en la adquisición de nuevas rotativas, modernización de equipos o inversión monetaria para nuevas sedes, a su vez ha realizado una gran apuesta en la convergencia de contenidos informativos, de lo impreso a lo digital, al afrontar los retos y exigencias propias del nuevo medio. Berners-Lee plantea que la World Wide Web es por esencia un medio hipermedial, con un potencial interactivo notable, que permite el trabajo de colaboración y la posibilidad de compartir contenidos como nunca otros medios lo previeron. Es así como El universal está adaptando su producto informativo a lo digital, para volverse más flexible al momento de satisfacer a las nuevas masas de lectores, así lograr producir un hábito de consumo significativo y enriquecedor para los lectores.

Con la llegada de la Internet a mediados de los años 90, los medios de comunicación tradicionales se vieron en la necesidad de convergir en la web, para no ser desplazados por la nueva era tecnológica. El Universal de Cartagena incursiono en la web al elaborar las primeras aproximaciones a las ediciones virtuales, intentando adaptar sus contenidos de una manera fiel al formato impreso, es decir, la información era colgada en la plataforma virtual, al realizar lo que comúnmente se conoce como el Copy-Paste. Dicha empresa periodística después de 62 años de trayectoria, ha incursionado poco a poco en la categoría de periodismo digital, primero ingreso en la web durante el año 1998, como factor de cambio tecnológico, para el futuro de la producción informativa del periodismo en Cartagena y con el paso del tiempo, se dieron cuenta que la actualización, la interactividad y la inmediatez al hecho noticioso, eran una de las características más importantes del nuevo medio de comunicación, y así poder estar al alcance de un público mundial y más exigente. A partir de esto, eluniversal.com.co fue adquiriendo personalidad propia y desarrollando sus características hasta la actualidad, al tener un incremento de 32,44%, al pasar de 100.800 visitantes a 133.500, basado con los últimos resultados del EGM.

En este orden de ideas, cabe resaltar que El universal es un diario que originalmente nació como un periódico impreso, con el transcurrir del tiempo lanzo su versión digital eluniversal.com.co que para el día de hoy, se consolida como una de las páginas más leídas en la ciudad de Cartagena. En el 2010 cuenta con más de 395 mil lectores al mes, las actualizaciones de las noticias de última hora se iniciaron en julio de 2007, hasta ahora han sido permanente, con un cubrimiento autónomo de las noticias y desde entonces ha venido evolucionando poco a poco desde su creación, incrementando su promedio de visitas diarias. No cabe duda que aun tenga muchas inconsistencias, en cuanto a un contenido direccionado al medio digital, pero como se menciono antes, el equipo profesional de El Universal está teniendo en cuenta mejorar el control de calidad informativa para su versión digital.

Entre los servicios incluidos en eluniversal.com.co se encuentran las noticias diarias de Cartagena, Montería y Sincelejo. A su vez un espacio para comentarios, foros, encuestas y cuéntenos su caso. De igual manera que en la versión impresa, la versión digital de El universal cuenta con:

Clasificados: avisos, anuncios y ofertas locales.

Consultorio jurídico: servicio en que los ciudadanos envían sus preguntas que son respondidas por los consultorios jurídicos universitarios.

Ciudadano reportero: un servicio para que las personas puedan publicar hechos y denuncias, con fotos y videos.

Domicilios: lista de empresas que ofrecen servicios de salud en Cartagena.

Dondeencartagena.com: información turística de Cartagena de indias.

En los últimos años, ha sido notoria la importancia de los teléfonos móviles en el proceso de la convergencia mediática. Nos encontramos en la cumbre del estallido de los pequeños aparatos que caben en la palma de la mano, los llamados y reconocidos Smartphones, el combustible que está

alentando a las industrias informativas convergir y crear contenidos para la web, así mismo producir información actualizada y veraz, para los consumidores informativos de la nueva era tecnológica.

El cofundador del teléfono móvil y premio Príncipe de Asturias 2009 a la investigación científica y técnica, Martín Cooper dijo “el futuro de la tecnología móvil pasa por su integración con internet, combinación que mejorará la productividad reducirá el coste de las redes, dotará al producto de más seguridad y revolucionará la interacción social, lo que cambiará más aún la vida a los ciudadanos”. A partir de lo anterior, cabe resaltar que el periódico El Universal de la ciudad de Cartagena no se queda atrás en cuanto al proceso de convergencia en la tecnología móvil, actualmente ofrece una versión para celulares en <http://m.eluniversal.com.co>, así los usuarios pueden recibir noticias actualizadas en su celular, en su email y a la vez pueden suscribirse a canales RSS, sin necesidad de estar pegados a un computador o al papel, de tal manera el lector puede obtener información en cualquier momento y en cualquier lugar.

Según Cobo Romaní, Pardo Kuklinski, H. (2007: 13), “las redes sociales describen todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social”. El Universal, a su vez se incorporó a mediados de noviembre del 2009 en las páginas webs que proveen servicios de redes sociales como Facebook o el tan reconocido micro-blogging Twitter, dándole al usuario la oportunidad de opinar y comunicarse con los productores de noticias, en tiempo real mientras recibe y comparte la información, con otros. Gracias a que la web móvil se está transformando en una necesidad diaria y se vuelve primordial ser partícipe y más si se trata de una empresa informativa como lo es el periódico El Universal.

Lo mencionado en el párrafo anterior, es un claro ejemplo del proceso e impacto de las nuevas tecnologías en la industria mediática, como lo es el periódico El Universal de Cartagena, al lograr atraer a sus consumidores a múltiples plataformas mediáticas, brindando a estos la posibilidad de encontrar

la información actualizada en cualquier lugar y momento, sin la necesidad de aplicar el desbancamiento²³ de ninguna herramienta, ya que el digital complementa al impreso y viceversa.

Con el paso de los sistemas analógicos a los digitales, se ha producido un importante cambio en el área de la comunicación, con la implementación de: nuevos soportes, formatos, lenguajes, usuarios, entre otros. El impacto de la revolución digital, inicia como una manifestación cultural que da paso a la convergencia tecnológica de la electrónica, el software y las infraestructuras de telecomunicaciones, creando a su vez la facilidad de producción e inclusión de contenido multimedial, al convergir la fotografía, animación, texto, audio y video, en una sola herramienta de información, en un solo medio de comunicación, todo gracias a la presencia de la instantaneidad e interactividad que brinda la internet, para una disposición informativa más rápida, de fácil acceso y económica, que proporciona la distribución, recepción, procesamiento de información, pero sobre todo la participación del consumidor.

A pesar del incremento de usabilidad de la web en la ciudad de Cartagena, el periódico El Universal tiene muy claro que el camino para un buen periodismo digital apenas inicia, y será un recorrido largo y exigente, por el momento el director del periódico Pedro Luis Mogollón explica que “hay mucho por mejorar y aprender”. Con la existencia de las nuevas herramientas, nuevos perfiles y nuevos consumidores, ha creado un gran cambio en las comunicaciones y no se puede dar la espalda, todo lo contrario, se deben enfrentar los cambios para mejorar las prácticas periodísticas y aprovechar las ventajas de los medios interactivos, al no reconocer estos grandes cambios, quedarían relegados por la nueva era digital.

²³ Desbancamiento, término utilizado por Paul Duguid, la idea de que cada nuevo medio desplaza al anterior.

4.4 NUEVO PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA EN EL PERIODICO EL UNIVERSAL

La Tercera Revolución ha cambiado nuestros hábitos y costumbres, desde el trabajo, el ocio, la cultura, la formación y sobre todo la relación con los demás, esto a partir de la aplicación de las nuevas las nuevas tecnologías en la Comunicación y fue Marshall McLuhan, quien lo predijo, nuestro mundo se ha convertido en una enorme aldea global, en la que viven cerca de 6.000 millones de seres humanos conectados diariamente en la red de redes.

Gracias a la aparición y posterior desarrollo de Internet como nuevo medio de comunicación, hoy somos parte del nacimiento de un nuevo soporte para la información. Parece lógico pensar que si en su momento la radio y la televisión crearon un nuevo tipo de profesional, Internet, quizá más como un nuevo soporte, que como una herramienta de trabajo, creo un nuevo tipo de periodismo. Rompiendo por completo la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un receptor, que gozaban los medios tradicionales, lo cual implicó una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional. Cambia la actitud del receptor ante el medio y crea a un nuevo profesional.

Después de un largo trabajo investigativo, en el que se desarrollaron muchas etapas para resolver y justificar los planteamientos formulados en la apertura de este proyecto, finalmente se analizaron todos los aportes recogidos en el levantamiento de información y a continuación se responde al último de los objetivos específicos de la tesis de grado, al determinar el perfil profesional de un periodista de El Universal de Cartagena, conforme a la convergencia digital de este medio de comunicación.

Según la definición de la RAE, periodista es la persona que se dedica al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, radio, televisión o medios digitales. El periodista tradicional es el encargado de abastecer al resto de personas de información, es la persona que se dedica al periodismo, su trabajo consiste en investigar y describir temas de interés

público y así posteriormente llevar a cabo su distribución. Para ello recurren a fuentes periodísticas fiables y verificables.

Todos quienes hacen del periodismo su principal actividad, cualquiera que sea su especialidad, son periodistas, así lo define (Leñero y Marín, 1986) que a su vez afirman que no sólo son profesionales los que elaboran físicamente los mensajes, sino todos aquellos que intervienen en su producción tratamiento técnico y difusión.

Al realizar entrevistas a los profesionales de la información de actualidad: los periodistas de El Universal, tanto de la prensa escrita como de los medios audiovisuales. Todos apuntaban a lo mismo, con respecto a la actividad relacionada a la producción de información, noticias o reportajes. Se analizó el producto recogido en todas las entrevistas y se concluyó que concluir que esencia de un periodista está en saber relatar el panorama noticioso, y para ello debían cumplir con unas características y funciones importantes en su perfil profesional, además de la principal que era saber informar. Un periodista deber primero que todo elegir la información y localizarla a prioridad, ponerlos en relación con la sociedad y estar bien documentados. Que en realidad no importa en qué herramienta o medio se está publicando una información, sino que relevantes son para ocupar un espacio significativo en el periódico, pero sobre todo debe ser contrastada. Para que la transmisión de dicha información llegue al público consumidor de una manera clara, sin perder nunca la objetividad.

Ahora en pleno siglo XXI, se habla de un nuevo perfil profesional del periodista y ese es el digital, como aquel creador y encargado de consolidar procesos de comunicación multimedia, multilínea e interactiva. A través del estudio teórico, y de los datos recogidos en conversaciones y entrevistas semiestructuradas con profesionales del periódico El Universal y docentes catedráticos de la universidad Tecnológica de Bolívar, se identificó que existe un cambio en las labores periodísticas, que aunque utilizan las mismas fuentes tradicionales como personas y otras documentaciones, pero no sólo físicas sino también virtuales; en los que se crean contenidos propios, donde la redacción

de la información es diferente, es más breve, además del texto, se recurre a la presentación de actividad noticiosa a través de audio, imágenes, videos, foros, etc. Y se encuentra siempre actualizando la información en la web.

La editora del periódico digital eluniversal.com.co, Ledis caro, comentaba que el cambio del perfil profesional ha sido brusco, pues personalmente ella venía de elaborar contenidos para medios impresos y ahora es la encargada del manejo del periódico digital, y las labores de gestión en ese medio son muy diferentes a la de los impresos. Es necesario manejar un contenido básico de terminología relacionada a los hipertextos o de multimedia, además que ahora trabaja más cercanamente con los programadores o diseñadores de la página web. Además de estar a cargo de la administración de la interactividad, y los espacios creados para la participación de los usuarios, algo que los medios impresos no poseen, de ahí es notorio el corte que se hace de una comunicación lineal, para una horizontal.

Los personajes y expertos entrevistados, planteaban que el verdadero reto que caracteriza al periodista digital es el de ser cada vez más preciso, directos y sintéticos en trabajos informativos. Las investigadoras de este proyecto de grado presentan a continuación una lista de las características principales de un periodista digital; obtenidas desde el material teórico, hasta los aportes brindados en las entrevistas con los profesionales del periodismo y periodistas del periódico El Universal, quienes de una u otra manera han aprendido adaptarse a las nuevas tecnologías y los procesos de información y comunicación que se desprendan de ellas, de ahí se expone que el perfil profesional debe estar enfocado en:

- Tener excelente redacción y ser un interlocutor para el usuario; es decir, un comunicador activo.
- Tener capacidad para seleccionar y procesar la información de manera que pueda ofrecerla en forma sintetizada, referenciada y contrastada.
- Tener criterio para seleccionar y relacionar todos los formatos de información: gráficos, enlaces, bancos de fotos, etc.

- Demostrar su capacidad para trabajar con otro tipo de profesionales como diseñadores, programadores o ingenieros.

A manera de conclusión, la labor del periodista no está situada en simplemente elaborar publicaciones digitales, ni elaboración de contenidos. El verdadero trabajo del periodista digital es la gestión de la información, es decir, el análisis y jerarquía de la misma. El periodismo digital enfrenta grandes retos y peligros pero también grandes oportunidades que dependen del enfoque que los periodistas o comunicadores le quieran dar, por ello El Universal de Cartagena enfrenta los retos que ha traído la globalización, debido a la mayor necesidad de contacto con lo local, la inmediatez e interactividad directa con el usuario, al abrir un nuevo horizonte de competencia para el ejercicio periodístico digital.

CONCLUSIONES

Con la llegada de la Internet a nuestro país a mediados de los años 90, los medios de comunicación impresos comprendieron que esta traería una nueva oportunidad de presentar información actualizada y sistematizada que permitiera incursionar en la red de una forma directa y de fácil acceso para un público mundial. Una vez finalizado el análisis de las entrevistas realizadas a editores y periodistas del Periódico El Universal y el análisis descriptivo de las muestras del periódico impreso y versión digital www.eluniversal.com.co. Presentamos algunas de las principales conclusiones obtenidas durante el proceso:

Según planteamientos por parte de empleados de la edición digital del periódico El Universal, refutados en las entrevistas realizadas a el personal profesional de dicha empresa periodística, que se presento en el capítulo IV, se dice que la llegada de los medios a la red, se desarrolló a la par que crecía el fenómeno de migración de ciudadanos colombianos a otros países, quienes se mantenían informados de lo que ocurría en su país gracias a la red de redes, la Internet, pero que de igual forma como sucedió con otras ciudades de Colombia, El Universal ingreso a la red por curiosidad, para no caer en la categoría de desactualizados y a medida que pasa el tiempo, han ido adquirieron personalidad propia.

Una de las conclusiones que sacamos desde el objetivo general que guió esta tesis de grado, en cuanto a describir el proceso histórico e impacto de la convergencia digital del periódico El Universal de la ciudad de Cartagena, fue adquirida a través de las observaciones de los profesionales de dicha empresa periodística, quienes suministraron información y compartieron sus vivencias durante entrevistas y conversaciones fuera de cámara, para contar como fue el enfrentamiento a la convergencia mediática y toda la incorporación de las nuevas tecnológicas aplicadas a la prensa tradicional. Una vez finalizado este estudio es posible señalar que este objetivo se cumplió al momento de crear una reseña histórica, al determinar y plasmar de manera concreta pero sustanciosa, aquellos procesos evolutivos en el campo tecnológico, más

importantes del periódico El Universal, que además quedó demostrado ampliamente en el capítulo II y en el capítulo IV.

El primer objetivo específico que se planteó en esta tesis, fue el de comparar las características y estructura básica del periódico El Universal y su versión digital, mediante un análisis descriptivo referente a la primera plana en las publicaciones del 7 y 8 de febrero del 2010 y de los días 11 y 13 de marzo del mismo año, para identificar relaciones y diferencias significativas en la presentación de información de ambos formatos, asimismo conocer si existía una convergencia digital o si solo era un Copy & paste del medio impreso a la Web. Tras el análisis de los datos recogidos en esta investigación, presentados en el capítulo anterior, es posible decir que se reconoció que en cuanto al contenido y la estructura de los dos formatos de información del periódico El Universal, si existen diferentes maneras de manejo de la información periodística, es decir, que la convergencia de la prensa hacia la internet, está en un proceso paulatino de asociación digital, en la cual se encuentran una diversidad de contenidos, una interactividad con los usuarios en la red, uno de los grandes cambios que trajo consigo la globalización, que a su vez a generado serias cuestiones sobre la existencia de una doble y simultánea tendencia de la comunicación en este nuevo siglo, permitiendo a este periódico local tener una relevancia global, alternativa de informar a un público nacional e internacional.

La evolución tecnológica del periódico El Universal ha tenido gran presencia y significado en los procesos de comunicación como representante de la prensa en Cartagena, repetimos que ha sido lenta, pero a su vez progresiva a través del tiempo y el espacio, siempre conforme en la mejora de la calidad informativa, en la cual cada medio o herramienta ha tenido su respectiva atención o apogeo en distintas épocas, causando un interés en explorar y mejorar los canales de transmisión de información, para que se complementen uno con el otro, como fortalecimiento informativo para la empresa periodística El Universal.

El último objetivo específico, fue determinar cuál es el perfil profesional de un periodista de El Universal de Cartagena, conforme a la convergencia digital de este medio de comunicación. Tras el análisis presentado en el capítulo anterior, obtenido de los resultados arrojados por las entrevistas realizadas a profesionales del periódico, y demás literatura teórica, se demostró que el periódico El Universal, tiene muy claro y presente que la internet ha creado nuevos profesionales, y que dichos gestores de la información tienen que asumir las funciones reservadas en el nuevo escenario mediático, y la necesidad de examinar alternativas que permitan aprovechar las innovaciones tecnológicas y la debida construcción de contenidos web. Aunque estos mismos conocen y exponen que al www.eluniversal.com.co le falta mucho para desarrollar el completo concepto de un periódico digital, estos se encuentran en proyecto para mejorar y administrar de manera apropiada e ideal el manejo de esta nueva herramienta de comunicación. Por lo cual se expuso en el capítulo III un perfil del nuevo periodista digital de acuerdo con las referencias teóricas y planteamientos expuestos por académicos²⁴ y en el capítulo IV se planteo a partir de las respuestas recogidas de la entrevista realizada a varios periodistas del periódico El Universal y entre ellos, la editora del periódico digital.

Según lo anterior, se puede señalar que tras el análisis de los datos se aportó evidencia a favor del objetivo general, ya que se afirma que a raíz de la aparición de las nuevas tecnologías aplicadas a las comunicaciones, surgen nuevos medios, nuevos modos y nuevos perfiles profesionales y el camino que sigue el periódico El Universal, no se aleja del mercado laboral de medios comunicación en la prensa, ya que la competencia demanda el uso de las tecnologías digitales. Además, por las respuestas recogidas por parte del mismo director de la misma empresa periodística, se concreta que eventualmente el periódico cumplirá con los requisitos necesarios para que exista un mejor manejo de las tecnologías digitales aplicadas en el diario digital

²⁴ Cuando se hace énfasis en la palabra *académicos*, nos referimos desde: la referencia bibliográfica teórica, encontrada en libros, revistas, publicaciones investigativas y referente a las ideas, pensamientos o conocimientos de dos docentes de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

www.eluniversal.com.co en cuanto a incluir más personal para la creación de contenidos informativo en la web.

ANEXOS

Anexo 1. BITÁCORA

FECHA Y LUGAR	ACTIVIDAD
Octubre de 2008 - UTB	Surge la propuesta (en medio de una clase) para la temática del proyecto de tesis, comienzan a organizarse ideas vagas, pero el tema despierta un vital interés, se desarrolla, se entrega, lo aceptaron y permaneció vigente, durante un tiempo.
Noviembre del 2008 hasta Junio del 2009	En este periodo, la idea se congelo y no se trabajo, debido a que se decidió esperar a realizar un minor que luego no fue abierto por falta de personal interesado en este. Entre el mes de febrero hasta junio del 2009, las creadoras de esta tesis, se dedicaron solo a la realización de sus prácticas laborales. Dejando quieta su labor investigativa del proyecto de grado.
Julio - Agosto 2009	Luego de un largo tiempo, se decidió retomar el proyecto de grado, esta vez con mayor seriedad, se realizaron varios cambios, la idea del estudio en sus principios era la creación de una revista digital en la que los estudiantes de comunicación de la tecnológica de bolívar del programa de comunicación social, fueran los creadores de los contenidos en la web y a la vez conocer el perfil del nuevo periodista digital, pero esa idea se desecho, pero no del todo, ya que se tomo en cuenta la importancia de los nuevos perfiles, los nuevos modios y los nuevos medios de comunicación, de manera definitiva se decide que el tema para la investigación seria: Análisis descriptivo del proceso de convergencia digital en el periódico el universal de la ciudad de Cartagena. De esta manera el cuerpo de la investigación se enmarca en un contexto de mayor interés para el desarrollo del proyecto. Se continuo con la exploración de literatura, primero que todo para conocer más del tema, y segundo, para saber si existían antecedentes en la temática de convergencia digital, se realizaron visitas durante una semana y media a 3 universidad de la ciudad de Cartagena, que tienen el programa de comunicación social (Universidad de Cartagena, Universidad Jorge Tadeo lozano y la universidad tecnológica de bolívar) encontramos material monográfico en la Tadeo que sirvió de antecedente de estudios en el campo de periodismo digital, en la de Cartagena una investigación y ponencia de un estudiante que hizo énfasis en el nuevo perfil del periodista latinoamericano y en la tecnológica, no se encontró antecedente para nuestra investigación. Convirtiéndose en una de las mayores razones para llevar a cabo la presente investigación,

	<p>En cuanto a la bibliografía, buscamos los contenidos tanto en medios físicos como digitales, para conocer más referencias teóricas acerca de la temática investigativa. Tomamos notas de todos los documentos y formatos teóricos, que servían de soporte investigativo, para incluirlos como literatura recomendada en el proyecto de grado.</p> <p>A partir de lo anterior, empezamos a trabajar para presentar anteproyecto, se desarrollo la descripción del problema, la justificación, la pregunta problema, los objetivos, parte del marco teórico, pero estábamos contra el tiempo, y no se logro cumplir con el trabajo para la fecha de entrega, establecida por la universidad grados en septiembre.</p>
Septiembre de 2009 - UTB	<p>En este mes, el proceso de investigación se suspendió, al ver que no teníamos ni siquiera el anteproyecto terminado, desistimos y bajamos el ritmo de trabajo, así que en este mes, no se adelanto nada.</p>
Octubre de 2009	<p>Después de un mes de ausencia, en cuanto a la evolución del trabajo, volvimos a retomar nuestra labor investigativa de manera más seria y comprometidas.</p> <p>Seguimos con la exploración de la literatura, esta parte es la más extensa de todas, decidimos realizar un pequeño viaje a la Universidad del Norte, en la ciudad de Barranquilla, en la cual encontramos dos tesis, que si trabajaban muy en conjunto a la idea de nuestro proyecto de grado, además recogimos información acerca de los temas de periodismo digital y convergencia, en publicaciones realizadas en la revista Zona Próxima de la Universidad del norte.</p> <p>Recogimos documentación teórica, de varios libros de periodismo. Asistimos a una jornada de comunicación que tuvo como temática central los cybermedios, TIC, hipertexto, entre otros, lo cual nos sirvió para la documentación de apoyo en antecedentes de la investigación.</p> <p>Realizamos cambios en el trabajo, la orientación metodológica giraba siempre en torno cualitativo, lo cual nos daba más campo para reformular a medida que se llevaba la investigación, ya que la investigación de carácter cualitativo pueden ser modificadas, asimismo podían surgir nuevas ideas, que fue lo que sucedió en este proceso, de igual manera se descarto en el proceso, tanto temáticas como herramientas e instrumentos para la realización del proyecto de grado, entre ellas se decidió eliminar cuestionarios, para realizar entrevista semiestructuradas. En este tiempo hubo una reformulación de lo que se había realizado en meses anteriores.</p>

<p>Noviembre 2009</p>	<p>Realizamos visitas al periódico el universal, buscando material institucional que sirviera de soporte, para la realización de la reseña histórica del proceso y convergencia digital de El Universal.</p> <p>Para este mes, ya teníamos terminado el planteamiento del problema, objetivos de la investigación, la justificación, y estábamos en el proceso de la perspectiva teórica, Se formulo una definición amplia del fenómeno de convergencia y periodismo digital.</p> <p>Estuvimos en contacto con nuestro tutor de tesis, le fueron entregado los adelantos por vía electrónica, para que revisara y corrigiera los errores que se presentaban en la documentación; y luego nos señalaba que debíamos tener en cuenta para mejorar el proyecto y nos aconsejo sobre reflexionar acerca de otros instrumentos para la metodología, incluido este, el de llevar una bitácora o diario de campo.</p> <p>En este mes también se procedió a la realización de entrevistas periodista del periódico El Universal. Para recolectar información por parte de los expertos de la empresa periodística El Universal.</p>
<p>Diciembre 2009</p>	<p>Este mes nos dedicamos a la escritura del proyecto, al diseño en cuanto concepto y justificación de la Implementación de metodología. Se puede decir que en cuanto a la producción y desarrollo de la tarea investigativa bajo un poco, sin embargo, se estuvo realizando correcciones y relectura de la redacción del anteproyecto, pero se pensaba como si estuviéramos en la preparación del informe final, para someternos a mas presión en el desarrollo del proyecto, para no suspenderlo y confiarnos como lo hicimos en meses anteriores.</p>
<p>Enero 2010</p>	<p>Se estudian más casos, reformulando las categorías claves de la investigación, hasta establecer una relación entre cada una de ellas, cabe mencionar que la investigación giraba en torno a la convergencia y periodismo digital, pero tenía relación con la aplicación de las TIC, la globalización y consumo de información, por lo que debíamos establecer una reseña histórica sobre los medios de comunicación y el periodismo tradicional, hasta el siglo XXI.</p> <p>Integramos las categorías y sus propiedades, en el marco referencial, ya el proyecto fue tomando forma. El proceso de desarrollo del diseño metodológico iba adelantado, se tenía la mayor parte ya lista.</p>

<p>Febrero 2010</p>	<p>Característica de una investigación cualitativa, es el posible cambio e integración de literatura y demás categorías y propiedades, fue cuando se continuo con un análisis y establecimiento de semejanzas y diferencias entre aspectos que merecían representación en la investigación, tales temas como: globalización y consumo de información, así que decidimos incluirlo como temática a estudiar.</p> <p>Para este análisis de los textos, nos basamos en la lectura como instrumento de recogida de información, particularmente la consideramos la más importante en el trabajo de grado, esta lectura debe hacerse de modo: sistemático, objetivo, replicable y válido, y su análisis se ve plasmado en el marco teórico, a consideración nuestra creemos que este es uno de los mayores aportes que tiene el presente proyecto, pues al ser la convergencia digital en lo que se refiere a los medios de comunicación, una temática que ha sido nula de estudio por parte de la comunidad estudiantil del programa de comunicación social, se convierte entonces en un marco referencial de aporte académico para futuros estudiantes que deseen extender o ampliar conocimientos en este tópico, para un futuro estudio relevante o continuo en el campo del periodismo digital.</p>
<p>Marzo 2010</p>	<p>Se tomo la muestra del periódico en la fecha 11 y 13 de marzo del 2010, eso en cuanto tomar la primera plana de El Universal y el pantallazo de la primera pagina periódico digital, para ser analizado más adelante, apenas que nos dieran respuesta de aprobación del proyecto.</p> <p>Finalmente hicimos entrega del anteproyecto de grado a mitad de mes, luego de un lapso de 15 días, el comité académico dio respuesta y hubo que realizar unas correcciones en cuanto a la implementación del término de convergencia, se les hizo y se volvió a entregar el anteproyecto del cual recibimos respuestas positivas para la continuación del informe final.</p> <p>Seguimos con el análisis de datos en cuanto a la teoría y metodología, para terminar de armar el informe final.</p>
<p>Abril 2010</p>	<p>En este mes, terminamos con la realización de entrevistas y observaciones. La fase de recogida productiva y análisis está ya en el proceso final.</p> <p>El análisis de los datos es prácticamente el punto de culminación de nuestro proyecto, es la síntesis e integración de la información que se obtuvo de los diversos instrumentos y medios de observación, ya el último proceso del análisis descriptivo coherente que pretende lograr una interpretación</p>

	<p>minuciosa y detallada del asunto, objetivo y problema de investigación, en cuanto a la convergencia digital del periódico El universal de la ciudad de Cartagena.</p> <p>Y con las Conclusiones, donde por fin se plasmo y se da respuesta general a los objetivos investigativos y a las preguntas problema, pero que de cierta forma fueran obtenidas continuamente durante el proceso.</p> <p>Al hacer referencia a los resultados arrojados por el análisis descriptivo del periódico el universal en las fechas 7 y 8 de febrero y 11 y 13 de marzo del 2010, mas las entrevistas realizadas a expertos del periodismo, y demás teorías concretas que se obtuvieron en el desarrollo de la investigación y que fueron presentados ampliamente en el desarrollo del cuerpo del proyecto de grado, acorde a los objetivos planteados en la investigación.</p>
--	---

Anexo 1

En formato MPEG anexo de video (sustentación) que reúne las preguntas y respuestas más importantes realizadas a los profesionales del periodismo y nuevas tecnologías, del periódico El Universal y docentes de la Universidad Tecnológica de Bolívar en una carpeta que lleva como título (Anexo Entrevistas). Además de las muestras de las primeras páginas, objetos de estudio de esta investigación se presentan las portadas de las primeras páginas del periódico el universal 7 y 8 de febrero del 2010 y la homepage de eluniversal.com.co en las fechas 11 y 12 de marzo del 2010, muestras analizadas en el desarrollo de este proyecto de grado. Pueden encontrarlas en una carpeta del CD-R.

REFERENCIA

Alianza de Observatorio del Caribe Colombiano y la Cámara de Comercio de Cartagena (2006). Indicador global de competitividad para Cartagena de Indias, 2006. *Serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena*. N. 8, (pág. 1-10-Virtual).

BARBERO, MARTIN (1987). *De los medios a las mediaciones*, (Pág. 231). Barcelona: Gustavo Gili.

BARBERO, MARTIN (1995) “Secularización, desencanto y reencantamiento mass mediático”. *Pre-Textos. Conversaciones sobre las comunicaciones y sus contextos*. Cali: Programa Editorial Facultad de Artes Integradas, Universidad del Valle.

BERELSON, BERNARD (1948). *Introducción al estudio de la comunicación*. Editorial: Norma.

Cámara de Comercio de Cartagena (2007). Foro internacional de competitividad 2007: Cartagena y Bolívar hacia la transformación productiva. *Serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena*. Extraído de <http://www.ccartagena.org.co/investigaciones.php>

CASTELLS, MANUEL (1987) *La era de la información tomo I, economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.

CASTELLS, MANUEL (1990) *La Galaxia Internet*. Madrid: Plaza & Jones.

CASTELLS, MANUEL (2001). *La era de la información*, vol. 3 [fin del milenio], 3ª ed., Madrid: Alianza.

CASTELLS, MANUEL (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*, Barcelona, Plaza & Janés.

CEBRIÁN HERREROS, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*, Barcelona, Gedisa.

Colombia, Ministerio de Comunicaciones de Colombia (2008). *Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Bogotá, DC: Autor.

CONTRASTE. *La región y las nuevas tecnologías*. [Virtual]. Edición No.23. 23 de agosto de 2009. Extraído de <http://contraste.unitecnologica.edu.co/es/edicion23>, Cartagena, Colombia.

CORDEIRO, JOSE LUIS (1998a) *Benesuela Vs. Venezuela. El combate educativo del siglo*. Ediciones Cedices. Caracas, Venezuela.

CORDEIRO, JOSE LUIS (1998b). *Benesuela Vs. Venezuela. El combate educativo del siglo*. P. 439. Ediciones Cedices. Caracas, Venezuela.

DANKHE, G. L. (1986) “Investigación y Comunicación” en Roberto Hernández Sampieri “Metodología de la Investigación”, México, Mc Graw Hill, Cap. IV, PP 59-62

DAZA HERRERA ARIEL (2003). *Los medios y los tiempos*. Trabajo de Tesis para optar al título de Comunicador Social, Departamento de Comunicación, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano - Seccional Caribe, Cartagena, Colombia.

DONALDO VILORIA, DONALDO (2005a). *De la información a la opinión, géneros periodísticos*. Bogotá: Palabra Magisterio.

DONALDO VILORIA, DONALDO (2005b). *De la información a la opinión, géneros periodísticos*. (p. 174). Bogotá: Palabra Magisterio.

FERNANDEZ COLLADO, CARLOS (2001). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo* (p. 344). México: McGraw Hill.

FIDLER, ROGERS (1997). *MEDIAMORFOSIS. Comprender los nuevos medios.* México: Granica.

FRAENKEL, J. R. & Wallen, N. E. (1996). *How to design and evaluate research in education.* New York: McGraw –Hill.

FISKE, JHON (1982) *Introducción al estudio de la comunicación.* Bogotá: Norma.

FRANCO CRUZ, GUSTAVO (2005) *El Universal bajo la lupa: Monografía para optar al título de Comunicador Social.* Departamento de Comunicación, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano - Seccional Caribe, Cartagena, Colombia.

GARCÍA AVILÉS, JOSÉ ALBERTO (2006, MARZO). Convergencia y polivalencia periodística en televisiones europeas y norteamericanas. *Global Media Journal*, Volumen 3. Extraído el 13 de Diciembre de 2009, desde http://gmje.mty.itesm.mx/garcia_aviles.htm

GARCÍA AVILÉS, J. A. (2006). *El periodismo audiovisual ante la convergencia digital*, Alicante, Editorial Universidad Miguel Hernández.

GARCÍA AVILÉS, J. A.; SALAVERRÍA, R., Y MASIP, P. (2008). “Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa”, en: *I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación*, Santiago de Compostela.

HARPER, C. (1998). *And That's The Way It Will Be. News and Information in a Digital World.* Nueva York: New York University Press.

HERNÁNDEZ ET.AL (1991) “*Metodología de la investigación*”. p. 59. México: McGraw-Hill.

HERNÁNDEZ Y FERNÁNDEZ (1996) “*Metodología de la investigación*“. México: McGraw-Hill.

JENKINS, HENRY (2008). *Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. 1^a ed., Barcelona: **Plaza edición**.

LIASWELL, HAROLD (1964). *Introducción al estudio de la comunicación*. Editorial: Norma.

MARÍA DE LAS CASAS PÉREZ (2009). Globalización y Tecnologías de Comunicación. *Revista razón y palabras* [Versión Electrónica]. N. 48. México. Extraído el 14 de enero del 2009 de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n48/bienal/mesa12.pdf>

MARTINEZ CORREA, MARIA (2005) *Proyecto de elaboración de pagina web de periodismo cartagenero*. Proyecto de grado para optar al título de Comunicador Social, Departamento de Comunicación, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano - Seccional Caribe, Cartagena, Colombia

McLUHAN, MARSHALL (1987). *Comunicación y medios de información*. Bogotá: El Búho.

McLUHAN, MARSHALL (1996). *Comunicación y medios de información*. Bogotá: El búho. 2003.

MARTIN BARBERO, JESUS (2006, ABRIL). Colombia: Medios y Cultura. *Revista Todavía* [Versión electrónica], Volumen 13. Extraído desde: <http://www.revistatodavia.com.ar/todavia13/notas/barbero/txtbarbero.html>

MARTINEZ MAHUGO, SERGIO (2006, AGOSTO). La influencia del periódico ciudadano en los medios tradicionales. *Dos Doce revista Cultural*. Extraído el 6 de Agosto, 2009 de http://www.dosdoce.com/continguts/articulosopinion/vistasola_cas.php?ID=18.

NEGROPONTE, NICHOLAS (1978). Impacto de los medios. *Introducción a los medios masivos de comunicación*. (7^a ed.). México: Thompson.

ORTIZ IGLESIA, JHONY ALBERTO (2009). *El Nivel de aplicación tecnológica en la prensa digital en Colombia, caso ElHeraldo.com.co*. Trabajo de Tesis para optar al título de Comunicador Social, Departamento de Comunicación. Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia.

OROZCO CERA, HUMBERTO (2009). *Los desafíos del nuevo periodismo latinoamericano*. Ponencia presentada en la tercera jornada de la comunicación 2009. Cartagena, Colombia.

PASQUALI, ANTONIO (1978). *Comprender la Comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores.

PÉREZ MARÍA DE LAS CASAS (2009). Globalización y Tecnologías de Comunicación. *Revista razón y palabras* [Versión Electrónica]. N. 48. México. Extraído el 14 de enero del 2009 de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n48/bienal/mesa12.pdf>

PRADO, E. Y FRANQUET, R. (1998, MAYO). “Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claros cursos de una revolución”, en: *ZER*, núm. 4, pp. 28-39.

SALAVERRIA, RAMÓN (1999). De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital. [Resumen] [Versión Electrónica]. *Novatica*. Extraído el 19 de diciembre, 2009 desde <http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm>

SALAVERRÍA, RAMÓN (2003, marzo). Convergencia de medios [versión electrónica]. *Chasqui, Revista latinoamericana de comunicación*. 81. Extraído el 27 de diciembre, 2009, de <http://chasqui.comunica.org/81/salaverria81.htm>

THORNTON, RICARDO. (2003). *El encanto de los grupos de discusión*. Manuales Didácticos N° 21. 122 p. Quito: CIESPAL.